



Empfehlungen zur
Weiterentwicklung der
Kommunikations- und
Medienwissenschaften
in Deutschland

Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland

<u>Inhalt</u>	<u>Seite</u>
Vorbemerkung	5
Kurzfassung.....	7
A. Ausgangslage.....	11
A.I. Einleitung	11
A.II. „Die Kommunikations- und Medienwissenschaften“: Zur Neuformierung eines wissenschaftlichen Feldes.....	14
A.III. Überblick über die Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland.....	26
III.1. Zur Studiensituation und zum wissenschaftlichen Nachwuchs an den Hochschulen	26
III.2. Zur Personalsituation in den Kommunikations- und Medienwissenschaften.....	32
III.3. Zur Forschung in den Kommunikations- und Medienwissenschaften .	36
III.4. Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland im Vergleich zu internationalen Entwicklungen.....	45
A.IV. Zur Situation von Archiven für die Kommunikations- und Medienwissenschaften.....	53
A.V. Berufseinmündung und Arbeitsmarkt.....	56
B. Analysen und Empfehlungen	71
B.I. Das Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaften.....	72
I.1. Zu Status, Methoden und Entwicklungsstand der Kommunikationswissenschaft.....	73
I.2. Zu Status, Methoden und Entwicklungsstand der kulturwissenschaftlichen Medialitätsforschung	76
I.3. Zu Status, Methoden und Entwicklungsstand der Medientechnologie .	78
I.4. Zu Forschungsstrukturen und Forschungsförderung in den Kommunikations- und Medienwissenschaften	80
B.II. Studiengänge in den Kommunikations- und Medienwissenschaften	85
II.1. Studiengang Kommunikationswissenschaft	88
II.2. Studiengang Kulturwissenschaftliche Medialitätsforschung	89
II.3. Studiengang Medientechnologie	90
II.4. Empfehlungen zur systematischen Klassifizierung der Kommunikations- und Medienwissenschaften	93

B.III. Zum wissenschaftlichen Nachwuchs	95
B.IV. Zur Internationalisierung von Forschung und Lehre	98
B.V. Zur Forschungsinfrastruktur in den Kommunikations- und Medienwissenschaften.....	99
V.1. Archivierung audiovisueller Medien	99
V.2. Infrastrukturvoraussetzungen für Kommunikations- und Medienwissenschaften in Forschung und Lehre an den Hochschulen	106
C. Glossar/Abkürzungsverzeichnis	109
D. Anhänge	113
Literatur	161

Vorbemerkung

Die rasante technologische Entwicklung der neuen Medien, ihre enormen ökonomischen Folgen und kulturellen Potentiale kennzeichnen einen der bedeutsamsten Veränderungsprozesse des ausgehenden 20. und beginnenden 21. Jahrhunderts, der noch keineswegs an ein Ende gekommen ist. Wissenschaft und Forschung sind darin als Treiber und als Getriebene vielfach involviert, insbesondere die Kommunikations- und Medienwissenschaften. Nach mehr als zwei Jahrzehnten turbulenter Entwicklung dieses Feldes erscheint der Zeitpunkt günstig, seine Beschreibung und Analyse zu versuchen. Der Wissenschaftsrat will damit auch einen Beitrag zur (Selbst-)Verständigung unter den verschiedenen wissenschaftlichen Ausrichtungen in diesem Feld leisten und weitere Diskussionen anregen. Ihm kommt es aber vor allem darauf an, den gegenwärtigen Zeitpunkt zu nutzen, zu dem die sich ausprägenden institutionellen Ordnungen und Strukturen (Studiengänge, Institute, Forschungsverbände, Archive, Infrastrukturen etc.) noch durch Empfehlungen beeinflussbar sind. Dass dies nicht mit dem Anspruch geschehen kann, die wissenschaftliche Weiterentwicklung des Feldes zu regulieren, versteht sich von selbst. Vielmehr ist beabsichtigt, Bedingungen und Möglichkeiten dieser Weiterentwicklung zu formulieren und Empfehlungen zu ihren institutionellen Voraussetzungen zu geben.

Zur Vorbereitung dieser Empfehlungen hat der Wissenschaftsrat im Frühjahr 2006 eine Arbeitsgruppe eingerichtet. In dieser Arbeitsgruppe haben auch Sachverständige mitgewirkt, die nicht Mitglieder des Wissenschaftsrates sind. Ihnen und allen, die im Rahmen von Anhörungen und Konsultationen an der Entstehung der Empfehlungen beteiligt waren, weiß sich der Wissenschaftsrat zu besonderem Dank verpflichtet.

Aus Gründen der Lesbarkeit sind im vorliegenden Papier die männliche und weibliche Sprachform nicht nebeneinander aufgeführt. Personenbezogene Aussagen, Amts-, Status-, Funktions- und Berufsbezeichnungen gelten aber stets für Frauen und für Männer.

Der Wissenschaftsrat hat die vorliegenden Empfehlungen am 25. Mai 2007 in Oldenburg verabschiedet.

Kurzfassung

Von der „digitalen Revolution“ in den vergangenen Jahrzehnten haben Wissenschaft, Gesellschaft und Wirtschaft in hohem Maße profitiert. So hat sich die Medien- und Unterhaltungsbranche zu einer der wichtigsten Wirtschaftszweige entwickelt. 2005 erzielte die Branche einen Umsatz von rund 57 Mrd. Euro.¹ Dabei haben die Wissenschaften – je unterschiedlich, aber produktiv – die medientechnischen Veränderungen genutzt oder sogar – wie etwa Informatik-, Elektronik- und andere Technikwissenschaften oder Mathematik – vorangetrieben. Durch den Einsatz von Simulations- bzw. Bildgebungsverfahren haben sich Disziplinen wie die Medizin, die meisten Bio- und Naturwissenschaften, aber auch die Archäologie stark weiterentwickelt. Bestehende Disziplinen haben mit der Ausbildung von Teildisziplinen wie zum Beispiel Medienrecht, Medienphilosophie, Medienökonomie auf diese Entwicklungen am Markt und in den Wissenschaften reagiert.

Die mit den Medien als Gegenstand primär befassten Kommunikations- und Medienwissenschaften sind zwar im frühen 20. Jahrhundert entstanden, haben sich aber in den vergangenen Jahrzehnten beschleunigt entwickelt. Mit der Medientechnologie ist außerdem ein Bereich entstanden, der sich auf die technische Dimension der Medien konzentriert. Die Nachfrage der Studierenden, in diesem Feld einen Abschluss zu erreichen, ist ungebrochen. Ihre Zahl hat sich in den letzten zehn Jahren verdoppelt.

Um dieses Feld geht es in der Stellungnahme des Wissenschaftsrats. Dass dabei die Ränder unscharf bleiben, muss kein Manko sein, es entspricht vielmehr dem dynamischen Wandlungsprozess des Feldes. Die grundlegende analytische Frage des Wissenschaftsrates lautet: Wie haben die Kommunikations- und Medienwissenschaften auf die Herausforderungen der umfassenden Medialisierung der Lebenswelt und der dynamischen technologischen Entwicklungen reagiert? Bei der Prüfung dieser Frage gelangt der Wissenschaftsrat zu folgenden Einschätzungen und Empfehlungen:

1. **Übersicht über das Feld:** Im Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaften sollten aufgrund divergierender Methoden, Gegenstände, Paradigmen, Terminologien und Traditionen drei Ausrichtungen unterschieden werden: die sozialwissenschaftliche Kommunikationswissenschaft, die Medientechnologie und die kulturwissenschaftliche Medialitätsforschung. Das Verhältnis der drei Ausrichtungen in

¹ 2010 soll ein Umsatz von 70 Mrd. Euro erreicht werden (vgl. hierzu: German Entertainment and Media Outlook: 2006-2010).

Forschung und Lehre ist in spezifischer Weise gegenläufig: In der Forschung, wo der rasante Wandel des Gegenstandsfeldes Anlass für gemeinsame Untersuchungen sein müsste, verhalten sich die drei Ausrichtungen eher abgeschottet. In der Lehre dagegen, wo vor allem in den Bachelor-Studiengängen methodische und thematische Sicherheit zu vermitteln wäre, herrscht bisweilen eine sorglose Kombinatorik.

2. **Forschung:** In der Forschung hält der Wissenschaftsrat eine stärkere Kooperation aller drei Ausrichtungen in Form von Forschungsverbundprojekten für dringlich. Es zeigt sich, dass die drei Ausrichtungen noch weitgehend blind füreinander und damit für die komplementären Vorteile sind, die eine Kooperation hätte: Die Kommunikationswissenschaft und die Medialitätsforschung könnten erheblich von einem stärkeren Technologiebezug profitieren, die Medientechnologie und die Medialitätsforschung wiederum von der Einbeziehung sozialwissenschaftlich gewonnener Empirien. Die Medientechnologie und die Kommunikationswissenschaft schließlich könnten durch Kooperationen mit der Medialitätsforschung ihre partielle theoretische Unterbestimmtheit bearbeiten. Der Wissenschaftsrat ermutigt die genannten Wissenschaften, gezielt Kooperationen zwischen den drei Ausrichtungen, aber auch mit den jeweiligen Ursprungsdisziplinen, anzustreben und sich in einem zweiten Schritt auch um eine Förderung in kooperativen Verfahren zu bemühen.
3. **Lehre:** Der Wissenschaftsrat hält eine planlose Kombination von Elementen aller drei Ausrichtungen in den Studiengängen oder ein modisches Umetikettieren etablierter Studiengänge in solche für Medien für nicht länger akzeptabel. Solche Studiengänge vermitteln weder ein klares Qualifikationsprofil, noch legen sie eine wissenschaftlich-methodisch solide Grundlage für den wissenschaftlichen Nachwuchs. Der Wissenschaftsrat empfiehlt daher die Ausrichtung der Studiengänge jeweils nur an einer der drei Ausrichtungen, insbesondere um auch die methodische Ausbildung zu stärken. Dazu schlägt er Modellcurricula vor. Demnach sollen Bachelor-Studiengänge in der Kommunikationswissenschaft angeboten werden sowie in der Medientechnologie dort, wo die personelle und technisch-infrastrukturelle Ausstattung es zulässt. In der kulturwissenschaftlichen Medienwissenschaft (kurz: Medialitätsforschung) soll es keine Bachelor-Studiengänge geben. Master-Studiengänge sollte es in allen drei Ausrichtungen geben, wobei der Zugang in den Kommunikationswissenschaften primär über einen Bachelor im gleichen Fach erfolgt, der Zu-

gang in der Medientechnologie entweder über den Bachelor im Fach oder einen solchen in der Informatik. Der Zugang in den medialitätswissenschaftlichen Master sollte primär auf dem Wege eines geistes-, kultur- bzw. sozialwissenschaftlichen Bachelor (z. B. Germanistik, Kunstgeschichte oder Geschichte) erfolgen, der medienwissenschaftliche Akzente gesetzt hat.

Medientechnologische Studiengänge benötigen kostspielige Gerätschaften, die in relativ kurzen Abständen erneuert werden müssen. Da die Hochschulen diese Ausstattung nicht oder nur partiell vorhalten können, empfiehlt der Wissenschaftsrat die Einrichtung solcher Studiengänge vor allem in Regionen mit einer Verdichtung möglicher Kooperationspartner aus der Wirtschaft bzw. aus Forschungseinrichtungen.

4. **Nachwuchs:** Insbesondere in der Kommunikationswissenschaft fehlt der wissenschaftliche Nachwuchs. Hier sind vermehrte Anstrengungen in Form von strukturierten Promotionsprogrammen sowie einer verbesserten Betreuung des Nachwuchses im Rahmen von Mentoring-Programmen erforderlich. Darüber hinaus gilt es, das Potential von Studierenden an den Fachhochschulen für eine weitere wissenschaftliche Qualifikation nicht zu vernachlässigen. Daher erinnert der Wissenschaftsrat an seine Forderung, die Durchlässigkeit zwischen den Hochschularten zu verbessern.
5. **Internationalisierung:** Trotz des konkurrenzfähigen Niveaus der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung in Deutschland mangelt es an internationaler Präsenz. Der Wissenschaftsrat empfiehlt daher, durch vermehrte englischsprachige Publikationen sowie durch eine verstärkte Förderung von Übersetzungen zentraler Werke den Internationalisierungsgrad zu fördern. Die internationale Ausschreibung von Wissenschaftlerstellen sowie eine frühzeitige Förderung einer internationalen Orientierung des Nachwuchses sind zwei weitere Strategien zur stärkeren Internationalisierung von Forschung und Lehre.
6. **Politikberatung:** Für nicht ausreichend erachtet der Wissenschaftsrat gegenwärtig die Voraussetzungen für eine profunde kommunikations- und medienwissenschaftliche Beratung von Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Anders als z. B. in den USA hat sich in Deutschland kein Institut etabliert, das die Ressourcen besäße, eine solche kontinuierliche Beratung auf hohem Niveau zu leisten. Diese strukturelle Lücke könnte eine Forschungseinrichtung wie zum Beispiel das Hans-Bredow-Institut in Hamburg füllen, für das der Wissenschaftsrat auf der Grundlage einer positiven

Evaluierung 1999 bereits eine breitere und verbesserte Finanzierung empfohlen hatte.

7. **Infrastruktur: Archivierung und Zugänglichkeit audiovisueller Quellen:** Als ein gravierendes Hemmnis für Forschung und Lehre hat sich im Laufe der Untersuchungen die Archivsituation bei den audiovisuellen Medien herausgestellt, sowohl hinsichtlich der Sammlung und Konservierung als auch der Zugänglichkeit der Medienprodukte. Der Wissenschaftsrat bedauert, dass eine zentrale Archivierung der Medienbestände bislang politisch nicht durchsetzbar war, und benennt nunmehr aus wissenschaftlicher Sicht Bedingungen, die eine dezentrale Archivierung – zum Beispiel in Form eines Netzwerkes – erfüllen müsste: Neben der freien Zugänglichkeit für Forschung und Lehre sollte eine solche dezentrale Archivierung auf transparenten Kriterien der Auswahl beruhen und mittels einer ausreichenden Vernetzung die kritische Masse für wissenschaftliches Arbeiten schaffen. Die Kosten für die Nutzung dieser Archive dürfen nicht weiter steigen. Ansonsten würde – wie zum Teil bereits geschehen – eine gezielte wissenschaftliche Nutzung letztlich vereitelt.

Der Wissenschaftsrat bittet Bund, Länder und auch Produzenten nachdrücklich, dieses Defizit rasch zu beheben. Aufgabe des Gesetzgebers ist es dabei, die komplexen Rechtsprobleme im Sinne eines angemessenen Ausgleichs der unterschiedlichen Interessen – einerseits der Zugänglichkeit für wissenschaftliche Zwecke und andererseits der Wahrung von Urheber-, Produzenten-, Leistungsrechten sowie Datenschutzanforderungen – zu lösen.

Der Wissenschaftsrat ist davon überzeugt, dass vom Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaften wesentliche Impulse für ökonomische, technische und kulturelle Entwicklungen unserer Gesellschaft ausgehen und dass umgekehrt der Bedarf seitens Wirtschaft, Gesellschaft und Politik, vermehrt auf diese Forschungen zurückgreifen müssen, steigen wird. Daher sollte das Feld an den Hochschulen in Forschung und Lehre im Sinne der hier formulierten Empfehlungen gestärkt und der enormen Nachfrage der Studierenden auch durch eine Verbesserung des Studienangebotes und der Betreuungssituation Rechnung getragen werden.

A. Ausgangslage

A.I. Einleitung

Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland haben es mit einem sehr heterogenen, extrem dynamischen und daher zum Teil auch unübersichtlichen wissenschaftlichen Feld zu tun. Sie zielen auf Vorschläge zur Stärkung von Forschung und Lehre, die zugleich Strukturen dieses Feldes klären sollen, ohne seine besondere Dynamik zu bremsen.

Die Vielgestaltigkeit der Kommunikations- und Medienwissenschaften manifestiert sich zunächst in einer Vielzahl von Medienbegriffen. Der Begriff „Medium“ ist allgemein ein „Oberbegriff für Kommunikationsmittel und die über sie hergestellten Kommunikationsverhältnisse“² und wird im Alltag verbreitet als Sammelbegriff für die verschiedenen aktuellen Massenmedien verwendet.³ Im wissenschaftlichen Kontext gewinnt dieser Begriff indes in zahlreichen Disziplinen – selbst in solchen, die nicht zu den Kommunikations- und Medienwissenschaften zählen – eine je eigene Bedeutung. Gemeinsam ist den zahllosen Gebrauchsweisen des Begriffs der Aspekt der „Vermittlung von etwas zwischen zwei oder mehreren Polen“.⁴ So kann „Medium“ ein spezifisches Zeichensystem (Sprache, Schrift, Bild, Ton) bezeichnen oder einen spezifischen Äußerungstypus (das Medium Literatur im Unterschied zum Medium Kunst). Der Ausdruck kann sich auf die materiellen Träger von Kommunikaten beziehen (vom Papyrus bis zum Internet) oder – im Plural „Medien“ – die Gesamtheit der sozialen und technischen Systeme moderner (Massen)Kommunikation im Unterschied etwa zu personaler Interaktion meinen.

In der hier nur angedeuteten Vielzahl der Medienbegriffe spiegelt sich einerseits die Universalität des Medialen: der Umstand, dass es ohne Medien keine Kommunikation und ohne Kommunikation keine Gesellschaft, keine Kultur, keine Ökonomie geben kann. Begriffliche Differenzierung ist also zunächst einfach die Form, in welcher die Wissenschaften auf die Komplexität von Welt reagieren.

Andererseits manifestiert sich in den Differenzierungen der Medienbegriffe die besondere Dynamik und hohe Innovationsgeschwindigkeit im Bereich der Medientechniken. Ständig werden neue Träger von Kommunikationsmedien sowie Programme entwickelt,

² Hallenberg, Gerd (2000): S. 551.

³ Vgl. Beck (2006a).

⁴ Hallenberg (2000), S. 551.

die immer schneller arbeiten, deren Kosten häufig immer weiter sinken und die sich daher auch immer rascher und weiter verbreiten. Während in den 60er und 70er Jahren des 20. Jahrhunderts in Verwaltung und Wissenschaft für vergleichsweise einfache Aufgaben noch enorm aufwändige Großrechenanlagen zum Einsatz kamen, vollzog sich seit etwa 1980 eine durchgreifende Personalisierung im Einsatz von Computern, die auf der Standardisierung von Software und Mensch-Maschine-Kommunikation am eigenen PC beruhte. Spätestens seit Mitte der 1990er Jahre konvergieren Informations-, Kommunikations- und Medientechnologien im Zuge der Entstehung des World Wide Web oder der Entwicklung von Mobiltelefonie. Die vollständige Digitalisierbarkeit von Text, Bild und Ton erlaubt eine Fusion sich ehemals unabhängig von einander entwickelnder technischer Medien. Diese Fusion lässt auch bis dato wohl etablierte technische Strukturen und Differenzierungen im Feld von Medien und Kommunikation hinter sich.

Im Zuge dieser technischen Umwälzungen etablierte sich an den Hochschulen – neben den existierenden geistes- und sozialwissenschaftlich ausgerichteten Kommunikations- und Medienwissenschaften – die Medientechnologie bzw. -informatik als ein eigenes Studienfach. Damit ist jene Konfiguration der Kommunikations- und Medienwissenschaften erreicht, die auch den aktuellen Zustand bestimmt. Denn spätestens seit dieser Zeit lassen sich dreierlei Zugänge deutlich unterscheiden, in denen die Kommunikations- und Medienwissenschaften das Feld der Medien in den Blick nehmen: Sie untersuchen die sozial-kommunikative Funktion der Medien, insbesondere in der Massenkommunikation (sozialwissenschaftlich orientierte Kommunikationswissenschaft); sie reflektieren unterschiedliche Medien in kommunikativer, ästhetischer und technischer Hinsicht (Kulturwissenschaftliche Medienwissenschaft); und sie tragen in der Medieninformatik zum technischen Fortschritt bei (Medientechnologie). Dabei werden, wie oben bereits angedeutet, unterschiedliche Medienbegriffe verwendet und jeweils unterschiedliche Forschungsgegenstände konstituiert. Zusätzlich sind die je spezifischen empirisch-sozialwissenschaftlichen, historisch-hermeneutischen und technikwissenschaftlichen Methoden der drei hier unterschiedenen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Ausrichtungen (vgl. dazu genauer A.II.) offensichtlich komplementär zueinander und aufeinander verwiesen bei dem Projekt, das Mediale in der Vielfalt seiner Erscheinungen wissenschaftlich zu bearbeiten.

Im Zuge der Entwicklungen dieses außerordentlich differenzierten, dynamischen und komplexen Wissenschaftsfeldes haben sich vielgestaltige Forschungsansätze, Studienangebote und neue Disziplinen bzw. Wissenschaftsgebiete mit protodisziplinären Status entwickelt.

Mit den vorliegenden Empfehlungen gibt der Wissenschaftsrat einen Überblick über die bereits eingetretenen Entwicklungen im Hochschul- und außerhochschulischen Bereich. Er hat dabei auf eine flächendeckende institutionenbezogene Evaluierung der Kommunikations- und Medienwissenschaften verzichtet und sich angesichts der zum Teil diffusen Konturen des Feldes für einen problembezogenen Zugang entschieden. Er analysiert die Defizite und Stärken des gesamten Feldes, um darauf aufbauend Leitlinien für die Verbesserung der Forschungskultur zu entwerfen, Vorschläge für kommunikations- und medienwissenschaftliche Studienangebote (Modellcurricula) zu erarbeiten und Strategien für eine bessere Nachwuchsförderung und eine vermehrte internationale Präsenz der deutschen Kommunikations- und Medienwissenschaften zu entwickeln. Die Probleme, die den Ausgangspunkt der Auseinandersetzung des Wissenschaftsrates mit dem Feld bilden, lassen sich wie folgt beschreiben:

- Die kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung weist in Deutschland ein Kooperationsdefizit auf und hinkt in dieser Hinsicht den internationalen Aktivitäten hinterher, die – an dieser Stelle ist die US-amerikanische Forschung führend – bereits in großen Institutionen die unterschiedlichen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschungsausrichtungen einschließlich der medientechnologischen Arbeiten zusammengeführt haben.
- Angesichts boomender Märkte streben immer mehr Schulabgänger mit unklaren Motivationslagen an, „irgendetwas mit Medien“ zu studieren, und die Hochschulen reagieren darauf mit einem zunehmend unübersichtlich werdenden Angebot von neuen Studiengängen. Es ist daher notwendig, Transparenz in dieses Angebot zu bringen und – mit dem Ziel der Qualitätssteigerung – Vorschläge für fachlich verantwortbare Bachelor- und Masterstudiengänge in den Kommunikations- und Medienwissenschaften zu entwickeln.
- In Teilbereichen des Feldes wird unter anderem aufgrund der großen Sogkraft des Medienmarktes zu wenig wissenschaftlicher Nachwuchs ausgebildet, so dass es über kurz oder lang zu erheblichen Problemen in der Nachbesetzung insbesondere einschlägiger sozialwissenschaftlich orientierter Professuren kommen wird. Ein wei-

terer Ausbau der sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft ist aufgrund dieser angespannten Situation mittelfristig kaum möglich.

- Im Bereich der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung gibt es - trotz teilweise erheblichen politischen Handlungsdrucks - in großem Umfang offene Fragen, die nicht allein aus der technologischen Entwicklungsdynamik und aus den Eigenlogiken der Grundlagenforschung heraus entstehen. Beispielhaft erwähnt seien an dieser Stelle lediglich die Probleme des Medienkonsums bei Jugendlichen oder in bildungsfernen Schichten. Daher fragt der Wissenschaftsrat auch, ob die notwendigen Forschungskapazitäten vorhanden und angemessen organisiert sind, um den gesellschaftlichen und politischen Beratungsbedarf decken zu können.
- Die außerordentliche Dynamik der Kommunikations- und Medienwissenschaften wie ihrer Forschungsgegenstände schlägt sich zudem in besonderen Problemstellungen der wissenschaftlichen Infrastruktur nieder. Der Wissenschaftsrat geht in diesem Zusammenhang auf Fragen der Archivierung insbesondere audio-visueller Medienereignisse (Radio, TV) sowie der Klassifikation der Kommunikations- und Medienwissenschaften in den Systematiken von Bibliotheken, Forschungsfördereinrichtungen und amtlicher Statistik ein.

Die übergreifende Frage lautet: Wie hat das Wissenschaftssystem auf die Herausforderungen der umfassenden Medialisierung der Lebenswelt und der dynamischen technologischen Entwicklungen reagiert, und können die Kommunikations- und Medienwissenschaften die mit dieser Dynamik einhergehenden soziokulturellen Veränderungen angemessen beobachten und reflektieren?

A.II. „Die Kommunikations- und Medienwissenschaften“:

Zur Neuformierung eines wissenschaftlichen Feldes

Zur konstitutiven Vorgeschichte der Kommunikations- und Medienwissenschaften gehört es, dass sich verschiedene geistes- und sozialwissenschaftliche Disziplinen, teilweise seit jeher, mit Trägern und Formen des Symbol-, Zeichen- und Informationsaustausches beschäftigen, ohne dass dafür der Begriff „Medium“ selbst schon als wissenschaftlicher Leitterminus eingeführt worden wäre. Zu nennen sind hier beispielsweise Literaturwissenschaft, Archäologie, Kunstgeschichte, Film- und Medienwissenschaften, Anthropologie, Psychologie, Soziologie und auch die Geschichtswissenschaft. Diese

Disziplinen und die von ihnen geleistete Erforschung der unterschiedlichen (überwiegend analogen) Medien und ihrer Geschichte sind von wesentlicher Bedeutung für das Verständnis des Funktionierens der verschiedenen Medien und ihrer Wirkung auf die kulturelle Praxis. Ähnliches gilt auch für die Informationswissenschaften⁵, deren Forschungen insbesondere zur medientechnischen Dimension beitragen, von woher sich indes nicht das gesamte vom Wissenschaftsrat betrachtete Feld erschließen lässt. Die aktuelle Erforschung der ‚neuen‘, d. h. digitalen (Massen-)Medien vernachlässigt vielfach die oben genannten wissenschaftshistorischen und zugleich wissenschaftssystematischen Zusammenhänge, indem sie allein die elektronischen Medien und Massenmedien in den Blick nimmt. Demgegenüber berücksichtigen die vorliegenden Empfehlungen des Wissenschaftsrates die „alten“ wie die „neuen“ Medien (und die ihnen jeweils zugeordneten Forschungszusammenhänge) gleichermaßen und sie gehen davon aus, dass Kommunikations- und Medienwissenschaften im Grundsatz allein in einem (auch historisch) umfassenden Sinne und im Kontext benachbarter Disziplinen angemessen zu diskutieren sind.

Im 20. Jahrhundert haben sich neue wissenschaftliche Fragestellungen, Ansätze, Methoden und Institutionalisierungsformen herausgebildet, auf deren Entwicklung im Folgenden näher eingegangen werden soll. Im Zentrum steht die nach wie vor unabgeschlossene Neuformierung des kommunikations- und medienwissenschaftlichen Feldes insbesondere im deutschsprachigen Raum im Laufe des zurückliegenden Jahrhunderts. Dabei wird von der Annahme ausgegangen, dass sich unter vorwiegend theoretisch-methodischen Gesichtspunkten drei große Ausrichtungen der Kommunikations- und Medienwissenschaften unterscheiden lassen: die sozialwissenschaftlich-empirisch arbeitende Kommunikationsforschung (kurz: „Kommunikationswissenschaft“), die kulturwissenschaftlich orientierten Medienwissenschaften (die aus begrifflichen und praktischen Erwägungen in diesen Empfehlungen in dem Ausdruck „Medialitätsforschung“ zusammengefasst werden) sowie die technikorientierte Medieninformatik (kurz: „Medientechnologie“).⁶ Den Ausdruck „Kommunikations- und Medienwissenschaften“ reservieren die vorliegenden Empfehlungen für den Gesamtzusammenhang dieses wissenschaftlichen Feldes.

⁵ Zu diesen Wissenschaften gehören unter anderem die mathematische Informationstheorie, die Kryptographie, die Theorie der Datenkompression.

⁶ Zu den Folgen dieser Unterscheidung für Vorschläge zur curricularen Ausgestaltung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Studiengänge vgl. B.II. und Anhang F.

Neben den drei genannten Typen von Kommunikations- und Medienwissenschaften existiert ein breites praxisorientiertes Ausbildungs- und Forschungsfeld. Zu ihm zählen – mit Blick auf die Ausbildung – die künstlerisch-gestalterischen Studienangebote im Graphik- und Kommunikationsdesign, die Ausbildungsangebote für Film-, Funk- und Fernsehproduktionen oder die Beschäftigung mit neuen Medien an den Kunsthochschulen. Daneben gibt es ökonomisch orientierte Bereiche in den Kommunikations- und Medienwissenschaften, die ebenfalls vielfach einen starken Anwendungsbezug aufweisen. Medienwissenschaftliche Fragestellungen werden darüber hinaus in Teilgebieten anderer Disziplinen behandelt, so zum Beispiel in der Philosophie (Medienphilosophie), in der Ökonomie (Medienwirtschaft), in der Erziehungswissenschaft (Medienpädagogik) oder in der Rechtswissenschaft (Medienrecht).

Diese unterschiedlichen Anwendungsfelder, die vielfach über hoch spezialisierte Institutionen und Ausbildungsgänge verfügen, sind zu vielgestaltig, als dass eine weitergehende umfangreiche Binnenanalyse im Rahmen dieser Empfehlungen zu leisten wäre. Gleichwohl tragen diese Wissenschaftseinrichtungen und Studienangebote keineswegs unwesentlich zur kommunikations- und medienwissenschaftlichen Ausbildung bei.

Kommunikationswissenschaftlicher Zugang

Zu Anfang des 20. Jahrhunderts begann sich mit der Ausbreitung von Zeitungen und Zeitschriften als Massenkommunikationsmittel in Deutschland die Zeitungskunde als Vorläufer der Kommunikationswissenschaft herauszubilden. Die Gründung des Instituts für Zeitungskunde an der Universität Leipzig im Jahre 1916 durch den Leipziger Nationalökonom Karl Bücher markiert die Entstehung der Zeitungswissenschaft als Lehrfach.⁷ Die institutionelle Verankerung dieses Faches im deutschen Sprachraum geht im Anschluss an die Leipziger Gründung auch auf Anregungen sowohl von Seiten der Journalisten als auch von Verlegerseite zurück. In München wurde 1924, in Berlin 1925 ein entsprechendes Institut gegründet.⁸

Schon früher jedoch prägte sich in der US-amerikanischen Sozialphilosophie am Ende des 19. bzw. zu Beginn des 20. Jahrhunderts eine sozialökologische Richtung der Kommunikationsforschung aus, die sich aus der Beobachtung von Transportwesen,

⁷ Erste wissenschaftliche Beschäftigungen mit dem Zeitungswesen lassen sich bis ins 17. Jahrhundert hinein verfolgen und fallen zusammen mit dem Aufkommen der periodischen Presse in Deutschland. Zur Entwicklung der unterschiedlichen Medien seit dem Mittelalter bis zur Gegenwart vgl. Briggs/Burke (2005), S. 13ff.

⁸ Hierzu und zum Folgenden vgl. Kutsch (1996); Hachmeister (1987), S. 22- 41 und 72-75; Burkart (2002), S. 15 ff. sowie Pürer (2005).

Journalismus und urbanen Lebensstilen speiste. Zu nennen sind hier vor allem Robert Ezra Park, der 1903 in Heidelberg über „Masse und Publikum“ promoviert hatte, und Charles Horton Cooley, der mit Texten wie „The Significance of Communication“ und „Modern Communication: Enlargement and Animation“ die kulturelle Bedeutung der Kommunikationstechnologien betonte.⁹

In Deutschland beschäftigte sich die universitär verankerte Zeitungswissenschaft zunächst u. a. mit Fragen der Presseökonomie, -statistik und -geschichte. Schon 1926 plädierte Karl Jaeger in seiner einflussreichen Schrift „Von der Zeitungskunde zur publizistischen Wissenschaft“ für eine Erweiterung des Forschungsinteresses auf „alle die anderen Mittel, die auf öffentliche Meinung wirken können“.¹⁰ Zentrale Gegenstände der deutschsprachigen Zeitungswissenschaft waren (Massen)Medien, Medieninhalte und publizistische Persönlichkeiten. In den 50ern Jahre wurde aus der „Zeitungswissenschaft“ die „Publizistik(-wissenschaft)“, so dass die Ausweitung der Forschungsgegenstände auf die gesamte öffentliche, auf Überzeugung gerichtete Kommunikation auch im Namen deutlich wurde. Die Publizistik(-wissenschaft) konzentrierte sich vor allem auf die Erforschung aktueller Massenmedien und ist inzwischen weitgehend in der allgemeinen Kommunikationswissenschaft aufgegangen.

Die heute etablierte Kommunikationswissenschaft hat neben der zeitungswissenschaftlichen Tradition im deutschen Sprachraum eine weitere Wurzel im angloamerikanischen Wissenschaftssystem. Während im deutschsprachigen Raum die sich neu konstituierende Wissenschaft *primär geisteswissenschaftlich-hermeneutische Methoden* anwandte, ging der angelsächsische Wissenschaftsstrang vorwiegend sozialwissenschaftlich-empirisch vor und rückte seit den 1920er Jahren die Analyse der Wirkungen von Massenmedien ins Zentrum. Mit der Fokussierung auf den Kommunikationsprozess und mit der zentralen Stellung des Begriffs der Kommunikation in den theoretischen Ansätzen trat dann in den 1940er Jahren beispielsweise die Frage des Vermittlungserfolges technisch vermittelter Kommunikation in den Mittelpunkt der Forschung, die sich mit Aspekten wie etwa dem störungsfreien Transport einer Nachricht (Nachrichtentechnik, besonders in militärischen Zusammenhängen) befasste oder die Voraussetzungen gelingen-

⁹ Vgl. hierzu: Charles Horton Cooley: *On Self and Social Organization*, hrsg. von Hans-Joachim Schubert, Chicago/London 1998; Rolf Lindner: *Die Entdeckung der Stadtkultur. Soziologie aus der Erfahrung der Reportage*, Frankfurt/M. 1990; Daniel J. Czitrom: *Media and the American Mind: From Morse to McLuhan*, Chapel Hill 1982. Robert Ezra Park hatte 1925 in seiner Studie über Chicago die Stadt als evolutionäres Ökosystem begriffen, das sich wesentlich durch Kommunikationsbeziehungen unterschiedlicher Dichte kennzeichnen lässt (vgl. Ernest W. Burgen/ Roderick D. McKenzie/ Robert Ezra Park: *The City* 1925).

¹⁰ Jaeger (1926), S. 67.

der Überredung bzw. Überzeugung (Rhetorik, Propaganda) mittels Zeitungen, Flugblättern, Rundfunk oder Film untersuchte.

Die Vertreter dieser Richtung, die in Deutschland seit den 1960er Jahren verstärkt an Bedeutung gewann, stammten aus der Soziologie, der Psychologie oder auch der Politologie. Daher dominierten *empirisch-sozialwissenschaftliche Vorgehensweisen*, die auch an die quantitativen Methoden der Staatswissenschaft, i. W. der Statistik, anknüpfen konnten und sich in den „Herkunftsdisziplinen“ insbesondere in den USA bereits zum Standard der Forschung entwickelt hatten. Sozialwissenschaftliche Verfahren wie Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung oder andere experimentelle Designs wurden nun auch zur Untersuchung speziell von Massenkommunikationsprozessen eingesetzt. In Deutschland wurde die Bezeichnung „Kommunikationswissenschaft“ erstmals 1964 als Denomination eines Lehrstuhls verwendet („Lehrstuhl für Politik- und Kommunikationswissenschaft“ an der Universität Erlangen-Nürnberg), was den Übergang von der spezielleren Publizistik- zur allgemeineren Kommunikationswissenschaft markiert.¹¹

Aktuell ist die Kommunikationswissenschaft in Deutschland von vornehmlich aus dem angloamerikanischen Raum stammenden theoretisch-methodischen Orientierungen geprägt.¹² Ihr Gegenstandsbereich ist bis heute in erster Linie die Analyse von Strukturen und Prozessen der öffentlichen Kommunikation, ihre Differenz zu anderen Sozialwissenschaften die Fokussierung auf die *medial vermittelte* öffentliche Kommunikation. Die von Harold D. Lasswell 1948 geschaffene Formel: „Who says (communicator) what (content) in which channel (medium) to whom (recipient, audience) with what effect (effect)?“ leitet die Kommunikationswissenschaft. Sie setzt vor allem quantitative und qualitative Methoden der empirischen Sozialwissenschaften ein. Im Zentrum steht die indirekte, im weitesten Sinne durch Massenmedien vermittelte, öffentliche Kommunikation, insbesondere in den drei folgenden Untersuchungsperspektiven:

- Produktionsprozesse der massenmedial vermittelten Kommunikation (einschließlich der Produzenten),
- Produkte und Kommunikate (im weiteren Sinne: von den ‚alten‘ Massenmedien wie Zeitung oder Radio bis zu den ‚neuen‘ Massenmedien wie Computerspielen),

¹¹ Zur Fachgeschichte von der Antike bis zur Gegenwart vgl. ausführlich Pürer (2003), S. 31-56. Publizistik erscheint in der Statistik des Statistischen Bundesamtes nach wie vor sowohl als Studienfach wie auch als Forschungs- und Lehrbereich in der Personalstatistik (vgl. Anhang A.1.).

¹² Für eine aktuelle Gegenüberstellung von Definitionen der Begriffe Kommunikation, Massenkommunikation und Massenmedien vgl. Bonfadelli (2005).

- Rezeptions- und Wirkprozesse dieser Kommunikation (einschließlich der Rezipienten).

Die meisten im Fach verwendeten Theorien stellen Aussagen(systeme) über Teilbereiche des öffentlichen Kommunikationsprozesses dar. Allgemeine Theorien zum Prozess der öffentlichen Kommunikation (z. B. Öffentlichkeitstheorien) oder Theorien innerhalb zuvor genannter Teilbereiche (z. B. ökonomische oder psychologische Theorien) sind ebenfalls fachrelevant.¹³

Wesentliche Impulse erhält die Kommunikationswissenschaft aus der regen Auseinandersetzung mit Theorien, Methoden und Befunden anderer Disziplinen, insbesondere der Medienpsychologie und -soziologie. Auch Ökonomie, Rechts- oder Politikwissenschaft – um nur einige Beispiele zu nennen – beschäftigen sich in entsprechenden Teildisziplinen mit Sachverhalten der Mediensysteme. Ihre Erkenntnisse sind elementarer Bestandteil des kommunikationswissenschaftlichen Fachdiskurses und tragen zu dessen Dynamik bei. Fachvertreter in diesen Überschneidungsbereichen sind öfters sowohl in der Kommunikationswissenschaft als auch in einer weiteren Disziplin verortet und sichtbar.

Als Materialobjekte besaßen die neuzeitlichen Massenmedien vom Flugblatt über die Zeitung bis hin zu Hörfunk, Fernsehen (in öffentlich-rechtlicher und privater Rechtsform) sowie Nachrichtenagenturen eine besondere Bedeutung. Andere Massenmedien wie Zeitschrift, Film und Tonträger zählen ebenfalls traditionell zum Gegenstand des Fachs. Neben den Massenmedien treten aber auch zunehmend andere Institutionen wie Parteien, Verbände oder Unternehmen als korporative Kommunikatoren in den Blick. Sie liefern nicht nur den großen Massenmedien, sondern auch den auf gesellschaftliche Teilöffentlichkeiten bezogenen Medienformen (Mitgliederzeitschriften, Firmenpublikationen usw.) Themen und Inhalte.

In den vergangenen Jahren entwickelte sich überdies eine intensive wissenschaftliche Auseinandersetzung mit verschiedenen Formen computervermittelter Kommunikation (v. a. über das World Wide Web).¹⁴ Auch rücken Telekommunikationsmedien und vor allem die Mobilkommunikation zunehmend in den Fokus des Fachs.¹⁵ Zugleich wird nicht nur die zunehmende Verschränkung öffentlicher und nicht-öffentlicher Kommuni-

¹³ Vgl. hierzu und zum Folgenden die Übersichtsdarstellung von Bentele/Brosius/Jarren (2003).

¹⁴ Vgl. ausführlich Beck (2006b).

¹⁵ Vgl. z. B. die Beiträge in Höflich/ Gebhardt (2005).

kationsprozesse für die Forschung relevant, sondern auch die durch die technischen Entwicklungen bewirkte Dynamisierung und Flexibilisierung von Kommunikationsprozessen und Kommunikationssituationen. Unter dem Stichwort der Konvergenz werden dabei aktuelle Entwicklungen in der massenmedialen Produktion, Verbreitung und Nutzung untersucht. Der zwischenmenschlichen Kommunikation im engeren Sinne schenkt die Kommunikationswissenschaft als Basisphänomen demgegenüber nur insoweit Beachtung, als diese an öffentliche Kommunikationsprozesse im weitesten Sinn gebunden ist.

Mit der Journalistik existiert noch eine Spezialform der Kommunikationswissenschaft, die an den Hochschulen zum Teil eigenständig institutionalisiert ist oder war. In der sich seit Mitte der 1970er Jahre entwickelnden Journalistik(-wissenschaft) steht die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Berufs- und Arbeitsfeld des Journalismus im Zentrum der Forschungen.¹⁶ Im Unterschied dazu zielen (nichtakademische) Journalistikschulen primär auf die Vermittlung professioneller Kenntnisse für journalistisches Handeln und gehören daher nicht eigentlich zu den Kommunikations- und Medienwissenschaften, wie sie diese Empfehlungen untersuchen.

Kulturwissenschaftlicher Zugang (Medialitätsforschung)

Die Medialitätsforschung¹⁷, die explizit die „Materialität der Kommunikation“¹⁸ in das Zentrum ihrer Erkenntnisinteressen rückt, entwickelte sich seit Mitte der 1950er Jahre. Ihre deutlich weiter zurückreichenden Wurzeln liegen allgemein in den Philologien, der Kunstgeschichte bzw. der Geschichtswissenschaft. Diese neu entstandene kulturwissenschaftlich orientierte Medienwissenschaft – so ließe sich pointiert zusammenfassen – nimmt die seit Generationen vertretene medienbezogene Forschungspraxis der „alten“ Mediendisziplinen auf, um sie kritisch gegen eine gewisse „Medienvergessenheit“ von Teilen der etablierten Kommunikationswissenschaft einerseits sowie der Literatur-, Kunst- und Musikwissenschaft oder anderer Geisteswissenschaften andererseits zu wenden. Mit „Medienvergessenheit“ ist gemeint, dass in jenen Fächern nicht ausreichend gefragt wird, inwiefern Medien in ihrer sozialkommunikativen, ästhetischen und technischen Dimension stets zugleich auch mitkonstituieren, was sie nur zu vermitteln bzw. zu transportieren scheinen.

¹⁶ Vgl. hierzu und zur näheren Gegenstandsbestimmung Pürer (2005), S. 174f.

¹⁷ Zum Begriff der Medialität vgl. Pfeiffer (2002), Krämer (2004) und Pfeiffer (2006).

¹⁸ Gumbrecht/ Pfeiffer (1988).

Die Thematisierung der Medialität der Gegenstände etablierter Disziplinen markiert den Unterschied zur Perspektive der Herkunftsdisziplinen. Dabei strebt die Medialitätsforschung nicht eine umfassende medienwissenschaftliche Transformation ihrer Herkunftsfächer an, selbst wenn medientheoretische Impulse dort unstrittig beträchtliche Umorientierungen in Lehre und Forschung bewirkt haben; so haben etwa die medientheoretischen Debatten um Mündlichkeit, Schriftlichkeit oder Aufführungen (Performativität) zu einer entschiedenen Erneuerung der Problemzuschnitte und Methodeninstrumentarien in der literaturwissenschaftlichen Mittelalterforschung beigetragen. Medialitätsforschung analysiert Medialität (und das heißt stets auch Mediendifferenz) als einen konstitutiven Aspekt im Prozess der Herstellung von Kommunikation, der Vermittlung und Speicherung von Wissen sowie der Formation von Kultur.¹⁹ Medien werden als ‚organisierende Mitte‘ zwischen Technologie, (ästhetischen) Formen und kommunikativen Prozessen analysiert.

Die wissenschaftsgeschichtlichen Wurzeln der neueren Medialitätsforschung liegen insbesondere in den frühen Forschungen der Kunstgeschichte zu vormodernen Massenmedien (Wandmalerei, Flugblatt, Flugschrift usw.)²⁰, in den ersten Versuchen der Soziologie zum Zusammenhang von technischen Medien und gesellschaftlicher Entwicklung²¹ oder in den Arbeiten des Ökonomen Harold Innis, der als einer der Wegbereiter einer Medialitätsforschung im angloamerikanischen Raum gilt. Er entwickelte Anfang der 1950er Jahre die These, dass sich die Geschichte als eine Abfolge kultureller Epochen auffassen lasse, die von einem jeweils dominanten Kommunikationsmedium geprägt seien.²² Innis' Betonung der materialen Seite der Kommunikationsmedien, die er von der wirtschaftlichen und politischen Produktion her dachte, korrespondierte mit jenen Forschungen, die – auf der Basis der neu entdeckten oder zumindest neu bewerteten Unterscheidung von Mündlichkeit und Schriftlichkeit – die Konsequenzen medialer Voraussetzungen nicht nur für die Produktion von Texten sondern für die Organisation von Gesellschaften untersuchten. Diese Konsequenzen wurden im Zusammenhang mit

¹⁹ Vgl. hierzu auch Engell/Vogl (1999).

²⁰ Vgl. Riegl, Alois (1927): Spätromische Kunstindustrie. 4. unveränd. Aufl.; Nachdr. d. 2. Aufl. Wien; Warburg, Aby (1998ff.): Analyse der Reformationspropaganda: in: Gesammelte Schriften, hrsg. von Horst Bredekamp et al. Berlin. Bd. I,2 = Reprint der Ausgabe Leipzig/Berlin 1932, S. 483-558.

²¹ Vgl. Werner Sombarts Schrift „Technik und Kultur“ und die Arbeiten Alan Turings zur Digitalität.

²² Innis gilt als großer Vordenker und Anreger von McLuhans Theorien. McLuhan bezeichnete einmal „The Gutenberg Galaxy“ als „Fußnote“ zu Innis' Arbeiten (Kloock/Spahr (2000, S. 46-48, Zitat S. 48). Als wichtige Publikationen von Harold Innis sind „Empire and Communications“ (1950) sowie „The Bias of Communication“ (1951) zu nennen.

zunehmend auf Verschriftlichung basierender Gesellschaften gesehen und mit Blick auf die Organisation sozialer Abläufe analysiert.²³

Die Vorstellung einer Epocheneinteilung entlang vorherrschender Kommunikationsmedien wurde von Marshall McLuhan aufgegriffen, der ebenfalls die Auffassung vertrat, dass (medien-)technische Neuerungen die Erfassung der Dimensionen von Raum und Zeit modifizieren und auf diese Weise die Formen prägen, in denen die Welt wahrgenommen wird. In Anlehnung an Harold Innis lässt sich die Geschichte daher aus McLuhans Sicht in vier Epochen einteilen: die orale Stammeskultur, die literale Manuskriptkultur, die Gutenberg-Galaxis und das elektronische Zeitalter, wobei für die Epochenzäsur jeweils die Erfindung eines neuen Mediums (Schrift, Buchdruck, elektronische Signalübertragung) verantwortlich ist.²⁴ Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen prägte der Begründer der „Toronto School of Communication“ 1958 den Slogan „The medium is the message“ – wobei mit der Botschaft eines Mediums nicht dessen Inhalt gemeint ist, sondern die persönlichen und sozialen Auswirkungen, die sich aus dem Gebrauch eines Mediums wie etwa Telefon, Schrift, Radio/TV oder Internet ergeben.

Im deutschsprachigen Raum entwickelte sich die Medialitätsforschung vornehmlich aus der Beobachtung eines gewissen Defizits der Geisteswissenschaften heraus, die ihre eigenen Erkenntnisgrundlagen zu wenig medialitäts- und das heißt auch zu wenig technologiebezogen reflektierten. Medialitätsforschung in diesem Sinne kann in ihren Anfängen als ein „Renovierungsunternehmen“²⁵ gedeutet werden, das die bis dahin in den geisteswissenschaftlichen Disziplinen selbstverständlich vorausgesetzten Objekte auf ihre medialitätsspezifischen Funktionsweisen und Wirkungen befragt. Allerdings haben geisteswissenschaftliche Fächer schon früher ältere („analoge“) Technologien (Bühnentechnik und -technologien, Buchdruck, handwerkliche Techniken etc.) immer wieder in ihren Forschungen thematisiert. Im Blick auf die modernen Technologien ist der methodische Ansatz Friedrich Kittlers bekannt geworden. Dabei ist der Begriff des Mediums einerseits deutlich enger gefasst als etwa bei McLuhan, da Kittler Medien funktional als diejenigen Techniken definiert, die zum Speichern, Übertragen und Verarbeiten von Informationen verwendet werden. Andererseits ist „Technik“ insofern als vergleichsweise umfassender Begriff zu verstehen, als er auch Praktiken wie etwa Rhythmus und

²³ Vgl. hierzu Walter J. Ong: *Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes*, Opladen 1987; Eric A. Havelock: *Als die Muse schreiben lernte*, Frankfurt a.M. 1992; Jack Goody: *Die Logik der Schrift und die Organisation der Gesellschaft*, Frankfurt a.M. 1990.

²⁴ Kloock/ Spahr (2000), S. 59 f.

²⁵ Seel (2003), S. 10.

Reim als wichtige Speichertechniken mündlicher Kulturen einschließt und einen breiten Medientechnologiebegriff (zwischen Schreibgriffel und Computer) zugrunde legt. Medientechniken sind für Kittler mit gesellschaftlichen Institutionen wie Familie, Kloster oder Universität zu einem System verbunden, das die Regeln der Verteilung, Rezeption und Überlieferung von Informationen bestimmt. Durch solche – von Kittler als „Aufschreibesystem“ bezeichnete – Netzwerke werde das Wissen einer jeweiligen Kultur „formiert, reguliert und damit produziert“.²⁶

Medientechnologischer Zugang

Ausdruck und Folge der zumindest seit der Entstehung einer Wissenschaft von der Struktur komplexer Systeme (Kybernetik) andauernden Entwicklung ist die Herausbildung eines neuen Wissenschaftsbereiches, der speziell die technischen und informationstheoretischen Aspekte von Medien und Kommunikation untersucht: die Medientechnologie. Ihre Entwicklung knüpft an die Geschichte der technischen Herstellung von Medien, zum Beispiel dem Druckerhandwerk an. So ging die Hochschule für Medien in Stuttgart, die heute Studierende für das Berufsfeld Medien und Information ausbildet, im Jahre 2001 aus einer Fusion der Hochschule für Druck und Medien und der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen hervor.

Der rasche Ausbau dieses dritten medien- und kommunikationsbezogenen Wissenschaftsbereichs steht in enger Wechselwirkung mit der rasanten technologischen Entwicklung insbesondere auf dem Gebiet der digitalen Medien. Anfang der 1990er Jahren entstanden im deutschsprachigen Raum die ersten Studiengänge in der Medientechnologie, vielfach auch Medieninformatik genannt. Hintergrund dieser Institutionalisierungen war die fortschreitende Digitalisierung von Text, Fotografie, Audio und Video einerseits und die damit verbundene Konvergenz der technischen Medien andererseits. Die elektronischen Medien wurden in der Anfangszeit unter den Begriff ‚Neue Medien‘ subsumiert. Heute ist die Bezeichnung ‚digitale Medien‘ im Unterschied zu ‚analoge Medien‘ der im Feld der Medientechnologie eingeführte Begriff.

Während Druck und Presse, aber auch die analogen Formen von Rundfunk, Film, Fernsehen, Video, Telefon und Funk sich lange Zeit (technisch) unabhängig voneinander entwickelt haben, bewirkt die Digitalisierung eine technische Konvergenz unterschied-

²⁶ Hierzu und zum Folgenden vgl. Kloock/Spahr (2000), S. 172-186, Zitat S. 169. In seinem Buch „Aufschreibesysteme 1800/1900“ untersucht Kittler die Anfänge der Epochen „1800“ (von ca. 1800 bis 1900) und „1900“ (von ca. 1900 bis heute) in ihren spezifischen Ausprägungen der Produktion, Speicherung und Verteilung von Wissen.

lichster Medien. Zugleich eröffnen und prägen digitale Medien neue Formen der Kommunikation. Dazu gehören das Internet mit den Webseiten²⁷ und Mail-Diensten²⁸ sowie die Weiterentwicklungen der drahtlosen Datenübertragung für die Kommunikation (UMTS, WLAN, Bluetooth etc.²⁹).

Analoge Medientechniken wahren in Bereichen wie Druck, Film, Kunst oder Fotografie ihre Bedeutung. Sie spielen für den Bereich des langfristigen Speicherns nach wie vor eine zentrale Rolle (z. B. in Form von Microfiche, Film, Papier etc.). Gleichwohl wächst die Bedeutung der Informatik in der Medientechnologie. Dies hat folgende Gründe:

- Die Speicherung und die Verarbeitung von Daten erfolgt zunehmend digital. Beispiele dafür sind die Archive von Rundfunk- und Fernsehanstalten bzw. im privaten Bereich der Umstieg auf die digitale Fotografie;
- die Ausstrahlung von Fernsehprogrammen wird sukzessive auf digitale Übertragungswege (DVB: Digital Video Broadcasting) umgestellt;
- auch wenn sich das digitale Radio (DAB: Digital Audio Broadcasting) als Ersatz für den analogen Übertragungsweg noch nicht durchgesetzt hat, sind (digitale) Webradio-Sender auf dem Vormarsch.

Im deutschsprachigen Raum wurde der erste Diplomstudiengang Medieninformatik an der Hochschule Furtwangen im Sommer 1990 eingerichtet. Dieser Studiengang war interdisziplinär und anwendungsorientiert angelegt, denn er umfasste neben typischen Informatikgrundlagen auch Fächer wie Medienkonzeption, Mediengestaltung und Mediendidaktik. Diese Ausrichtung entspricht den Aufgaben und dem Selbstverständnis der Medientechnologie. Sie hat Berührungspunkte zu Informatik, Wirtschaft, Mediengestaltung, Kunst, Kultur, Medienrecht, Psychologie, Mediendidaktik oder auch zu den Sozialwissenschaften. Entsprechend vielfältig sind die eingesetzten Methoden. Während der medieninformationstechnologische Bereich sich als Angewandte Informatik versteht und daher das Methodenrepertoire der Informatik anwendet, werden in den anderen Bereichen auch geistes-, sozial- und wirtschaftswissenschaftliche sowie künstlerische Methoden eingesetzt.

²⁷ Vgl. <http://www.w3.org/Proposal.html>

²⁸ Vgl. http://bbn.com//Historical_Highlights/Email.html. Die Einführung von E-Mail wurde nicht gezielt geplant, sondern geht auf das Benutzerverhalten zurück. Ebenso ungeplant war der Erfolg der SMS-Nachrichten. Ursprünglich als ein „Abfallprodukt“ kostenlos angeboten, entwickelte sich der Short Message Service (SMS) zu einem sehr ertragbringenden Zweig der Netzbetreiber.

²⁹ Vgl. z. B. Roth (2002). Die Abkürzungen bzw. Begriffe werden im Glossar erläutert.

Medientechnologische Forschung zielt auf die Modellbildung wie auch die Entwicklung operativer multimedialer und multimodaler Informationssysteme. Beispiele solcher Systeme sind:

- durch den Einsatz digitaler Medien unterstützte kooperative Arbeitsformen und -umgebungen, welche die Zusammenarbeit von Experten einfacher und effizienter machen (sollen) (Computer Supported Cooperative Work);
- Konzepte für elektronisches Lernen (e-Learning) bzw. für das elektronische Publizieren und Archivieren (digital libraries);
- Entwurf, Realisierung und Bewertung neuer Mediennutzungsformen, die im Idealfall personalisiert sind, d. h. sich an den wandelnden Bedarf des jeweiligen Nutzers anpassen;
- neugestaltete Mediensysteme insbesondere im Zusammenhang mit der stark ansteigenden Zahl von mobilen Anwendungen, welche die Gestaltung geeigneter Benutzerschnittstellen (human-computer interfaces) erfordern, um eine hohe Benutzerakzeptanz erzielen zu können.

Bei der Entwicklung von neuen Produkten der Medientechnik ist zu beobachten, dass kulturelle Praktiken auf die Innovationsrichtung der Medientechnik selbst zurückwirken. So lässt sich die Entwicklung von bestimmten Nutzungsoberflächen (Virtuell analoge Synthesizer), von Geräten (MP3-Player) oder Software-Systemen (Social Software, Web 2.0, mySpace, YouTube etc.) auch als technischer „Reflex“ auf spezifische Nutzungsformen verstehen. Medientechnik und Mediennutzung entwickeln sich also in einem ständigen Rückkopplungsprozess, der nicht allein mit Methoden der Informatik erfasst werden kann.

An der Schnittstelle von technischer-applikativer Entwicklung, kulturellem Wandel der Anforderungen und ästhetisch-gestalterischer Ausformung sind bestimmte Hochschulen in besonderem Maße aktiv, so zum Beispiel die Kunsthochschule für Medien, die 1990 als erste Kunsthochschule für audiovisuelle Medien in Köln gegründet wurde. Diese Hochschule verfolgt das Ziel, alle jene Medien zusammenzuführen, die sich in der Praxis durchdringen, aber vielfach an anderen Hochschulen getrennt voneinander untersucht werden. Künstlerische Auseinandersetzung, technische Entwicklung und wissenschaftliche Reflexion werden dabei zusammengeführt. Hohe Priorität im Studium hat die experimentelle kreative Praxis in Atelier, Studio und Labor in Verbindung mit der Aneignung

nung medientechnischer Kompetenzen sowie der Vermittlung der theoretischen und historischen Grundlagen der audiovisuellen Medien.

A.III. Überblick über die Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland

III.1. Zur Studiensituation und zum wissenschaftlichen Nachwuchs an den Hochschulen

So vielgestaltig das Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaften ist, so vielgestaltig hat sich die medienbezogene Ausbildungslandschaft in Deutschland entwickelt. Kommunikations- und medienwissenschaftliche Studiengänge lassen sich an Universitäten und Fachhochschulen, aber auch an spezialisierten Hochschulen wie Musik-, Kunst- und Filmhochschulen oder Berufsakademien finden. Im Medienstudienführer³⁰, einem Onlineangebot zur Orientierung für Studierende, sind 400 Medienstudiengänge verzeichnet. Sie reichen von „Medienplanung, -entwicklung und -beratung“ über „Online-Journalismus“ und „Communication and Multimediadesign“ bis zu „FrankoMedia“. Dabei ist allein bei genauerer Durchsicht der Studieninhalte zu entscheiden, ob es sich um einen medienwissenschaftlichen Studiengang oder lediglich um eine Umakzentuierung oder gar eine bloße Umetikettierung etablierter Studienangebote handelt – sei es in den Geisteswissenschaften, sei es in der Informatik.

Wie bereits erwähnt (vgl. A.II.), leisten sowohl die künstlerisch-gestalterischen Ausbildungsgänge an spezialisierten Hochschulen als auch die vorwiegend an Fachhochschulen etablierten anwendungsorientierten Ausbildungsgänge einen wichtigen Beitrag zur Ausbildung in den Kommunikations- und Medienwissenschaften. Dabei sind die Bezeichnungen der Studiengänge selbst vielfach nicht eindeutig; unter einem Titel wie „Medienwirtschaft“ firmieren Studiengänge mit unterschiedlichen Inhalten. Und umgekehrt lassen sich unter verschiedenen Titeln wie z. B. „Media Management“ oder

³⁰ Vgl. <http://www.medienstudienfuehrer.de/de/basis/>. Der Medienstudienführer wird von KONO GmbH, einer Design- und Technologieagentur für Branding Design, Web Engineering und Online Research, angeboten. Landesspezifische Informationen zu medienbezogenen Studiengängen an den Hochschulen in NRW finden sich unter www.medienstudium-nrw.de. Das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg hat in Zusammenarbeit mit der MFG Baden-Württemberg mbH (Innovationsagentur des Landes für Informationstechnologie und Medien) unter www.medienstudium.bwl.de ein ähnliches Informationsportal erstellt. Unter www.medien-campus.de finden sich Informationen zu kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengängen und Ausbildungsberufen in Bayern. Initiator der Homepage ist der Verein MedienCampus Bayern e.V. Das Fach Medienwissenschaft der Universität Trier hat unter der Adresse www.medienwissenschaft.de einführende Informationen und eine Linksammlung zu einschlägigen Studiengängen an Hochschulen im deutschsprachigen Raum zusammengestellt. Eine private, aber sehr umfangreiche Linksammlung zu kommunikations- und medienwissenschaftlichen Instituten, Einrichtungen und Studiengängen findet sich unter <http://user.cs.tu-berlin.de/~schwartz/scimedia.html>. Diese Website wird von Martin Schwartz, einem Studierenden der Technischen Universität Berlin, verantwortet. (Alle Hinweise beziehen sich auf Februar 2007).

„Communication & Multimediadesign“ Studiengänge mit durchaus vergleichbarem Inhalt finden. Die rasche Ausbreitung dieser medienapplikativen Studiengänge resultiert sowohl aus der dem Mediensektor innewohnenden besonderen technischen, ästhetischen und ökonomischen Dynamik als auch aus der großen Nachfrage des Arbeitsmarktes. Überdies sind an manchen Studienorten medienapplikative Studiengänge so angelegt, dass ihre Lehrinhalte relativ rasch an neue technische oder ökonomische Entwicklungen angepasst werden können. Vielfach wird diese rasche Anpassung nicht über eine grundlegende curriculare Neuausrichtung realisiert, sondern mittels verpflichtender, zeitlich aufwändiger Projektarbeiten, die Studierende höherer Semester in direkter Zusammenarbeit mit Medienunternehmen durchführen können.

Im Folgenden gibt der Wissenschaftsrat zunächst einen quantifizierenden Überblick über die Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Daten amtlicher Statistiken nicht auf die eingangs entwickelte Gliederung des kommunikations- und medienwissenschaftlichen Feldes (vgl. A.II.) abgebildet werden können. Diese Daten wurden z. B. vom Statistischen Bundesamt vielmehr in Systematiken erhoben, die von der raschen Entwicklung der Mediensysteme, der zugehörigen Arbeitsmärkte und der darauf bezogenen Wissenschaften teilweise überholt sind (vgl. hierzu auch B.II.4).

Zur quantitativen Entwicklung der Studiensituation

Insgesamt lässt sich feststellen, dass Kommunikations- und Medienwissenschaften an den deutschen Hochschulen zu den stark expandierenden Studienbereichen zählen. Ein Blick auf die Entwicklung der Studierendenzahl veranschaulicht das.³¹ In zehn Jahren verdoppelte sich die Zahl der Studierenden mit medienwissenschaftlichen Fächern von knapp 28.000 im Wintersemester 1995/96 auf knapp 55.000 im Wintersemester 2005/2006. Dieser Anstieg ist deutlich überproportional im Vergleich zur Entwicklung der Studierenden insgesamt wie auch zur Entwicklung der Studierenden in den Geisteswissenschaften³², die im gleichen Zeitraum einen Zuwachs von 11 %, alle Fächer

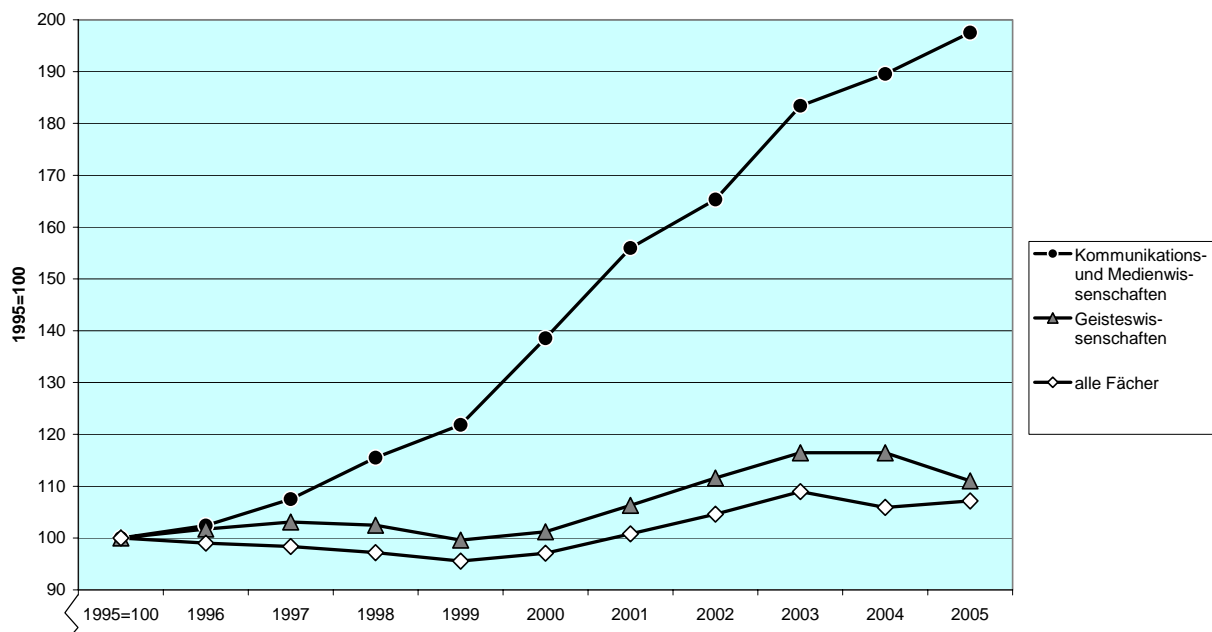
³¹ Zur Eingrenzung der Kommunikations- und Medienwissenschaften auf der Grundlage der Systematik des Statistischen Bundesamtes vgl. Anhang A.1.

³² Zur Eingrenzung der Geisteswissenschaften vgl. Wissenschaftsrat (2006b), S. 107f und Anhang A.2. Um die Kontinuität zu den Empfehlungen des Wissenschaftsrates zur Entwicklung und Förderung der Geisteswissenschaften in Deutschland zu wahren, wurden die Kommunikations- und Medienwissenschaften (Studienbereich 06) mit zu den Geisteswissenschaften gezählt und sind in der Gruppe der Geisteswissenschaften mit enthalten. Jedoch wurden im Unterschied zu den Empfehlungen von 2006 in allen statistischen Auswertungen die Fachhochschulen (und nicht allein die Universitäten und gleich gestellte Hochschulen) mit berücksichtigt. Daher sind die Zahlen der Studierenden und der Absolventen in den Geisteswissenschaften in dieser Auswertung um ungefähr 10 % höher als in den Empfehlungen von 2006.

zusammen einen Zuwachs von 7 % aufweisen. Mittlerweile studieren knapp 3 % aller Studierenden Kommunikations- und Medienwissenschaften.

Die folgende Grafik verdeutlicht die Entwicklung im Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaften im Vergleich zur Entwicklung der Studierenden in den Geisteswissenschaften sowie der Studierenden insgesamt in den letzten zehn Jahren.

Grafik 1: Relatives Wachstum der Zahl der Studierenden in den Kommunikations- und Medienwissenschaften von 1995 bis 2005 im Vergleich zur Entwicklung der Studierendenzahl in den Geisteswissenschaften und derjenigen in allen Fächern



Quelle: Statistisches Bundesamt: Fachserie 11, Reihe 4.1 Studierende an Hochschulen, Tabelle 2 in ausführlicher Gliederung; eigene Berechnungen (vgl. auch Anhang B.1.).

Aufgrund der hohen Nachfrage nach Studienplätzen gibt es an fast allen Hochschulen Aufnahmebeschränkungen. Jedoch erfolgt die Vergabe der Studienplätze nicht über die Zentralstelle für die Vergabe von Studienplätzen (ZVS) in Dortmund. Vielmehr wenden die Hochschulen unterschiedliche Auswahlverfahren an. Diese reichen von einem Numerus-clausus-Verfahren, das in den meisten Fällen angewandt wird, bis zu individuellen Auswahlgesprächen. In hoch spezialisierten und sehr kostenintensiven Ausbildungsgängen, wie zum Beispiel denjenigen an Filmhochschulen, werden über mehrere Wochen Face-to-face-Auswahlverfahren durchgeführt.

Betrachtet man die Entwicklung der Studierendenzahl nach *Geschlechtern* differenziert, lassen sich Besonderheiten feststellen. In den letzten zehn Jahren nahm der Anteil der Frauen an der Zahl der Studierenden kontinuierlich zu (alle Studierenden von 42 % 1995 auf 48 % 2005; Geisteswissenschaften von 63 % 1995 auf 67 % 2005). In den Kommunikations- und Medienwissenschaften hingegen lässt sich dieser Trend nicht beobachten. Der Anteil der Frauen blieb hier in den letzten zehn Jahren ungefähr konstant (2005: knapp 52 %).

Die Kommunikations- und Medienwissenschaften bilden – vermutlich aufgrund der Sprachgebundenheit einiger beruflicher Anwendungsfelder wie etwa dem Journalismus – zudem mit 9 % (2005) einen relativ geringen Anteil an *ausländischen Studierenden*³³ aus.

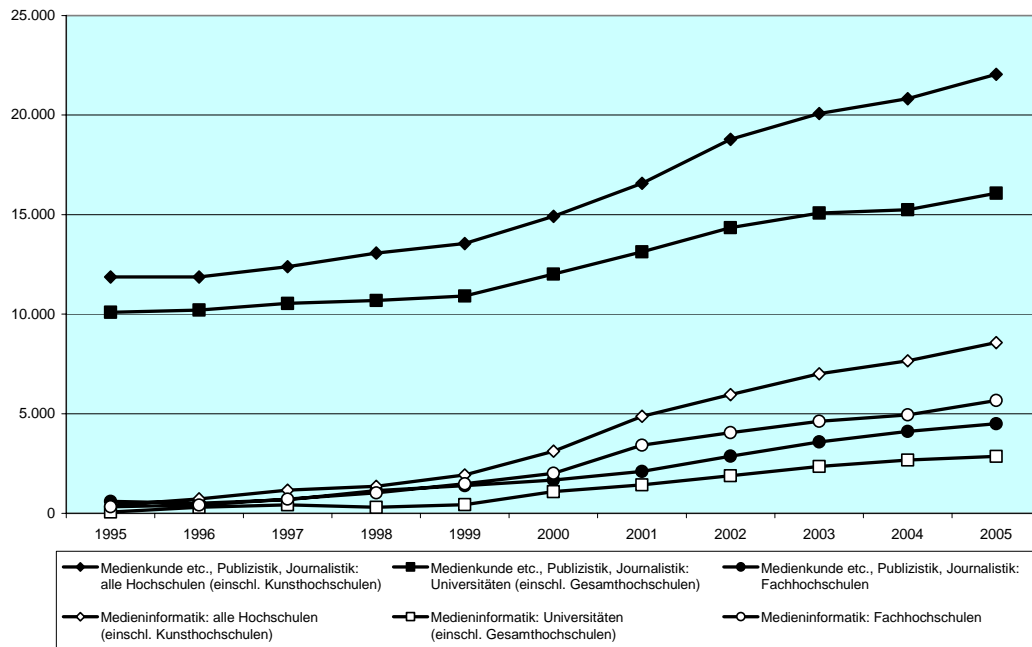
Hinsichtlich einer Verfeinerung der Analyse erlaubt es die derzeitige amtliche Statistik lediglich, die Medieninformatik von der Gesamtheit der übrigen medienwissenschaftlichen Fächer (Journalistik, Medienkunde und Kommunikationswissenschaft sowie Publizistik³⁴) zu trennen. Daher wird im Folgenden allein die Medieninformatik den übrigen Teilbereichen der Kommunikations- und Medienwissenschaften gegenübergestellt.

Ein solcher Vergleich zeigt große Unterschiede in der „Binnenstruktur“ der Kommunikations- und Medienwissenschaften. Die nachfolgende Grafik verdeutlicht die unterschiedlichen Entwicklungstrends in der Medieninformatik im Vergleich zu den übrigen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Teilbereichen, wobei die Medieninformatik im Jahr 2005 rund 9000 Studierende ausbildete, während rund 23.000 Studierende die übrigen Kommunikations- und Medienwissenschaften studierten.

³³ Zu den ausländischen Studierenden zählen alle Studierenden mit nicht deutscher Staatsangehörigkeit. Welche Staatsangehörigkeit im Fall einer doppelten Staatsangehörigkeit erfasst wird, liegt im Ermessen der Hochschulverwaltungen bei der Einschreibung, von der die Daten an das Statistische Bundesamt weitergeleitet werden. Es fallen sowohl Bildungsinländer (Hochschulzugangsberechtigung in Deutschland erworben) wie auch Bildungsausländer (Hochschulzugangsberechtigung außerhalb Deutschlands erworben) unter diese Definition. Geisteswissenschaftliche Studienbereiche weisen einen Anteil von 15 % (2005; 1995: 11 %) auf; die Zahl der ausländischen Studierenden insgesamt stieg von 8 % (1995) auf 13 % (2005) (vgl. Anhang B.1.).

³⁴ In der Klassifikation des Statistischen Bundesamt zählen hierzu: Medienkunde, Kommunikations-, Informationswissenschaft (zusammen: 133) sowie Publizistik (109). Vgl. auch Anhang A.1.

Grafik 2: Entwicklung der Zahl der Studierenden in den beiden Bereichen der Kommunikations- und Medienwissenschaften - differenziert nach Hochschularten



Quellen: Statistisches Bundesamt: Fachserie 11, Reihe 4.1 Studierende an Hochschulen, Tabelle 2 in ausführlicher Gliederung; eigene Berechnungen (vgl. auch Anhang B.1.)

Die meisten Studierenden der sozial- und kulturwissenschaftlich orientierten Kommunikations- und Medienwissenschaften werden an den Universitäten ausgebildet (82 % der Studierenden im Jahre 2005), wohingegen die Medieninformatik sich als Studienfach deutlich früher und deutlich stärker an den Fachhochschulen entwickelt hat (66 % der Studierenden in der Medieninformatik im Jahre 2005). Jedoch verzeichnen – über den Zeitraum der letzten zehn Jahre betrachtet – die Universitäten höhere Zuwachsraten in der Medieninformatik als die Fachhochschulen (44 % im Vergleich zu 33 %). Dies deutet daraufhin, dass sich die Medientechnologie als Wissenschafts- und Forschungsfeld immer stärker auch an den Universitäten etabliert. Umgekehrt lassen sich in der Fächergruppe der geistes- und sozialwissenschaftlich orientierten Medien- und Kommunikationswissenschaften an den Fachhochschulen höhere Zuwachsraten beobachten (19 % im Vergleich zu 7 % an den Universitäten).

Zu den Abschlüssen und Kosten in den Kommunikations- und Medienwissenschaften

Medienwissenschaftliche Studiengänge können, wenn die besonderen Abschlüsse der Kunsthochschulen und anderer hoch spezialisierter Einrichtungen unberücksichtigt bleiben, mit dem Diplom, dem Magister und ungefähr seit 2000 auch mit dem Bachelor und dem Master abgeschlossen werden. Die ersten Bachelor-Abschlüsse wurden 2002,

wenige Master-Abschlüsse schon etwas früher abgelegt. Deren Zahl steigt seitdem relativ rasch (vgl. Anhang B.2.).

Die Kosten für einen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studienplatz lassen sich nicht genau beziffern, da keine Daten für einzelne Fächer vorliegen. Sie können sich – wie im Falle von Filmhochschulen, die jedoch nicht im Zentrum dieser Empfehlungen stehen, – auf 350.000 Euro pro Studienplatz belaufen.³⁵ Auch wenn es sich hier um einen Extremfall handelt, gilt allgemein: Die Ausstattung der Medienlabore, der Aufbau geeigneter Infrastruktur sowie die in diesem Feld zu beobachtende Dynamik der technischen Entwicklung machen das Studium kostenintensiv (vgl. B.V.2.). Dies gilt insbesondere für die Medientechnologie. Schon allein aufgrund dieser Kostenintensität herrschen insbesondere in der Medientechnologie eine große Notwendigkeit und eine hohe Bereitschaft, die Kooperation mit finanzkräftigen Partnern außerhalb der Hochschulen zu suchen.

Zum wissenschaftlichen Nachwuchs

Betrachtet man die Entwicklung der Promotionszahlen, so lässt sich zwar in den letzten zehn Jahren ein Anstieg feststellen (vgl. Anhang B.3.). Die Zahl der Promotionen wuchs von 39 Abschlüssen im Jahr 1995 auf 71 im Jahr 2005. Auch hier ist – wie unter den Studierenden – ein Rückgang des Anteils von Frauen zu beobachten. Der Anteil an Ausländern liegt mit bis zu 14 % (2005) im Mittel deutlich höher als im grundständigen Studium.

Für die Zahl der Habilitationen lässt sich keine Tendaussage treffen (vgl. Anhang B.4.). Hier blieb die Zahl sehr gering (1995: 3 Habilitationen; 2005: 4 (ohne Medieninformatik³⁶)). Möglicherweise haben sich auch andere Qualifizierungswege durchgesetzt, unter anderem wegen eines hohen Personalbedarfs in den Kommunikations- und Medienwissenschaften an den Hochschulen (vgl. hierzu A.III.2.). Laut einer Erhebung aus dem Jahr 2002 waren knapp die Hälfte der Professoren für Kommunikationswissenschaft

³⁵ In der Summe von 350.000 Euro sind auch die Kosten für die Produktionsmittel von Filmen enthalten, welche die Studierenden selbst einwerben müssen. Diese enorm hohen Kosten rechtfertigen auch das aufwändige Bewerbungsverfahren, in dem zum Beispiel an der Hochschule für Film und Fernsehen in München während mehrwöchiger Face-to-face-Veranstaltungen aus 1.000 bis 1.200 Bewerbern pro Jahr 30 Studierende ausgewählt werden.

³⁶ Da keine Daten für die Zahl der Habilitationen auf Fächerebene vorliegen, beziehen sich die Angaben auf den gesamten Lehr- und Forschungsbereich „Bibliothekswissenschaft, Dokumentation, Publizistik“, nicht jedoch auf die Medieninformatik (vgl. Anhang B.4.). Für die Medieninformatik liegen keine Daten vor. Zudem muss bedacht werden, dass der Nachwuchs sich vielfach in den „Heimatdisziplinen“ habilitiert. Dies gilt insbesondere für die Medieninformatik, in der eine Habilitation im Fach Informatik vielfach bevorzugt wird, weil die allgemeine Ausrichtung die Karrierechancen erhöht.

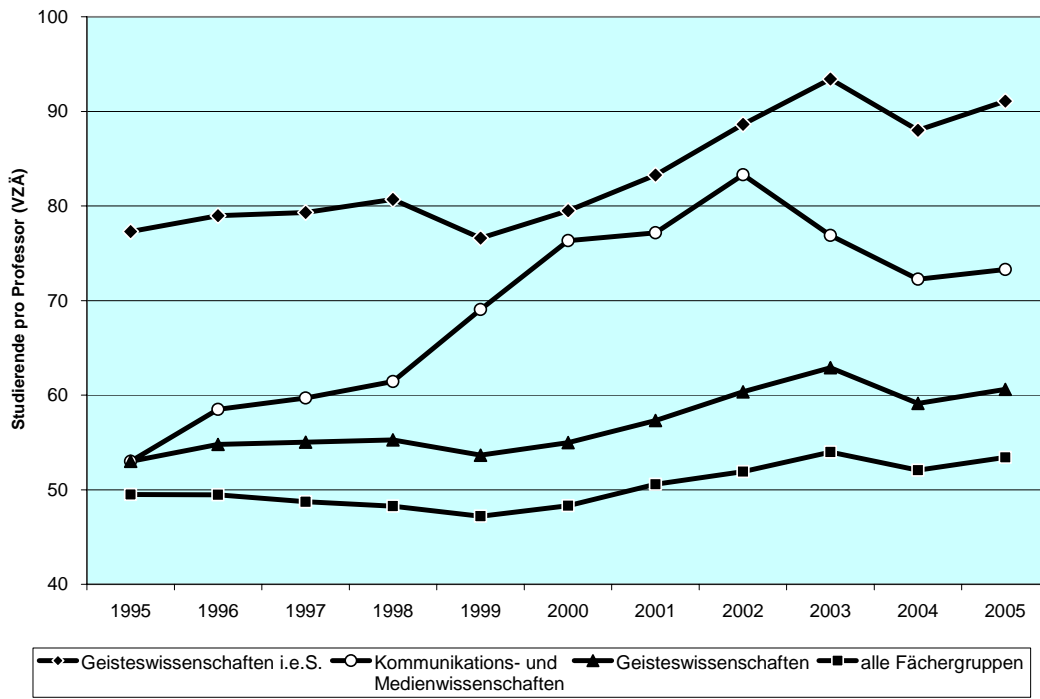
und Journalistik in Deutschland nicht habilitiert.³⁷ Gleichwohl bleibt die Nachwuchsrekutierung in der Kommunikationswissenschaft unzureichend.

III.2. Zur Personalsituation in den Kommunikations- und Medienwissenschaften

Die Studierendenzahl in den Kommunikations- und Medienwissenschaften hat sich in den letzten zehn Jahren auf knapp 55.000 fast verdoppelt. Im gleichen Zeitraum lässt sich auch eine Steigerung des wissenschaftlichen Personals an den Hochschulen beobachten. Die Zuwachsrate lag in der Gruppe der Professoren bei 44 % (1995: 519 Professoren (VZÄ) zu 2005: 747 Professoren (VZÄ)). Allerdings ist im gleichen Zeitraum die in Relation zu den Professorenstellen ohnehin geringe Zahl der sonstigen wissenschaftlichen Mitarbeiter (530 VZÄ im Jahre 2005) nicht entsprechend angestiegen (vgl. hierzu Anhang C.1.). Die folgende Grafik verdeutlicht die Betreuungssituation der Studierenden in den Kommunikations- und Medienwissenschaften im Vergleich zu den Geisteswissenschaften und zu allen Fächergruppen.

³⁷ Für diese Untersuchung wurden 83 Kommunikationswissenschaftler befragt. Insgesamt entstand – laut dieser Analyse – der Eindruck, dass „die Nachwuchsproduktion der Kommunikationswissenschaft (...) allerdings mit dem Wachstum des Faches nicht (hat) Schritt halten können. Davon zeugen sowohl die nach wie vor zahlreichen Berufungen von Nicht-Habilitierten als auch die kurze Zeitspanne zwischen Habilitation und Erstberufung“ (Meyen (2004): S.200).

Grafik 3: Entwicklung der Betreuungsrelation Studierende pro Professor (VZÄ) in der Zeit von 1995 bis 2005 im Vergleich zur Entwicklung in den Geisteswissenschaften³⁸ und in den übrigen Fächern



Quelle: Statistisches Bundesamt: Fachserie 11, Reihe 4.1 Studierende an Hochschulen; ICE-Datenbank des Wissenschaftsrates; Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes im Auftrag des Wissenschaftsrates; eigene Berechnungen

Eine differenzierte Betrachtung nach Hochschularten zeigt, dass die Betreuungsrelation Studierende pro Professor (VZÄ) an den Universitäten besonders ungünstig ist.³⁹ Hier musste im Durchschnitt ein Professor – legt man beispielsweise das Jahr 2003⁴⁰ zugrunde – 122 Studierende „betreuen“, wohingegen an den Fachhochschulen im Durchschnitt 81 Studierende und an den Kunsthochschulen 28 Studierende pro Professor zu betreuen waren. Für das Jahr 2003 bedeutet dies, dass die Universitäten mit ca. 25 % des Personals rund 45 % aller Studierenden in den Kommunikations- und Medienwissenschaften ausbilden. Die Fachhochschulen verfügten 2003 über ungefähr die Hälfte des Personals und bilden damit auch ungefähr die Hälfte aller Studierenden aus. Auf die Kunsthochschulen entfiel 2003 ein Viertel des Personals für die Ausbildung von 5 % der Studierenden.

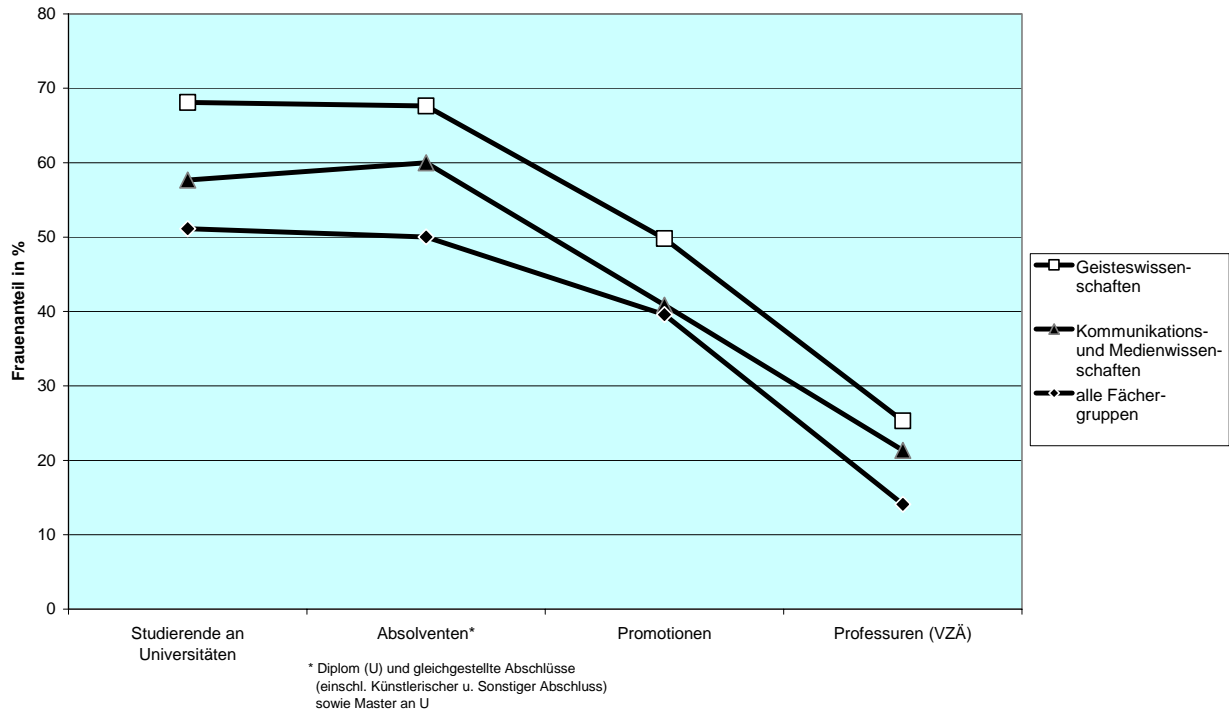
³⁸ Unter Geisteswissenschaften im engeren Sinne werden alle Sprach- und Kulturwissenschaften m.a.W. insbesondere die geisteswissenschaftlichen Massenfächer verstanden (Fächergruppe 01 ohne die Fächergruppe 09: Kunst, Kunstwissenschaft) (vgl. Anhang A.2.).
³⁹ Bei der Betrachtung der Betreuung der Studierenden an Universitäten sind im Unterschied zu den Fachhochschulen und künstlerischen Hochschulen auch wissenschaftliche Mitarbeiter zu berücksichtigen.
⁴⁰ Das Jahr 2003 wurde exemplarisch herangezogen, da dem Wissenschaftsrat für dieses Jahr Daten differenziert nach Hochschularten vorliegen.

Der Einsatz von nebenberuflichem wissenschaftlichem Personal hat die Betreuungssituation nicht durchgreifend verbessert. Zwar ist die Zahl der nebenberuflichen wissenschaftlichen Beschäftigten in den Kommunikations- und Medienwissenschaften von 1995 bis 2005 (703 Vollzeitäquivalente) um 43 % gestiegen⁴¹, während es in den Geisteswissenschaften sowie an den Hochschulen insgesamt im gleichen Zeitraum nur einen Zuwachs von 30 bzw. 26 % gab. Der größere Zuwachs beim nebenberuflichen Personal in den Kommunikations- und Medienwissenschaften geht allerdings hauptsächlich auf einen Zuwachs bei den Wissenschaftlichen und Studentischen Hilfskräften sowie Tutoren zurück, weniger bei den Lehrbeauftragten, Honorarprofessoren, Privatdozenten und außerplanmäßigen Professoren (vgl. Anhang C.2.). Insbesondere Lehrbeauftragte schaffen auch die Verbindung zur Berufspraxis und öffnen nicht selten die Tür zu einer späteren Berufstätigkeit in jenen unterschiedlichen Bereichen, in denen die Lehrbeauftragten selbst arbeiten.

In den Kommunikations- und Medienwissenschaften lässt sich – wie in den meisten anderen Fächern auch – eine den Qualifikationsstufen stetig folgende Abnahme des Anteils der Frauen feststellen. Die folgende Grafik veranschaulicht die Entwicklung.

⁴¹ Der Anstieg von 43 % (1995: 491 VZÄ; 2005: 703 VZÄ) fällt etwas höher aus als in den Geisteswissenschaften (30 %) oder an den Hochschulen insgesamt (26 %)

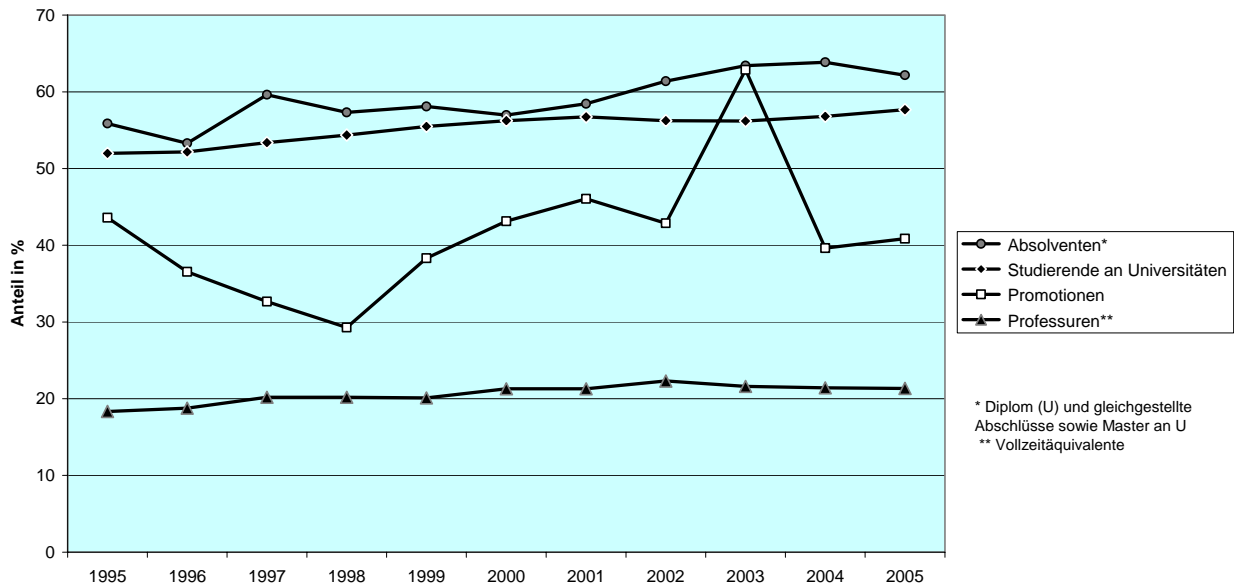
Grafik 4: Frauenanteil nach Qualifikationsstufen in den Kommunikations- und Medienwissenschaften im Vergleich zu den Geisteswissenschaften und allen Fächern (2005)



Quelle: Statistisches Bundesamt: Fachserie 11, Reihen 4.1 und 4.2; ICE-Datenbank des Wissenschaftsrates; Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes im Auftrag des Wissenschaftsrates; eigene Berechnungen

Die Entwicklung über den Zeitraum von 1995-2005 zeigt, dass der Anteil von Frauen unter den erfolgreich Promovierenden in den letzten Jahren stark schwankte, im Durchschnitt liegt er um die 40 % (vgl. Grafik 5). Der Anteil der Frauen an Professuren blieb kontinuierlich niedrig. Die folgende Grafik veranschaulicht die Entwicklung des Frauenanteils unter den Absolventen, Promovierten und Professuren in den Jahren 1995-2005. Dabei wurden allein die Studierenden an den Universitäten sowie die Abschlüsse berücksichtigt, die eine weitergehende Qualifizierung erlauben.

Grafik 5: Entwicklung des Anteils der Frauen nach Qualifikationsstufen (1995-2005) in den Kommunikations- und Medienwissenschaften



Quelle: Statistisches Bundesamt: Fachserie 11, Reihen 4.1 und 4.2; ICE-Datenbank des Wissenschaftsrates; Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes im Auftrag des Wissenschaftsrates; eigene Berechnungen

III.3. Zur Forschung in den Kommunikations- und Medienwissenschaften

Derzeit liegen kaum Daten zur Förderung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Forschung an Hochschulen in Deutschland vor. Die amtliche Statistik des Statistischen Bundesamtes erlaubt es nicht, das eingeworbene Drittmittelvolumen der Hochschulen auf Fächerebene herunterzubrechen. Indirekt lassen sich Hinweise auf das Drittmittelaufkommen indes über die Personalstatistik gewinnen. 1995 wurden 6 % des wissenschaftlichen Personals aus Drittmitteln finanziert, 2005 waren es 9 % (vgl. Anhang C.3.). Damit erreichen die Kommunikations- und Medienwissenschaften den Anteil des drittmittelfinanzierten Personals in den Geisteswissenschaften (1995: 7 %; 2005: 9 %). Sie liegen allerdings deutlich unter der durchschnittlichen Drittmittelaktivität aller Fächer (1995: 15 %; 2005: 19 %).

In Deutschland werden kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschungsprojekte von unterschiedlicher Seite gefördert. Zunächst sei an dieser Stelle die Förderung seitens der DFG genannt. Darüber hinaus fördern das BMBF, große Stiftungen, die Wirtschaft und die Landesmedienanstalten entsprechende Forschungen.

a) **Projektförderung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Forschung in Deutschland**

Projektförderungen seitens der DFG

Kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung ist im Wesentlichen, wenn man von der seit 2006 gültigen DFG-Systematik der Fachkollegien, Fachgebiete und Wissenschaftsbereiche⁴² ausgeht, in den folgenden ganz unterschiedlichen Wissenschaftsbereichen zu finden: Allgemeine Literatur- und Kulturwissenschaft (105-05), Kommunikations- und Medienwissenschaften, Film- und Fernsehwissenschaften, Theaterwissenschaften (105-06) sowie Publizistik und Kommunikationswissenschaften (111-03).

Dabei werden unterschiedliche Förderinstrumente eingesetzt. Zunächst fördert die DFG zahlreiche *Einzelprojekte*, die sich mit Fragen klassischer Massenmedien oder „Neuer“ Medien (z. B. Internetöffentlichkeit) beschäftigen oder Probleme der Medialitätsforschung wie zum Beispiel „Theorie des Films“ oder „Medien und kulturelle Identität“ bearbeiten. Auch in der Medientechnologie werden einzelne Projekte gefördert, so zum Beispiel zur Qualität multimodaler Mensch-Maschine-Interaktionen.

Zudem fördert die DFG kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung im Rahmen *koordinierter Programme*. Von großer Bedeutung für die Konsolidierung der sozialwissenschaftlich geprägten Kommunikationswissenschaft war das DFG-Schwerpunktprogramm „Publizistische Medienwirkungen“ (vgl. auch D.5.). Sein Ertrag lag vor allem darin, wichtige Forschungsbeiträge in den Theoriefeldern ‚Selektivität‘, ‚Agenda-Setting‘, ‚Realitätskonstruktion‘ oder ‚Instrumentelle Aktualisierung‘ zu liefern und zugleich, „neue Fragestellungen, neue methodische Wege und neue theoretische Konzepte für die älteste Frage in der Kommunikationsforschung (...), für die Frage nach der Wirkung der publizistischen Medien“ zu entwickeln.⁴³ Im Übrigen nutzen sozialwissenschaftlich arbeitende Kommunikationswissenschaftler die Instrumente der DFG relativ wenig. Dies mag auch damit zu tun haben, dass sie hohe Lehrbelastungen haben und dass sie auf die Finanzierungsmöglichkeiten der Auftragsforschung (v. a. aus Mitteln von Ministerien, Landesmedienanstalten oder Medienunternehmen; siehe weiter unten) zurückgreifen können.

⁴² Vgl. Deutsche Forschungsgemeinschaft: Förder-Ranking 2006. Institutionen – Regionen – Netzwerke. DFG-Bewilligungen und weitere Basisdaten öffentlich geförderter Forschung, siehe hier insbesondere S. 135ff.

⁴³ Vgl. Forschungsbericht, hrsg. v. W. Schulz (1992), S. 7.

Besonders erfolgreich waren in koordinierten DFG-Programmen vor allem Initiativen der Medialitätsforschung. Kulturwissenschaftlich arbeitende Medienforscher aus unterschiedlichen Herkunftsdisziplinen haben aufgrund breiter interdisziplinärer Zusammenarbeit in einer ganzen Reihe von Fällen die kritische Masse für die Einrichtung eines Graduiertenkollegs, eines Sonderforschungsbereichs oder einer Forschergruppe erreicht (vgl. die Übersichten in den Anhängen D.1. bis D.4.). Die in diesen Projekten gewonnenen Erkenntnisse konnten in vielfältiger Weise auch in die überwiegend geisteswissenschaftlichen Herkunftsdisziplinen der Medialitätsforschung zurückwirken.

Medientechnologische Forschung hat mit Förderungshindernissen besonderer Art zu kämpfen. Denn im Feld der „harten“ Ingenieurwissenschaften bzw. der Elektrotechnik gilt die Medientechnologie als eine „weiche“ Applikationsform, die sich in den Verteilungskämpfen wettbewerblicher Forschungsförderung nur schwer durchsetzen kann. Gleichwohl finden sich im Emmy-Noether-Programm der DFG mehrere Nachwuchsgruppen, die sich mit medientechnologischen Fragestellungen auseinandersetzen (vgl. Anhang D.4.).

Projektförderungen in der Exzellenzinitiative

Im Rahmen der Exzellenzinitiative wird bisher ein medienwissenschaftliches Verbundprojekt, nämlich das „International Graduate Centre for the Study of Culture (GCSC)“ an der Universität Gießen gefördert.

Projektförderungen seitens des BMBF

Das BMBF hat sich in den letzten Jahren auf das Förderprogramm „Multimedia in der Hochschullehre“ konzentriert. Dieses Programm ist Teil des BMBF-Förderprogramms „Neue Medien in der Bildung“, das nicht nur die Hochschulen, sondern auch die Schulen und die berufliche Bildung mit umfasst hat.⁴⁴ Im Rahmen der Förderung wurden in der ersten Runde (2001-2004) ca. 250 Mio. Euro verausgabt (für insgesamt ca. 500 einzelne Projekte an Universitäten und Fachhochschulen – unabhängig von den Fachdisziplinen). Im Mittelpunkt des Programms stand die Entwicklung von Bildungssoftware für die Hochschullehre. Weitere 25 Mio. Euro stehen im Folgeprogramm „eLearning-

⁴⁴ Auch die Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung hat ein Programm Kulturelle Bildung im Medienzeitalter (kubim) aufgelegt und in der Zeit von 2000 bis 2005 Modellvorhaben zur Frage, wie kulturelle Bildung auf die Herausforderungen und Möglichkeiten computerbasierter Medien reagieren kann, in Höhe von 11,6 Mio. Euro gefördert. Darunter fanden sich auch Modellprojekte an Hochschulen zur Entwicklung und Erprobung neuer Studienbausteine/-angebote für die künstlerische Arbeit mit und an Medien (vgl. Projektgruppe Innovationen im Bildungswesen: Abschlussbericht zum BLK-Programm Kulturelle Bildung im Medienzeitalter (kubim), Oktober 2006).

Dienste in der Wissenschaft“ (2005-2008) für ca. 20 Projekte zur Verfügung. Hier geht es vornehmlich um den Aufbau bzw. die Erprobung organisatorischer Voraussetzungen für ein funktionierendes eLearning an den Hochschulen.⁴⁵

Medienwissenschaftliche Forschung im hier verstandenen Sinne hat das BMBF in den letzten zehn Jahren lediglich punktuell gefördert. Eine Recherche in der Förderdatenbank des Ministeriums weist vier Projekte auf, die in der Zeit von 1995 bis 2005 finanziert worden sind (Gesamtfördersumme: 6,6 Mio. Euro). Die beiden größeren Projekte seien hier kurz beschrieben:

Über fünf Jahre (1999-2004) förderte das BMBF das Projekt „Neue Medien und Informationstechniken; Telelearning, Teleteaching“. Dazu gründete die Fraunhofer-Gesellschaft das Kompetenzzentrum Kunst, Kultur und Neue Medien (CAT), eine Initiative zur Förderung medienkultureller Kompetenzen in Bildungs-, Anwendungs- und Entwicklungsbereich der TIME (Industrien, Telekommunikation, Informationstechnik, Medien, Entertainment). CAT ist eine vernetzte virtuelle Plattform zur Initiierung und Realisierung von Projekten, Diskussionen, Symposien, Workshops, Wettbewerben, Publikationen und anderen Aktivitäten. Die Aufarbeitung von Informationen über den aktuellen Stand bildungsbezogener, medialer Aktivitäten in Deutschland ist Grundlage der CAT-Aktivitäten. Die Förderung belief sich auf 3,6 Mio. Euro.

Ein weiteres großes Projekt, das das BMBF derzeit fördert, ist an der Ludwig-Maximilians-Universität München im Seminar für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien angesiedelt. Das Projekt „InterMedia: Informationsintermediäre im Wandel: Transformation der Medienwirtschaft durch zukünftige internetbasierte Technologien“ zielt auf die Untersuchungen der Implikationen des weiterentwickelten Internets, die mit den technologischen Entwicklungen der Mobilität, Interaktivität und Konvergenz einhergehen. Eine Förderung in Höhe von 2,7 Mio. Euro ist für den Zeitraum von 2003 bis 2007 vorgesehen.

Darüber hinaus werden vereinzelt kommunikations- und medienwissenschaftliche Projekte, die sich vor allem an der Schnittstelle von Medieninformatik und Medialitätsforschung bewegen, in anderen Programmen gefördert, so zum Beispiel im Programm „eScience“, dessen Ziel der Ausbau von Höchstleistungsrechnern und entsprechenden

⁴⁵ Vgl. BMBF: Kursbuch eLearning 2004. Produkte aus dem Förderprogramm. Neue Medien in der Bildung – Hochschulen, hrsg. vom DRL-Projekträger – Neue Medien in der Bildung und Fachinformationen.

Netzen ist, oder im Programm „HyperImage - Bildorientierte eScience-Netzwerke“. Hier werden im Rahmen von konkreten Pilotprojekten der Kunstgeschichte und der Biologie auf offenen Standards beruhende, webbasierte Dienste für eScience-Communities aufgebaut.⁴⁶

Projektförderungen seitens großer Stiftungen

Auch die großen Stiftungen haben bisher kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung nicht systematisch unterstützt. Genannt sei an dieser Stelle aber die VW-Stiftung, die Forschungsprojekte auf diesem Gebiet in den letzten zehn Jahren mit insgesamt 2 Mio. Euro förderte. Bis auf die Förderinitiative „Neue Informations- und Kommunikationstechniken“ sind dabei alle Projekte in themenoffenen Förderinitiativen bewilligt worden, so zum Beispiel in den Initiativen „Symposien und Sommerschulen“ oder „Schlüsselthemen der Geisteswissenschaften“. Zu erwähnen ist darüber hinaus die von der VW-Stiftung finanzierte Initiative zur Digitalisierung von Fotobeständen und zur Einrichtung einer entsprechenden Datenbank („Foto Marburg“), die mittlerweile die größte Sammlung kunsthistorischer Negative darstellt.

Projektförderungen seitens der Wirtschaft

Anwendungsorientierte Forschung und Entwicklung durch Hochschulen erfolgt auch im Auftrag von Medienunternehmen bzw. Unternehmen mit medienwirtschaftlich orientierten Teilbereichen. Die Auftragsforschung bedient zum Beispiel Anfragen für Analysen zur wissenschaftlichen Erschließung neuer Märkte oder neuer Technologien. Es werden außerdem vermehrt medientechnologische Anwendungen in bzw. für Unternehmen entwickelt. Der Wissens- und Technologietransfer erfolgt über zeitlich befristete Projekte, deren Dauer von wenigen Wochen bis zu mehreren Jahren reichen kann. Die Durchführung der Projekte erfolgt in der Regel unter Führung eines Hochschulprofessors zusammen mit wissenschaftlichen Mitarbeitern und – je nach Ausprägung des Studiums – auch mit Studierenden.

Auftraggeber sind Kommunikationsabteilungen von Banken, Versicherungen und anderen Großkonzernen, in letzter Zeit vermehrt auch Kleine und Mittlere Unternehmen (KMU). Sie nutzen das kreative Potenzial der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge. Eine solche Zusammenarbeit eröffnet die Möglichkeit, neue,

⁴⁶ Vgl. zu eScience: <http://www.bmbf.de/de/298.php>. Ein Projektüberblick findet sich unter http://www.dl-forum.de/deutsch/foren/25_1742_DEU_HTML.htm. Einzelne kommunikations- und medienwissenschaftliche Projekte finden sich auch unter http://www.dl-forum.de/deutsch/projekte/projekte_2688_DEU_HTML.htm und <http://www.hyperimage.eu/> (Februar 2007).

praxisorientierte Entwicklungen in den Medientechnologien schnell und direkt für eigene Zwecke einsetzen zu können. So kann – um ein Beispiel zu nennen – das Projektstudium im Studiengang Media Management der FH Wiesbaden mit seinen circa 20 Projekten je Semester etwa zwei bis vier Großunternehmen und etwa zehn KMU „bedienen“.

Insgesamt spielt das Feld der privat und öffentlich geförderten Auftragsforschung eine Rolle, ohne dass es – bis auf die Förderungen seitens der Landesmedienanstalten – genau beziffert werden kann.

Projektförderung seitens der Landesmedienanstalten

Anwendungsorientierte Forschung, insbesondere in der Kommunikationswissenschaft, wird von Seiten der öffentlichen Rundfunk- und Fernsehanbieter (z. B. ARD, ZDF) sowie insbesondere seitens der Landesmedienanstalten (LMA) gefördert. Nicht alle Landesmedienanstalten weisen in ihrem Haushalt einen Forschungsetat aus. Der Forschungsetat kann wie im Fall der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien mit 890.000 Euro (2005) relativ hoch ausfallen; die Bremische Landesmedienanstalt, als ein Beispiel für eine Landesmedienanstalt kleinerer Länder, gibt nur 5.000 Euro im Jahr (2005) für Forschung aus. Andere große Einrichtungen wie die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen weisen demgegenüber keinen eigenen Haushaltstitel für Forschung auf.⁴⁷ Eine Anfrage bei den Landesmedienanstalten hat jedoch ergeben, dass in der überwiegenden Mehrheit der Fälle entsprechende Mittel in anderen Haushaltsbereichen mit verausgabt werden. Insgesamt beläuft sich die von den Landesmedienanstalten für Forschung ausgewiesene Fördersumme auf gut 3 Mio. Euro jährlich⁴⁸, was jedoch im Vergleich zu den Gesamteinnahmen der LMA von rund 116 Mio. Euro einen relativ geringen Anteil ausmacht.⁴⁹ In den Aufwendungen für die Förderung der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung sind zudem häufiger noch medienpädagogische Projekte eingerechnet.

⁴⁷ ALM Jahrbuch 2005. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland, herausgegeben von der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland.

⁴⁸ Für einen Überblick zur Forschungsförderung der Landesmedienanstalten vgl. Hans-Jürgen Weiss: Die Chance nutzen. Forschungspolitik der Landesmedienanstalten, in: AVISO Nr. 41, April 2006, S. 7-9.

⁴⁹ Für das Haushaltsjahr 2007 können die Landesmedienanstalten über Gesamteinnahmen in Höhe von 115, 8 Millionen Euro verfügen (vgl. die Aufstellung in FUNK-Korrespondenz, Heft 7/2007).

b) Institutionelle Förderung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Forschung in Deutschland

Um die institutionelle Förderung außeruniversitärer Forschung in den Kommunikations- und Medienwissenschaften einschätzen zu können, hat der Wissenschaftsrat große Forschungsorganisationen um Angaben zur institutionellen Förderung gebeten. Genannt seien an dieser Stelle allein die Forschungsinstitute, die sich in der Lage sahen – jenseits von einzelprojektbezogener Forschungsarbeit – ihre kommunikations- und medienwissenschaftlichen Aktivitäten zu beziffern.

In der *Max-Planck-Gesellschaft* wird laut eigener Aussage kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung nicht betrieben⁵⁰, auch wenn Forschungen zu urheberrechtlichen Fragen am Max-Planck-Institut für Geistiges Eigentum, Wettbewerbs- und Steuerrecht (München) oder Forschungen zur Rolle von Bildmedien in der Wissenschaftsgeschichte am Institut für Wissenschaftsgeschichte (Berlin) in den Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaften fallen.

Auch die *Helmholtz-Gemeinschaft* fördert – mit Ausnahme des Instituts für Angewandte Informatik (IAI) am Forschungszentrum Karlsruhe (FZK) – keine kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung (vgl. Anhang D.6.). Die Forschungen des IAI, die indes quantitativ kaum ins Gewicht fallen (gut 2% der Forschungstätigkeit des IAI), sind an der Informatik orientiert und ergeben sich primär aus anderen Forschungsarbeiten des Instituts.⁵¹

In der *Leibniz-Gemeinschaft* findet sich das 2001 gegründete Institut für Wissensmedien (IMW) in Tübingen, dessen Aufgabe die Erforschung und Förderung des Wissenserwerbs und Wissensaustausches mit neuen Bildungs- und Kommunikationsmedien ist. Das Institut betreibt primär sozialwissenschaftlich orientierte Kommunikationsforschung, arbeitet jedoch interdisziplinär mit der Kognitions- und Erziehungswissenschaft sowie der Medientechnik zusammen (vgl. Anhang D.6.). Weitere Institute verfolgen medienwissenschaftliche Fragestellungen in kleineren Einzelprojekten, so zum Beispiel das

⁵⁰ Vgl. Selbstauskunft der Max-Planck-Gesellschaft vom Februar 2007.

⁵¹ Vgl. Selbstauskunft der Geschäftsstelle der Helmholtz-Gemeinschaft sowie der Leitung des Instituts für Angewandte Informatik vom Februar 2007.

Leibniz-Institut für die Pädagogik der Naturwissenschaften an der Universität Kiel oder das Deutsche Museum München.⁵²

In einem nennenswerten Umfang fördert die *Fraunhofer Gesellschaft* medienwissenschaftliche Forschung, im Wesentlichen mit einem Schwerpunkt in der Medientechnologie. Auf diesem Feld arbeiten hauptsächlich die Mitgliedsinstitute der Fraunhofer-Gruppe Informations- und Kommunikationstechnik.⁵³ Sie beschäftigen sich mit medienwissenschaftlichen Problemstellungen in den Bereichen E-Government, E-Business, Medizin und Gesundheitswesen, Verkehr und Mobilität, Produktionstechnologien, Digitale Medien, innovative Sicherheitslösungen, Kultur und Unterhaltung, Soft- und Hardwareentwicklung sowie mobile Kommunikationssysteme und interdisziplinäre Anwendungen. Neben medientechnologischen werden dabei auch medienwirtschaftliche und medienrechtliche Aspekte bearbeitet. Zu den am intensivsten in diesem Feld forschenden Mitgliedsinstituten der IuK-Gruppe zählen das Fraunhofer Institut für Digitale Medientechnologie, dessen Aufgabe die Entwicklung von neuen Medientechnologien für professionelle Märkte und den Unterhaltungssektor ist, sowie das Fraunhofer Institut Software- und Systemtechnik und das Fraunhofer Institut Intelligente Analyse- und Informationssysteme, die jeweils fast die Hälfte ihrer Ressourcen auf medienwissenschaftliche Forschung verwenden (40 % bzw. 47 %) (vgl. Anlage D.6. für eine Übersicht der medienwissenschaftlich arbeitenden Institute der FhG).

Außerhalb der großen Forschungsorganisationen arbeiten einige kommunikations- und medienwissenschaftliche Institute, die sich zu großen Teilen auch aus Mitteln der Privatwirtschaft oder der Landesmedienanstalten finanzieren. Zu nennen ist hier vor allem das Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe. Diese 1989 vom Land Baden-Württemberg gegründete Stiftung des öffentlichen Rechts versteht sich als Forum der Begegnung von Kunst und Wissenschaft. Sie vereint unter ihrem Dach aber auch unterschiedliche Museen (vgl. auch A.IV.) und arbeitet eng mit der Staatlichen Hochschule für Gestaltung zusammen. Ein weiteres sehr renommiertes Fachinstitut ist das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung in Hamburg. Als Stiftung des bürgerlichen Rechts widmet es sich primär rechts- und sozialwissenschaftlichen Fragestellun-

⁵² Das Deutsche Museum verfolgt mit ca. 10 % seiner Gesamtforschungskapazität (= 6 VZÄ für 2005) Projekte, die sich mit der Visualisierung von Wissenschaft und Technik seit dem 19. Jahrhundert, mit der Rolle der Kamera im Film, aber auch mit der Rolle der Medien für die Resituierung von Exponaten beschäftigen (vgl. Schreiben der Leibniz-Gemeinschaft von Februar 2007).

⁵³ Laut Selbstauskunft ist die IuK-Gruppe der FhG mit fast 2800 Mitarbeitern und einem Jahresbudget von 168 Mio. Euro der größte europäische Forschungsverbund in diesem Bereich.

gen und erfüllt auf Grundlage dieser Forschung eine wichtige Beratungsfunktion gegenüber Regierungsstellen und Aufsichtsgremien.

c) Zur Förderung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Forschung durch die Europäische Union

Innerhalb des Europäischen Rahmenprogramms existiert kein spezifisch auf Kommunikations- und Medienwissenschaften zugeschnittenes Teilprogramm. Inwieweit medienwissenschaftliche Projekte beispielsweise im 6. Rahmenprogramm gefördert worden sind, lässt sich nicht beziffern, da die Daten dazu nicht auf Fächerebene, sondern allein auf Ebene der Hochschulen erhoben wurden.⁵⁴ Im 7. Rahmenprogramm der Europäischen Union ist unter anderem eine Teilmaßnahme „Neue und künftige Technologien“ vorgesehen, um herausragende interdisziplinäre Arbeiten auf innovativen Gebieten der Informations- und Kommunikationstechnologien zu fördern.⁵⁵

Außerhalb des Europäischen Rahmenprogramms existiert seit Anfang der 90er Jahre ein europäisches Förderprogramm „MEDIA“, das weniger auf die Förderung der Forschung als auf die Förderung von Ausbildung und Entwicklung im Bereich der audiovisuellen Medien zielt. Bis 2006 lief das MEDIA Plus-Programm (2001-2006: 3. Generation), das aus zwei Teilprogrammen bestand: einem Fortbildungsprogramm für die Fachkreise der europäischen audiovisuellen Filmindustrie (50 Mio. Euro) sowie einem Förderprogramm für Entwicklung, Vertrieb und Öffentlichkeitsarbeit hinsichtlich europäischer audiovisueller Werke (350 Mio. Euro).⁵⁶ Das für die kommenden Jahre geplante MEDIA 2007 (2007-2013) wird – wie die Vorgängerprogramme – auf die Aktivitäten vor und im Anschluss an Produktionen fokussieren (755 Mio. Euro für sieben Jahre), einen neuen Schwerpunkt jedoch auf die technologischen Entwicklungen und insbesondere auf die Konsequenzen der Digitalisierung legen.⁵⁷ Kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung im Sinne der vorliegenden Empfehlungen wird durch solche

⁵⁴ Es lässt sich lediglich – und dies ist bereits sehr aufwändig – ermitteln, in welcher Höhe einzelne Hochschulen Fördermittel des letzten Rahmenprogramms erhalten haben. Vgl. hierzu: Die Beteiligung der deutschen Hochschulen am 6. Forschungsrahmenprogramm der Europäischen Union – unter besonderer Berücksichtigung der EU-Beteiligung des niedersächsischen Forschungsstandorts. Die Entwicklung von 1987 – 2006 – Zwischenbericht. Herausgegeben vom EU-Hochschulbüro Hannover Hildesheim (August 2006). Verantwortlich: Jörg Jerusel, Studie Nr. 6.

⁵⁵ Das Programm Zusammenarbeit (Cooperation) umfasst unterschiedliche Teilbereiche. Einer der Teilbereiche bezieht sich auf die Förderung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), für die in der Zeit von 2007-2013 9,05 Milliarden Euro zur Verfügung stehen werden. Neben Forschungen zum Einsatz von IKT in unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen (Gesundheit, Mobilität etc.) sollen in einer Teilmaßnahme auch interdisziplinäre Forschungsarbeiten, die mit IKT zusammenhängen, gefördert werden.

⁵⁶ <http://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/BeauftragterfuerKulturundMedien/Medienpolitik/Filmfoerderung/InternationaleFilmfoerderung/FilmfoerderungderEUMediaPlusProgramm/filmfoerderung-der-eu-media-plus-programm.html> (Stand: 3.01.2007).

⁵⁷ http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/2007/index_en.htm (Stand: 3.01.2007)

Förderprogramme allenfalls punktuell berührt. Selbst für die Kommunikationswissenschaft, den im Vergleich zur Medientechnologie wie zur Medialitätsforschung disziplinär am deutlichsten ausdifferenzierten Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaften, ist also zu konstatieren: „basic research in the field of communication in Europe is presently non-existent.“⁵⁸

III.4. Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland im Vergleich zu internationalen Entwicklungen

Um die Stärken und Schwächen der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland besser diagnostizieren zu können, bedarf es des Vergleichs mit Entwicklungen in anderen europäischen oder außereuropäischen Ländern. Ein solcher Vergleich sollte nicht zuletzt mit berücksichtigen, dass die europäisch geprägten Kulturen auch in medienhistorischer Hinsicht eine besondere Geschichte haben: Buch und Bild haben über Jahrhunderte hinweg die Funktion von Leitmedien übernommen. Im Unterschied zur jüdischen und zu islamisch geprägten Kulturen kommt in Europa auch dem Bild eine solche Funktion als Leitmedium zu – und zwar trotz der prinzipiellen Fortgeltung des alttestamentarischen Bilderverbots. Es gibt im nachantiken Europa gewissermaßen ‚immer schon‘ die Differenz mehrerer Leitmedien und deren komplexes Zusammenwirken. Das ist indes keineswegs selbstverständlich. In Japan etwa, um ein prägnantes außereuropäisches Beispiel anzuführen, sind einerseits unter Kultur immer auch technische Verfahren mitverstanden worden und hat sich andererseits eine profilierte Buchkultur deutlich später, erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, entwickelt. Auch wenn medienkulturelle Unterschiede nicht stets so gravierend sind wie zwischen dem europäischen und dem japanischen Kulturraum, so können sie doch eine wichtige Rolle spielen bei der Ausprägung und Entwicklung jeweiliger Kommunikations- und Medienwissenschaften.

So gibt es beispielsweise in Frankreich Kommunikationswissenschaften als „Sciences de l’information et de la communication“, der deutschen Medialitätsforschung vergleichbar ist die französische „Mediologie“. Jedoch sind beide Wissenschaftsbereiche jeweils anders akzentuiert als etwa ihre deutschen Pendanten: Die „Sciences de l’information et de la communication“ verstehen sich eher als ein interdisziplinäres Forschungsfeld denn als eine wissenschaftliche Fachgemeinschaft und sind überdies stark semiotisch

⁵⁸ Schorr (2003), S. 4.

(an der Zeichenlehre) orientiert. Auch die französische Mediologie scheint im Unterschied zur deutschen Medialitätsforschung weniger makroperspektivisch und systemisch angelegt zu sein, als vielmehr ihren Ausgang im Subjekt als sinngebender Instanz zu nehmen. Daher wird auch die amerikanische Tradition der Kommunikationswissenschaft kritischer rezipiert als im deutschen Sprachraum.⁵⁹

Akzentuierungen der hier angedeuteten Art in den Kommunikations- und Medienwissenschaften lassen sich in vielen Ländern finden. Etwas genauer sollen im Folgenden allein drei Länder betrachtet werden, nämlich die USA als das in vielen Hochschul- und Forschungsfragen als führend geltende Land, Japan aufgrund der besonderen kulturellen Differenzen sowie die Schweiz. Dieser kleinere europäische Staat hat in den letzten Jahren einen breit angelegten fachlichen Selbstverständigungsdiskurs in den Kommunikations- und Medienwissenschaften geführt und sich in diesem Zusammenhang auch einem von internationalen Gutachtern getragenen Evaluationsprozess unterzogen.

Vereinigte Staaten von Amerika

Die Vereinigten Staaten von Amerika stellen für das deutsche Hochschul- und Forschungssystem eine der wichtigsten Referenzen dar. Dies gilt auch im Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaften: nicht allein, weil die sozialwissenschaftlichen Wurzeln der Kommunikationswissenschaften – wie gezeigt (vgl. A.II.) – vor allem in den USA liegen, sondern auch, weil die Vereinigten Staaten eines der attraktivsten Länder für Wissenschaftler dieser Fächer und Fachteile sind.⁶⁰

In den USA sind viele Institute aus einem Zusammenschluss von „Departments of Speech Communication“ mit der psychologischen und sozialwissenschaftlichen Kommunikations- und Medienforschung hervorgegangen. Daher sind heute oft auch Interpersonale Kommunikation oder Rhetorik Gegenstände kommunikationswissenschaftlicher Undergraduate-Programme.⁶¹ Aufgrund der unterschiedlichen Hochschulstruktur, der heterogenen Schwerpunktsetzung der Institute sowie ihrer unterschiedlichen Größen- und Ausstattungsverhältnisse ist es allerdings schwierig, verbindliche Aussagen zu Ausbildungs- und Forschungsniveau der amerikanischen Kommunikations- und Medienwissenschaften zu machen.

⁵⁹ Vgl. Aeverbeck (2000), v.a. S. 397 ff.

⁶⁰ Vgl. hierzu bezogen auf die Kommunikationswissenschaft Vorderer (2005), S. 289.

⁶¹ Mitteilung von Wolfgang Donsbach (Dresden) auf Anfrage des Wissenschaftsrates (12. Februar 2007).

Während in den deutschen Kommunikations- und Medienwissenschaften die Qualität über die Institute relativ gesehen eher gleichverteilt ist, gibt es in den USA signifikante Unterschiede in der Leistungsfähigkeit. Denn das amerikanische Hochschulsystem unterscheidet zwischen Baccalaureate Colleges, Master's Colleges and Universities, sowie Doctorate-Granting Universities.⁶² Nur Universitäten mit Doktoratsprogrammen gelten als forschungsorientiert, wobei unter diesen wiederum Abstufungen gemäß der eingeworbenen Forschungsgelder, Publikationsaktivitäten und Abschlusserfolge gelten. Gerade von den öffentlichen Colleges verzichten viele auf wissenschaftlichen Anspruch und bieten – auch vor dem Hintergrund geringer Forschungsausstattung und klarer Lehrorientierung – ein basales Bachelor-Programm an. Die Forschungsqualität solcher Colleges liegt erheblich unter dem deutschen Hochschuldurchschnitt.⁶³

Evaluationsergebnisse amerikanischer Institute der Kommunikations- und Medienwissenschaften liegen nur für jene mit Doktoratsprogrammen vor. Das gilt zum Beispiel für das Ranking der National Communication Association (NCA), der größten amerikanischen Fachgesellschaft. Aufgrund der breiten inhaltlichen Ausdifferenzierung der Medien- und Kommunikationswissenschaften in den USA erstellt die NCA keine Rangliste nach Instituten, sondern sieben verschiedene Rankings, gegliedert nach den in den amerikanischen Kommunikations- und Medienwissenschaften vorherrschenden Forschungs- und Lehrbereichen.⁶⁴

Im größten Bereich „Massenkommunikation“, der der deutschen Kommunikationswissenschaft am nächsten steht, nahmen 2004 folgende Departments of Communication die Positionen 1 bis 5 ein: University of Pennsylvania (Annenberg), Stanford University, Michigan State University, University of Southern California (Annenberg), University of Wisconsin at Madison.⁶⁵ An der Spitze steht eine Ivy League School (University of Pennsylvania), die ebenso wie die University of Southern California (USC) von regelmäßigen privaten Großspenden des Verlegers Walter Annenberg profitiert. Institute mit solchen privaten Geldgebern können besonders attraktive Forschungsbedingungen bieten. So verfügt die Annenberg School an der USC in Los Angeles bei einem jährlichen

⁶² Ausschlaggebend ist die "Carnegie Classification of Institutions of Higher Education", welche ausführlich unter <http://www.carnegiefoundation.org/classifications> beschrieben ist.

⁶³ Mitteilung von Peter Vorderer (USC Annenberg) auf Anfrage des Wissenschaftsrates (13. Februar 2007). Es gibt allerdings hoch angesehene private Colleges, auf die diese Einschätzung nicht zutrifft.

⁶⁴ Die sieben Bereiche lauten: Interpersonale und Gruppenkommunikation, Organisationskommunikation, Rhetorik, Politische Kommunikation, Massenkommunikation, Internationale und Interkulturelle Kommunikation, sowie Gesundheitskommunikation.

⁶⁵ Zu den Details siehe <http://www.natcom.org/nca/Template2.asp?bid=415>

Budget von 46 Mio. Euro über einen Lehrkörper von 75 Vollzeitmitgliedern, denen weitere 111 außerordentliche Professoren zur Seite stehen.⁶⁶

Bei der genannten NCA-Befragung handelt es sich um eine Reputationsstudie, die auf Einschätzungen der „scholarly quality“ der Doktoratsprogramme beruht. In anderen auf wissenschaftlichem Output beruhenden Rankings schneiden die Kommunikationsinstitute von öffentlich aus Steuern, Fundraising- und Drittmitteln finanzierten Universitäten allerdings durchaus hervorragend ab.⁶⁷ Es sind also keineswegs nur die privaten Einrichtungen, die Exzellenz bieten.

Wissenschaftstheoretisch überwiegt in den amerikanischen Kommunikations- und Medienwissenschaften das sozialwissenschaftliche Paradigma. In jüngster Zeit gewinnt das kritisch-kulturalistische Paradigma (Critical and Cultural Studies) an Bedeutung. Trotz dieser beträchtlichen fachlichen Breite in den Kommunikations- und Medienwissenschaften, beruht die Medialitätsforschung vor allem auf lokalen und persönlichen Initiativen. Diese artikulieren sich zudem vielfach mit Bezug auf die deutsche Diskussion; in den USA gilt die Herausbildung der Medialitätsforschung als „deutsche akademische Sonderentwicklung“, die den deutschen Geisteswissenschaften in den letzten zwei Jahrzehnten „berechtigte internationale Anerkennung“ eingebracht hat.⁶⁸

Für den Bereich der Medientechnologie ist eine Verortung in spezifischen nationalkulturellen Zusammenhängen demgegenüber nicht sinnvoll. Medientechnologische Forschung entwickelt sich in internationalen Netzwerken und Kooperationen. Auch dabei sind die US-amerikanischen Forschungsinstitutionen – zumindest an den herausragenden Orten – deutlich integrativer angelegt als in Deutschland. So sind im Annenberg Center⁶⁹ sozial- und kulturwissenschaftliche Medienforschungen mit medientechnologischen Komponenten zusammengeführt. Unter anderem werden hier Einflüsse neuer Informations- und Kommunikationstechnologien auf Politik, Gesellschaft und wirtschaft-

⁶⁶ Die Annenberg School wurde 1971 aufgrund einer Zuwendung von Walter H. Annenberg, Leiter des Verlagshauses Triangle Publications in Pennsylvania, an der University of Southern California (USC), gegründet. Heute ist sie Teil des Annenberg Center for Communication (vgl. Fußnote 69).

⁶⁷ Laut einem vornehmlich auf bibliometrischen Angaben beruhenden Ranking von Academic Analysts gehören im Bereich „Mass Communication“ (2005) allein Institute staatlicher Hochschulen zu den produktivsten: Pennsylvania State University, Michigan State, Ohio State, University of Wisconsin at Madison, New York University, University of Alabama, Northwestern University, Louisiana State University, University of Iowa, Temple University. Zu den Details siehe <http://www.academicanalytics.com>

⁶⁸ Mitteilung von Hans Ulrich Gumbrecht (Stanford) auf Anfrage des Wissenschaftsrats (20. Januar 2007).

⁶⁹ Das Annenberg Center for Communication an der University of Southern California (USC) wurde aufgrund einer Zuwendung von Walter H. Annenberg, Leiter des Verlagshauses Triangle Publications in Pennsylvania gegründet. Heute vereint das Annenberg Center die drei Schulen USC Annenberg School for Communication, USC School of Cinematic Arts, USC Viterbi School of Engineering. Es beschäftigt sich mit praktischen Problemen im Zusammenführen von Inhalten und digitaler Technologie. Ein Schwerpunkt ist der Einfluss neuer Informations- und Kommunikationstechnologien auf Politik, Gesellschaft und Innovationsprozesse. Jährlich bildet das Center mehr als 1300 undergraduate und ca. 500 graduate Studierende aus. Das Stiftungsvermögen („endowment“, Stand 30.06.2006) beläuft sich auf 176 Mio. Dollar

liche Innovationsprozesse untersucht. Ein weiteres Beispiel ist das Media Lab am MIT (Massachusetts Institute of Technology in Cambridge, Mass.), das mit einem jährlichen Budget von 30 Millionen Dollar in enger Zusammenarbeit mit der Wirtschaft und über disziplinäre Grenzen hinweg Fragen der Digitalisierung der Alltagswelt erforscht.⁷⁰ Auch im außeruniversitären Bereich besitzen die Vereinigten Staaten eine Vielzahl von kommunikations- und medienwissenschaftlichen Instituten, die auch Aufgaben der Politikberatung übernehmen.

Zusammenfassend lässt sich für die USA also feststellen, dass sich das fachliche und wissenschaftstheoretische Profil anders als in Deutschland darstellt. So fehlt die Medialitätsforschung weitgehend, was nicht ausschließt, dass ein der Medialitätsforschung analoger begrifflich-theoretischer Bedarf allmählich auch in den USA empfunden wird.⁷¹ Dafür ist die klassische Kommunikationswissenschaft breiter inhaltlich ausdifferenziert und lässt neben dem leitenden sozialwissenschaftlichen Paradigma auch qualitativen, kritischen und kulturalistischen Ansätzen Raum. Die Weiträumigkeit und Aufgeschlossenheit des amerikanischen Wissenschaftsmarktes scheint dabei die Koexistenz der Positionen zu erleichtern. Hinsichtlich der Bewertung von Lehr- und Forschungsleistungen fällt eine Konzentration auf Doktoratsprogramme (bei Vernachlässigung niedriger Ausbildungsstufen) sowie eine Fokussierung auf die Kriterien Publikations-Output, Absolventen-Output sowie Drittmittel-Input auf.⁷²

Schweiz

Anders als in den USA greift die systematische Fachunterscheidung in Kommunikationswissenschaft und Medialitätsforschung in der Schweiz sehr gut. Beide Paradigmen

⁷⁰ Das Media Lab (Media Laboratory) am MIT (Massachusetts Institute of Technology) in Cambridge Mass. wurde 1980 von Professor Nicholas Negroponte und dem früheren MIT Präsident Jerome Wiesner gegründet. Zunächst stand im Vordergrund der Forschung die Digitalisierung von Medien, d.h. die Ablösung der (elektronisch codierten Inhalte) von seiner traditionellen physischen Repräsentanz, was zur Schaffung von heute geläufigen Bereichen wie digitales Video oder Multimedia beitrug. Jetzt liegt der Fokus vornehmlich darauf, wie elektronische Informationen die alltägliche physische Welt prägen. Das Labor erprobte die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Industrie und hat ein eine einzigartige Umgebung sowohl für Grundlagenforschung als auch für angewandte Forschung geschaffen – ohne Berücksichtigung traditioneller Disziplinergrenzen. Das jährliche Budget stammt hauptsächlich aus Geldern von mehr als 100 Sponsoren (vor allem Unternehmen der freien Wirtschaft). Das Media Lab hat mehr als 40 Angehörige, die als Lehrende, Forschungsbeauftragte und Gastwissenschaftler am Media Lab arbeiten. Hinzu kommen mehr als 70 weitere Mitarbeiter. Das Media Lab bildet fast 130 Postgraduates (80 Master, 50 PhD), 150 Undergraduates sowie 15 weitere Graduates aus, die an anderen Instituten eingeschrieben sind, ihre Forschung aber am Media Lab betreiben. Das Labor ist in fast 30 Forschungsgruppen aufgegliedert, die an mehr als 350 Projekten arbeiten und in verschiedenen Konsortien zusammengefasst werden; diese Konsortien sind: Consumer Electronics Laboratory, Digital Life, SIMPLICITY, Things That Think, NEXT, Joint Programs, Center for Bits and Atoms, Communications Futures Program. Das Media Lab meldet im Durchschnitt 15 Patente pro Jahr an (vgl. <http://www.media.mit.edu/about/index.html>, 5.2.2007).

⁷¹ Die Bezeichnung Medialitätsforschung hat sich noch nicht allgemein durchgesetzt (vgl. A.II.). Dass ein Bedarf für diesen oder einen analogen Begriff besteht, wird nicht nur von den einschlägigen deutschen Aktivitäten dokumentiert, sondern allmählich auch in den USA und in Japan eingeräumt (vgl. u. a. die Konferenz „Mediating Enlightenment: Past and Present“ an der New York University im April 2007). In der deutschen „Sonderentwicklung“ liegen also zu ergreifende internationale Chancen.

⁷² Siehe hierzu die aktuelle Untersuchung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Institute durch den National Research Council (NRC), einer amerikanischen Regierungsorganisation, deren Bewertungskriterien zur neuen Währung der US-Hochschulevaluation zu werden scheinen (Details unter <http://www7.nationalacademies.org/resdoc/>)

sind gemeinsam in einer Fachgesellschaft, der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM), vertreten und organisiert. Im Unterschied zur Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) betrachtet die SGKM die Kommunikations- und Medienwissenschaft als Integrationswissenschaft, in welcher sowohl sozial- als auch kulturwissenschaftliche Methoden zur Anwendung kommen und sich die verschiedenen Disziplinen „gegenstandsorientiert vereinen“.⁷³ Daneben gibt es nach Schweizer Verständnis einen dritten anwendungsorientierten Bereich, der u. a. medientechnische, medienökonomische, medienlinguistische und Journalismus-praktische Perspektiven vereint.

Aufgrund der Kleinräumigkeit des Landes sind die Profile der Institute recht gut bekannt. So werden in den kommunikationswissenschaftlichen Instituten der Universitäten Zürich, Bern, Fribourg, St. Gallen und teilweise Lugano primär sozialwissenschaftliche Ansätze verfolgt, wohingegen in den Instituten in Basel, Luzern, und teilweise Lugano eher kulturwissenschaftliche Ansätze vorherrschen. Die sprachkulturelle Vielfalt der Schweiz lässt noch unterschiedliche weitere Einflüsse hinzukommen. Zum insgesamt pluralistischen Fachverständnis in der multikulturellen Schweiz hat auch beigetragen, dass sich die Deutschschweizer Institute stark an Deutschland, die Westschweizer Institute an Frankreich und die Tessiner Institute an Italien orientieren.

Die 2007 von der SGKM verabschiedeten „Empfehlungen der Zukunftskommission für die Kommunikations- und Medienwissenschaft in der Schweiz“ sind Teil eines umfassenden Evaluationsprozesses, dem sich die Schweizer Fachvertreter zwischen 2004 und 2006 auf eigenem Wunsch unterzogen.⁷⁴ Im Ergebnis zeigt dieser Prozess die bemerkenswerte Vielfalt im Ausbildungsangebot in den schweizerischen Kommunikations- und Medienwissenschaften.⁷⁵ Dem Umstand eines gemeinsamen Fachver-

⁷³ Entsprechend heisst es auch im 2007 verabschiedeten Empfehlungen der Zukunftskommission für die Kommunikations- und Medienwissenschaft in der Schweiz: „Das Fach nähert sich seinem Gegenstand mit verschiedenen Ansätzen und Methoden: Der sozialwissenschaftliche Ansatz fokussiert auf öffentliche Kommunikation und empirische Methoden (Kommunikationstheorien, Theorien der Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, Kommunikationsgeschichte, Mediensysteme, Medienökonomie, Medienpolitik, Journalismusforschung, Medieninhalte, Medienrezeption, Medienwirkungen, politische Kommunikation, Wirtschaftskommunikation, Organisationskommunikation, empirische Erhebungs- und Auswertungsmethoden). Der kulturwissenschaftliche Ansatz unterscheidet grundsätzlich zwischen verschiedenen Medien (Medientheorien, Mediengeschichte, Cultural Studies, Intermedialität, Diskursanalysen, Medienästhetik und Medienkultur). Siehe hierzu SGKM (o. Jg.): Leitbild (vgl. <http://lw.sgkm.ch/leitbild.htm>) (Empfehlungen der Zukunftskommission für die Kommunikations- und Medienwissenschaft in der Schweiz (2006)).

⁷⁴ In der Schweiz wurde von Seiten der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft im März 2004 ein Selbstevaluationsbericht vorgelegt (vgl. Gysin et. al. (2004)). Die SGKM wandte sich dann mit der Bitte um eine externe Evaluation an den Schweizerischen Wissenschafts- und Technologierat, der wiederum eine international besetzte Expertengruppe unter Vorsitz von Klaus Schönbach (Amsterdam) einsetzte. Die Ergebnisse dieser Evaluation dienten wiederum der von der SGKM eingesetzten Zukunftskommission als Grundlage, um einen konkreten Plan zur Umsetzung der Empfehlungen in der Schweiz zu entwickeln. Die Ergebnisse der Zukunftskommission unter Vorsitz von Werner Wirth (Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung an der Universität Zürich) wurden im September 2006 der Schweizer Hochschulrektorenkonferenz übermittelt und auf der SGKM-Jahrestagung 2007 in St. Gallen verabschiedet.

⁷⁵ Vgl. Empfehlungen der Zukunftskommission, S. 3.

ständnisses trägt die Zukunftskommission, die mit der Umsetzung der Evaluations-
ergebnisse betraut ist, bei der Entwicklung ihrer Empfehlungen zur Ausgestaltung der
Lehre Rechnung. In der grundständigen Bachelor-Lehre sollen sich die Institute je nach
ihrer Ausrichtung auf ein sozialwissenschaftliches oder kulturwissenschaftliches Ange-
bot spezialisieren (Profilierungsstrategie). Auf Masterstufe sollen die inhaltlichen For-
schungsschwerpunkte der Institute zum Tragen kommen, wobei kleine, benachbarte
sozialwissenschaftlich orientierte Institute (z. B. Fribourg, Bern) und kleine benachbarte
kulturwissenschaftlich orientierte Institute (z. B. Basel, Luzern) informelle Partnerschaf-
ten oder formelle Zentren bilden könnten. Auf Doktoratstufe werden ein sozialwissen-
schaftliches und ein kulturwissenschaftlich Graduiertenprogramm empfohlen; weitere
anders gelagerte Graduiertenprogramme sollen möglich sein.⁷⁶

Hinsichtlich der Forschung betont die Zukunftskommission die Vielfältigkeit der For-
schungsbemühungen in der Schweiz und schlägt vor, gemeinsame Forschungsschwer-
punkte zu bilden, an denen mehrere Hochschulinstitute gemäss ihrer spezifischen Aus-
richtungen und Kompetenzen beteiligt sind. Der breite Ausbau zeigt sich auch in der
Forschungsförderung durch den Schweizer Nationalfonds. Gegenwärtig fördert er zwei
National Centers of Competence in Research (NCCR) im Bereich der Medialitätsfor-
schung (an der Universität Zürich das NCCR „Mediality – Historical Perspectives“ mit
einer Gesamtfördersumme von 8,5 Mio. SFr; an der Universität Basel das NCCR „The
Power and Meaning of Images“ mit einer Gesamtfördersumme von 18 Mio. SFr). Zu-
sätzlich fördert er mit dem NCCR „Challenges to Democracy in the 21st Century“ die
sozialwissenschaftliche Kommunikationsforschung an der Universität Zürich (Gesamt-
fördersumme 15 Mio. SFr).

Für die kommenden Jahre ist ein massiver Ausbau der schweizerischen Kommunikati-
ons- und Medienwissenschaften zu erwarten. Er wird einerseits in Richtung der sozial-
wissenschaftlich orientierten Forschung und Lehre erfolgen; so wird in Fribourg, Zürich
und Lugano eine Reihe neuer kommunikationswissenschaftlicher Professuren einge-
richtet werden; die kulturwissenschaftliche Ausrichtung wird mit je einer neuen Profes-
sur an den Universitäten Basel und Zürich gestärkt werden.

⁷⁶ Zur Sicherung der Transparenz im Ausbildungsangebot, wird die Schaffung eines kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studienatlas empfohlen, der alle relevanten Hochschulstudiengänge erläutert. Dieses (geplante) Internetportal „KMW-Atlas“ soll es den Nutzern erlauben, anhand von verschiedenen Kriterien die Studiengänge abzurufen und miteinander zu vergleichen.

Japan

Seit 1900 bildete sich auch in Japan im Zuge der Entwicklung des Zeitungsmarktes eine Zeitungswissenschaft heraus. Zugleich entwickelten sich innerhalb anderer Disziplinen wie der Sozialpsychologie oder der Soziologie weitere Teildisziplinen zur Analyse der Massenmedien. Angesichts eines anderen Verständnisses von Journalismus fehlt in Japan jedoch die Komponente der systematischen Analyse politischer Kommunikation. Nur in Einzelfällen werden Studiengänge nach den auch für europäische Studienprogramme verbindlichen Mustern konzipiert. Sie heißen dann beispielsweise auf der Master-Ebene Forschungen zur Medienpolitik („Sêsaku media kenkyu“).

Diffuser ist die Lage im Bereich der kulturwissenschaftlich geprägten Medialitätsforschung. Eine lange Tradition selbstverständlichen intermedialen Austausches ist eine der Ursachen für das technikfreundliche kulturelle Klima, in dem die neuen Medien in Japan bereitwillig angenommen wurden: Erstens sind im japanischen Selbstverständnis technische Verfahren ein integraler Bestandteil der Kultur. Dies manifestiert sich bis in die ästhetische Terminologie hinein, die Maschinen immer auch als etwas Menschliches erscheinen lässt. Und zweitens sind – auch aufgrund der relativ spät sich entwickelnden Buchkultur – sowohl die „Intensität intermedialer Verhältnisse in ‚Büchern‘ (etwa Bild-Text-Mischung) (...) als auch die kulturelle Geltung traditioneller wie moderner performativer Künste (mit dem Akzent wiederum auf Techniken und Verfahren, nicht auf Speicherung oder Erinnerung von Bedeutung) erheblich selbstverständlicher als in Deutschland“.⁷⁷ Die Profilierung der Medialitätsforschung erfolgte auch in Japan (zumindest in der japanischen Germanistik), ähnlich wie in den USA, unter deutlichem Bezug auf die entsprechenden deutschen Forschungstraditionen.⁷⁸

Die Medieninformatik bzw. -technologie („media jôhô“) ist ein in Japan seit längerem etabliertes Fach, da einerseits der Zusammenhang von Medien und Technologien kulturell selbstverständlicher ist als im europäischen Raum und da andererseits der Bezug zur Unterhaltungsindustrie und zum wirtschaftlichen Nutzen deutlich gesehen wird.

⁷⁷ K. Ludwig Pfeiffer (2006): Kommunikations- und Medienwissenschaften in Japan?: Reflexionspapier, gestützt auf Interviews mit Wissenschaftlern von der Keio Universität Tokio und der Kansai Universität Osaka sowie auf Recherchen Pfeiffers im Kontext des Sonderforschungsbereichs 615 „Medienumbrüche“ an der Universität Siegen.

⁷⁸ Vgl. auch Peter Pörtner (2000), „mono – Über die paradoxe Verträglichkeit der Dinge. Anmerkungen zur Geschichte der Wahrnehmung in Japan“, in: Rolf Elberfeld/Günter Wolfahrt (Hrsg.), *Komparative Ästhetik. Künste und ästhetische Erfahrungen zwischen Asien und Europa*, Köln, S. 211-226.

A.IV. Zur Situation von Archiven für die Kommunikations- und Medienwissenschaften

Mit der Entwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften einerseits sowie der elektrischen und dann elektronischen Medientechnologien andererseits wird die in den klassischen Buchwissenschaften im Prinzip jedenfalls gelöste Frage der Archivierung neu aufgeworfen. Über Jahrhunderte sind das Buch und das Bild im europäischen Kulturraum – neben der öffentlichen Bildwelt der Fresken, Skulpturen und Bauwerke sowie der Welt des Tons in Sprache und Musik – unangefochtene Leitmedien gewesen. Bibliotheken entwickelten sich als zentrale Instanzen der Speicherung des kulturellen Wissens, Schulen und Universitäten übernahmen die Funktionen der Text- und Bilderlegung sowie der Traditions- und Sinnbildung. Dieser institutionelle Ausdifferenzierungsprozess ist für alle modernen Organisationsformen des kulturellen Gedächtnisses von ebenso grundlegender Bedeutung wie zuvor die Erfindung der Schrift.

Mit der Entwicklung audiovisueller und neuerdings digitaler Medien stellt sich die Frage, wie das in dieser Form vorhandene Wissen gespeichert werden kann, mit anderen Worten die Frage der Neuorganisation des kulturellen Gedächtnisses. Bisher ist in Deutschland das Grundsatzproblem der Archivierung solcher Medien weithin noch ungeklärt, auch wenn sich in unterschiedlichen Bereichen bereits Teillösungen entwickelt haben. Im internationalen Vergleich betrachtet hat Deutschland die Frage der Archivierung anderer als der etablierten, im Wesentlichen buchgestützten Text- und Bildmedien bisher deutlich vernachlässigt.

Für den Bereich der audiovisuellen Medien scheint das Archivierungsproblem auf den ersten Blick deswegen weniger gravierend, weil die Rundfunk- und Fernsehsender eigene Programmarchive unterhalten, die ihnen auch für Recherchezwecke zur Verfügung stehen. Solche Programmarchive gelten in der Branche als eigener Produktionsfaktor. Daher liegen ihre Erhaltung und Pflege – bis zu einem gewissen Grade – im direkten Eigeninteresse der Programmanbieter.⁷⁹

In vergleichbaren Staaten in Europa sowie in Übersee hat man sich nicht auf die Archivierung der Programmanbieter allein verlassen, sondern sind bereits audiovisuelle Archive mit öffentlichen Fördermitteln und unter Beteiligung der Programmanbieter eingerichtet worden. In den USA existiert seit 1975 das „Museum of Television & Radio“

⁷⁹ Die folgenden Darlegungen stützen sich auf Leuffgen/Weichert (2005).

(MT&R) in New York, das 1996 einen Ableger in Los Angeles gegründet hat. Unterstützt wird dieses Archiv von nationalen amerikanischen Networks (v. a. ABC, CBS, NBC und Fox), großen Medienunternehmen wie Time Warner und Sony sowie von weiteren Firmen (Chrysler, Coca-Cola, Volvo). Auch Einzelpersonen unterstützen das Archiv. Der öffentliche Zugang wird dabei über ein sogenanntes „Researcher’s Program“ organisiert, das auf Antrag grundsätzlich jedermann offen steht. Vorwiegend Journalisten, Schauspielschüler, Wissenschaftler und Künstler nutzen das Archiv. Das Archiv ermöglicht den Zugriff auf 120.000 Medieneinheiten, die jährlich um 10.000 neue ergänzt werden, und die Recherche in archivierten Nachrichten, Werbespots, Serien, Sitcoms, Talkshows, Fernsehfilmen und Hörfunksendungen. Darüber hinaus organisieren die Betreiber audiovisuelle Ausstellungen.

Auch Australien verfügt bereits seit Anfang der 1980er Jahre über ein „National Screen & Sound Archive“, das Bild- und Tonmaterial systematisch sammelt und für Interessierte kostenlos zugänglich macht. Dieses Medienarchiv mit Sitz in Canberra ist der Australian National Library angeschlossen. Speziell zu Forschungszwecken wurde eine Software entwickelt, die es ermöglicht, in der großen Datenbank gezielte Recherchen anzustellen. Produzenten und Programmanbieter kooperieren gerne mit dem Medienarchiv und stellen diesem ihr audiovisuelles Material zur Verfügung. Es besteht jedoch keine Ablieferungspflicht. Das australische Ministerium für Kommunikation und Kunst fördert das Medienarchiv finanziell, das mittlerweile 10 % des Etats durch eigene Dienstleistungen erwirtschaftet.

In Frankreich besteht seit 1995 ein nationales öffentliches Rundfunkarchiv: die „Inathèque de France“. Die „Inathèque“ hat ihren Sitz in der Nationalbibliothek in Paris und wird von dem 1975 gegründeten „Institut National de l’Audiovisuel“ (INA) geführt. Hintergrund der Einrichtung der „Inathèque“ ist das seit mehr als 460 Jahren bestehende sogenannte Hinterlassungsrecht (dépôt légal). Während sich bis 1992 das Hinterlassungsrecht lediglich auf die „alten“ Medien bezog, wurde es Anfang der 90er Jahre auf die „neuen“ Medien Hörfunk und Fernsehen ausgeweitet und zehn Jahre später erneut mit Blick auf das Angebot von Kabel- und Satellitenbetreibern reformiert. „Seit 2004 gehen pro Jahr mehr als 650.000 Stunden (150.000 Stunden Radio, 500.000 Stunden Fernsehen) vollständige Mitschnitte des gesendeten Programms von insgesamt 87 Anbietern (70 Fernseh- und 17 Radiosendern) in den Archivbestand über. Mit einem Etat

von 10 Mio. Euro jährlich und 170 Mitarbeitern ist der Aufwand vergleichsweise hoch⁸⁰. Studierende und Doktoranden (63 %), aber auch Journalisten (21 %) sowie Wissenschaftler und Lehrer (11 %) nutzen das Archiv. Die „Inathèque“ legt großen Wert auf ihren Kontakt zur Wissenschaft, wie unter anderem an dem von ihr ausgeschriebenen Forschungspreis deutlich wird.

In Deutschland hingegen bestehen zwar rund 1.200 verstreute audiovisuelle Medien-sammlungen, die jedoch größtenteils nicht für den öffentlichen Zugriff und die wissenschaftliche Benutzung ausgestattet sind. Eine Ausnahme bildet die Stiftung Deutsches Rundfunkarchiv (DRA), die – am Standort Potsdam-Babelsberg – die gesamte Hinterlassenschaft des Hörfunks und Fernsehens in der DDR archiviert und dokumentiert.⁸¹ Es ist eine Gemeinschaftseinrichtung der ARD, so dass auch heute ausgewählte Beiträge von den Sendeanstalten der ARD vom DRA archiviert werden. Das aus der DDR stammende umfangreiche Sendematerial, das von der ersten Sendung des Deutschen Fernsehfunks (DFF) im Jahr 1952 bis 1991 reicht, ist grundsätzlich für wissenschaftliche, erzieherische, journalistische, künstlerische und vergleichbare Zwecke zugänglich. Die Dienstleistungsgebühr beträgt 120 Euro pro Stunde und Auftrag. Die Nutzer erhalten die Möglichkeit zum Einblick in 400.000 Sendebänder des Hörfunks und 100.000 Sendungen des Fernsehens sowie in dazugehörige Materialien wie Drehbücher, Sendeprotokolle etc.

Bis heute gibt es in Deutschland weder eine „Clearing-Stelle“, die die Vielzahl der Medienarchive koordinieren könnte, noch ein zentrales deutsches Medienarchiv. Ein dem DRA vergleichbares Archiv zur systematischen und umfassenden Speicherung der bundesrepublikanischen audiovisuellen Medienkultur fehlt. Seit Ende der 80er Jahren mehren sich jedoch die Stimmen, die fordern, ein solches Archiv für Hörfunk und Fernsehen („Deutsche Mediathek“) einzurichten. Die Aufgaben des „Deutschen Fernseh-museums“, das gerade neu entstanden ist, werden demgegenüber nicht in der Archivierung liegen, sondern in der Präsentation ausgewählter Beispiele der Fernsehgeschichte

⁸⁰ Leuffgen/Weichert (2005), S. 6.

⁸¹ Das Deutsche Rundfunkarchiv wurde 1952 als „Lautarchiv des deutschen Rundfunks“ von den Landesrundfunkanstalten gegründet und als Gemeinschaftseinrichtung der ARD in Frankfurt am Main angesiedelt. Am Standort Frankfurt verfügt das DRA über eine Sammlung historischer Tonträger (Schellackplatten sowie Bänder mit Originalaufnahmen seit dem Ende des 19. Jahrhunderts). Darüber hinaus werden Datenbanken zum Nachweis von Hörfunk- und Fernsehprogrammen, Schriftdokumente der ARD und zur Rundfunkgeschichte sowie ein Bestand an rundfunkhistorischen Bildern vorgehalten, nicht jedoch aktuelles Rundfunk- oder Fernsehmaterial archiviert.

(500-1000 Stunden).⁸² Das Sendematerial für diese „Programmalerie“ wird von den Fernsehanstalten zur Verfügung gestellt werden, die ihrerseits die Archivierung übernehmen.

Neben der Archivierung audiovisuellen Materials entsteht mit dem Internet ein ganz neues Archivierungsproblem für die Kommunikations- und Medienwissenschaften. Denn mittels der neuen (Massen)Medien wird ständig eine Flut neuen Materials und neuen Wissens produziert. Masse und Dynamik dieser Produktion haben bisher eine effiziente Archivierung erschwert, wenn nicht gar über weite Strecken vereitelt. Das Internet selbst ist weder insgesamt geordnet noch gar katalogisiert. Es ist nicht in der Lage, diese Aufgabe zu übernehmen, denn ein Archiv zielt auf Bestandspflege. Daher besteht die Notwendigkeit, Archivierungsstrategien sowohl für den Bereich der audiovisuellen als auch der digitalen Medien zu entwickeln.

Ein erster Schritt zur Archivierung digital vorliegenden Materials ist mit der Erweiterung der Sammlungsauftrags der Deutschen Nationalbibliothek im Juni 2006 erfolgt.⁸³ In die erweiterte Sammelpflicht der Nationalbibliothek ist auch die Sammlung von Websites und von sogenannten webspezifischen Publikationen aufgenommen worden. Während bis dato einzelobjektbezogene Sammlungen die Sammlungstätigkeit prägten, werden neuerdings Verfahren zur Sammlung ganzer Gruppen von Objekten anvisiert. Hierzu zählen beispielsweise vollständige Websites der Bundesregierung oder einzelner Ministerien. Dieser erweiterte Sammlungsauftrag macht den Aufbau gewaltiger Datenspeicher erforderlich. Hier müssen noch technische Fragen der Langzeitarchivierung sowie die rechtlichen Fragen für den Zugriff auf die archivierten Dokumente gelöst werden.⁸⁴

A.V. Berufseinmündung und Arbeitsmarkt

Die Medienbranche ist eine Wachstumsbranche, die auf konjunkturelle Schwankungen volatiler als die Gesamtwirtschaft reagiert. Während das Wachstum der Medienbranche in den Jahren 2001 bis 2003 dem des nominalen Bruttoinlandsproduktes entsprach

⁸² Das Deutsche Filmarchiv ist Teil des Deutschen Filminstituts (DIF) in Wiesbaden. Das Filmarchiv des DIF umfasst rund 11.000 Kopien, die in gekühlten und klimatisierten Lagern nach konservatorischen Standards untergebracht sind. Zu ihnen zählen Spiel- und Dokumentarfilme, Kurz- und Werbefilme, sowohl Negative als auch Positive. Ein kleiner Bestand an Nitro-Filmen wird in eigens dafür ausgerüsteten Räumen zur Umkopierung auf Sicherheitsmaterial aufbewahrt. Schneidetische, Prüftische und Umroller gehören zur technischen Ausrüstung des Filmarchivs. An diesen werden die Filme fachgerecht bearbeitet. Alle Filme im Bestand des Filmarchivs wurden katalogisiert. Die Datenbank des DIF dokumentiert sowohl den technischen Zustand der Filme als auch die genaue Herkunft einzelner Kopien.

⁸³ Vgl. Gesetz über die Deutsche Nationalbibliothek vom 22.06.2006 (BGB.I S. 1338).

⁸⁴ Vgl. Schwens (2006).

(2001: 1,4 %; 2003: 0,2 %), wuchs die Branche in den beiden darauf folgenden Jahren relativ stärker als die Volkswirtschaft insgesamt (3,4 bzw. 3,5 %). Für die Zukunft wird mit einer jährlichen durchschnittlichen Wachstumsrate von 4,2 % gerechnet. 2005 lag der Umsatz der Branche bei rund 57 Mrd. Euro.⁸⁵

Um die Frage beantworten zu können, wie sich das Verhältnis dieser Wachstumsbranche zu den Absolventen des Hochschulsystems gestaltet, hat der Wissenschaftsrat eine eigene Studie durchgeführt und in diesem Rahmen Auswertungen des Mikrozensus beim Statistischen Bundesamt in Auftrag gegeben.⁸⁶ Da die Medienbranche keinen klar abgegrenzten Bereich darstellt⁸⁷, setzt jede solche Untersuchung einen Auswahlprozess voraus, der auf die Systematik des Statistischen Bundesamtes und deren Kategorisierungen zurückgreifen muss. Die Auswahl von medien-spezifischen Wirtschaftskategorien ist immer mit Unschärfen behaftet. Um diese möglichst zu minimieren, wurden drei unterschiedliche Zugänge zu dem sich sehr dynamisch entwickelnden Feld gewählt. Die Daten des Mikrozensus wurden hinsichtlich der Erwerbstätigen mit einem kommunikations- und medienwissenschaftlichen Abschluss, der Erwerbstätigen mit einem „Medienberuf“ sowie der Erwerbstätigen, die in einer „Medienbranche“ arbeiten, analysiert.⁸⁸ Dabei wurde die Gruppe der Erwerbstätigen mit einem kommunikations- und medienwissenschaftlichen Abschluss zur Gruppe derjenigen mit einem geisteswissenschaftlichen Abschluss sowie zur Gruppe derer in Relation gesetzt, die überhaupt einen Hochschulabschluss aufweisen.

Zunächst lässt sich feststellen, dass der Mediensektor als ganzer auch mit Blick auf die Zahl der Erwerbstätigen – nicht allein im Hinblick auf den oben erwähnten Umsatz – in den letzten Jahren deutlich gewachsen ist, wie die folgende Grafik zeigt.

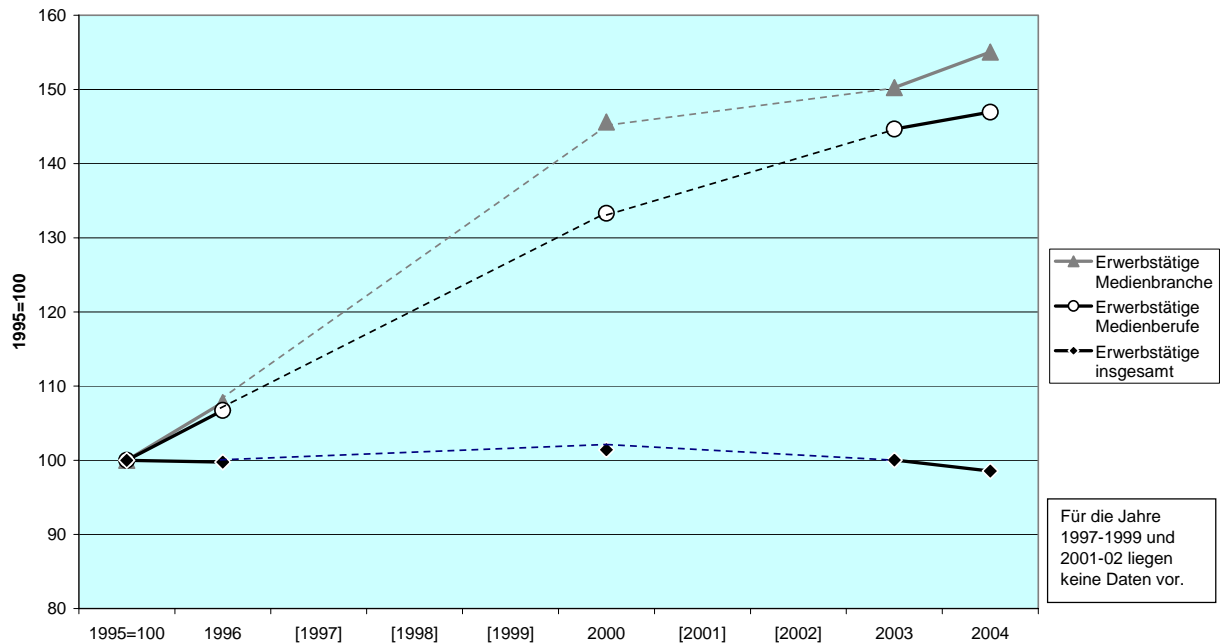
⁸⁵ Vgl. hierzu German Entertainment and Media Outlook: 2006-2010.

⁸⁶ Dabei wurde der Wissenschaftsrat durch das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) in Nürnberg beraten.

⁸⁷ Vgl. zu dieser Abgrenzungsproblematik auch die 2005 erschienene Studie zu „Internet und quantitative Beschäftigungseffekte in der Medienbranche“ (Lanfer, C.; Marquardsen, K. (2005)). Die Autoren weisen darauf hin, dass „keine allgemein gültige oder verbindliche Definition der Branche“ existiere, sondern „zahlreiche Abgrenzungen mit je unterschiedlichen Schwerpunkten“ kursierten (hierzu ebd., S. 89 f.).

⁸⁸ Zur Auswahl der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Abschlüsse, der Medienbranchen und der Medienberufen vgl. Anhang A.3. und 4. sowie A.6.

Grafik 6: Entwicklung der Erwerbstätigkeit in den Medienbranchen und -berufen im Vergleich zur Entwicklung der Erwerbstätigkeit insgesamt (1995-2004)



Quelle: Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes zum Mikrozensus 1995-2005 im Auftrag des Wissenschaftsrates; eigene Berechnungen (vgl. Anhänge E.1. und E.2.).

Obwohl die Zahl der Erwerbstätigen insgesamt etwas rückläufig ist, zeichnen die Medienbranchen mit einem Zuwachs von 55 % und die Medienberufe mit einem Zuwachs von 47 % den Mediensektor als einen stark expandierenden Wirtschaftszweig aus.⁸⁹ Mittlerweile arbeitet mehr als eine Million Menschen in diesem Sektor, davon im Jahr 2005 knapp 35 % mit einem Hochschulabschluss.⁹⁰

Die steigende Zahl an Arbeitsplätzen korreliert sowohl mit einem zunehmenden Interesse von Abiturienten und Studierenden an einer Tätigkeit im Medienbereich und an damit verbundenen Studiengängen wie auch mit einem kontinuierlichen Anwachsen des kommunikations- und medienwissenschaftlich ausgerichteten Studienangebotes (vgl. A.III.1.). Da die Akademisierungsquote unter den Erwerbstätigen in den einschlägigen Branchen mit knapp 35 % mehr als doppelt so hoch ist wie unter den Erwerbstätigen in Deutschland insgesamt (2005: 16 %), bietet der Mediensektor Hochschulabsolventen grundsätzlich gute Chancen. Die Sonderauswertung der Mikrozensusdaten verweist in den Medienbranchen und Medienberufen sogar auf einen kontinuierlichen Anstieg der

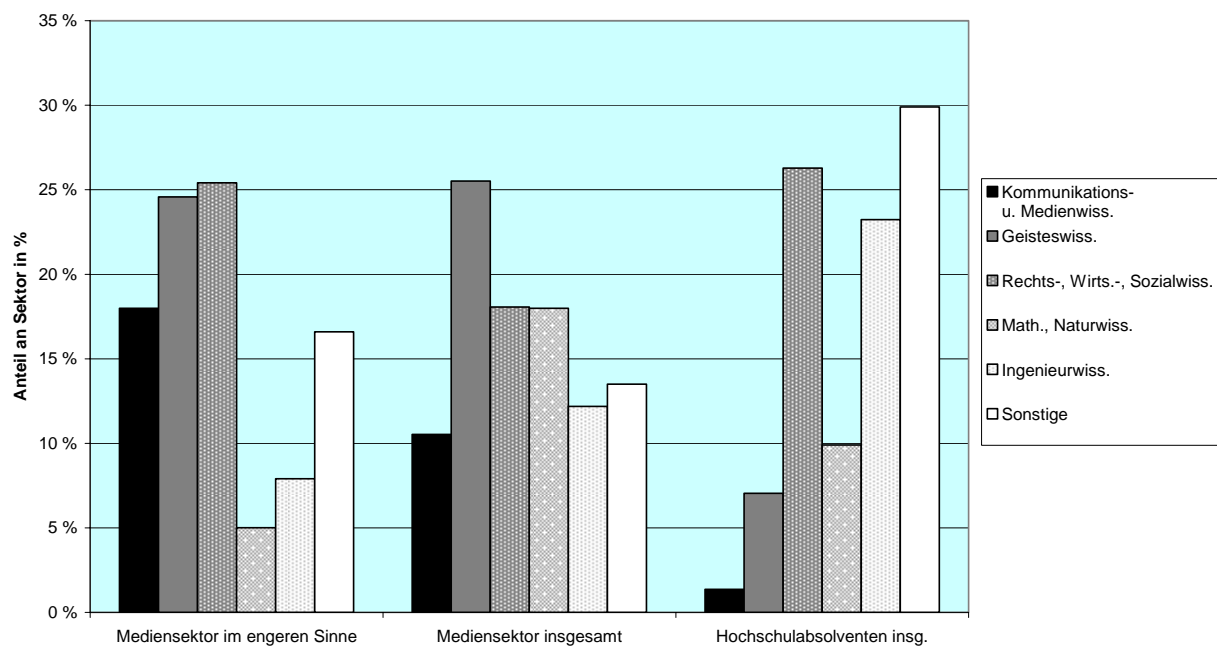
⁸⁹ Diese Aussage bezieht sich rein auf die Zahl der Erwerbstätigen, nicht auf Arbeitsvolumina.

⁹⁰ Vgl. hierzu Anhang E.1. In den Medienbranchen stieg die Zahl der Erwerbstätigen von 705.259 auf 1.093.503, in den Medienberufen von 613.875 auf 902.092 (vgl. Anhang E.1. und E.2.).

Akademisierungsquote (1995: 26 %, 2004: 33 % in den Medienbranchen; 1995: 38 %, 2004: 41 % in den Medienberufen), die deutlich über dem Zuwachs der Akademisierungsquote im gesamten Erwerbsarbeitsmarkt liegt (1995: 13 %; 2004: 15 %). Es ist daher zu erwarten, dass der Mediensektor auch in Zukunft einen immer größeren und aussichtsreicheren Arbeitsmarkt für Hochschulabsolventen darstellen wird.

Schon heute bietet er für viele Hochschulabsolventen unterschiedlicher Fachrichtungen eine Erwerbstätigkeit. Die folgende Übersicht zeigt, aus welchen Fächergruppen sich die Erwerbstätigen im Mediensektor rekrutieren (vgl. auch E.3.).⁹¹

Grafik 7: Erwerbstätige Hochschulabsolventen nach Fächergruppen 2005



Quelle: Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes zum Mikrozensus 1995-2005 im Auftrag des Wissenschaftsrates; eigene Berechnungen (vgl. Anhang E.3.). Mediensektor im engeren Sinne meint das Verlagsgewerbe, Werbung, Rundfunk- und Fernsehen sowie den Journalismusbereich.

Neben den Kommunikations- und Medienwissenschaftlern (11 %) sowie den Geisteswissenschaftlern (26 %) arbeiten Menschen mit rechts-, wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Abschlüssen (18 %) sowie Mathematiker und Naturwissenschaftler (18 %) in diesem Sektor. Auch Ingenieurwissenschaftler finden hier eine Erwerbstätigkeit

⁹¹ Die einzelnen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studienfächer werden üblicherweise etwa den Geistes- oder Ingenieurwissenschaften zugeordnet. Für diese Studie wurden sie aus diesen Fächergruppen herausgefiltert und eine eigene Fächergruppe „Kommunikations- und Medienwissenschaften“ gebildet. Streng genommen wäre also im Folgenden von den „sonstigen“ Geistes- oder Ingenieurwissenschaften zu sprechen (vgl. Anhänge A.3. bis A.5.).

(12 %).⁹² In der Summe rekrutiert sich der größte Teil des akademischen Personals im Mediensektor aus anderen Fächergruppen als den Kommunikations- und Medienwissenschaften (vgl. Anhang E.3.).⁹³

Allerdings bietet der Mediensektor Kommunikations- und Medienwissenschaftlern wie auch Geisteswissenschaftlern deutlich bessere Erwerbschancen als der Erwerbsarbeitsmarkt insgesamt. Während im Mediensektor insgesamt 11 % der Erwerbstätigen einen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Abschluss haben, fallen die entsprechenden Anteile im Erwerbsarbeitsmarkt für Hochschulabsolventen insgesamt mit gut 1 % deutlich geringer aus. Für Kommunikations- und Medienwissenschaftler bietet der Mediensektor im engeren Sinne (Verlagsgewerbe, Werbung, Rundfunk- und Fernsehen sowie der Journalismusbereich) zudem besonders gute Erwerbsmöglichkeiten, auch wenn die relativ gesehen größere Gruppe der Geisteswissenschaftler nach wie vor gut vertreten sind.

Betrachtet man diese Verhältnisse in ihrer zeitlichen Entwicklung etwas genauer, so zeigt sich, dass sowohl die Absolventen der Kommunikations- und Medienwissenschaften als auch die der Geisteswissenschaften von der Expansion des Mediensektors in den letzten zehn Jahren profitiert haben. Die *absolute Zahl* an erwerbstätigen Medienwissenschaftlern hat sich in den Medienberufen von 1995 bis 2004 von gut 25.000 auf knapp 56.000 mehr als verdoppelt, die Zahl der Geisteswissenschaftler ist von knapp 48.000 auf knapp 56.000 gestiegen. Die Analyse der Medienbranchen ergibt ein ähnliches Bild. Hier liegt eine noch höhere Wachstumsrate der Zahl der erwerbstätigen Kommunikations- und Medienwissenschaftler vor (von gut 16.000 auf knapp 42.000); auch die Zahl der Geisteswissenschaftler nahm zu (von knapp 57.000 auf knapp 73.000).

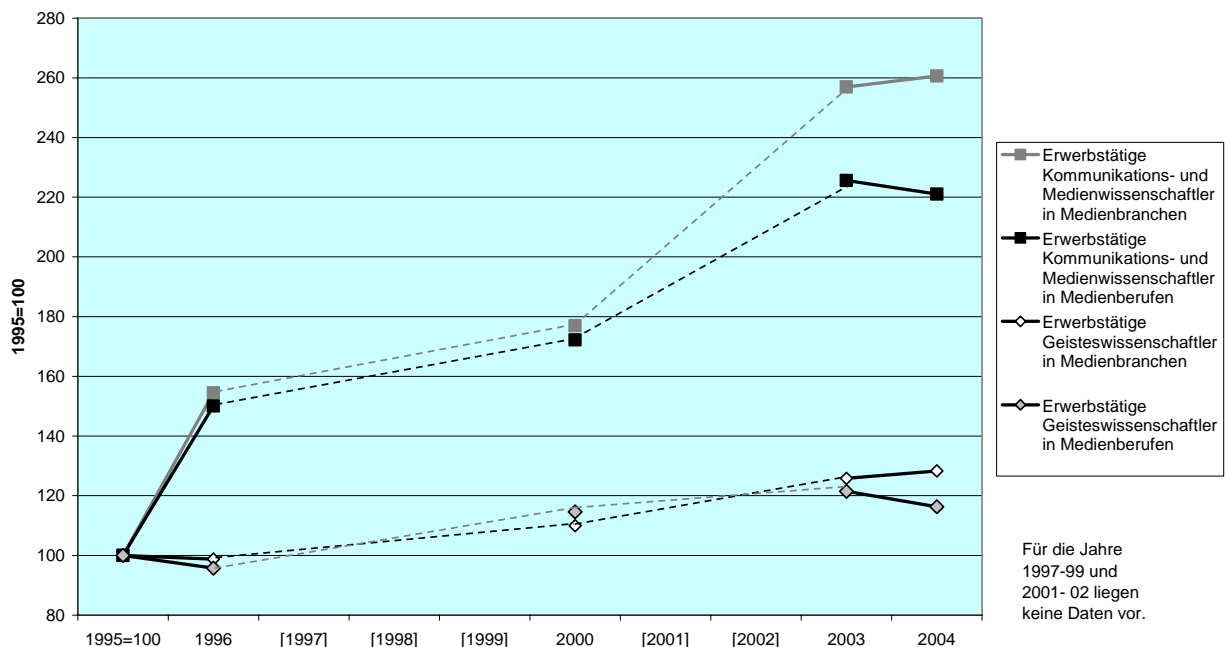
Vergleicht man den *Anteil* der Kommunikations- und Medienwissenschaftler an der Erwerbstätigkeit in den Medienbranchen wie auch in den Medienberufen, so haben jene deutlich stärker – im Vergleich zu den Geisteswissenschaftlern – von dem Wachstum des Berufsfeldes profitiert (Medienbranchen: von 9 auf 12 %; Medienberufe: 11 auf 15 %). Denn der Anteil der Geisteswissenschaftler verringerte sich in den letzten Jahren

⁹² In den nichtjournalistischen Arbeitsfeldern (etwa Verlagsmanagement, Vertrieb oder technische Herstellung) werden die oberen Positionen in der Regel mit Juristen, Betriebswirten, Ingenieuren sowie neuerdings mit Absolventen aus Managementstudiengängen besetzt.

⁹³ Dass die insbesondere für geisteswissenschaftliche Fächer charakteristische lose Koppelung zwischen Studienfach und beruflicher Tätigkeit am Arbeitsmarkt durchaus erfolgreich sein kann, hat der Wissenschaftsrat bereits in seinen Empfehlungen zur Entwicklung und Förderung der Geisteswissenschaften deutlich gemacht (Wissenschaftsrat (2006b), S. 52 und S. 55).

auf 20 % oder weniger (Medienbranchen: von 31 % auf 20 %; Medienberufe: von 20 % auf 15 %). Im Jahr 2004 sind ebenso viele Menschen mit einem kommunikations- und medienwissenschaftlichen wie mit einem geisteswissenschaftlichen Abschluss im Mediensektor tätig. Diese Ergebnisse zeigen, dass sich die Kommunikations- und Medienwissenschaftler in diesem Berufsfeld letztlich deutlicher durchgesetzt haben als die Geisteswissenschaftler. Die folgende Grafik veranschaulicht diese Entwicklung.

Grafik 8: Entwicklung des Anteils von Erwerbstätigen mit medien- und geisteswissenschaftlichem Abschluss in den Medienbranchen und in den Medienberufen (1995–2004)



Quelle: Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes zum Mikrozensus 1995-2005 im Auftrag des Wissenschaftsrates; eigene Berechnungen (vgl. Anhänge E.1. und E.2.).

Es liegt bei diesem Resultat nahe, das Verhältnis einzelner kommunikations- und medienwissenschaftlicher Abschlüsse zu bestimmten Berufen bzw. Branchen aus dem Mediensektor genauer zu untersuchen. Allerdings lassen sich auf Grundlage des Mikrozensus Aussagen zum beruflichen Verbleib von Absolventen dieser Studiengänge nach einzelnen Fachrichtungen nur mit Einschränkungen ermitteln. Der Grund hierfür ist die geringe Fallzahl, die nur bedingt Hochrechnungen und Verallgemeinerungen für einzelne kommunikations- und medienwissenschaftliche Studiausrichtungen erlaubt. Da jedoch keine universitäts- oder institutsübergreifenden Absolventenstudien vorliegen, die ein differenzierteres Bild des Übergangs von einem kommunikations- und medien-

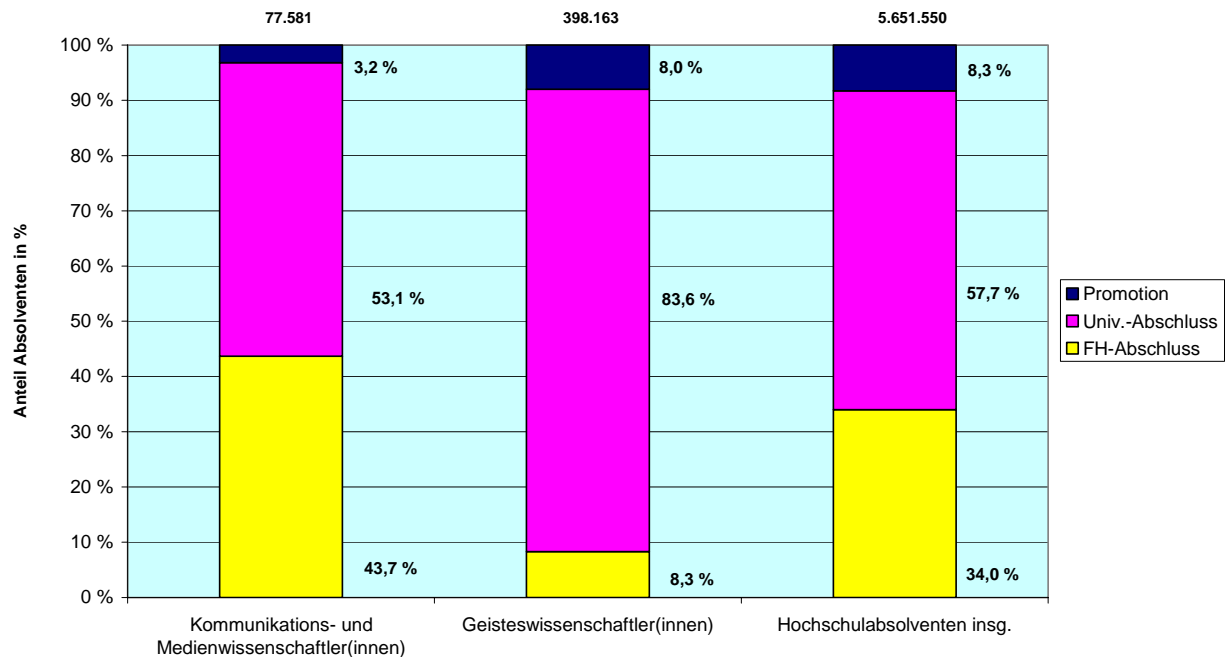
wissenschaftlichen Studium in den Arbeitsmarkt liefern könnten⁹⁴, stehen hierzu alleine die quantitativen Daten des Mikrozensus zur Verfügung.

Demnach lässt sich neben einer losen Kopplung von Beruf und kommunikations- bzw. medienwissenschaftlichem Studium in einigen Medienberufen auch ein engerer Zusammenhang beobachten. So arbeiten 65 % aller Absolventen des Bibliothekswesens als Bibliothekare, Archivare bzw. im Informationswesen. Ein solch deutlicher Zusammenhang besteht auch zwischen einem kommunikationswissenschaftlichen Studium (häufig mit journalistischem Schwerpunkt) und dem Berufsfeld Journalismus. Knapp 68 % der entsprechenden Absolventen arbeiten als Publizisten, zu großen Teilen im Verlagsgewerbe und im Nachrichtenwesen (jeweils zu gut 20 %) (zu Details vgl. die Anhänge E.4. und E.5.).

Die Ergebnisse der Mikrozensusanalyse zeigen, dass die Erwerbstätigen mit kommunikations- bzw. medienwissenschaftlichem Hochschulabschluss sich in einigen Punkten von dem Durchschnitt aller erwerbstätigen Hochschulabsolventen unterscheiden. Die Verhältnisse ähneln hier vielfach denen in der als Vergleichsgruppe zugrunde gelegten Gruppe erwerbstätiger Geisteswissenschaftler. Erwerbstätige mit einem kommunikations- bzw. medienwissenschaftlichen Abschluss sind allerdings – sowohl im Vergleich zu den Geisteswissenschaftlern als auch zum Durchschnitt aller erwerbstätigen Hochschulabsolventen – zu einem deutlich geringeren Anteil promoviert (3 % im Vergleich zu jeweils 8 %) und weisen zu einem wesentlich höheren Anteil einen Fachhochschulabschluss auf (44 % im Vergleich zu 8 % der Absolventen in den Geisteswissenschaften bzw. 34 % aller Hochschulabsolventen).

⁹⁴ Selbst die HIS-Absolventenstudien bieten keine ausreichend kleinteilige Fächeraufschlüsselung für die Untersuchung der Berufschancen kommunikations- und medienwissenschaftlicher Absolventen. In den Absolventenstudien des HIS sind Kommunikations- und Medienwissenschaften einerseits unter den „geistes- und sozialwissenschaftlichen Magisterabsolventen“ und andererseits unter verschiedenen technik- und informatikbezogenen Bereichen zu situieren. Auch die 2005 erschienene Studie zum Studium der Sprach-, Literatur- und Kommunikations- und Medienwissenschaften aus Sicht des Arbeitsmarktes, beschränkt sich darauf, diesen Fächerkomplex als Ganzen zu betrachten und verzichtet auf weitergehende Differenzierungen (HIS (2005)).

Grafik 9: Jeweils höchster Bildungsabschluss erwerbstätiger Hochschulabsolventen 2005



Quelle: Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes zum Mikrozensus 1995-2005 im Auftrag des Wissenschaftsrates; eigene Berechnungen (vgl. Anhang E.6.).

Der hohe Anteil an FH-Absolventen zeigte sich als Charakteristikum des kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiums bereits in den Auswertungen des Wissenschaftsrates bezüglich der Zahl und der Verteilung von Hochschulabsolventen bzw. Studierenden (vgl. A.III.1.).

Ein hoher Anteil an Fachhochschulabsolventen und ein geringer Anteil an Promotionsabschlüssen legt die Vermutung nahe, dass sich dieses Qualifizierungsprofil auch auf die Höhe des monatlichen Nettoeinkommens auswirkt.⁹⁵ Denn man könnte erwarten, dass Erwerbstätige mit einer Promotion oder einem Universitätsabschluss tendenziell größere Chancen hätten, aufzusteigen oder eine Leitungsposition zu besetzen. Dies ist jedoch keineswegs der Fall. Erwerbstätige mit einem kommunikations- und medienwissenschaftlichen Abschluss verdienen im Durchschnitt in etwa so viel wie Erwerbstätige mit einem geisteswissenschaftlichen Abschluss, allerdings deutlich weniger als der Durchschnitt der erwerbstätigen Hochschulabsolventen insgesamt (ca. 1.800 Euro im Vergleich zu ca. 2.300 Euro). Lediglich Erwerbstätige mit einem kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studium, das auf das Berufsfeld des Journalismus vorberei-

⁹⁵ Bruttoeinkommen werden im Mikrozensus nicht erhoben.

tet hat, erzielen höhere Einkommen. Daraus lässt sich der Schluss ziehen, dass Kommunikations- und Medienwissenschaftler selbst ohne Promotion und ohne Universitätsabschluss gute Chancen haben, einen relativ gut bezahlten Arbeitsplatz zu finden. Das Bild verändert sich auch dann nicht, wenn das Einkommen von Vollzeitbeschäftigten dem Vergleich zugrunde gelegt wird (vgl. Anhang E.7.).

Während die Männer ein durchschnittliches Einkommen von 2.100 Euro im Medienbereich erzielen (im Vergleich zu 2.700 Euro im Durchschnitt aller Hochschulabsolventen), erzielen die weiblichen Erwerbstätigen ein Einkommen von knapp 1.600 Euro, was dem durchschnittlichen Nettoeinkommen aller weiblichen erwerbstätigen Hochschulabsolventen entspricht (vgl. Anhang E.7.). Die Unterschiede in der durchschnittlichen Einkommenshöhe zwischen Frauen und Männern spiegeln die in fast allen Bereichen des Erwerbslebens zu beobachtende Tatsache der ungleichen Bezahlung von Frauen und Männern wider.

Eine entscheidende Frage ist, ob Kommunikations- und Medienwissenschaftler adäquate Berufe und Positionen erhalten⁹⁶ und damit, ob sich die mögliche Differenz in der Höhe der Einkommen im Vergleich zum Durchschnitt aller Erwerbstätigen mit Hochschulabschluss durch einen – relativ gesehen – höheren Anteil an inadäquaten Positionen oder Berufen erklären lässt. Dies ist nicht der Fall. Denn die Datenauswertung des Mikrozensus zeigen vielmehr umgekehrt, dass Kommunikations- und Medienwissenschaftler zu knapp 90 % in adäquaten Berufen erwerbstätig sind. Sie schneiden damit im Vergleich zu den Geisteswissenschaftlern und zu allen Hochschulabsolventen besser ab. Noch deutlich bessere Ergebnisse erzielen die erwerbstätigen Frauen, die ein kommunikations- und medienwissenschaftliches Studium absolviert haben (für Details vgl. Anhang E.8.). Dieses Ergebnis ist auch insofern bemerkenswert, als knapp 44% der Kommunikations- und Medienwissenschaftler einen Fachhochschulabschluss haben und dieser zu einem höheren Grad als ein Universitätsabschluss in inadäquate Berufe führt.

Jedoch sind Kommunikations- und Medienwissenschaftler stärker als der Durchschnitt aller Hochschulabsolventen wie auch stärker als der Durchschnitt aller Geisteswissenschaftler von Erwerbslosigkeit betroffen. Die Erwerbslosenquote⁹⁷ liegt mit 8 % relativ

⁹⁶ Die Bestimmung der Qualifikationsadäquanz der beruflichen Tätigkeit von Akademikern ist mit vielen methodischen Schwierigkeiten verbunden (vgl. hierzu etwa Plicht/Schreyer (2002)).

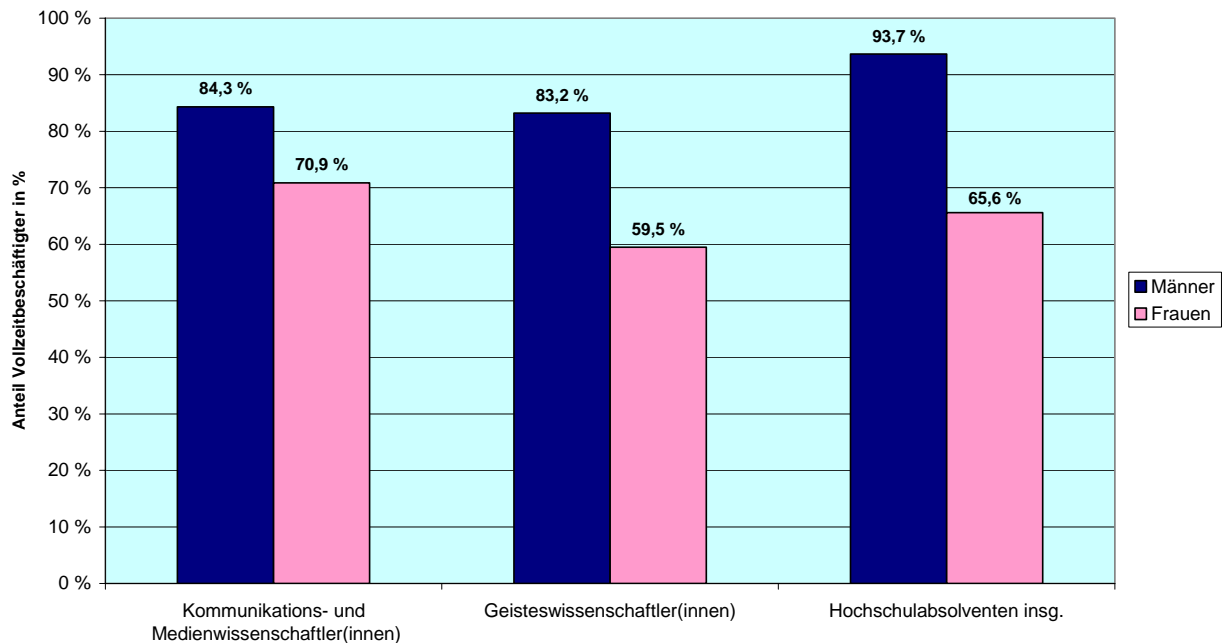
⁹⁷ Zwar lassen sich die Zahlen für Erwerbslosigkeit und Arbeitslosigkeit nicht direkt vergleichen, doch sie bieten immerhin eine ungefähre Einschätzung der Größenordnungen.

am höchsten (Geisteswissenschaftler 7 %; alle Hochschulabsolventen 5 %). Sie bleibt jedoch noch immer unter der allgemeinen Erwerbslosenquote von 11 % im Jahr 2005. Frauen sind auch als Kommunikations- und Medienwissenschaftlerinnen im höheren Maße von Erwerbslosigkeit betroffen (8 % im Vergleich zu 7 % bei den Männern). In Relation zu anderen Fächern, so eine britische Studie über die Verhältnisse in Großbritannien, sind Studierende mit einem kommunikations- bzw. medienwissenschaftlichen Abschluss „most employable“, denn 71 % von ihnen sind sechs Monate nach ihrem Abschluss erwerbstätig, wohingegen der Durchschnitt aller Absolventen dies lediglich zu 63 % ist.⁹⁸

Eine weitere Besonderheit liegt in der Beschäftigungsstruktur: Insgesamt sind in den Kommunikations- und Medienwissenschaften weniger Männer Vollzeit beschäftigt – im Vergleich zu allen Hochschulabsolventen (knapp 94 %). Mit gut 83 % verhalten sich die Kommunikations- und Medienwissenschaftler hier wie die Geisteswissenschaftler (knapp 84 %). Der Anteil der Frauen in Vollzeiterwerbstätigkeit fällt geringer aus als der der Männer, liegt aber deutlich über dem entsprechenden Anteil in den Geisteswissenschaften und sogar über dem aller erwerbstätigen Hochschulabsolventinnen (vgl. Anhang E.9.).

⁹⁸ Vgl. <http://news.bbc.co.uk/1/hi/education/4459922.stm> (7.3.2007).

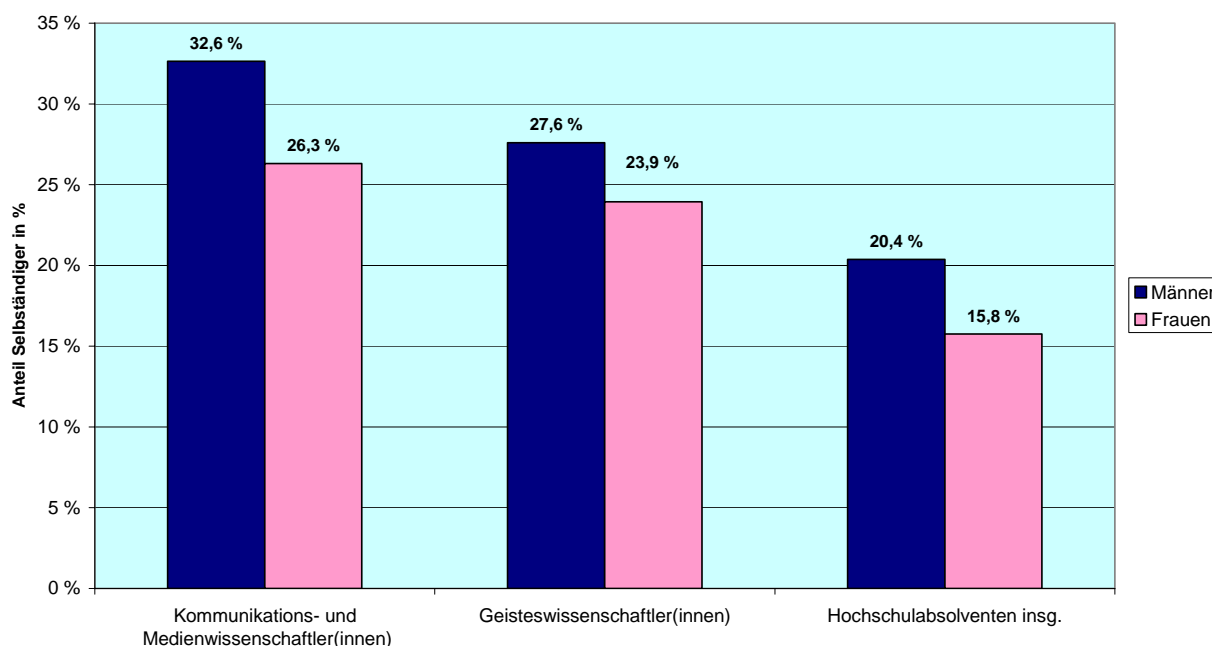
Grafik 10: Anteil Vollzeitbeschäftigter (jeweils bezogen auf alle weiblichen bzw. männlichen erwerbstätigen Hochschulabsolventen 2005)



Quelle: Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes zum Mikrozensus 1995-2005 im Auftrag des Wissenschaftsrates; eigene Berechnungen (vgl. Anhang E.9.).

Ausgeprägte Unterschiede zwischen Kommunikations- und Medienwissenschaftlern einerseits und der Gesamtheit der Hochschulabsolventen andererseits lassen sich insbesondere in Bezug auf den Anteil und die Form selbständiger Erwerbstätigkeit feststellen: Zum einen liegt der Anteil selbständig Erwerbstätiger unter den männlichen erwerbstätigen Medien- und Kommunikationswissenschaftlern mit knapp 33 % deutlich höher als im Durchschnitt aller erwerbstätigen männlichen Hochschulabsolventen (20 %), aber auch im Vergleich zu den Geisteswissenschaftlern. Zum anderen sind selbständige Kommunikations- und Medienwissenschaftler weitaus häufiger in Ein-Personen-Betrieben organisiert (85 %) als die Gesamtheit der selbständigen Hochschulabsolventen, von denen knapp die Hälfte über eigene Beschäftigte verfügt (46 %) (vgl. Grafik 12 sowie Anhang E.10.).

Grafik 11: Anteil Selbständiger (jeweils bezogen auf alle weiblichen bzw. männlichen erwerbstätigen Hochschulabsolventen 2005)



Quelle: Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes zum Mikrozensus 1995-2005 im Auftrag des Wissenschaftsrates; eigene Berechnungen (vgl. Anhang E.10.).

Um dieses über den Mikrozensus erhobene quantitative Bild abzurunden, hat der Wissenschaftsrat mehrere Anhörungen durchgeführt, deren Ergebnisse hier dokumentiert werden.⁹⁹ Ein ‚Klassiker‘ der Medienbranche und zugleich ein bis heute stark nachgefragtes Arbeitsfeld sind die Zeitungsverlage. Dabei handelt es sich auf der einen Seite um einen Bereich, in dem die Professionalisierung der Ausbildung seit der Begründung der Zeitungswissenschaft zu Beginn des 20. Jahrhunderts sowie insbesondere mit den später eingerichteten Studiengängen in den Fachrichtungen Publizistik, Kommunikationswissenschaft und Journalistik bereits früh vorangetrieben wurde. Auf der anderen Seite wird der Nachwuchs für die Bereiche Verlagsmanagement und Redaktion bis heute aus ganz unterschiedlichen Fachgebieten rekrutiert und „vor Ort“ ausgebildet. Voraussetzungen für den – meist in Form eines Volontariats vollzogenen – Berufseinstieg in die Redaktionen von Zeitungsverlagen sind in der Regel erste praktische Erfahrungen im Mediensektor (Praktika, freie Mitarbeit) sowie ein abgeschlossenes Studium. Die Fachrichtung des Studienabschlusses ist nur von sekundärer Bedeutung, journalistische Karrieren von Studienabbrechern, Abiturienten oder Quereinsteigern scheinen dagegen immer seltener zu werden.

⁹⁹ Die folgenden Informationen sind Ergebnis einer vom Wissenschaftsrat veranstalteten Anhörung zum Thema „Der Mediensektor als Arbeitsmarkt und Wirtschaftspartner: Beziehungen zwischen Wissenschaftssystem und Unternehmen“ (2. Jahreshälfte 2006).

Grundsätzlich steht das Volontariat auch Bachelorabsolventen offen, hier fehlen jedoch bislang belastbare Erfahrungen. Umfragen unter Teilnehmern der Volontärkurse der Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage ergaben, dass in den Jahren 2000 bis 2004 rd. 70 % der Volontäre über einen Hochschulabschluss (überwiegend in den Bereichen Geistes- und Kulturwissenschaften) verfügten. Lediglich 5-8 % der Volontäre mit akademischem Abschluss haben dabei ein kommunikations- und medienwissenschaftliches Studium, etwa 3 % ein klassisches Journalistikstudium absolviert.¹⁰⁰ Da das in der Regel auf zwei Jahre angelegte und tarifvertraglich geregelte Volontariat im Bereich der Zeitungsverlage (wie auch in anderen Medienbranchen) als regulärer Zugangsweg fungiert, lassen diese Zahlen direkte Rückschlüsse auf die Rekrutierungspraxis des Zeitungssektors zu.

Diese lose Kopplung von Studium und Berufstätigkeit liegt zum einen darin begründet, dass die von angehenden Redakteuren erwarteten Fähigkeiten in hohem Maße fachübergreifende Kompetenzen wie etwa wissenschaftliches Arbeiten, Methodenkenntnisse sowie sprachliche Ausdrucksfähigkeit umfassen, die in vielen wissenschaftlichen Studiengängen vermittelt werden können. Journalismusspezifische Kompetenzen wie etwa Interviewtechnik oder das Verfassen unterschiedlicher journalistischer Genres werden dagegen primär im Rahmen des Volontariats vermittelt, das mehrwöchige Fortbildungsphasen umfasst. Zum anderen sind die Ressorts vieler Zeitungen auf Redakteure mit fundierten fachlichen Kenntnissen unterschiedlicher Disziplinen angewiesen, da diese in der Lage sein müssen, qualifizierte Beiträge zu Themen aus Bereichen wie Wirtschaft, Kunstgeschichte oder Politik zu verfassen.

Speziell kommunikations- und medienwissenschaftlich orientierte Abschlüsse werden von diesem Bereich des Arbeitsmarktes selten explizit nachgefragt. Im Gegenteil wird die wachsende Zahl und Ausdifferenzierung medienbezogener Studiengänge zuweilen sogar kritisch beurteilt, da diese vielfach intransparent hinsichtlich ihrer Ziele oder zu spezialisiert und am Arbeitsmarkt vorbei konzipiert seien – mit problematischen Konsequenzen für die Absolventen. Diese von Seiten der potentiellen Arbeitgeber geäußerte Einschätzung könnte indes zumindest teilweise auch darin begründet liegen, dass selbst sinnvolle Anpassungen und Spezialisierungen von Studiengängen von Seiten des Arbeitsmarktes vielfach erst zeitversetzt rezipiert werden. Bestimmte kommunikat-

¹⁰⁰ Zahlen von 2005 auf der Basis von Volontärsbefragungen der Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage sowie Stichproben des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV).

ons- und medienwissenschaftliche Studiengänge stellen jedoch sinnvolle und zielgerichtete Differenzierungen dar, deren Mehrwert von Seiten des Arbeitsmarktes anerkannt wird.¹⁰¹

Aus Sicht des Arbeitsmarktes wird das Angebot an Absolventen somit sowohl hinsichtlich der Zahlen der Bewerber wie auch in Bezug auf deren Qualifikation durchaus als zufriedenstellend bewertet. Nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV) finden sich unter den rd. 85.000 Festangestellten im Zeitungsverlagssektor nach den Stellenkürzungen der vergangenen Jahre rd. 15.000 Redakteure sowie etwa 1.100 Volontäre. Auf eine freie Volontariatsstelle kommen nach Angaben des BDZV gegenwärtig bis zu 200 Bewerbungen, so dass die Schwierigkeit in erster Linie darin liege, die geeigneten Kandidaten aus der großen Menge der Bewerber auszuwählen.

Die hier skizzierten Befunde und Entwicklungen lassen sich in ähnlicher Form auch in anderen Medienbereichen, z. B. im Privatfernsehen, feststellen. Dies gilt etwa für die große Zahl an Bewerbern – in der RTL-Gruppe bewerben sich gegenwärtig rd. 250 Kandidaten auf eine offiziell ausgeschriebene Stelle (ohne Volontariate) – wie auch hinsichtlich der Passung von Studium und Beruf. Im TV-Bereich sowie in großen Verlagshäusern mit einem breit gefächerten Zeitschriftenangebot wird neben einem abgeschlossenen Studium und ersten praktischen Erfahrungen offenbar in erster Linie auf Aspekte wie Allgemeinbildung, Kritikfähigkeit und Persönlichkeit Wert gelegt, während Fachkompetenzen im Rahmen von Volontariaten oder Fortbildungen vermittelt werden. Die Wahl des Studienfaches ist daher zwar nicht von primärer Bedeutung, gleichwohl scheinen sich in den letzten Jahren – den Daten des Mikrozensus zufolge – die Kommunikations- und Medienwissenschaftler in den Medienbranchen und -berufen stärker durchzusetzen. Wie im Zeitungssektor werden hier zwar mehrheitlich Geisteswissenschaftler, Juristen und Ökonomen eingestellt. In der Programmentwicklung hingegen wird zunehmend auf Medien- und Kommunikationswissenschaftler zurückgegriffen.

Im Zuge des Wandels und der Konvergenz der technischen Medien kommt dem Allrounder eine wachsende Bedeutung zu. Recherchekenntnisse und schriftliche Ausdrucksfähigkeiten werden zukünftig ebenso vorausgesetzt wie der effiziente Einsatz der

¹⁰¹ Als Beispiel für eine mit hoher Akzeptanz versehene Spezialisierung lassen sich die klassischen Journalistik-Studiengänge anführen, die speziell an den Ansprüchen der journalistischen Praxis orientiert sind, wie etwa der achtsemestrige Studiengang Journalistik in Dortmund.

Medientechnologien zur Produktion von digitalen Medienbeiträgen. Der schnelle Wandel in den technischen Hilfsmitteln und die damit verbundene wachsende Komplexität erfordern jedoch geeignete Möglichkeiten zum Erwerb der notwendigen Fähigkeiten. Die Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten in interdisziplinär-integrierten Bereichen aus Medientechnik, Mediengestaltung und Journalismus könnte eine Herausforderung für anwendungsorientierte Studiengänge sein, weil solche Fähigkeiten möglicherweise nicht länger ‚on the job‘ erworben werden können. Jedoch werden vermutlich immer wirksamere digitale Tools entwickelt, die den Gebrauch der verschiedenen Medientechniken und damit ein Lernen ‚on the job‘ wieder erleichtern werden.

Diese qualitativ orientierte Darstellung hat sich auf die Berufstätigkeit im Bereich des aktuellen Journalismus, wie sie sich in Redaktionen im Print- und Rundfunkbereich darstellt, konzentriert. Dieser Bereich ist traditionell ein Hauptabnehmer für Absolventen kommunikations- und medienwissenschaftlicher Studiengänge. Ihm kommt auch heute noch eine erhebliche Bedeutung zu, wie die berufsstatistischen Erhebungen zeigen (vgl. Anhang E.4 und E.5). Über ein Viertel der Absolventen der Kommunikations- und Medienwissenschaften arbeitet als Journalist, im Verlagsgewerbe oder bei Rundfunkveranstaltern. Dies bedeutet im Gegenzug allerdings, dass die überwiegende Mehrheit der Absolventen sich selbst nicht in diesem klassischen Berufsbild verortet.

Entsprechend dem Selbstverständnis der Kommunikations- und Medienwissenschaften, die – dies gilt insbesondere für die sozialwissenschaftlich orientierte Kommunikationswissenschaft – Fachleute für Kommunikation in unterschiedlichsten Zusammenhängen ausbilden, verfügen diese Absolventen über zahlreiche Möglichkeiten, in den Arbeitsmarkt einzutreten, und wählen sie aus einem breiten Spektrum von Berufsprofilen ihren Arbeitsplatz (multiple Anschlussfähigkeit). Jenseits des eben ausführlicher vorgestellten Arbeitsmarktsektors (Print- und Bildjournalismus) existiert folglich eine Vielfalt anderer Berufsfelder. Diese reicht von der Arbeit in PR- und Werbeagenturen über die Beschäftigung in Forschungsabteilungen großer Medienanbieter bis hin zu Tätigkeiten in Medienmanagement, Personalführung, Moderation oder Veranstaltungsorganisation. Für alle diese Bereiche gelten freilich andere Zugangs- und Einstiegswege als diejenigen, die eben vornehmlich für den aktuellen Journalismus dargestellt wurden.

B. Analysen und Empfehlungen

Die folgenden Analysen und Empfehlungen zielen darauf, die Defizite im Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaften zu benennen und Vorschläge für die Verbesserung der Forschungskultur, der Lehrsituation, der Nachwuchsförderung, der nicht ausreichenden internationalen Präsenz sowie der Forschung und Lehre behindernden Infrastruktursituation zu entwickeln.

1. Forschungskultur

Mit seinen Analysen zum Status und Entwicklungsstand der einzelnen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Ausrichtungen richtet sich der Wissenschaftsrat an die Scientific Community. Er hofft, mit diesen Analysen einen Selbstverständigungsprozess anzuregen, der im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Feld Resonanz findet und unter anderem zu vermehrten Anstrengungen in Richtung auf gemeinsame und interdisziplinäre Forschungsverbundprojekte führen wird. Der Wissenschaftsrat diagnostiziert im Verhältnis der drei Ausrichtungen eine Tendenz zur Abschottung und kritisiert die mangelnde Kooperationsbereitschaft untereinander.

2. Lehrsituation

In der Lehre ist im Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaften eine für alle Beteiligten unübersichtliche Landschaft an Studiengängen entstanden. Um die Qualität zu sichern und die Transparenz für Studierende und für potentielle Arbeitgeber zu erhöhen, schlägt der Wissenschaftsrat spezifische Modellcurricula für die einzelnen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studienausrichtungen vor. Damit wendet sich der Wissenschaftsrat an die Hochschulen, die Länder und die Akkreditierungsagenturen. Er spricht sich gegen bloße Umetikettierungen bestehender Studiengänge zu kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studienangeboten aus. Gleichzeitig empfiehlt er zu prüfen, ob die notwendige kommunikations- und medienwissenschaftliche Fachkompetenz vorhanden ist, um entsprechende Studienangebote einzurichten.

3. Nachwuchsmangel im wissenschaftlichen Bereich

Insbesondere in der sozialwissenschaftlich orientierten Kommunikationswissenschaft herrscht ein eklatanter Mangel an wissenschaftlichem Nachwuchs. Wird diese Entwicklung nicht bald umgekehrt, können in absehbarer Zeit kommunikationswissenschaftliche Professuren nicht länger adäquat besetzt werden. An dieser Stelle appelliert der Wissenschaftsrat insbesondere an Hochschulen, Länder, aber auch an große Förderorganisationen, mit entsprechenden Maßnahmen dieses Defizit zu beheben.

4. Mangelnde internationale Präsenz

Die kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung hat vielfach ein international konkurrenzfähiges Niveau erreicht. Es bestehen jedoch erhebliche Vermittlungsprobleme, die durch eine frühzeitige internationale Orientierung in der Lehre, eine nachhaltige Förderung einer internationalen wissenschaftlichen Ausrichtung des Nachwuchses sowie eines entsprechenden Publikationsverhaltens behoben werden sollten.

5. Unzureichende Infrastruktur insbesondere im Bereich der Archivierung audiovisueller Medien

In Deutschland besteht bis heute keine systematische Archivierung audiovisueller Quellen, obwohl diese spätestens seit dem Ende des 19. Jahrhundert wesentliche Zeugnisse der eigenen Geschichte darstellen. Die Technik der Digitalisierung eröffnet ganze neue Möglichkeiten der Vernetzung von Archiven, des Zugangs zu Quellen, schafft aber vor allem durch die Kommerzialisierung der Medien enorme Probleme für die wissenschaftliche Nutzung. Der Wissenschaftsrat formuliert aus wissenschaftlicher Sicht notwendige Bedingungen für die Lösung des bestehenden Defizits in der Archivierung audiovisuellen Materials und bittet Bund, Länder und Produzenten nachdrücklich, die Initiative zur Behebung dieses Mangels zu ergreifen.

B.I. Das Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaften

Die folgende Analyse konzentriert sich auf die drei kommunikations- und medienwissenschaftlichen Ausrichtungen, die im A-Teil dieser Empfehlungen unterschieden wur-

den, und verknüpft eine Bestimmung ihres jeweiligen Status, ihrer Methoden und ihres Entwicklungsstandes mit weiterführenden Hinweisen. Die unterschiedlichen Anwendungskontexte kommunikations- und medienwissenschaftlicher Forschung, die nicht eigentlich Gegenstand der Analysen und Empfehlungen des Wissenschaftsrates sind, können lediglich am Rande berührt werden.

I.1. Zu Status, Methoden und Entwicklungsstand der Kommunikationswissenschaft

Die Kommunikationswissenschaft ist eine Disziplin¹⁰², die sich in Deutschland seit Mitte der 1960er Jahre aus sozialwissenschaftlichen und nationalökonomischen Wurzeln heraus entwickelt und eigenständig etabliert hat (vgl. hierzu auch A.II.). Die Mehrzahl der gegenwärtigen Fachvertreter setzt die quantitativen und qualitativen Methoden der Sozialwissenschaften ein. Diese gemeinsame methodische Orientierung sowie die Konzentration auf die Medien öffentlicher, publizistisch vermittelter Kommunikation sind die wichtigsten Ebenen der disziplinären Integration des Faches. Seine Vertreter stammen – auch aufgrund der relativ kurzen Disziplingeschichte – nach wie vor in nennenswerter Anzahl aus anderen Sozialwissenschaften (von der Soziologie über die Politik- bis zur Wirtschaftswissenschaft). Zugleich ist die Kommunikationswissenschaft disziplinär erheblich eindeutiger und fester institutionalisiert als die Medialitätsforschung und die Medientechnologie; die Gründungen von anerkannten Fachgesellschaften auf nationaler (z. B. DGPK) wie internationaler Ebene (z. B. ICA) sind dafür nur der sichtbarste Indikator.

Die tiefgreifenden und rasanten Veränderungen der modernen Medienkultur, die schlagwortartig mit Begriffen wie Digitalisierung, Vernetzung, Beschleunigung oder Globalisierung markiert werden können, stellen nicht allein für die Herausbildung der Medientechnologie einen bedeutsamen Zusammenhang dar, sondern bringen auch für die Kommunikationswissenschaft neue Herausforderungen mit sich (vgl. A.II.). So hat ein Teil ihrer Gegenstände vor allem aus zwei Gründen an bis dato wie selbstverständlich vorausgesetzter Kontur verloren: Einerseits ermöglicht und beschleunigt die allgemeine Digitalisierung eine technische Konvergenz unterschiedlichster (textueller, auditiver, visueller) Medien in den globalen Datennetzen. In der Telefonie hat sich dieser Trend

¹⁰² Zur Problematisierung des Status der Kommunikationswissenschaft als Disziplin vgl. u. a. Burkart (2002), insbesondere S. 413ff und S. 539ff.

bereits weitgehend durchgesetzt (siehe VoIP), Audio-CDs und DVDs funktionieren längst über einheitliche Geräte und Programme, ebenso werden Fernsehen und drahtloses Telefon in allernächster Zukunft miteinander verschmelzen. Andererseits geht mit dem technischen Konvergieren auf der medienkulturellen Seite ein Prozess der „Individualisierung“ des Einsatzes der Medien einher. Damit ist gemeint, dass sich Sendeformate oder Werbeeinheiten zunehmend auf immer spezifischer eingegrenzte Publikumssegmente beziehen und immer genauer auf die dort vermuteten Interessen oder Bedürfnisse abgestimmt werden.

Beide Prozesse: technische Konvergenz wie Individualisierung des Medieneinsatzes wirken auf die Gegenstandskonstitution der Kommunikationswissenschaft zurück. So muss beispielsweise der Forschungsgegenstand ‚Fernsehen‘ neu bestimmt werden, wenn Laptop oder Handy neben das herkömmliche Fernsehgerät als Empfangsapparatur treten. Denn durch diese technische Entwicklung fällt das herkömmliche technische Gerät als Bestimmungsmerkmal des Forschungsobjektes ‚Fernsehen‘ aus. Digitale Speichertechniken moderner Empfangsgeräte erlauben zudem die individuelle Rezeption von Sendungen, da der Empfänger selbst Zeitpunkt und Abfolge der Sendungen bestimmen kann. Die Kommunikationswissenschaft hat auf diesen technischen und kulturellen Wandel ihrer ehemals klar definierten Forschungsgegenstände zunächst dadurch reagiert, dass die traditionellen Grenzziehungen zwischen Prozessen der Individual- und der Massenkommunikation in vielen Bereichen problematisiert und zunehmend auch einstige Randgebiete der nicht-öffentlichen Kommunikation (z. B. in Unternehmen oder in virtuellen Umgebungen) in den Gegenstandsbereich des Faches einbezogen wurden.

Empfehlungen

Als wissenschaftliche Disziplin hat sich die Kommunikationswissenschaft erfolgreich konstituiert. Zugleich sind jedoch die Risiken nicht zu übersehen, die sich daraus ergeben, dass sich das Fach in Deutschland gegenüber anderen medienwissenschaftlichen Forschungsfeldern wie auch gegenüber seinen geistes- und sozialwissenschaftlichen Nachbarfächern weniger offen darstellt, als dies von der Sache her geboten ist. Der Wissenschaftsrat hält daher eine *nachdrückliche Stärkung von interdisziplinärer Kooperation sowie Theorie- und Methodengrenzen überschreitendem Austausch für erforderlich*, damit die Kommunikationswissenschaft auch künftig angemessen auf die technischen und kulturellen Veränderungen der modernen Medienkulturen reagieren kann.

Eine besondere Stärke besitzt die deutsche Kommunikationswissenschaft gegenwärtig in der Anwendungs- und Transferforschung; hier wirbt sie auch erfolgreich Drittmittel ein (vgl. A. III.3.). Um diese Stärke in der Anwendungsforschung dauerhaft erhalten zu können, ist es jedoch zugleich erforderlich, die *kommunikationswissenschaftliche Grundlagenforschung voranzutreiben*. Die Herausforderungen, vor welche die Kommunikationswissenschaft sich bereits jetzt gestellt sieht (vgl. weiter oben), verlangen eine Stärkung der allgemeinen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Theoriebildung. Der Import von Theorien aus den angrenzenden Sozialwissenschaften reicht allein nicht aus, um den sich aus den technologischen Umwälzungen und gesellschaftlichen Veränderungen ergebenden dynamischen Wandel der modernen Medienkultur begrifflich, methodisch und theoretisch angemessen zu erfassen. Auch das Forschungsdesign der kommunikationswissenschaftlichen Anwendungsforschung wird aufgrund solcher Veränderungen in absehbarer Zeit nachjustiert werden müssen, wenn weiterhin valide und für die Auftraggeber interessante Ergebnisse – zum Beispiel bei der Untersuchung von Medienwirkungen – erzielt werden sollen.

Die vergleichsweise sehr hohe Lehrbelastung, von der die Kommunikationswissenschaft an den Universitäten betroffen ist (vgl. A.III.2.), schränkt faktisch die Freiräume für systematische kommunikationswissenschaftliche Grundlagenforschung ein. Gerade die Unterausstattung mit Mitarbeiterstellen, die noch deutlicher ausfällt als in den geistes- und sozialwissenschaftlichen Fächern überhaupt, erschwert die Vorbereitung von Anträgen. Zwar gibt es erfolgreiche Einzelanträge, doch wurden Anträge zur Einrichtung von Forschungsverbänden seit geraumer Zeit nicht mehr positiv beschieden. Neben die hohe Lehrbelastung tritt ursächlich das Bemühen der Kommunikationswissenschaft hinzu, sich in Deutschland als eigenständige Disziplin – abgegrenzt von den Sozialwissenschaften – an den Hochschulen zu etablieren. Es bestand kein ausgeprägtes Interesse an einer fachübergreifenden Kooperation, an der sich auch andere als kommunikations- und medienwissenschaftliche Forscher hätten beteiligen können. In diesem Sinne besteht in Deutschland keine ausgeprägte Forschungskultur für kommunikationswissenschaftliche Grundlagenforschung. Dies gilt auch für die Forschungsförderung auf EU-Ebene (vgl. A.III.3.c.).

Nach der Konsolidierung der Kommunikationswissenschaft an deutschen Hochschulen ist es jetzt entscheidend, *sich erneut auch gegenüber anderen etablierten Disziplinen zu öffnen und gemeinsame Verbundprojekte zu beantragen*. Die Öffnung sollte sich sowohl

auf Forschungs Kooperationen wie auch auf die gemeinsame Nutzung von Datenmaterial beziehen. Hier sollte insbesondere die Kommunikationswissenschaft ihre Bereitschaft erhöhen, das von ihr gespeicherte Material auch anderen Sozialwissenschaftlern zur Verfügung zu stellen. Förderinstrumente für Forschungs Kooperationen stellt insbesondere die DFG auch jetzt schon zur Verfügung (zum Beispiel Sonderforschungsbereiche oder Forschergruppen).

I.2. Zu Status, Methoden und Entwicklungsstand der kulturwissenschaftlichen Medialitätsforschung

Die kulturwissenschaftliche Medialitätsforschung¹⁰³ hat neue Forschungsperspektiven für die Untersuchung von Gegenständen der etablierten Geistes- und bis zu einem gewissen Grade auch der Kommunikationswissenschaft (vgl. A.II.) entwickelt. Medialitätsforschung reflektiert ihre Gegenstände im Hinblick auf deren Medialität, d. h. sie fragt nach dem konstitutiven Anteil der Medien an der Generierung, Speicherung und Übermittlung von Information und Wissen, sie fragt – anders formuliert – danach, wie Medien dazu beitragen, das mit zu schaffen, was sie bloß zu vermitteln scheinen. Medienwandlungsprozessen (etwa: von der Mündlichkeit zur Schriftlichkeit), Medienkonkurrenzen (etwa: von TV und Internet), Mediendifferenzen (z. B. von Brief und E-Mail) und Medienkombinatoriken (etwa: Audiovisualität) kommt dabei schon aus methodischen Gründen besondere Aufmerksamkeit zu. Die hier vorgeschlagene Bezeichnung „Medialitätsforschung“ kann deutlich machen, dass in deren Zentrum nicht eine abgrenzbare Menge von Untersuchungsgegenständen steht, sondern dass sie sich systematisch auf die medialen Dimensionen aller Kultur und deren Leistungen in technisch-materialer, ästhetisch-formaler und kommunikativ-sozialer Hinsicht konzentriert.

Mit diesem systematischen Erkenntnisinteresse hat die Medialitätsforschung einerseits das gesamte Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaften stark in Bewegung gebracht. Medialitätsforschung fokussiert auf die ästhetischen Dimensionen von Medien (Formseite), ihren technisch-materiellen Aspekten (Technikseite) sowie ihren sozialen Funktionen (Kommunikationsseite). Andererseits lässt sie sich in gewisser Weise mit der Wissenschaftstheorie oder der Wissenschaftsgeschichte vergleichen. Auch diese thematisieren, ebenso wie die Medialitätsforschung, die Erkenntnisvoraussetzungen

¹⁰³ Die Bezeichnung „Medialitätsforschung“ ist noch nicht allgemein eingeführt. Jedoch wird an unterschiedlichen Stellen darauf Bezug genommen. Vgl. u. a. Pfeiffer (2002), S. XVII und Pfeiffer (2006), S. 71 sowie allgemein: Krämer (2004).

anderer wissenschaftlicher Disziplinen, allerdings nicht die Medialität einzelwissenschaftlicher Erkenntnisproduktion. Mathematische Zahlensysteme, kartographische Darstellungen in der Archäologie und den Geowissenschaften oder bildgebende Verfahren der Naturwissenschaften und Life Sciences u.v.a.m. können in ihrer je spezifischen Medialität daraufhin analysiert werden, wie das jeweilige fachliche Wissen mit der Medialität der Erkenntnisinstrumente interferiert. Dabei wird die Medialitätsforschung nicht immer dazu in der Lage sein, die Wirkungen der in den Einzelwissenschaften verwendeten Medien in vollem Umfang zu erfassen. Denn die Beurteilung, welche Erkenntnisse durch den Einsatz eines Mediums gewonnen werden können, setzt zugleich disziplinäres Wissen voraus, über das die Medialitätsforschung nur eingeschränkt verfügt.¹⁰⁴ Daher bleibt es immer auch eine Querschnittsaufgabe jeder Einzelwissenschaft, auf die Medialität ihrer Erkenntnisinstrumente und -verfahren zu reflektieren.

Empfehlungen

Im Hinblick auf die Weiterentwicklung der Medialitätsforschung plädiert der Wissenschaftsrat in der derzeitigen Situation für eine *systematische Standardbildung*, die sich in drei Richtungen vollziehen sollte:

- (1) Kulturwissenschaftlich orientierte Medialitätsforschung sollte sich als *systematisch ausgerichtete* Forschung verstehen: Einerseits analysiert sie insbesondere mit den Instrumenten intermedialen Vergleichs die spezifische Medialität von Sachverhalten, die in anderer Hinsicht von weiteren Disziplinen wie der Kunstgeschichte oder der Literaturwissenschaft mit deren je eigenen Methoden untersucht werden. Andererseits trägt Medialitätsforschung mit ihren spezifischen Erkenntnissen und Kompetenzen zum Verständnis der medialen Erkenntnisvoraussetzungen der Einzelwissenschaften bei; insofern ist sie zugleich Forschung über Forschung.
- (2) Kulturwissenschaftlich orientierte Medialitätsforschung sollte eine *historische* Dimension haben. Dies sichert einerseits ihre Anschlussfähigkeit an die Fachdiskurse der geistes- und kulturwissenschaftlichen Einzeldisziplinen und ist andererseits unabdingbare Voraussetzung für den Aufbau hinlänglich komplexer und differenzierter Empirien, ohne welche Medialitätsforschung ihren systematischen Aufgaben nicht gerecht werden kann. Fachliche Anschlussfähigkeit und reiche historische Empirie

¹⁰⁴ Exemplarisch kann dieser Sachverhalt an der Rolle bildgebender Verfahren in der Medizin deutlich werden: Ob die verwendeten Algorithmen bei der Bildverarbeitung bis auf das Ergebnis einer Diagnose durchschlagen, können nur Mediziner beurteilen.

sind für die Qualität von Forschung und Lehre in der Medialitätsforschung gleichermaßen entscheidend.

- (3) Als zugleich systematisch und historisch ausgerichtete Erkenntnisproduktion sollte die Medialitätsforschung in ihren geistes- und kulturwissenschaftlichen Herkunftsdisziplinen verankert bleiben, zugleich aber *übergreifende Standards des Empirie-, Begriffs- und Theorierepertoires* ausbilden. Diese Standardbildung ist erforderlich, um quer zu den Wissensordnungen der Bezugsfächer das erreichte medienwissenschaftliche Reflexionsniveau kontinuierlich halten und gegebenenfalls auch steigern zu können.

Der Wissenschaftsrat sieht aus den genannten Gründen die Zukunft der Medialitätsforschung nicht in einer weiteren disziplinären Verselbständigung, wie sie sich etwa in Gründungen eigener Gesellschaften oder der Einrichtung abgeschotteter Förderbereiche in den Wissenschaftsorganisationen äußern könnte. Die *Stärke* der deutschen Medialitätsforschung wird auch in Zukunft darüber zu *sichern* sein, dass sie *in dem doppelten Bezugssystem von historisch-hermeneutischen Einzeldisziplinen und der Ausbildung übergreifender systematischer Reflexionszusammenhänge* angesiedelt ist.¹⁰⁵ Für jeden einzelnen Wissenschaftler stellt dieses doppelte Bezugssystem eine besondere Herausforderung dar. Für die Entwicklung und Leistungsfähigkeit der Medialitätsforschung wie ihrer Bezugsfächer wird sich diese doppelte Perspektivierung als besonders produktiv erweisen.

Die Medialitätsforschung leidet zwar nicht an einem Theoriedefizit. Auch für sie – wie schon für die Kommunikationswissenschaft (B.I.1.) – gilt indes die Empfehlung, in verstärkter Weise *systematisch* auf die in den beiden anderen Ausrichtungen der Kommunikations- und Medienwissenschaften erarbeiteten, insbesondere *sozial- und technikwissenschaftlichen Erkenntnisstände Bezug zu nehmen*.

I.3. Zu Status, Methoden und Entwicklungsstand der Medientechnologie

Medientechnologie ist die vergleichsweise jüngste Entwicklung eines eigenständigen Typus von medienwissenschaftlicher Forschung. In ihrem Zentrum stehen Fragen der Generierung, Kodierung, Verarbeitung, Distribution und Präsentation von Information

¹⁰⁵ Zu einer vergleichbaren Einschätzung mit Blick auf die Literaturwissenschaft gelangt Gustav Frank (2006).

mittels analoger und digitaler Technologien. Darüber hinaus zielt die Medientechnologie auf die Gestaltung multimedialer und multimodaler Informationssysteme. Die mit der umfassenden Digitalisierung einhergehenden technischen Möglichkeiten, die – wie bereits erwähnt – zu einer technischen Konvergenz unterschiedlicher Medien sowie zur Entgrenzung von Experimentellem und Etabliertem innerhalb eines Mediums¹⁰⁶ und zur Entwicklung neuer medienkultureller Kommunikationsformen geführt haben, sind der Zusammenhang, in dem die Medientechnologie sich entwickelt hat und entwickelt.

Medientechnologie setzt sich mit den spezifischen Leistungen alter (analoger) und neuer (digitaler) Medien auseinander. Dabei analysiert und gestaltet sie Fragen der Differenz und Konvergenz der Medien in unterschiedlichen Hinsichten, zum Beispiel im Hinblick auf die Digitalisierung von analogen Medienobjekten, auf die Realisierung medienbruchfreier Geschäftsprozesse sowie auf die Optimierung der Speicherung, Verarbeitung und Übertragung von Daten.

Empfehlungen

Wie im Fall der Medialitätsforschung hält der Wissenschaftsrat die disziplinäre Verankerung in den Herkunftsdisziplinen – sei es in der Informatik, sei es in der Informationstechnik – für zentral. Gleichwohl sollte auch die Medientechnologie eigene Standards und Traditionen entwickeln. Dabei kann sie nicht allein Methoden der Informatik einsetzen. Vielmehr sollte sie etwa dort, wo zum Beispiel gestalterische Aspekte eine Rolle spielen, wie beim Informationsdesign, den Brückenschlag zur Ästhetik herstellen. Medientechnologie ist in diesem Sinne nicht ein bloßer Sonderfall Angewandter Informatik. Vielmehr sind *medientechnologische Forschungen dann besonders produktiv und erfolgversprechend, wenn sie in enger Kooperation mit anderen Disziplinen unternommen werden.*

Damit solche Zusammenarbeit erfolgreich sein kann, setzt sie günstige Bedingungen insbesondere für flexible kurz- bis mittelfristige Kooperationsformen voraus, in denen Forschende unterschiedlicher Disziplinen – der Informationstechnik, der Informatik, aber auch der Geistes- und Sozialwissenschaften – für definierte Projekte problemorientiert kooperieren können. Denn Innovationen in der Entwicklung, Gestaltung und Bearbeitung von digital und analog codierten Daten basieren auf der Verschränkung unterschiedlicher methodischer und disziplinärer Zugänge.

¹⁰⁶ Vgl. Briggs/Burke (2005), v.a. S. 254f.

Konkret wird damit empfohlen, *Forschungen vermehrt in Form von mittelfristigen Kooperations- und Verbundstrukturen zu organisieren* und für deren Finanzierung auch die bereits bestehenden Förderinstrumente zu nutzen. Es wäre demgegenüber, insbesondere aufgrund der rasanten technologischen Entwicklung, weniger sinnvoll, hier langfristig dauerhafte institutionelle Kooperationsstrukturen und Förderformen – über die bestehenden hinaus – anzustreben.

In jüngster Zeit lässt sich beobachten, dass sich die kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung vermehrt historischen Fragestellungen der Informatik und Medieninformatik zuwendet sowie neben den bereits erwähnten ästhetischen Aspekten auch erkenntnistheoretische Fragestellungen untersucht.¹⁰⁷ Der Wissenschaftsrat hält es in diesem Zusammenhang für wünschenswert, dass es gelingt, vermehrt *Ansätze der Medientechnologie mit denen der kulturwissenschaftlichen Medialitätsforschung in flexiblen interdisziplinären Forschungsk Kooperationen zusammenzuführen.*¹⁰⁸

I.4. Zu Forschungsstrukturen und Forschungsförderung in den Kommunikations- und Medienwissenschaften

Der Überblick über die Förderung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Forschung hat – auch im internationalen Vergleich – die Stärken und Schwächen der drei Forschungsrichtungen in Deutschland gezeigt. Betrachtet man die Entwicklung des gesamten Feldes im Rückblick, so erscheinen vornehmlich die 1980er und 1990er Jahre als Phase der Etablierung bzw. Konsolidierung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Forschung in Deutschland. Für die sozialwissenschaftlich geprägte Kommunikationswissenschaft kommt dabei dem DFG-Schwerpunktprogramm „Publizistische Medienwirkungen“ eine erhebliche Bedeutung zu, der Sonderforschungsbereich „Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien“ hat diese Etablierung stark forciert. Die zweite Hälfte der 1990er Jahre ist zumal durch eine stärkere Ausdifferenzierung des Feldes in Richtung auf eine deutlichere Profilierung sowohl der kulturwissenschaftlichen Medialitätsforschung wie auch der Medientechnologie gekennzeichnet.

¹⁰⁷ Claus Pias (Hrsg.): *Zukünfte des Computers*, Zürich/ Berlin 2005; Hans D. Hellige: *Geschichten der Informatik. Visionen, Paradigmen, Leitmotive*. Norbert Bolz: *Computer als Medium – Einführung*, in: Norbert Bolz/ Friedrich A. Kittler/Christoph Tholen (Hrsg.): (1999), S. 9-16. Martin Warnke 1997. et. al. (1997) dies. (Hrsg.): *HyperKult II – Zur Ortsbestimmung analoger und digitaler Medien*, Bielefeld: 2005.

¹⁰⁸ An dieser Schnittstelle hat sich bereits ein wissenschaftliches Feld entwickelt, in dem technische Medien, zum Beispiel der Computer, in ihren unterschiedlichen Vermittlungsdimensionen aus der Perspektive der Geschichte, der Ästhetik und der Epistemologie thematisiert werden. Dies zeigt sich an zum Beispiel in den Forschungen des Helmholtz-Zentrums an der Humboldt-Universität Berlin oder an Festivals, Tagungsreihen (vgl. *ars electronica Linz* (www.aec.at), *ZKM* (www.zkm.de), *Transmediale Berlin* (<http://www.transmediale.de>), *HyperKult Lüneburg* (<http://www.uni-lueneburg.de/hyperkult>) und an Publikationen (vgl. Bolz (1999), Warnke et al. (1999/2005)).

Empfehlungen

Insbesondere die kulturwissenschaftliche Medialitätsforschung, die nach wie vor am deutlichsten in nicht medien- und kommunikationswissenschaftlichen Herkunftsdisziplinen verankert ist, hat die vorhandenen Förderinstrumente der DFG (vgl. Anhang D.1 – D.4) für das Vorantreiben ihrer Forschungsfragen produktiv genutzt.¹⁰⁹ In diesem Bereich liegen zahlreiche Beispiele gelungener interdisziplinärer Verbundprojekte vor, die wesentlich zur Entwicklung der Grundlagenforschung im Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaften beigetragen haben und die Medialitätsforschung in ihrem spezifischen Zuschnitt zu einer Besonderheit des deutschen Wissenschaftssystems haben werden lassen. Selbst wenn ihre Forschungen in die Einzeldisziplinen zurückwirken und zurückwirken sollen, stellt sich insbesondere in der Medialitätsforschung die Frage der *Kontinuitätssicherung*. Ein geeignetes Instrument auch für diesen Zweck sieht der Wissenschaftsrat *in der Einrichtung von Forschungskollegs*.¹¹⁰ Sie ermöglichen eine mittelfristige Institutionalisierung einschlägiger Forschung durch eine Förderung über zehn bis zwölf Jahre, die für etablierte Forscher auch den zeitlichen Freiraum schafft, der erforderlich ist, um sich einem größeren wissenschaftlichen Werk zu widmen zu können.

Die Kommunikationswissenschaft hat die bestehenden Förderinstrumente weit weniger genutzt, da sie sich nach ihrer wissenschaftlichen Konsolidierung zumal auf die anwendungsorientierte bzw. Auftragsforschung konzentrierte. Die in den letzten Jahren zurückgehende Bereitschaft der Landesmedienanstalten in kommunikationswissenschaftliche Forschungen zu investieren, ist bedauerlich. Die Kommunikationswissenschaft sollte den ihr mit diesen Geldern zum Teil ermöglichten Freiraum nutzen, um auch grundlagenorientierte Forschungsarbeiten damit zu finanzieren. Der Wissenschaftsrat empfiehlt darüber hinaus, *bei den anstehenden Neuregelungen der Medienaufsicht in Deutschland den Bereich kommunikations- und medienwissenschaftlicher Forschungsförderung stärker zu gewichten*.

Die Weiterentwicklung der Medientechnologie leidet im Bereich der Forschungsförderung vornehmlich unter einer nach wie vor stark disziplinär von der Informatik geprägten Förderkultur.

¹⁰⁹ Bis heute werden auch exzellente Forschungs(teil)projekte, insbesondere der Medialitätsforschung, in Verbundforschungsstrukturen, die nicht explizit als medienwissenschaftlich ausgewiesen sind, gefördert, so zum Beispiel im Rahmen des Sonderforschungsbereichs „Kriegserfahrungen, Krieg und Gesellschaft der Neuzeit“ (SFB 437) an der Eberhard Karls Universität Tübingen.

¹¹⁰ Vgl. Wissenschaftsrat (2006b), S.77-82. BMBF und DFG haben die Kollegs mit ausdrücklichem Bezug auf die Empfehlung des Wissenschaftsrats im Januar 2007 in die Förderung aufgenommen.

Die kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung ist dort besonders stark, wo sie – bei allen Differenzen und Besonderheiten der theoretischen Grundlagen, der methodischen Praxen und der Erkenntnisinteressen – sich zugleich der Gemeinsamkeit ihrer Gegenstände und Problemzusammenhänge bewusst ist. Im Unterschied zur Strukturierung des Studiums (vgl. B.II.) empfiehlt der Wissenschaftsrat daher hinsichtlich der Forschung für die Zukunft *nicht eine weitere Differenzierung des Feldes, sondern hält die Verstärkung der Kooperationen über die Grenzen der Fächer und wissenschaftlichen Ausrichtungen hinweg für unabdingbar*. Für entsprechende kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschungsverbände stehen in der DFG und mit der Einrichtung des European Research Council geeignete Förderinstrumente zur Verfügung.

Um den mit der fortschreitenden Ausdifferenzierung des Feldes einhergegangenen Abschottungen zu begegnen, wäre es gerade in der jetzigen Phase der Entwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften besonders produktiv, wenn sich Initiativen für die Entwicklung eines *DFG-Schwerpunktprogramms* zusammenfänden, um insbesondere wissenschaftliche Untersuchungen in den Grenzbereichen der einzelnen Forschungsrichtungen voranzutreiben. Fragen der erkenntnistheoretischen Voraussetzungen und Effekte alter wie neuer Medien, der Geschichte und Ästhetik des Digitalen oder der kulturellen Dimension der Informatik können letztlich allein in entsprechenden Disziplin- oder Bereichsgrenzen überschreitenden Kooperationen hinlänglich bearbeitet werden.

Auch in Form inneruniversitärer Zentren kann eine übergreifende Forschungskoope-
ration organisiert sein, ggf. unter Mitfinanzierung durch das jeweilige Sitzland. Solche inneruniversitären Zentren könnten überdies besonders gute Bedingungen auch für die Beteiligung des über bestehende Förderprogramme finanzierten wissenschaftlichen Nachwuchses bieten. Zudem können sie Knotenpunkte der diskursiven Kontinuitätssicherung darstellen. Schließlich ließe sich an ihnen die eine oder andere der demnächst vom ERC geförderten Forschergruppen ansiedeln.

An den Fachhochschulen und in gewisser Weise auch an den Kunsthochschulen hat sich eine entsprechende Forschungskultur noch nicht etabliert. Dies ist jedoch kein spezifisches Problem der Kommunikations- und Medienwissenschaften, sondern hängt vielmehr mit den an den Fachhochschulen überhaupt weithin unzureichenden Voraus-

setzungen für Forschung zusammen.¹¹¹ Daher streben Fachhochschulen an, ihre Forschungen bevorzugt in Form von Kooperationen mit Wirtschafts- oder Medienunternehmen durchzuführen.¹¹²

Im Vergleich insbesondere zu den USA fällt auf, dass die Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland insofern ein *Transferdefizit* aufweisen, als es keine ausgewiesenen inner- oder außeruniversitären Forschungszentren gibt, die im Bereich der Beratung von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft deutlich sichtbar agieren können.¹¹³ Zwar existiert immer ein Wissenstransfer von den Hochschulen in die Wirtschaft und in öffentliche Einrichtungen auf dem Wege der Personalrekrutierung; die Ergebnisse der Sonderauswertung des Mikrozensus zeigen in diesem Sinne auch, dass Kommunikations- und Medienwissenschaftler sich am Erwerbsarbeitsmarkt erfolgreich behaupten. Gleichwohl hält es der Wissenschaftsrat für einen *Mangel*, dass es trotz der erheblichen politischen und gesellschaftlichen Brisanz medienpolitischer und medienökonomischer Fragen *in Deutschland kein Institut gibt, das hinsichtlich solcher Fragen etwa vergleichbare Beratungsaufgaben übernehmen könnte* wie zum Beispiel die „Stiftung Wissenschaft und Politik“¹¹⁴ in anderen Politikfeldern.

Bei der Diskussion der Frage, wie sich diese strukturelle Lücke füllen lasse, wird sicherlich auch das Hans-Bredow-Institut (HBI) in Hamburg Erwähnung finden. Der Wissenschaftsrat hat sich Ende der 1990er Jahre ein Bild von der Arbeit des HBI gemacht. In seiner damaligen Stellungnahme wurde die Bedeutung dieser außeruniversitären Einrichtung für die Medienforschung hervorgehoben. Sie zählt zu den ältesten und renommiertesten Fachinstituten der Medienforschung in Deutschland und erfüllte seinerzeit ihre Aufgaben auf hohem Niveau. Jedoch hielt der Wissenschaftsrat die Ausstattung mit Stellen für wissenschaftliches und nicht-wissenschaftliches Personal zum damaligen Zeitpunkt für das Minimum dessen, was zur Erfüllung dieser Aufgaben erforderlich ist. Er hielt deshalb eine bessere finanzielle Ausstattung zur Sicherung des hohen Leistungsstandards des Instituts für vordringlich und appellierte besonders an die Freie und Hansestadt Hamburg, ihre bisher untergeordnete Rolle bei der Finanzierung des HBI

¹¹¹ Vgl. Wissenschaftsrat (2002a).

¹¹² Vgl. allgemein zur Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft: Wissenschaftsrat (2007b).

¹¹³ Als zwei zentrale unabhängige Institute in den USA sind an dieser Stelle zu nennen: das Center for Media and Public Affairs in Washington D.C., das 1985 gegründet wurde und als Non-Profit-Forschungs- und Bildungsinstitut wissenschaftliche Studien über Nachrichten- und Unterhaltungsmedien erstellt (u. a. auch Studien zum Wahlkampf), sowie das Media Institute/Arlington, das seit 1979 als Non-Profit-Forschungseinrichtung arbeitend sich auf kommunikationspolitische Themen spezialisiert und – laut eigener Aussage – zu einem der führenden Think Tanks im Bereich der Kommunikationspolitik entwickelt hat.

¹¹⁴ Der genaue Name des Instituts lautet „Deutsches Institut für Internationale Politik und Sicherheit“, abkürzend wird jedoch von SWP (Stiftung Wissenschaft und Politik) gesprochen.

auszubauen. Eine adäquate Steigerung der Grundfinanzierung des Hans-Bredow-Instituts, das formal ein An-Institut der Hamburger Universität ist, wurde 1999 vom Wissenschaftsrat als ein erster wichtiger Schritt zum Ausbau der wissenschaftlichen Begleitung der aktuellen Medienentwicklungen bewertet. Dabei handelt es sich indes um eine Aufgabe von deutlich überregionaler Bedeutung, so dass der Wissenschaftsrat zugleich anregte, nach Möglichkeiten einer stärkeren bundesweiten Finanzierungsgrundlage für das Institut zu suchen.¹¹⁵

Der Wissenschaftsrat konnte sich im Rahmen der vorliegenden Empfehlungen nicht erneut ein Bild von der wissenschaftlichen Leistungsfähigkeit des HBI machen. Wohl aber hat die Analyse des gesamten Feldes der Kommunikations- und Medienwissenschaften eine *strukturelle Lücke sichtbar gemacht*. Der Wissenschaftsrat betont die übergreifende Bedeutung einer wissenschaftlich-analytischen Begleitung der aktuellen Medienentwicklungen und *bekräftigt seine prinzipielle Empfehlung, die bundesweite Finanzierung solcher Forschungsarbeiten am HBI oder an einer anderen Institution zu verstärken, die für die medienpolitische Beratung von Politik und Gesellschaft direkt bedeutsam* sind. Die Forschungen sollten sich nicht allein auf rechts- und sozialwissenschaftliche Fragen beschränken und sich auch nicht vornehmlich auf die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten beziehen. Um eine umfassende Politikberatungsfunktion wahrnehmen zu können, bedarf es einer *Einrichtung mit einem breit angelegten Forschungsprofil*. Der Wissenschaftsrat sieht darin einen wichtigen Baustein zur Überbrückung der Distanz zwischen den Kommunikations- und Medienwissenschaften einerseits und den extrem beschleunigten Veränderungen der modernen Medienkultur andererseits.

Auch Einrichtungen nach Art der weiter oben empfohlenen Kollegs oder inneruniversitären Zentren für Kommunikations- und Medienwissenschaften könnten die hier angesprochenen Aufgaben eines unabhängigen Think Tanks übernehmen. Allerdings müssen Initiativen dieser Art sich zunächst konstituieren und dann über konkrete Forschungsarbeiten in eine solche Funktion hineinwachsen. Daher könnten sie erst mittelfristig diese strukturelle Lücke besetzen, auf deren Schließung es indes auch kurzfristig schon ankommt.

¹¹⁵ Vgl. Wissenschaftsrat (1999).

B.II. Studiengänge in den Kommunikations- und Medienwissenschaften

Der Überblick über die Formierung der Kommunikations- und Medienwissenschaften (vgl. A.II.) hat gezeigt, dass die Entwicklung dieses Feldes sowenig abgeschlossen ist wie der stürmische technische und gesellschaftliche Wandel der modernen Medienkultur. Die Struktur von akademischen Studienangeboten kann diesen Wandel nicht einfach abbilden. Angesichts seiner besonderen Dynamik ließe sich einerseits argumentieren, dass straff organisierte Studiengänge mit fest definierten Inhalten sich rasch als überholt erweisen oder innovationsfeindlich wirken könnten. Andererseits müssen akademisch verantwortbare Studiengänge jedoch so strukturiert sein, dass sie bereits in der Bachelor-Phase eine fundierte Ausbildung gewährleisten und Fehlqualifizierungen der Absolventen vermeiden. Darum dürfen die Studiengänge erstens nicht zu breit und nicht beliebig Elemente aus den drei beschriebenen Ausrichtungen der Kommunikations- und Medienwissenschaften kombinieren. Sie dürfen zweitens nicht durch bloß modische Umetikettierung bestehender Studiengänge – wie sie zum Beispiel aus Gründen des Ressourcenwettbewerbs naheliegen mag – entstehen, ohne dass auch eine kommunikations- und medienwissenschaftliche Neukonzeption der Studieninhalte vorliegt. Drittens sollen bestehende Studiengänge der geistes- und kulturwissenschaftlichen bzw. informationswissenschaftlichen und elektrotechnischen Bezugsdisziplinen durch neue Studienangebote im Bereich der kulturwissenschaftlichen Medialitätsforschung sowie der Medientechnologie nicht ersetzt, sondern ergänzt werden.

Die für die Forschung in den Kommunikations- und Medienwissenschaften beschriebene Situation verhält sich gegenläufig zur Situation in der Lehre: In der Forschung nämlich, deren Aufgabe es wäre, den rasanten Wandel des Gegenstandsfeldes von allen drei Richtungen der Kommunikations- und Medienwissenschaften gemeinsam zu untersuchen, herrschen in Deutschland eher Abschottungstendenzen vor. Dagegen führt der medienkulturelle Wandel in der Lehre, die vor allem in den Bachelor-Studiengängen auf die Erlangung methodischer und thematischer Sicherheit zielen müsste, öfters zu sorgloser Kombinatorik.

In dieser besonderen Situation schlägt der Wissenschaftsrat Modellcurricula vor, an denen sich Studienprogramme in den Kommunikations- und Medienwissenschaften orientieren sollten. Insofern diese Empfehlungen die bei der Einrichtung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Studiengänge zu erfüllenden Begründungsansprü-

che erhöhen, sind sie auch ein Beitrag zur Qualitätssteigerung. Zugleich bringen sie sowohl für die ‚Angebotsseite‘ der Studierenden wie für die ‚Nachfrageseite‘ potentieller Arbeitgeber Verlässlichkeit und Transparenz in die Studiensituation.

Die im Folgenden formulierten Modellcurricula gelten für Studiengänge an Universitäten und an Fachhochschulen, soweit der Bachelor- bzw. der Masterabschluss in den Kommunikations- und Medienwissenschaften dort angeboten wird. Die Ausgestaltung der Studienmodelle wird allerdings je nach Hochschultyp unterschiedlich ausfallen: An den Universitäten wird eher theoriebasiertes Grundwissen zu vermitteln sein, an den Fachhochschulen steht der Anwendungsbezug im Vordergrund.¹¹⁶ Zugleich lassen die Empfehlungen Raum für eine profilierte Ausgestaltung je nach den Schwerpunkten der einzelnen Hochschule.

Empfehlungen

Die grundlegende und für alle kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengänge geltende Bedingung ist nach Auffassung des Wissenschaftsrates, dass *jeder Studiengang maßgeblich einer der drei Ausrichtungen in den Kommunikations- und Medienwissenschaften zugeordnet ist*. Schwach strukturierte Kombinationsmodelle, die in einem Studiengang etwa zu gleichen Teilen das Studium der sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft, der kulturwissenschaftlichen Medialitätsforschung und der Medientechnologie anbieten, können dem heutigen Stand der Wissenschaftsentwicklung nicht länger genügen. Zudem verlangt die Umstellung des Studiums auf den Bachelor und Master aufgrund der damit einhergehenden Straffung und angestrebten Verkürzung des Studiums eine klare Orientierung an einer der drei Ausrichtungen. Kombinationsmodelle speisten sich in ihrer Anfangszeit aus dem hohen Engagement der Lehrenden und mochten angesichts der relativ kurzen Geschichte der drei Ausrichtungen der Forschung plausibel und produktiv sein. Mittlerweile haben sich indes Kommunikationswissenschaft, kulturwissenschaftliche Medialitätsforschung und Medientechnologie systematisch so weiterentwickelt, dass auf der Ebene der Studiengänge – anders als im Bereich der Forschung – eine klare Gliederung des Feldes in drei Studiengangstypen deutlich zu bevorzugen ist.

Durchgehend drei Studiengangstypen sollte es jedoch erst auf der Master-Ebene geben, weil die Ausrichtungen der Kommunikations- und Medienwissenschaften jeweils

¹¹⁶ Vgl. Wissenschaftsrat (2006a), insbesondere S. 29ff.

unterschiedlichen disziplinären Status besitzen. Auf der Ebene des grundständigen Studiums spricht sich der Wissenschaftsrat für die Einrichtung eines kommunikationswissenschaftlichen Bachelors aus und hält er einen medientechnologischen Bachelor für möglich. Die kulturwissenschaftlich orientierte Medialitätsforschung sollte hingegen erst im Masterstudium als ein eigenes Studienfach etabliert werden. (Dazu im einzelnen B.II.1 – B.II.3)

Die *wechselseitige und konsekutive Anschlussfähigkeit*¹¹⁷ aller drei Studiengänge wird sachlich *durch die Integration von Studienmodulen der jeweils anderen Ausrichtungen* erzielt. Das Master-Studium in der Medientechnologie sollte beispielsweise einem Bachelor-Studium in der Kommunikationswissenschaft folgen können und umgekehrt. Durch diese Präferenz der Verknüpfungsmöglichkeiten zeichnen sich alle Studiengänge als Teile eines gemeinsamen Feldes aus.¹¹⁸ Auf der Ebene des Masters können sich auch Möglichkeiten zur Entwicklung von Weiterbildungsangeboten eröffnen.

Eine Implikation dieser Empfehlung besteht darin, dass in der empfohlenen Weise spezifizierte kommunikations- und medienwissenschaftliche Studiengänge im deutschen Hochschulsystem nicht flächendeckend eingeführt werden können. Sie setzen nämlich bestimmte Forschungs- und Lehrkapazitäten auf den entsprechenden Feldern voraus.

Wenn die Ressourcenvoraussetzungen nicht zur Einrichtung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Studiengänge ausreichen, gilt es alternative Wege zu suchen, auf denen entsprechende Themen und Probleme in die Lehre eingebracht werden können. Medienwissenschaftliche Fragestellungen lassen sich auch in andere Studiengänge integrieren. Die damit einhergehende Profilierung des Faches an einem Standort ist vor allem dann möglich, wenn eine Hochschule für ein Fach über mehrere Professuren verfügt. Denn dies erlaubt es, eine dieser Professuren mit einer medienwissenschaftlichen Ausrichtung auszuschreiben. Das Studium des jeweiligen Hauptfaches sollte jedoch nicht einen eigenen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Abschluss

¹¹⁷ Den „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs. 2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ zufolge sind konsekutive Bachelor- und Masterstudiengänge „Studiengänge, die nach Maßgabe der Studien- bzw. Prüfungsordnung inhaltlich aufeinander aufbauen, und sich i.d.R. in dem zeitlichen Rahmen 3 + 2 oder 4 + 1 Jahren einfügen bzw. einen Gesamtrahmen von fünf Jahren Regelstudienzeit, bis zum Materabschluss nicht überschreiten (dies schließt 7semestrige Bachelor- und dreisemestrige Masterstudiengänge ein). Der Masterstudiengang kann den Bachelorstudiengang fachlich fortführen und vertiefen oder – soweit der fachliche Zusammenhang gewahrt bleibt – fachübergreifend erweitern. Bachelor- und Masterstudiengänge können an verschiedenen Hochschulen, auch an unterschiedlichen Hochschularten und auch mit Phasen der Berufstätigkeit zwischen dem ersten und zweiten Abschluss konsekutiv studiert werden.“

¹¹⁸ Dabei kann sich an den Bachelor auch eine Promotion direkt anschließen – bei überdurchschnittlicher Leistung je nach individueller Eignung des Bewerbers und je nach fachlichen Anforderungen. Der Wissenschaftsrat hat sich schon früher im Bereich der Geisteswissenschaften für eine „möglichst breite Vielfalt an Studiengangskombinationen“ ausgesprochen. Vgl. auch die Empfehlungen zur Studienorganisation in den Geisteswissenschaften (Wissenschaftsrat 2006, S. 54ff, v. a. S. 55f).

anbieten. Eine spezifische Profilierung ist auch bisher bereits öfters geschehen und zum Beispiel an sogenannten „Bindestrich“-Denominationen wie Medienpädagogik oder Medienökonomie erkennbar.

Die im Zuge der Anhörungen des Wissenschaftsrates zum Übergang vom Studium in den Beruf gewonnenen Beobachtungen und Erfahrungen wie auch die Ergebnisse des Mikrozensus sprechen deutlich dafür, den *Aufbau des Studiums an den Eigenlogiken der Kommunikations- und Medienwissenschaften und ihrer Ausrichtungen zu orientieren*. Im Zentrum sollte stets die Vermittlung genuin wissenschaftlicher Kompetenzen und Kenntnisse stehen, nicht die Engführung auf die vermeintlichen Erfordernisse eines bestimmten Berufes. Die medienbezogenen Berufsfelder verändern sich zu rasch, als dass die Studieninhalte mit der gebotenen Aktualität jeweils an neue technische oder Arbeitsmarktentwicklungen angepasst werden könnten. In vielen Bereichen der publizistischen Medienindustrie sind überdies zunehmend sogenannte ‚Allrounder‘ gefragt (vgl. A.V.), die über technische Grundfertigkeiten wie auch über gestalterische Fähigkeiten, gute journalistische Sachkenntnis, Recherchekompetenzen und Ausdrucksfähigkeit verfügen sollten. Auch vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll, in den Ausbildungswegen von Absolventen modulare Quervernetzungen zwischen den Hauptrichtungen der Kommunikations- und Medienwissenschaften vorzusehen und angesichts des raschen medienkulturellen Wandels ein ausbalanciertes Ausbildungsprofil anzustreben.

Im Folgenden werden die inhaltlichen Modellcurricula für kommunikations- und medienwissenschaftlicher Studiengänge näher beschrieben.

II.1. Studiengang Kommunikationswissenschaft

Kommunikationswissenschaftliche Studiengänge verfolgen zwei Zielsetzungen. Zum einen sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, durch (Massen)Medien vermittelte Kommunikationsprozesse sachgerecht sozialwissenschaftlich-empirisch zu analysieren, was zu einer Betonung der methodischen Ausbildung der angehenden Kommunikationswissenschaftler führt. Zum anderen dient das Studium der Vorbereitung auf Berufe, in denen kommunikationswissenschaftliches Grundwissen vorhanden sein sollte. Zum Kern des Studienangebots sollen daher Basismodule zählen, die sich mit Empirischer Methodenlehre, sozialwissenschaftlichen Theorien und Modellen der Kommunikation, mit der Entstehung (massen)medialer Inhalte sowie mit publizistischen Formen,

Inhalten und medialen Berichterstattungsweisen beschäftigen. Der fundierten methodischen Ausbildung sollte dabei besonderes Gewicht zukommen. Weitere wesentliche Bereiche für ein grundständiges Studium sollten jeweils ein Modul zur Medienrezeption und Medienwirkung sowie eines zum Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland im internationalen Vergleich sein.

Die Anschlussfähigkeit an die beiden anderen Hauptrichtungen der Kommunikations- und Medienwissenschaften wird über ein medientechnologisches Modul „Grundlagen der Datenkommunikation“ und über ein kulturwissenschaftlich orientiertes Modul zu „Medientheorie und Mediengeschichte“ hergestellt.

Auf der Ebene des Masters sollten zwei Möglichkeiten offen stehen: Zum einen können mit dem Ziel eines Masters in Kommunikationswissenschaft die in den Bachelor-Modulen gewonnenen Kenntnisse vertieft werden. Zum anderen kann dem Bachelor ein berufsfeldbezogenes Master-Programm folgen, das unterschiedlich profiliert sein kann: vom Master in Medienmanagement bis zum Master in Journalismus. Für derartige berufsfeldbezogenen Master-Programme sollten noch gezielter als bisher Lehrbeauftragte aus der beruflichen Praxis gewonnen werden, für deren Honorierung entsprechende Mittel vorzusehen sind.¹¹⁹

II.2. Studiengang Kulturwissenschaftliche Medialitätsforschung

Bei der Konturierung der Medialitätsforschung (vgl. B.I.2.) wurde darauf hingewiesen, dass das Spezifikum eines Mediums, seine Medialität, erst im Vergleich mit einem anderen Medium, und zwar im Blick auf etwas Drittes (etwa die kommunikative Leistung, die ästhetische Form oder die technische Gestaltung) ersichtlich wird. Medialitätsforschung hat daher stets eine komparative Perspektive. Curricular lässt sich dem dadurch Rechnung tragen, dass ein kulturwissenschaftlich orientierter Studiengang Medialitätsforschung erst auf der Master-Ebene angesiedelt wird und stets auf einem geeigneten Bachelorabschluss aufbaut.

Dieses Bachelor-Studium sollte ein oder zwei Fächer aus der Gruppe der geistes-, kultur- und sozialwissenschaftlichen Bezugsdisziplinen der Medialitätsforschung umfassen und dabei möglichst vergleichende und historisch tiefgestaffelte Kenntnisse sei es aus

¹¹⁹ Zur Vergabe von Lehraufträgen und zur Verantwortung der Hochschulen in diesem Zusammenhang vgl. Wissenschaftsrat (2007a), v.a. S. 46.

dem Bereich der ‚klassischen‘ Medien wie Text und Schrift (Literaturwissenschaft, daneben auch Linguistik), Musik (Musikwissenschaft) oder Bild (Kunstwissenschaft) oder sei es aus demjenigen der ‚neueren‘ Medien wie Fotografie, Film oder Internet vermitteln. Der Anschluss zu einem Master-Studiengang in der Kommunikationswissenschaft kann entweder über ein Modul „Medienstrukturen/Mediensystem“ oder über ein Modul „Methoden der empirischen Sozialforschung“ hergestellt werden. Die Verbindung zur Medientechnologie kann ein Modul „Grundlagen der Datenkommunikation“ schaffen. Universitäten, die solche Studiengänge anbieten wollen, müssen für deren Koordinierbarkeit Sorge tragen.

Entscheidend ist nach Auffassung des Wissenschaftsrates, dass nur ein in der beschriebenen Weise angelegtes grundständiges Studium einerseits das notwendige Konzept- und Methodenwissen und andererseits die entsprechenden medien- und formgeschichtlichen Kenntnisse vermittelt, ohne welche der Aufbau einer reichhaltigen medienwissenschaftlichen Empirie als Voraussetzung für einen Master Medialitätsforschung schwer realisierbar ist. Eine solche Empirie kann nach Auffassung des Wissenschaftsrates nicht allein im Rahmen punktueller Sondierungen erworben werden. Sie muss vielmehr historisch differenziert und systematisch aufgebaut werden und sie ist die unabdingbare Voraussetzung für jene genaue Analyse der Differenzen, Transformationen und Kombinationen von medialen Zusammenhängen, die im Zentrum eines Masters in der kulturwissenschaftlich orientierten Medialitätsforschung stehen.

Der Master-Studiengang Medialitätsforschung sollte die notwendigen Kenntnisse zur Analyse medialer Zusammenhänge und Prozesse in ihrer ästhetischen, technischen und sozialen Dimension vermitteln. Zum Kern eines solchen Studiengangs gehört neben Basismodulen zur Medientheorie und Mediengeschichte ein theoretisches Vertiefungsmodul, das die Kompetenz zum Medienvergleich und zur Analyse von Mediendifferenzen in historischer Perspektive vermittelt. In einem empirisch-historischen Vertiefungsmodul sollte die kulturwissenschaftliche Analyse des Beziehungsfeldes von Medien, Wissensordnungen und sozialen Milieus im Mittelpunkt stehen.

II.3. Studiengang Medientechnologie

Im Zentrum des Studiengangs Medientechnologie soll die Vermittlung der Grundlagen der Informatik (Rechnertechnik, Netzwerke, Programmieren) stehen. Daher hält der

Wissenschaftsrat auch ein grundständiges Bachelor-Studium Informatik als Voraussetzung für den weiterführenden Master Medientechnologie für ein wünschenswertes Modell. Auch wenn abweichend hiervon Medientechnologie bereits im grundständigen Bachelor als eigenes Studienfach angeboten werden soll, sind zunächst Grundkenntnisse der Informatik zu vermitteln. Darauf können weitere Module zur Multimediatechnologie (Computeranimation, Digitale Bildbearbeitung, Virtuelle Realität etc.) aufbauen, gefolgt von Modulen, in denen Kenntnisse über die Schnittstelle Mensch/Maschine oder die Entwicklung von Internetdiensten und computergestützten Kooperationen vermittelt werden. Neben diese medientechnologischen Module sollte die Vermittlung von Grundkenntnissen des Kommunikationsverhaltens sowie des Mediendesigns treten.

Ein medientechnologischer Studiengang kann unterschiedlich profiliert sein. In einem Bachelor mit einem informationstechnologischen Kern werden vornehmlich Basiskompetenzen in Informatik vermittelt, auf denen andere Kompetenzen aufbauen. Ein medientechnologischer Bachelor kann jedoch auch einen Akzent ‚Kommunikation‘ besitzen. Er nimmt dann seinen Ausgangspunkt bei der Vermittlung geistes- und sozialwissenschaftlicher Grundkenntnisse und ergänzt diese mit der notwendigen mathematischen und informationswissenschaftlichen Kompetenz. Die Vorteile solcher unterschiedlichen Gewichtung der Module sieht der Wissenschaftsrat in der unterschiedlichen Berufsorientierung. Während die informationstechnische Ausprägung auf die Ausbildung von „Produktionsexperten“ ausgerichtet ist, zielt die kommunikationsorientierte Ausprägung von Medientechnologie auf die Ausbildung von „Transferspezialisten“, die für die Vermittlung von informationstechnologischem Wissen und Fragestellungen ausgebildet werden. Eine solche Schwerpunktsetzung zielt auf die Fähigkeit zur Vermittlung zwischen den unterschiedlichen Wissenschaftssprachen innerhalb eines Unternehmens oder einer anderen Einrichtung. Diese Kompetenz von Transferspezialisten wird gerade in der Medienwirtschaft verstärkt nachgefragt, wo ein Hauptproblem der institutionellen Kommunikation darin besteht, dass sich aus ganz unterschiedlichen Wissenschaftsbereichen wie Informatik, Betriebswirtschaft oder Mediendesign stammende Experten schnell verständigen können müssen.

Die Anschlussfähigkeit der Medientechnologie kann wie bei den anderen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengängen modular gesichert werden: Für die Kommunikationswissenschaft kann ein Modul „Mediennutzung und Medienwirkung“

oder ein Modul „Berufsfeld Kommunikation“ (Journalismus, PR, Werbung) sinnvoll sein, für die Medialitätsforschung ein Modul zu „Medientheorie und Mediengeschichte“.

Wesentliches Element des medientechnologischen Studiums sind Praktika. Diese können zum Beispiel an außeruniversitären Instituten mit einem informationstechnologischen Schwerpunkt oder in Medienanstalten bzw. -unternehmen absolviert werden. Auch deswegen ist die möglichst enge Verzahnung zwischen Universität und technisch ausgerichteten Medieninstituten und -unternehmen in der Umgebung des Studienortes eine unverzichtbare Voraussetzung für die Etablierung eines medientechnologischen Studiengangs. Über das Angebot von Praktikumsplätzen hinaus ist eine solche Verzahnung förderlich für die Qualität des medientechnologischen Studiums, weil sie etwa auch einen Rahmen für die Anfertigung von Masterarbeiten bieten kann und Kontakt zu externen Dozenten aus der Praxis sichert, die zur Komplettierung des Lehrangebots gewonnen werden können.

Eine enge, durch räumliche Nähe erleichterte Verzahnung von Hochschule und Wirtschaft bzw. außeruniversitärer Forschung hat weiterhin den Vorteil, den Zugang der Studierenden zur häufig sehr kostspieligen neuesten Technik sicherzustellen (z. B. Fernsehkameras, Server, Netzwerke, Studioteknik etc.). Bei großen medienwirtschaftlich orientierten Unternehmen kann von der Verfügbarkeit der jeweils aktuellsten Technik ausgegangen werden, so dass Studierende diese zumindest in ihrem Praktikum kennenlernen können; auf eigene technische Grundausstattung können die Hochschulen unter Hinweis darauf allerdings nicht verzichten (vgl. B.V.2.). Aus den genannten Gründen empfiehlt der Wissenschaftsrat die Einrichtung von medientechnologischen Studiengängen vor allem in Regionen mit einer Verdichtung entsprechender Einrichtungen. Zu solchen Schwerpunktgebieten zählen in Deutschland insbesondere die Räume München, Rhein/Ruhr, Rhein/Main, Hamburg/Bremen sowie auch Berlin/Potsdam und Stuttgart/Karlsruhe.

In der tabellarischen Übersicht (vgl. Anhang F) werden die unterschiedlichen Modellcurricula für kommunikations- und medienwissenschaftliche Bachelor-Studiengänge schematisch zusammengestellt. Dabei wird deutlich, dass die hier skizzierten Strukturen auch eine Orientierungshilfe für die Ausgestaltung von kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengängen sind, die eine spezifische Anwendungsorientierung bieten. Denn diese Modellcurricula machen für Studierende transparenter, welcher

Grundausrichtung ein applikativer Studiengang zuzurechnen ist. Anwendungsorientierte Studiengänge sind vornehmlich, aber nicht ausschließlich an den Fachhochschulen angesiedelt.

II.4. Empfehlungen zur systematischen Klassifizierung der Kommunikations- und Medienwissenschaften

Bei der Erarbeitung der Ausgangslage dieser Empfehlungen wurde an mehreren Stellen unübersehbar, dass etablierte Klassifikationen gegenüber den sich sehr dynamisch entwickelnden Kommunikations- und Medienwissenschaften mehr oder weniger anachronistisch geworden sind.

Für die Fächergliederung des Statistischen Bundesamtes empfiehlt der Wissenschaftsrat eine Überarbeitung innerhalb des Studienbereichs 06 „Bibliothekswissenschaft, Dokumentation, Publizistik“. Publizistik, Journalistik und Kommunikationswissenschaft werden bisher als unterschiedliche Fächer geführt. Diese Unterscheidung ist jedoch längst historisch geworden und lässt sich mittlerweile sachlich und methodisch nicht mehr begründen. Die drei Bereiche sind im Wesentlichen zu einem Fach Kommunikationswissenschaft zusammengewachsen, in dem Publizistik und Journalistik allenfalls eigene Schwerpunktbildungen darstellen.¹²⁰ Daher empfiehlt es sich, eine einheitliche Kategorie „Kommunikationswissenschaft/Publizistik“ zu schaffen, die zudem der Fächergruppe 03 „Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften“ zugeordnet werden sollte.

Aus Gründen der Unterschiedlichkeit der Forschungsmethoden, Gegenstandsbestimmung und Erkenntnisinteressen empfiehlt der Wissenschaftsrat gleichzeitig, die kulturwissenschaftlich orientierte Medialitätsforschung von der Kommunikationswissenschaft klassifikatorisch zu trennen. Sie könnte in einer gemeinsamen geistes- und kulturwissenschaftlichen Kategorie „Medienwissenschaft“ zusammen mit Medienkunde im Studienbereich 01: „Sprach- und Kulturwissenschaften allgemein“ in der Fächergruppe 01: „Sprach- und Kulturwissenschaften“ fortgeführt werden.

Die korrigierte Fächerklassifizierung sollte sodann nicht allein an jenen Stellen der amtlichen Statistik berücksichtigt werden, an denen systematisch Daten zur Hochschul- und

¹²⁰ Zur näheren Erläuterung des Gegenstandes und der Methoden der unterschiedlichen Ausrichtungen vgl. B.I.

Forschungslandschaft in Deutschland erhoben werden. Sie sollte vielmehr möglichst einheitliche und umfassende Verwendung finden, so dass auch bei der Erhebung von Arbeitsmarktdaten im Rahmen des Mikrozensus mittelfristig mit aktualisierten und aufeinander abgestimmten Klassifizierungssystemen gearbeitet werden kann. Eine Doppelnennung von Kategorien wie der Kommunikationswissenschaft und der Medienkunde in den Hauptfachrichtungen (HFR) 08 und HFR 77 sollte ausgeschlossen werden, da eine solche Doppelzuordnung eine valide Datenauswertung und -interpretation erschwert, wenn nicht gar verhindert.

Erhebliche Behinderungen speziell für Forscher, Lehrende und Studierende resultieren aus der öfters zu beobachtenden mangelnden Anpassung der Klassifikationssysteme der Bibliotheken an die gestiegene Bedeutung und die Entwicklungen der Kommunikations- und Medienwissenschaften. Beispielsweise führt die in wissenschaftlichen Bibliotheken weitverbreitete „Regensburger Verbundklassifikation“ (RVK) kommunikations- und medienwissenschaftliche Titel in der Gruppe A wie „Allgemeines“. Diese falsche Zuordnung beruht auf dem Missverständnis, mit dem Begriff Medien werde allein auf Hilfsmittel des wissenschaftlichen Diskurses Bezug genommen, und sie bedeutet: Spezialisierte Fachliteratur wird gemeinsam mit Enzyklopädien und allgemeinen Konversationslexika, Nachschlagewerken, Wörterbüchern oder übergreifenden Bibliographien rubriziert. Zugleich werden wichtige Monographien in benachbarte Fachgebiete einsortiert, so dass man z. B. medienhistorische Abhandlungen allein in der Geschichtswissenschaft findet. Der Zusammenhang der Forschungsliteratur der Kommunikations- und Medienwissenschaften ist auf diese Weise – im Unterschied beispielsweise zu kleineren Bereichen wie der Metrikforschung – in jeder Bibliothek, die einer solchen Klassifikation folgt, systematisch unsichtbar gemacht. Dies trägt zur Zersplitterung der in den Kommunikations- und Medienwissenschaften gewonnenen Erkenntnisse bei und widerspricht sowohl der aktuellen Bedeutung der Medien wie der Entwicklung der Medien- und Kommunikationswissenschaften. Dies wirkt sich insbesondere auch negativ auf die Ausbildung von Standards in der Medialitätsforschung und Medientechnologie aus.

Nicht zu übersehen ist schließlich, dass veraltete Systematiken sich auch bei der Verteilung universitätsbibliothekarischer Erwerbungsmitel negativ auswirken. Die von kommunikations- und medienwissenschaftlichen Lehrstühlen oder Instituten investierten Mittel zum Erwerb fachspezifischer Forschungsliteratur fließen nicht in den Ausbau ei-

nes eigenen Wissensarchivs und Forschungsinstruments und sind damit auch für die Dokumentation erreichter Erkenntnisstände für die Studierenden verloren.

B.III. Zum wissenschaftlichen Nachwuchs

Die Situation des wissenschaftlichen Nachwuchses ist in der Kommunikationswissenschaft prekär. Der sich dynamisch entwickelnde Medienmarkt bietet gut qualifizierten Absolventen attraktive Arbeits- und Karrieremöglichkeiten mit angesehenen Positionen, die Verantwortung und entsprechende Gehälter implizieren. An den Hochschulen stehen dem gegenüber: eine hohe Lehrbelastung, wenig verbleibende Zeit für Forschung und eine erst spät zu erreichende unbefristete Position. Die skizzierten Arbeitsbedingungen lassen – vor dem Hintergrund der Alternativen auf dem Medienmarkt – vor allem sehr gut qualifizierten Absolventen vor der Entscheidung für eine wissenschaftliche Karriere zurückschrecken. Derzeit kann die Kommunikationswissenschaft ihren Bedarf bei der Wiederbesetzung von Professuren kaum decken.

Vor diesem Hintergrund plädiert der Wissenschaftsrat für verstärkte Anstrengungen in der Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses, die in unterschiedliche Richtungen weisen:

1. Strukturierte Promotionsprogramme

Im Vordergrund steht der Aufbau kontinuierlicher Rekrutierungsketten. Dabei kommt strukturierten Promotionsprogrammen besondere Bedeutung zu.¹²¹ Das Förderinstrument des Graduiertenkollegs wird bislang vor allem von der kulturwissenschaftlichen Medialitätsforschung erfolgreich genutzt; Emmy-Noether-Nachwuchsgruppen finden sich einstweilen vornehmlich in der Medientechnologie (vgl. Anhänge D.1. und D.4.). Die Kommunikationswissenschaft, die mit großen Nachwuchsproblemen zu kämpfen hat, hat diese Instrumente zur Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses hingegen bisher kaum eingesetzt und sollte sich in Zukunft mit Nachdruck um die Einrichtung solcher Kollegs – durchaus auch fächerübergreifend – bemühen. Es sollte auch beobachtet werden, ob die Attraktivität des Medienmarktes für sehr gut qualifizierte Absolventen so ausgeprägt ist, dass die

¹²¹ Vgl. zur Doktorandenausbildung (2002b).

Entscheidung für eine wissenschaftliche Laufbahn auch aufgrund der Stellendotierung erschwert wird.

2. Mentoring

Der wissenschaftliche Nachwuchs in den Kommunikations- und Medienwissenschaften muss durch Betreuer von Promotionen und Habilitationen sowie durch Mentoren besser gefördert werden. Eine komplementäre Funktion übernehmen dabei strukturierte Promotionsprogramme wie zum Beispiel Graduiertenkollegs. Empirische Untersuchungen zeigen, dass eine individuelle Förderung ein entscheidendes Element in der Startphase der wissenschaftlichen Karriere darstellt. Sie sorgt früh für eine solide Verankerung des Wissenschaftlers bzw. der Wissenschaftlerin im eigenen Fach und seine bzw. ihre dauerhafte Positionierung im Wissenschaftssystem. Hier zeigen sich Defizite, die insbesondere im Vergleich mit den USA deutlicher zu Tage treten.

Selbst wenn diese Defizite den Nachwuchs in den Kommunikations- und Medienwissenschaften insgesamt treffen, ist die Betreuungsintensität bei Wissenschaftlerinnen am geringsten.¹²² Vor diesem Hintergrund hält der Wissenschaftsrat eine Förderung von Frauen für eine wissenschaftliche Laufbahn in den Kommunikations- und Medienwissenschaften für besonders geboten, auch um hier das Ziel der adäquaten Repräsentanz von Frauen in der Gruppe der Professoren sowie dasjenige einer möglichst weitgehenden Ausschöpfung intellektueller Potenziale zu erreichen. Mentoring-Programme können hier die sich ansonsten vielfach informell entwickelnden Beziehungen zwischen dem Nachwuchs und den fördernden Wissenschaftlern gezielt verbessern, sie erleichtern eine klare Karriereplanung und eröffnen Wege in bestehende Netzwerke.¹²³

¹²² Vgl. Schorr (2007).

¹²³ Die DGPK hat im Mai 2005 ein Mentoring-Programm für junge Kommunikationswissenschaftlerinnen aufgelegt, für das entsprechende Programme des Journalistinnenbundes und der RWTH Aachen Pate standen (vgl. Zwischenbericht in: AVISO Nr. 41, April 2006, S. 12-13).

3. Förderung einer internationalisierten wissenschaftlichen Orientierung des Nachwuchses

Der Nachwuchs sollte zu Forschungsaufenthalten im Ausland, aber auch zur aktiven Teilnahme an internationalen Konferenzen ermutigt werden.¹²⁴ Dazu sollten vorhandene Stipendienmöglichkeiten gezielt genutzt werden.

Darüber hinaus sollten die Nachwuchswissenschaftler ermutigt werden, bereits frühzeitig international zu publizieren und sich auch um entsprechende Stipendien oder zeitlich befristet auf Stellen im Ausland zu bewerben.

4. Verbesserung der Durchlässigkeit des Hochschulsystems

In den Kommunikations- und Medienwissenschaften erwirbt ungefähr die Hälfte der Studierenden ihren Abschluss an Fachhochschulen. Hier liegt ein Potential für eine anschließende vertiefte wissenschaftliche Arbeit.

Der Wissenschaftsrat erinnert nachdrücklich an seine Empfehlungen, nach Sichtung der individuellen wissenschaftlichen Eignung die Aufnahme einer Promotion im Anschluss an einen Fachhochschulabschluss für exzellente Fachhochschulabsolventen zu erleichtern. In diesem Zusammenhang hat sich der Wissenschaftsrat auch für kooperative Promotionen ausgesprochen, d. h. für ein Modell, bei dem der Doktorand von je einem Hochschullehrer der Universität und der Fachhochschule betreut wird.¹²⁵

In der Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses und der Stärkung der von diesem erbrachten Forschungsleistungen liegen auch große Potentiale für eine Stärkung der Grundlagenforschung, die der Wissenschaftsrat insbesondere in der sozialwissenschaftlich orientierten Kommunikationswissenschaft für dringlich hält (vgl. B.I.1.).

¹²⁴ Einer empirischen Untersuchung zufolge, ist vor allem der wissenschaftliche Nachwuchs international weniger präsent (vgl. hierzu Schorr (2007)). Kriterien, um in der genannten Untersuchung die internationale Präsenz bestimmen zu können, lagen in der Publikationsfrequenz in englischsprachigen Zeitschriften, in der Teilnahme an internationalen Konferenzen und in Besuchen an Forschungseinrichtungen anderer Länder. Insgesamt weisen Nachwuchswissenschaftler in allen Dimensionen signifikant niedrigere Werte auf.

¹²⁵ Vgl. (Wissenschaftsrat (2002a), insbesondere S. 126-129.

B.IV. Zur Internationalisierung von Forschung und Lehre

Selbst im Zeitalter der Globalisierung bleiben mediale Ordnungen einerseits in inhaltlicher, formaler und soziokommunikativer Hinsicht stets auch durch nationale und zum Teil auch sprachspezifische Diskurstraditionen geprägt. Auch angesichts einer global vernetzten digitalen Medienökonomie muss die Medienproduktion ebenso wie die wissenschaftliche Beschäftigung mit ihr auf lokale kulturelle Besonderheiten Rücksicht nehmen. Obwohl deutsche Kommunikations- und Medienwissenschaftler intensiv an den internationalen Forschungsaktivitäten teilnehmen, hält der Wissenschaftsrat die internationale Rezeption der deutschen Kommunikations- und Medienwissenschaften für verbesserungsbedürftig und -fähig.

Heute bildet die US-amerikanische Forschung in vielen Bereichen den Gravitationskern der internationalen Kommunikations- und Medienwissenschaften. Zwar leistet beispielsweise die deutsche Kommunikationswissenschaft zuweilen sehr hochrangige Forschung, jedoch vermittelt sie diese international zu wenig. Angesichts der Größe des deutschsprachigen Wissenschaftsraumes sowie einer ausreichenden Anzahl deutschsprachiger Fachzeitschriften und Buchreihen besteht wenig Zwang zur Internationalisierung der Publikationspraxis. Zugleich ist internationale Anerkennung derzeit keine Voraussetzung für den Erfolg des Nachwuchses im deutschen Wissenschaftssystem, zumal dort überdies Nachwuchsmangel herrscht. Wollen die deutsche Kommunikations- und Medienwissenschaften jedoch stärker als heute als Teil der internationalen Community wahrgenommen werden, dann gilt es, die Fachkultur so weiter zu entwickeln, dass Internationalität der Karrierewege wie des Publikationsverhaltens stärker zur Reputation auch im deutschen Wissenschaftssystem beiträgt. Vor diesem Hintergrund empfiehlt der Wissenschaftsrat folgende Instrumente zur Förderung der Internationalisierung:

- vermehrte Veröffentlichungen in englischsprachigen Fachzeitschriften oder Buchreihen, wie sie vor allem für die Kommunikationswissenschaft dort naheliegen, wo diese die Ergebnisse der Grundlagenforschung oder Erkenntnisse über globale Kommunikationsprozesse wie das Internet etc. öffentlich machen will;
- verstärkte finanzielle Förderung für die Übersetzung wichtiger Ergebnisse der deutschen Forschung: Denn Internationalisierung darf nicht auf Kosten der je eigenen

(Publikations-)Sprache gehen. Die systematische Förderung von Übersetzungen ist ein wichtiger Beitrag zur Stärkung des Deutschen als Wissenschaftssprache.¹²⁶

- eine Förderung der Studierenden mit dem Ziel, dass sie sich sicher in der englischen Sprache bewegen können. Daher sollten auch in diesem Bereich Studierende möglichst schon im Studium, ansonsten in der Promotionszeit oder der Postgraduiertenphase durch die Vergabe von Auslandsstipendien gefördert werden (vgl. B.III.);
- ein Angebot mehrsprachiger Lehrveranstaltungen kann einen Beitrag zur Förderung der Sprachkompetenz leisten und überdies die Attraktivität entsprechender Studiengänge in Deutschland erhöhen. Letzteres ist insbesondere wegen des zu steigenden Anteils an ausländischen Studierenden in den deutschen Kommunikations- und Medienwissenschaften erwünscht;
- das Engagement von Gastwissenschaftlern, die zugleich Wissen über die Mediensysteme ihres Heimatlandes vermitteln können und so nicht nur auf der Darstellungsseite, sondern auch auf der Inhaltsseite zur Internationalisierung der Kommunikations- und Medienwissenschaften beizutragen vermögen;
- die internationale Ausschreibung von Wissenschaftlerstellen, die der Wissenschaftsrat im Übrigen auch aus Gründen der Qualitätssicherung für geboten hält.¹²⁷

B.V. Zur Forschungsinfrastruktur in den Kommunikations- und Medienwissenschaften

V.1. Archivierung audiovisueller Medien

Die Technik der Digitalisierung eröffnet ganz neue Möglichkeiten der Nutzung und der Vernetzung von Quellen. Sie zeitigt positive und negative Folgen für Lehre und Forschung. Die Vernetzung erweitert den Zugang zu unterschiedlichen Archiven und damit grundsätzlich die Basis für neue Forschungsarbeiten. Jedoch sind die Preise für die Reproduktion von Bildern und Texten aus den Beständen von Archiven, Museen und nichtöffentlichen Sammlungen so exorbitant gestiegen, dass geradezu von einer Verhinderung von Forschung gesprochen werden kann. Trotz einer technischen Erleichte-

¹²⁶ Der Wissenschaftsrat begrüßt in diesem Zusammenhang ausdrücklich die Initiative „Deutsch plus - Wissenschaft ist mehrsprachig“ der Volkswagen-Stiftung. Das Ziel dieser Förderinitiative ist es, im Kontext wissenschaftlicher Mehrsprachigkeit dem Deutschen als Wissenschaftssprache und den in deutscher Sprache erarbeiteten wissenschaftlichen Erkenntnissen international angemessenen Raum und mehr Gewicht zu geben. Ausschreibungen sind im Jahr 2007 erfolgt (vgl. <http://www.volkswagenstiftung.de/foerderung/gesellschaft-und-kultur/deutsch-plus-wissenschaft-ist-mehrsprachig.html>). Zudem unterstreicht der Wissenschaftsrat die Bedeutung des Projekts DoBeS (Dokumentation bedrohter Sprachen) der Volkswagen-Stiftung. Ziel des Projektes ist es zu verhindern, dass Sprachen spurlos verschwinden. Schätzungen zufolge sollen 90 % der weltweit etwa 6.000 Sprachen in diesem Jahrhundert verloren gehen.

¹²⁷ Vgl. Wissenschaftsrat: Empfehlungen zur Neuordnung der Berufungsverfahren (2005).

rung des Zugangs zu Quellen wird faktisch die Zugänglichkeit erschwert. Dies erscheint umso widersinniger, als die Digitalisierung weitaus preiswertere und auch schnellere Reproduktionsmöglichkeiten erlaubt, als es bei analogen Verfahren der Fall ist. Dissertationen, die sich auf nicht bereits publizierte oder reproduzierte Medien beziehen, also das gesamte Material, das nicht in öffentlichen Bibliotheken ausleihbar ist, sind aus Kostengründen vielfach kaum mehr zu schreiben. Dies führt zu dem Paradox, dass die öffentliche Hand zwar Archive, Museen und Bibliotheken unterstützt, anschließend aber deren forschende Nutzung behindert. Tritt hier nicht eine grundlegende Veränderung der Preispolitik ein, werden die Empfehlungen des Wissenschaftsrates zur Stärkung der historischen Durchdringung der Medien an diesem Punkt ins Leere laufen.

Empfehlung

Daher empfiehlt der Wissenschaftsrat mit großem Nachdruck, die Kosten für die Digitalisierung von Bildern und Texten aus den öffentlichen und nichtöffentlichen Sammlungen für eine wissenschaftliche Nutzung deutlich zu senken. Die Forschung darf nicht unter der kommerzialisierten Verwertung von Text-, Bild- und Tonquellen leiden.

Mit der Möglichkeit der Digitalisierung bestehender Quellen wie auch der ständigen Produktion allein noch digital vorhandener Quellen (z. B. Internetseiten) werden neue Fragen der Sammlung, der Erschließung dieser Medien sowie der Langzeitarchivierung aufgeworfen. Dies zeigt sich in unterschiedlichen Bereichen:

- Die retrospektive Digitalisierung der Bestände in Bibliotheken, Archiven und Museen wird vorangetrieben mit der Vision, eine Deutsche Digitale Bibliothek als Teil einer Europäischen Digitalen Bibliothek zu gründen. Insbesondere die Fragen, welche Quellen in diesem Kontext erfasst werden sollen, sind derzeit noch ungeklärt.¹²⁸ Zur wichtigen Frage, wie eine Langzeitarchivierung technisch realisiert werden kann, gibt es erste gute Ansätze.¹²⁹

¹²⁸ Vgl. hierzu die Bestandsaufnahme zur Digitalisierung von Kulturgut und Handlungsfeldern, erstellt im Auftrag des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) vom Institut für Intelligent Analyse- und Informationssysteme (IAIS) (2006).

¹²⁹ Zu nennen ist hier das Projekt KOPAL (Kooperativer Aufbau eines Langzeitarchivs digitaler Informationen), an dem die Deutsche Nationalbibliothek, die Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen, die Gesellschaft für wissenschaftliche Datenverarbeitung mbH Göttingen (GWDG) und die IBM Deutschland GmbH beteiligt sind (vgl. www.opal.langzeitarchivierung.de).

- Bestehende Sammlungen von Foto- bzw. Diabeständen können digitalisiert werden. Die unterschiedlichen Digitalisierungsprojekte haben mittlerweile zu einer unübersichtlichen Landschaft an digitalisierten Bildarchiven geführt.¹³⁰
- Die Deutsche Nationalbibliothek hat den Auftrag erhalten, digitales Material aus dem Internet, vor allem Websites und webspezifische Publikationen, zu sammeln, bereit zu stellen und dauerhaft zu speichern (vgl. A.IV.). Derzeit wird ein Konzept erarbeitet, wie dieser Auftrag z. B. hinsichtlich der Erschließung dieser Materialien, des rechtlichen Zugriffs auf die archivierten Dokumente wie auch der technischen Bewältigung dieser Datenmengen für die Langzeitarchivierung umgesetzt werden kann.
- Audiovisuelles Material kann digitalisiert zugänglich gemacht und archiviert werden. Allerdings ist das Material auf zahlreiche Archive verstreut, da es kein zentrales Archiv für audiovisuelle Medien in Deutschland gibt. Die Archivierung von Rundfunk- und Fernsehwerken¹³¹ ist aus dem erweiterten Auftrag der Deutschen Nationalbibliothek ausdrücklich ausgeschlossen.

Der Wissenschaftsrat kann an dieser Stelle nicht auf alle hier angedeuteten Problemlagen eingehen. Für die Kommunikations- und Medienwissenschaften haben sich insbesondere die unregelmäßige Archivierung und die eingeschränkte Zugänglichkeit audiovisueller Quellen als ein entscheidendes Manko für Forschung und Lehre erwiesen. Daher konzentriert sich der Wissenschaftsrat in seinen Empfehlungen auf diesen Bereich.

In Deutschland ist die Archivierung audiovisueller Quellen derzeit noch nicht systematisch organisiert. Es besteht kein zentrales audiovisuelles Medienarchiv wie zum Beispiel in den USA oder Australien und folglich auch keine Pflichtabgabe der Rundfunk- und Fernsehanstalten für produziertes und gesendetes Material, wie zum Beispiel in Frankreich (vgl. A.IV.). Die Aufgabe der Archivierung übernehmen in Deutschland derzeit im Bereich des Rundfunks und Fernsehens in erster Linie die Archive der einzelnen privaten oder öffentlichen Sendeanstalten. Aus *wissenschaftlicher Sicht* stellen sich damit folgende *Probleme*:

¹³⁰ Hier seien einige dieser Datenbanken genannt: „Foto Marburg“ (<http://www.fotomr.uni-marburg.de>), die ihre Fotobestände zur Verfügung stellten, oder das seit 2000 betriebene Projekt „Prometheus“, das eine steigende Zahl von Diabeständen kunsthistorischer Seminare in digitalisierter Form zusammenzuführen sucht (vgl. Bredekamp 2003, S. 371).

¹³¹ Filmwerke werden nur im Musikbereich von der Deutschen Nationalbibliothek gesammelt, wenn Musik und Film eine künstlerische Einheit bilden und sie nicht auf fotochemischen Trägermaterialien vorliegen (vgl. Schwens 2006).

1. Bestehende Programmarchive sind nicht ungehindert für die wissenschaftliche Analyse audiovisueller Medien zugänglich, da diese primär wirtschaftlich als Produktionsfaktor betrachtet werden. Deswegen können sie letztlich nicht für den audiovisuellen Bereich eine den wissenschaftlichen Bibliotheken äquivalente Funktion übernehmen.
2. Nicht alle Programmanbieter, insbesondere die wachsende Zahl an privaten Sendern, sind zu einer ausreichenden Archivierung ihrer Sendungen im Stande, insbesondere nicht bei alltäglichen Sendeformaten. Denn das Vorhalten eines Langzeitarchivs ist personal- und kostenaufwändig.
3. Angesichts des Fehlens einer systematischen Archivierung stellt sich die Frage, wie Untersuchungen von Medienphänomenen in Langzeitperspektive möglich sein können.
4. Aus wissenschaftlicher Sicht ist es erforderlich, dass Archive eine hinreichende Größe erreichen. Erst dann können neue Fragestellungen generiert werden, wie z.B. die Filmwissenschaft noch einmal gezeigt hat. Ihr Entstehen ist eng mit der Gründung eines umfassenden Filmarchivs im Museum of Modern Art (MoMA) in New York verbunden.¹³²

Neben dem wissenschaftlichen Interesse besteht auch ein nationales Interesse, die Zeugnisse der eigenen Geschichte zu archivieren, die seit dem Ende des 19. Jahrhunderts zu großen Teilen auch in audiovisuellen Quellen dokumentiert ist. Schon heute sind Mitschnitte von zentralen Sendungen wie der Tagesschau oder der Aktuellen Kamera zum Teil allein deswegen noch vorhanden, weil sie von den Geheimdiensten des jeweils anderen Teils Deutschlands archiviert worden sind. Die Sendeanstalten selbst haben diese Quellen vielfach vernichtet. Selbst wenn die öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten ihre eigenen Archive mittlerweile besser pflegen und zum Teil Strategien der Langzeitarchivierung entwickelt haben, stellt sich mit der rasanten Vermehrung privater Sender die Frage, wie die Archivierung (einer Auswahl) dieser Produktionen organisiert werden kann. Daher ist es dringend erforderlich, die Anstrengungen zur systematischen Archivierung audiovisuellen Materials zu bündeln und zu

¹³² Vgl. Bredekamp (2006) v.a. S. 16f.

stärken, um eine „audiovisuelle Amnesie“ zu verhindern.¹³³ Nicht allein die kommunika-
tions- und medienwissenschaftliche Forschung, sondern auch die Forschungen anderer
Wissenschaften wie z. B. der Geschichtswissenschaft, benötigen heute und auch in
Zukunft dieses Material als Fundament ihrer Arbeiten.

Seit dem 19. Jahrhundert wird die Archivierung von kunsthistorischen und naturge-
schichtlichen Objekten als nationale Aufgabe begriffen, sowohl um das kulturelle Ge-
dächtnis weiterzuentwickeln als auch um eine Grundlage für kunstgeschichtliche, histo-
rische oder naturwissenschaftliche Forschungen zu schaffen.¹³⁴ Gleichermaßen ist es
heute eine Aufgabe von nationaler Bedeutung, audiovisuelle Medien systematisch zu
sammeln, zu archivieren und der Forschung zugänglich zu machen. Vor diesem Hinter-
grund bittet der Wissenschaftsrat Bund und Länder sowie die Sendeanstalten nach-
drücklich, die Archivierung von audiovisuellem Material und seine Zugänglichkeit für
wissenschaftliche Zwecke kurzfristig zu realisieren.

Empfehlungen

In Deutschland bestehen rund 1200 verstreute audiovisuelle Mediensammlungen (vgl.
A.IV.). Aus unterschiedlichen Gründen konnte das Projekt einer zentralen Deutschen
Mediathek nicht realisiert werden. Umso mehr müssen die Bestrebungen zur Entwick-
lung eines Netzwerkes von audiovisuellen Medienarchiven gestärkt werden. Es beste-
hen mittlerweile Ansätze eines solchen Netzwerkes. Das Zentrum für Kunst und Me-
dientechnologie (ZKM) ist zum Beispiel Teil dieses Netzwerks und hat auf Anregung
des Wissenschaftsrates die Aufgabe einer koordinierten Archivierung von Videokunst
übernommen.¹³⁵ Ein solches Netzwerk, das über Zentren mit spezifischen Kompeten-
zen in der Sammlung und Archivierung von audiovisuellen Medien verfügt, könnte die
Funktion einer dezentral organisierten deutschen Mediathek übernehmen. Der Wissen-
schaftsrat empfiehlt den gezielten Ausbau einer systematischen Archivierung von au-
diovisuellen Quellen und appelliert mit großem Nachdruck an Bund, Länder und Produ-

¹³³ Bereits heute haben sich transitorische Archivformen, zum Beispiel in Form von Tauschbörsen, entwickelt. Audiovisuelle Kultur-
güter werden hier in Form einer Creative Commons der interessierten Öffentlichkeit zur eigenen Nutzung zugänglich gemacht.
Hierzu sind juristische und organisatorische Fragen zu klären, bei denen öffentliche Unterstützung wünschenswert wäre. Auch
diese dezentrale Archivierung ist eine Form der Bewahrung, auch wenn es sich hier um eine pragmatische, an Zufällen orien-
tierte und nicht um eine systematische (Langzeit-)Archivierung handelt.

¹³⁴ Te Heesen/Spray (2002), S. 19. So übernahm beispielsweise die 1810 neugegründete Berliner Universität die Sammlung der
„Gesellschaft Naturforschender Freunde“ in Berlin.

¹³⁵ Vgl. Wissenschaftsrat (2003). Mittlerweile hat das ZKM ein „Labor für antiquierte Videosysteme“ gegründet, das mit der Video-
und Audiosammlung der Mediathek personell und räumlich zusammengeführt wurde. Es entstand ein Kompetenzzentrum für
„Digital Heritage“, das alle Formate der frühen Videokunst bis zur aktuellen Kunst bearbeiten und speichern kann. Mit dieser
Expertise hat das ZKM weltweit eine noch singuläre Position erlangt. Sowohl das MoMA New York als auch das MIT kooperie-
ren mittlerweile mit dem Labor: Während das Labor Video-Bestände beider Institutionen restauriert und digitalisiert, erhält das
ZKM im Gegenzug digitale Kopien der entsprechenden Archivmaterialien für die eigene Sammlung.

zenten, ihren jeweiligen Beitrag zur weiteren Vernetzung der Medienarchive, zur Abstimmung untereinander sowie zum gezielten Ausbau bestehender oder notwendiger neuer Medienarchive zu leisten.

Ein System abgestufter, zugleich aber auch abgestimmter Zuständigkeiten hat im Vergleich zu einer zentralen Lösung – wie zum Beispiel der Inathèque in Frankreich – auch Vorteile. Archive haben jeweils spezifische Kriterien, die sie der Auswahl von audiovisuellem Material zur Sammlung und Archivierung zugrunde legen. Daher können sich die unterschiedlichen Archivierungsstrategien gegenseitig ergänzen und mögliche Fehlentscheidungen fallweise kompensieren. Die Geschichte der Archivierung hat gezeigt, dass bis zu einem bestimmten Grad eine redundante Archivierung notwendig ist, da es in der Regel nicht ausreicht, dass der Mitschnitt einer Sendung oder die Kopie eines Films an einer Stelle archiviert wird.

Jede dezentrale Lösung hat nach Auffassung des Wissenschaftsrates folgenden Bedingungen zu genügen, damit diese aus wissenschaftlicher Sicht tatsächlich gelingt:

1. Freie Zugänglichkeit für Forschung und Lehre

Eine wissenschaftliche Nutzung des Archivs sollte von einer privaten und einer kommerziellen unterschieden werden. Für die wissenschaftliche Nutzung sollten sich die Kosten möglichst auf Nutzungsgebühren beschränken.

2. Transparenz der Bestände, Archivierungsprinzipien und der Netzwerkstruktur

Jeder Sammlung und Archivierung liegt ein Auswahl- und Bewertungsprozess zugrunde, der bestimmten Kriterien (Relevanzkriterien) folgt. Diese Kriterien sollten auch im Fall der Archivierung von audiovisuellem Material transparent sein.

Das Netzwerk der Mediatheken sollte in sich eine transparente Struktur aufweisen und die einzelnen Sammel- und Archivierungsaufträge gut aufeinander abstimmen. Erst eine durchgängige und transparente Netzstruktur der Archive schafft die für wissenschaftliches Arbeiten kritische Masse.

3. Selbstverpflichtung zur Archivierung und Frage der Pflichtabgabe

Da bisher keine Pflichtabgabe im audiovisuellen Bereich in Deutschland verankert ist, sollten die Produzenten ihrer Selbstverpflichtung zur Archivierung des eigenen Materials nachkommen. Dies gilt auch für die privaten Sender.

Darüber hinaus sollte auch im audiovisuellen Bereich über die Realisierung einer Pflichtabgabe intensiv nachgedacht werden. Für digitale (Verlags-)Publikationen hat der Wissenschaftsrat bereits vor einigen Jahren eine Pflichtabgabe an die Deutsche Nationalbibliothek gefordert, die diese Funktion einer überregionalen Pflichtexemplarbibliothek übernehmen sollte.¹³⁶ Mit der Erweiterung des Sammlungsauftrags wird dies auch realisiert werden. Entsprechend muss auch für audiovisuelles Material eine Pflichtabgabestelle gefunden werden. Dazu müsste sich die Netzwerkstruktur weiter entwickeln und eine angemessene Rechtsform, etwa die einer Stiftung, finden, um diese Aufgabe übernehmen zu können. Produzenten sowie Bund und Länder müssen sich an der Lösung dieses Problems beteiligen.

4. Öffentliche Dokumentation der Bestände

Die bestehenden Archive wie z. B. die Archive der Landesrundfunkanstalten und der privaten Anbieter sollten ihren Bestand öffentlich dokumentieren und für eine wissenschaftliche Nutzung zugänglich machen.

5. Langzeitarchivierung

Der Aufbau eines Netzwerkes von Mediatheken ist nur dann sinnvoll, wenn die Frage der Langzeitarchivierung geklärt ist. Langzeitarchivierung verlangt eine Standardisierung der Dokumentenformate¹³⁷ sowie die Lieferung von Metadaten zu den digitalisierten Objekten, um eine maschinelle und strukturierte Erfassung und Aufbewahrung zu ermöglichen.

Im Zusammenhang mit dem Aufbau und dem Unterhalt einer solchen Infrastruktur für Forschung und Lehre müsste der Gesetzgeber die erheblichen und erst teilweise gelösten Probleme, die mit den komplexen Rechtsverhältnissen zusammenhängen, klären.

¹³⁶ Vgl. hierzu die Forderung des Wissenschaftsrates im Zusammenhang seiner Empfehlungen zur digitalen Informationsversorgung (2001).

¹³⁷ Für Publikationen bietet hierzu der XML-Standard eine weitreichende Möglichkeit, durch die Trennung von Inhalt und Präsentation eine Kompatibilität der Systeme zu gewährleisten. Im Rundfunkbereich scheint die Frage der Standardisierung technisch weitestgehend gelöst, nicht jedoch im Bereich des Fernsehens.

Dabei sollte ein angemessener Ausgleich zwischen der Wahrung des audiovisuellen Kulturguts und der Zugänglichkeit für wissenschaftliche Zwecke einerseits sowie den Rechten von Urhebern, Produzenten, Leistungsrechteinhabern und des Datenschutzes andererseits gefunden werden.

V.2. Infrastrukturvoraussetzungen für Kommunikations- und Medienwissenschaften in Forschung und Lehre an den Hochschulen

An dieser Stelle wird nicht Bezug genommen auf Infrastrukturvoraussetzungen an Hochschulen, die letztlich für alle Fächer gelten, wie zum Beispiel die Einrichtung und der Unterhalt von Bibliotheken, Breitbanddatennetzwerken oder leistungsfähigen Servern. Im Fokus der Empfehlungen stehen hier vielmehr die spezifischen Anforderungen, die die Kommunikations- und Medienwissenschaften an die Infrastruktur stellen.

Neben einer Grundausstattung an Hard- und Software zur Multimediaproduktion ist für die Forschung und Lehre insbesondere in der Kommunikationswissenschaft, aber vielfach auch in der kulturwissenschaftlichen Medialitätsforschung, der Zugang zu aktuellen Medienproduktionen im audiovisuellen Bereich, d. h. zu Ausstrahlungen öffentlich-rechtlicher wie privater Hörfunk- und Fernsehsender, von großer Bedeutung. Gleichermaßen kommt es auf die Möglichkeit an, solche Sendungen zu speichern. Denn erst durch Speicherung und nachfolgende Archivierung (vgl. B. V.1.) können Radio- oder Fernsehsendungen zum Gegenstand der Forschung werden. Für bestimmte wissenschaftliche Fragestellungen ist überdies die parallele Aufzeichnung unterschiedlicher gleichzeitiger Programme erforderlich. Dafür muss eine angemessene Zahl von Geräten (z. B. Festplatten- oder Videorecorder) vorgehalten werden. In jedem Fall entstehen teilweise erhebliche laufende Kosten zum Beispiel durch GEZ-Gebühren, Unterhalt und Verbrauchsmaterialien; deren Berücksichtigung im Haushalt der Hochschule ist unabdingbar.

Empirisch arbeitende Kommunikationswissenschaftler benötigen darüber hinaus geeignete apparative Ausstattungen für die Durchführung bestimmter Experimente oder Umfragen. Dies kann etwa ein Labor für kontrollierte Experimentalstudien oder ein CATI-Telefonstudio zur Durchführung von Telefonumfragen sein. Hier empfiehlt der Wissenschaftsrat, dass solche Ressourcen gemeinsam mit benachbarten Fächern wie der Psychologie, Soziologie oder Politikwissenschaft genutzt werden; dies nicht zuletzt

deswegen, weil mit der Einrichtung von Labors oder Telefonstudios auch technisches Personal für Wartung und Beaufsichtigung zur Verfügung stehen muss. Neben den zusätzlichen Personalkosten fallen regelmäßig Kosten für die Aktualisierung und Ersatzbeschaffung von Hard- und Software an.

Für die Medientechnologie wäre es für Forschungs- und Lehrzwecke wünschenswert, wenn in den Hochschulen ein Zugang zu professioneller Studiotechnik (Schnitt, Post-Processing, Blue-Screen-Räume, High-End-Kamera- und Tontechnik) vorhanden wäre. Dabei handelt es sich indes um sehr kostspielige Geräte und Programme, die wegen des Tempos der technologischen Entwicklung zudem in vergleichsweise kurzen Zeitabständen erneuert werden müssen. Die Erwartung, dass die Hochschulen solche Geräten beschaffen und betreiben könnten, ist unrealistisch. Kooperationen mit den großen Radiosendern, TV-Stationen oder anderen Unternehmen der Medienindustrie, die über das jeweils neueste und teure Equipment verfügen, sind deswegen für die Forschung und für medientechnologische Studiengänge von essentieller Bedeutung. Aus diesem Grund empfiehlt der Wissenschaftsrat die Ansiedlung medientechnologischer Studiengänge primär im näheren Einzugsgebiet von Medienstandorten (vgl. B.II.3).

Daneben muss, auch wenn Medienproduktion und -gestaltung nicht zu den Kommunikations- und medienwissenschaftlichen Ausbildungsschwerpunkten einer Hochschule gehören, gleichwohl ein Mindestmaß an entsprechender Technologie auf semiprofessionellem Niveau verfügbar sein. In medienpraktischen Veranstaltungen können Studierende auf diese Weise zumindest realistische Einblicke in die Herstellungsabläufe von Medienprodukten gewinnen. Die technische Ausstattung hochschulzentraler Audiovisueller Medienzentren genügt für solche Zwecke im Regelfall nicht.

* * *

Der Wissenschaftsrat hält die Kommunikations- und Medienwissenschaften für ein zentrales, sich auch in Zukunft mit hoher Dynamik entwickelndes wissenschaftliches Feld. Er hofft, mit seinen Analysen und Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften eine größere Übersichtlichkeit in das vielgestaltige und heterogene Feld bringen, Anregungen für eine an den Stärken des Feldes orientierte Weiterentwicklung in Forschung, Lehre und Nachwuchsförderung geben zu können, sowie allen Beteiligten die Notwendigkeit, die Defizite in der Forschungsinfrastruktur

schnellst möglich zu beheben, deutlich gemacht zu haben. Von diesem vielfach als „Modelfach“ abgetanem wissenschaftlichem Feld gehen wesentliche Impulse für die wissenschaftliche, technische und kulturelle Entwicklung der Gesellschaft aus. Seine Leistungsfähigkeit an den Hochschulen in Deutschland sollte – unter den in diesen Empfehlungen entwickelten Bedingungen – gestärkt werden.

C. Glossar/Abkürzungsverzeichnis

ABC	American Broadcasting Company (USA)
API	Application programming interface (dt.: Schnittstelle zur Anwendungsprogrammierung). Eine Programmierschnittstelle ist eine Schnittstelle, die von einem Softwaresystem anderen Programmen zur Anbindung an das System zur Verfügung gestellt wird.
Blog	Ursprünglich: Weblog, eine Wortkreuzung aus Web und Log (für Logbuch); die Tätigkeit wird Bloggen genannt. Ein Blog ist eine Webseite, die periodisch neue Einträge enthält. Die ersten Blogs tauchten Mitte der 90er Jahre auf und wurden zunächst Online-Tagebücher genannt. Seit 1996 werden entsprechende Dienste eingerichtet, die das Erstellen eines eigenen Weblogs in einfacher Weise ermöglichen.
Bluetooth	Bluetooth ist ein in den 1990er Jahren ursprünglich von Ericsson entwickelter Industriestandard für die drahtlose (Funk-) Vernetzung von Geräten über kurze Distanz. Bluetooth bietet eine drahtlose Schnittstelle, über die sowohl mobile Kleingeräte wie Mobiltelefone und Personal Digital Assistants (PDA) als auch Computer und Peripheriegeräte miteinander kommunizieren können. Sein Hauptzweck ist das Ersetzen von Kabelverbindungen zwischen Geräten (zum Beispiel Bluetooth-Headset).
CAM	Conditional Access Modul (dt.: Modul für bedingten Zugriff) ist ein Modul, das einem DVB-Empfangsgerät eingeschoben wird. Die Aufgabe dieses Moduls besteht lediglich darin, den Schlüsselaustausch zwischen SmartCard und der eigentlichen Decoderhardware zu verwalten.
cat	communication, art and technology (virtuelle Plattform im Sinne eines Kompetenzzentrums für Kunst, Kultur und Neue Medien)
CATI	Computer-assisted Telephone Interviewing

CBS	Columbia Broadcasting System (CBS) ist einer der größten Hörfunk- und Fernsehsender der USA. CBS war einer von drei kommerziellen Fernsehkonzernen, die das Fernsehen dominierten, bevor das Kabelfernsehen eingeführt wurde. Heute gehört das Unternehmen zur CBS Corporation (Hauptsitz: New York City).
CSCW	Computer Supported Cooperative Work
DAB	Digital Audio Broadcasting
DFF	Der Deutsche Fernsehfunk (DFF), von 1972 bis 1990 auch Fernsehen der DDR (DDR-FS) heißend, war das staatliche Fernsehen der DDR.
DGPuK	Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, gegründet 1963, stellt mit 800 Mitgliedern die größte deutschsprachige Fachgesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaften dar (vgl. www.dgpuk.de).
DRA	Stiftung Deutsches Rundfunkarchiv
Dublin Core	Dublin Core ist ein Metadaten-Schema zur Beschreibung von Dokumenten und anderen Objekten im Internet. Urheber dieses Schemas ist die „Dublin Core Metadata Initiative“ (DCMI).
DVB	Digital Video Broadcasting
Fox	Die Fox Broadcasting Company (FBC), am Markt unter den Bezeichnungen FOX und FOX Network auftretend, ist ein US-amerikanisches Fernseh-Network und gehört der Fox Entertainment Group der Rupert Murdoch News Corporation an (Hauptsitz: New York City).
HCI	Human computer interface
ICA	International Communication Association, gegründet 1950, vertritt 3.000 Kommunikations- und Medienwissenschaftler aus den USA und weiteren europäischen Ländern (vgl. www.icahdg.org).

IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie (auch IuK-Technologie genannt) (engl: ICT für information and communications technology). Der zusammenfassende Begriff entstand Anfang der achtziger Jahre, als begonnen wurde, die Fernsprechnetze zu digitalisieren, und sowohl in den digitalen Endgeräten der Netze als auch in den lokalen und öffentlichen Übertragungsnetzen selbst Informationstechnik zum Einsatz kam. Dienste wie Teletext, Bildschirmtext und dedizierte Datennetze wie Datex-L bzw. Datex-P entstanden zu dieser Zeit.
INA	Institut National de l'Audiovisuel
ISDN	Über ISDN (Integrated Systems Digital Network; Integriertes Sprach- und Datennetz) werden verschiedene Dienste wie Fernschreiben (Telex), Teletex, Datex-L (leitungsvermittelte Datenübertragung), Datex-P (paketvermittelte Datenübertragung) und Telefonie übertragen und vermittelt. Vor der Einführung des ISDN gab es für die genannten Dienste jeweils eigene Netze, zwischen denen es Übergänge (Gateways) gab, zum Beispiel zwischen Fernschreibnetz und Teletex oder vom Telefonnetz zu den Datex-Netzen.
KMU	Kleine und Mittlere Unternehmen (Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten und weniger als 50 Mio. Euro Umsatz).
MT&R	Museum of Television & Radio
NBC	National Broadcasting Company (NBC) ist ein US-amerikanisches Rundfunk- und Fernseh-Network, das 1926 als erste Rundfunkanstalt der USA gegründet wurde. Die Senderkette gehört zu dem internationalen Mischkonzern General Electric.
SMS	Short Message Service (engl. für „Kurznachrichtendienst“) ist ein Telekommunikationsdienst zur Übertragung von Textnachrichten, der zuerst für den GSM-Mobilfunk entwickelt wurde und nun auch im Festnetz verfügbar ist.
UMTS	Das Universal Mobile Telecommunication System ist ein Mobilfunkstandard der dritten Generation.

VoIP	Voice over IP. Übertragung von Sprache über das auf Paketvermittlung basierende Internetprotokoll IP.
VZÄ	Vollzeitäquivalent
WLAN	Wireless LAN (Wireless Local Area Network, Kabelloses Lokales Netzwerk) bezeichnet ein „drahtloses“ lokales Funknetz, dem der Industriestandard für drahtlose Netzwerkkommunikation zugrunde liegt.
XML-Standard	eXtensible Markup Language. Diese Sprache definiert Regeln für den Aufbau von Dokumenten, die Daten enthalten. Es ist ein Standard zur Modellierung von strukturierten Daten in Form einer Baumstruktur, der vom World Wide Web Consortium (W3C) definiert wird (vgl. auch http://www.w3c.de/Misc/XML-in-10-points.html).

D. Anhänge

Anhänge A Übersichten über die berücksichtigten Studienfächer bzw. Fachgebiete

- A.1. Übersicht über die berücksichtigten kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studienfächer bzw. Fachgebiete nach der Systematik des Statistischen Bundesamtes
- A.2. Übersicht über die berücksichtigten geisteswissenschaftlichen Studienfächer bzw. Fachgebiete nach der Systematik des Statistischen Bundesamtes
- A.3. Übersicht über die berücksichtigten kommunikations- und medienwissenschaftlichen Hauptfachrichtungen (HFR) im Mikrozensus 2005
- A.4. Übersicht über die berücksichtigten kommunikations- und medienwissenschaftlichen Hauptfachrichtungen (HFR) in den Mikrozensus 1995-2004
- A.5. Übersicht über die berücksichtigten geisteswissenschaftlichen Hauptfachrichtungen im Mikrozensus (1995-2005)
- A.6. Übersicht über die berücksichtigten Medienbranchen und -berufe im Mikrozensus

Anhänge B Übersichten über die Entwicklung der Studierenden- und Absolventenzahlen sowie der Angaben zu Promotionen und Habilitationen in den kommunikations- und medienwissenschaftlichen Fächern 1995 bis 2005

- B.1. Studierende 1995-2005 nach Hochschulart
- B.2. Absolventen 1995-2005 nach Abschlussart bzw. Prüfungsgruppen
- B.3. Promotionen in kommunikations- und medienwissenschaftlichen Fächern 1995–2005
- B.4. Habilitationen im Lehr- und Forschungsbereich Bibliothekswissenschaft, Dokumentation, Publizistik 1995–2005

Anhänge C Übersichten über die Entwicklung des wissenschaftlichen Personals in kommunikations- und medienwissenschaftlichen Fächern 1995–2005

- C.1. Hauptberufliches wissenschaftliches Personal nach Personalgruppen und Geschlecht 1995–2005 in Vollzeitäquivalenten (VZÄ)
- C.2. Nebenberufliches wissenschaftliches Personal nach Personalgruppen und Geschlecht 1995-2005 in Vollzeitäquivalenten (VZÄ)
- C.3. Wissenschaftliches Personal (Personenzahl) 1995–2005 nach Finanzierung der Beschäftigung

Anhänge D Übersichten zu Verbundforschungsprojekten, außeruniversitären Forschungsinstituten in Deutschland und zentralen US-amerikanischen Forschungsinstituten in den Kommunikations- und Medienwissenschaften

- D.1. Übersicht über die von der DFG geförderten kommunikations- und medienwissenschaftlich orientierten Graduiertenkollegs
- D.2. Übersicht über die von der DFG derzeit geförderten bzw. in ihrer Förderung abgeschlossenen Sonderforschungsbereiche bzw. Forschungskollegs
- D.3. Übersicht über die von der DFG geförderten Forschergruppen
- D.4. Übersicht über die Nachwuchsgruppen im Emmy-Noether-Programm
- D.5. Übersicht über die von der DFG geförderten Schwerpunktprogramme
- D.6. Übersicht über außeruniversitäre Institute der Kommunikations- und Medienwissenschaften innerhalb der großen Wissenschaftsorganisationen in Deutschland

Anhänge E Übersichten über den Arbeitsmarkt im Mediensektor

- E.1. Entwicklung der Erwerbstätigkeit in der Medienbranche und insgesamt 1995-2004
- E.2. Entwicklung der Erwerbstätigkeit in den Medienberufen insgesamt 1995-2004
- E.3. Erwerbstätige Hochschulabsolventen nach Fächergruppen 2005 in Prozent
- E.4. Erwerbstätige Hochschulabsolventen in Medienbranchen 2005
- E.5. Erwerbstätige Hochschulabsolventen in Medienberufen 2005
- E.6. Erwerbstätigkeit von Hochschulabsolventen 2005 nach höchstem Bildungsabschluss
- E.7. Einkommensstruktur von erwerbstätigen Kommunikations- und Medienwissenschaftlern im Vergleich zu Geisteswissenschaftlern und Hochschulabsolventen insgesamt (2005)
- E.8. Erwerbstätige Hochschulabsolventen 2004 in nicht akademischen Berufen oder Positionen
- E.9. Frauenanteil und Beschäftigungsumfang bei erwerbstätigen Hochschulabsolventen 2005
- E.10. Selbständigkeit bei erwerbstätigen Hochschulabsolventen 2005

Anhang F: Modellcurricula kommunikations- und medienwissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge

Anhang A.1. Übersicht über die berücksichtigten kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studienfächer bzw. Fachgebiete nach der Systematik des Statistischen Bundesamtes

<p>Studenten- und Prüfungsstatistik - Systematik der Fächergruppen, Studienbereiche und Studienfächer</p>	<p>Personal- und Stellenstatistik - Systematik der Fächergruppen, Lehr- und Forschungsbereiche und Fachgebiete</p>
<p><u>Fächergruppe 01:</u> <u>Sprach- und Kulturwissenschaften</u></p> <p>Studienbereich 06: Bibliothekswissenschaft, Dokumentation, Publizistik</p> <p>022 Bibliothekswissenschaft/-wesen (nicht an Verwaltungsfachhochschulen) 037 Dokumentationswissenschaft 252 Journalistik 133 Medienkunde/Kommunikations-/ Informationswissenschaft 109 Publizistik</p> <p><u>Fächergruppe 03:</u> <u>Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften</u></p> <p>Studienbereich 29: Verwaltungswissenschaft</p> <p>255 Archivwesen 262 Bibliothekswesen</p> <p><u>Fächergruppe 04:</u> <u>Mathematik, Naturwissenschaften</u></p> <p>Studienbereich 38: Informatik</p> <p>200 Computer- und Kommunikationstechniken 121 Medieninformatik</p> <p><u>Fächergruppe 09: Kunst, Kunstwissenschaft</u></p> <p>Studienbereich 75: Bildende Kunst</p> <p>287 Neue Medien</p> <p>Studienbereich 76: Gestaltung</p> <p>069 Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung</p> <p>Studienbereich 77: Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwissenschaft</p> <p>054 Film und Fernsehen</p>	<p><u>Fächergruppe A:</u> <u>Sprach- und Kulturwissenschaften</u></p> <p>Lehr- und Forschungsbereich 070: Bibliothekswissenschaft, Dokumentation, Publizistik</p> <p>0700 Bibliothekswissenschaft, Dokumentation, Publizistik allgemein 0710 Bibliothekswissenschaft/-wesen (nicht an Verwaltungsfachhochschulen) 0720 Dokumentationswissenschaft 0725 Journalistik 0740 Medienkunde/Kommunikations-/ Informationswissenschaft 0730 Publizistik</p> <p><u>Fächergruppe 1:</u> <u>Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften</u></p> <p>Lehr- und Forschungsbereich 270: Verwaltungswissenschaft</p> <p>2711 Archivwesen 2712 Bibliothekswesen</p> <p><u>Fächergruppe 2:</u> <u>Mathematik, Naturwissenschaften</u></p> <p>Lehr- und Forschungsbereich 350: Informatik</p> <p>3550 Computer- und Kommunikationstechniken</p> <p><u>Fächergruppe 7: Kunst, Kunstwissenschaft</u></p> <p>Lehr- und Forschungsbereich 790: Bildende Kunst</p> <p>7960 Neue Medien</p> <p>Lehr- und Forschungsbereich 800: Gestaltung</p> <p>8076 Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung 8030 Visuelle Kommunikation</p> <p>Lehr- und Forschungsbereich 820: Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwissenschaft</p> <p>8200 Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwissenschaft allgemein 8250 Film und Fernsehen 8260 Filmgeschichte, -theorie 8275 Produktionswirtschaft im Bereich Darstellende Kunst, Theater, Film und Fernsehen</p>

Anhang A.2. Übersicht über die berücksichtigten geisteswissenschaftlichen Studienfächer bzw. Fachgebiete nach der Systematik des Statistischen Bundesamtes

Fächergruppe 01: Sprach- und Kulturwissenschaften

Studienbereich 01: Sprach- und Kulturwissenschaften allgemein

- 004 Interdisziplinäre Studien (Sprach- u. Kulturw.)
- 090 Lernbereich Sprach- u. Kulturw.

Studienbereich 04: Philosophie

- 169 Ethik
- 127 Philosophie
- 136 Religionswissenschaft

Studienbereich 05: Geschichte

- 272 Alte Geschichte
- 012 Archäologie
- 068 Geschichte
- 273 Mittlere und neue Geschichte
- 548 Ur- und Frühgeschichte
- 183 Wirtschafts-/Sozialgeschichte

Studienbereich 06: Bibliothekswissenschaft, Dokumentation, Publizistik

- 022 Bibliothekswissenschaft/-wesen
- 037 Dokumentationswissenschaft
- 252 Journalistik
- 133 Medienkunde/Kommunikations-/Informationswissenschaft
- 109 Publizistik

Studienbereich 07: Allgemeine und vergleichende Literatur- und Sprachwissenschaft

- 188 Allgemeine Literaturwissenschaft
- 152 Allgemeine Sprachw./Indogermanistik
- 284 Angewandte Sprachwissenschaft
- 018 Berufsbezogene Fremdsprachenausbildung
- 160 Computerlinguistik

Studienbereich 08: Altphilologie (klass. Philologie), Neugriechisch

- 031 Byzantinistik
- 070 Griechisch
- 005 Klassische Philologie
- 095 Latein
- 043 Neugriechisch

Studienbereich 09: Germanistik

- 034 Dänisch
- 271 Deutsch für Ausländer
- 019 Friesisch
- 067 Germanistik/Deutsch
- 189 Niederdeutsch
- 119 Niederländisch
- 120 Nordistik/Skandinavistik

Studienbereich 10: Anglistik, Amerikanistik

- 006 Amerikanistik/Amerikakunde
- 008 Anglistik/Englisch

Studienbereich 11: Romanistik

- 059 Französisch
- 084 Italienisch
- 131 Portugiesisch
- 137 Romanistik (Roman. Philologie, Einzelsprachen a.n.g.)
- 150 Spanisch

Studienbereich 12: Slawistik, Baltistik, Finno-Ugristik

- 016 Baltistik
- 056 Finno-Ugristik
- 206 Polnisch
- 139 Russisch
- 146 Slawistik (Slaw. Philologie)
- 207 Sorbisch
- 153 Südslawisch (Bulgarisch, Serbokroatisch, Slowenisch usw.)
- 209 Tschechisch
- 130 Westslawisch (allgemein und a.n.g.)

Studienbereich 13: Außereuropäische Sprach- und Kulturwissenschaften

- 001 Ägyptologie
- 002 Afrikanistik
- 010 Arabisch/Arabistik
- 015 Außereuropäische Sprachen und Kulturen in Südostasien, Ozeanien und Amerika
- 073 Hebräisch/Judaistik
- 078 Indologie
- 081 Iranistik
- 083 Islamwissenschaft
- 085 Japanologie
- 180 Kaukasistik
- 122 Orientalistik/Altorientalistik
- 145 Sinologie/Koreanistik
- 158 Turkologie
- 187 Zentralasiatische Sprachen und Kulturen

Studienbereich 14: Kulturwissenschaften i.e.S.

- 024 Europäische Ethnologie und Kulturwissenschaft
- 173 Völkerkunde (Ethnologie)
- 174 Volkskunde

noch Anhang A.2.

Fächergruppe 09: Kunst, Kunstwissenschaft

Studienbereich 74: Kunst, Kunstwissenschaft allgemein

- 040 Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Kunst, Kunstwissenschaft)
- 091 Kunsterziehung
- 092 Kunstgeschichte, Kunstwissenschaft
- 101 Restaurierungskunde

Studienbereich 75: Bildende Kunst

- 023 Bildende Kunst/Graphik
- 205 Bildhauerei/Plastik
- 204 Malerei
- 287 Neue Medien

Studienbereich 76: Gestaltung

- 007 Angewandte Kunst
- 159 Edelstein- und Schmuckdesign
- 069 Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung
- 203 Industriedesign/Produktgestaltung
- 116 Textilgestaltung
- 176 Werkerziehung

Studienbereich 77: Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwissenschaft

- 035 Darstellende Kunst/Bühnenkunst/Regie
- 054 Film und Fernsehen
- 102 Schauspiel
- 106 Tanzpädagogik
- 155 Theaterwissenschaft

Studienbereich 78: Musik, Musikwissenschaft

- 192 Dirigieren
- 230 Gesang
- 080 Instrumentalmusik
- 164 Jazz und Populärmusik
- 193 Kirchenmusik
- 191 Komposition
- 113 Musikerziehung
- 114 Musikwissenschaft/-geschichte
- 165 Orchestermusik
- 163 Rhythmik
- 194 Tonmeister

Anhang A.3. Übersicht über die berücksichtigten kommunikations- und medienwissenschaftlichen Hauptfachrichtungen (HFR) im Mikrozensus 2005

HFR 07 Bibliothek, Informationswesen, Archiv: Das Feld Bibliothek, Informationswesen, Archiv umfasst die Ausbildung in der Auswahl, Beschaffung, Organisation und Speicherung von Informationssammlungen zur Erleichterung der Informationsnutzung. Hierzu gehören insbesondere folgende Ausbildungsgänge:

- Archivwissenschaften (05),
- Bibliothekswissenschaft (09),
- Dokumentationswissenschaft (13),
- Informationswissenschaft (15).

HFR 08 Journalismus und Berichterstattung: Das Feld Journalismus und Berichterstattung umfasst die Ausbildung in der Theorie und Praxis der journalistischen Arbeit als Teilbereich der Massenkommunikation. Gegenstand dieser Kategorie ist die Formulierung und der Inhalt von Nachrichten. Dazu gehört Berichterstattung, das Schreiben von Kommentaren und Themenbeiträgen von öffentlichem Interesse.

- Berichterstattung (01),
- Bildjournalismus (02),
- Information (Formulierung und Inhalt) (03),
- Journalismus (04),
- Journalismus (auch für Funk und Fernsehen) (05),
- Journalist/in (06),
- Journalistik (07),
- Korrespondent/in (08),
- Massenkommunikation (Formulierung und Inhalt) (09),
- Massenmedien (10),
- Medienkunde, Kommunikations-/Informationswiss. (11),
- Publizistik (12),
- Radio- und Fernsehjournalismus (13),
- Redakteur (14),
- Verlag (15),
- Verlagswesen (16),
- Zeitungs- und Kommunikationswissenschaft (Publizistik) (17),
- Zeitungswissenschaft (18).

HFR 35 Marketing und Werbung: Das Feld Marketing und Werbung umfasst die Ausbildung auf dem Gebiet der Austauschprozesse von Waren und Dienstleistungen zwischen Unternehmen und/oder Einzelpersonen und dem Verhalten und den Bedürfnissen der Verbraucher. Dazu gehört auch das Studium der Rolle von Produktentwicklung, Preisgestaltung, Vertrieb, Verkaufsförderung und Verkauf für die Maximierung des geschäftlichen Erfolgs.

- Marktforschung (15),
- Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien –Medienberatung (16),
- Öffentlichkeitsarbeit (18),
- Präsentationstechniken (19),
- Public Relations (20),

- Werbeassistent (23),
- Werbeberater/in (24),
- Werbefachmann (25),
- Werbegrafik (27),
- Werbetexten (29),
- Werbung (30).

HFR 42 Informatik: Die Informatik beschäftigt sich mit der Konstruktion und der Entwicklung von Computersystemen und Systemumgebungen. Sie umfasst auch Entwicklung, Pflege und Integration von Software-Anwendungen.

- Medieninformatik (18),
- Neue Kommunikationstechniken (27),

HFR 74 Musik und darstellende Kunst: Musik und darstellende Kunst beschäftigen sich mit den Prinzipien und Techniken der Darstellung, zu denen Musik, Sprache, Bewegung, Pantomime, Charakterisierung, Improvisation und Dramaturgie gehören.

- Fernsehen (Darstellende Kunst) (20),
- Film (Darstellende Kunst) (21),
- Film und Fernsehen (22),
- Filmdramaturgie (23).

HFR 77 Audiovisuelle Techniken und Medienproduktion: Der Bereich audiovisuelle Techniken und Medienproduktion beschäftigt sich mit den Techniken und Fertigkeiten, die zur Herstellung von Büchern, Zeitungen, für Radio- und Fernsehproduktionen, Film- und Videoproduktionen, zur Produktion von Musik-Tonträgern sowie für die graphische Reproduktion erforderlich sind. Zu diesem Feld gehören Ausbildungsgänge in Methoden der Farbproduktion, Fotografie und Computergraphik. Auch der Bereich der Kombination von Bildern, Text und Dekor bei der Herstellung von Büchern, Zeitschriften, Plakaten, Anzeigen usw. ist eingeschlossen.

- Graphik-/Kommunikationsdesigner/innen (52),
- Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung (54),
- Graphische Gestaltung und Layout im Verlagswesen (55),
- Kommunikationsgestaltung (61),
- Kommunikationswissenschaft (62),
- Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien (65),
- Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien - Medientechnik (66),
- Mediengestalter/in in Bild und Ton (67),
- Medienkunde (68),
- Medienoperating (69),
- Medientechnik (70),
- Neue Medien (71),
- Produktion von Musik-Tonträgern (74),
- Radio- und Fernsehproduktion (75),
- Werbe- und Medientvorlagenhersteller/in (95),
- Werbegrafik (96),
- Werbekunst (97),
- Werbevorlagenhersteller/in (98).

HFR 87 Computer – Bedienung: Das Feld Computer-Bedienung umfasst die Ausbildung in der Nutzung von Computern und Software für verschiedene Zwecke.

- Internet und Multimedia (55),
- Multimedia (71),
- Online-Medienentwickler/in (74)
- Webseiten gestalten (97).

Hinweis: Bestimmte Studienfächer werden mehrfach unter Oberkategorien subsumiert, z. B. Medienkunde (68) und Kommunikationswissenschaft (62) sowohl unter die HFR 08 Journalismus wie auch unter die HFR 77 Audiovisuelle Techniken und Medienproduktion. Es ist nicht transparent und kann daher auch nachträglich nicht rekonstruiert werden, aufgrund welcher Kriterien hier eine Einordnung vorgenommen wurde.

Anhang A.4. Übersicht über die berücksichtigten kommunikations- und medienwissenschaftlichen Hauptfachrichtungen (HFR) in den Mikrozensus 1995-2004

Bei der Analyse der Zeitreihen (1994 bis 2004) konnte nicht auf die für 2005 vorliegende Feingliederung zurückgegriffen werden. Die Daten werden im Mikrozensus erst seit 2005 in der differenzierten Weise erhoben. Daher beziehen sich die Daten der Zeitreihen jeweils allein auf die Hauptfachrichtung als ganze. Um die Daten nicht zu verzerren, wurden nur solche Hauptfachrichtungen berücksichtigt, bei denen der Anteil an Kommunikations- und Medienwissenschaftlern bei ca. 50 % oder mehr lag.

Folgende Hauptfachrichtungen wurden berücksichtigt:

HFR 07 Bibliothek, Informationswesen, Archiv

HFR 08 Journalismus und Berichterstattung

HFR 77 Audiovisuelle Techniken und Medienproduktion

Hinweis: Die Hauptfachrichtung Audiovisuelle Techniken und Medienproduktion (77) ist mit einem Anteil von knapp 50 % in die Berechnung eingeflossen.

Folgende Hauptfachrichtungen werden aufgrund des zu geringen Anteils an Kommunikations- und Medienwissenschaftlern in diesem Feld – im Unterschied zur Datenlage 2005 – nicht berücksichtigt:

- Marketing und Werbung (35) mit einem Anteil von 20 %,
- Informatik (42) mit einem Anteil von 1 %,
- Darstellende Kunst (74) mit einem Anteil von 7 %,
- Computer-Bedienung (87) mit einem Anteil von 7 %.

Anhang A.5. Übersicht über die berücksichtigten geisteswissenschaftlichen Hauptfachrichtungen im Mikrozensus (1995-2005)

HFR 01: Sprach- und Kulturwissenschaften allgemein

HFR 04: Sonstige Religionen

HFR 05: Philosophie

HFR 06: Geschichte

HFR 09: Allgemeine und vergleichende Literatur- und Sprachwissenschaft

HFR 10: Alte Sprachen

HFR 11: Muttersprache: Germanistik/Deutsch/germanische Sprachen

HFR 12: Fremdsprachen: Anglistik/Englisch

HFR 13: Romanistik

HFR 14: Slawistik

HFR 15: Außereuropäische Sprachen und Kulturen

HFR 16 Kulturwissenschaften

HFR 72: Kunstgeschichte, Kunstwissenschaft, Restaurierung

HFR 73: Bildende Kunst

HFR 74: Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwissenschaft

ohne die medienwissenschaftliche Ausbildungsgänge:

020 Fernsehen (Darstellende Kunst)

021 Film (Darstellende Kunst)

022 Film und Fernsehen

023 Filmdramaturgie

HFR 75: Musik, Musikwissenschaft

HFR 83 Deutsch als Fremdsprache

HFR 96: Übrige germanische Sprachen

Anhang A.6. Übersicht über die berücksichtigten Medienbranchen und -berufe im Mikrozensus

Berücksichtigte Branchen (nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige in der Fassung für den Mikrozensus, Ausgabe 2003):

Aus: DE 22 Verlagsgewerbe, Druckgewerbe, Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern

- 22.1 Verlagsgewerbe

Aus: KA 72: Datenverarbeitung und Datenbanken

- 72.2 Softwarehäuser
- 72.4 Datenbanken

Aus: KA 74: Erbringung wirtschaftlicher Dienstleistung, anderweitig nicht genannt

- 74.4 Werbung

Aus: OA 92: Kultur, Sport und Unterhaltung

- 92.1 Film- und Videoherstellung, -verleih und -vertrieb; Kinos
- 92.2 Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen
- 92.3 Erbringen sonstiger kultureller und unterhaltender Leistungen
- 92.4 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros, selbständige Journalistinnen und Journalisten
- 92.5 Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten.

Berücksichtigte Berufe (Statistisches Bundesamt (Hrsg.), Klassifizierung der Berufe, Wiesbaden 1992):

683 – Verlagskaufleute

703 – Werbefachleute

755 – Marketing-, Absatzfachleute

775 – Softwareentwickler/Softwareentwicklerin

776 – DV-Organisatoren/Organisatorinnen und verwandte Berufe

821 – Publizisten/Publizistinnen

823 – Bibliothekare/Bibliothekarinnen, Archivare/Archivarinnen, Museumsfachleute

833 – Bildende Künstler/Künstlerinnen (freie Kunst)

834 – Bildende Künstler/Künstlerinnen (angewandte Kunst)

835 – Künstlerische und zugeordnete Berufe der Bühnen-, Bild- und Tontechnik

837 – Fotografen/Fotografinnen, Kameraleute

882 – Geisteswissenschaftler und Geisteswissenschaftlerinnen

884 – Sozialwissenschaftler und Sozialwissenschaftlerinnen

887 – Statistik/Marktforschung

Anhang B.1. Studierende 1995-2005 nach Hochschulart

Geschlecht/Staatsangehörigkeit Hochschulart ^{1) 2)} / Fach	1995			1996			1997		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil
Universitäten	9.426	52 %	8 %	10.200	52 %	7 %	11.126	53 %	7 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	393	71 %	6 %	505	73 %	6 %	556	73 %	6 %
Journalistik	2.863	50 %	6 %	2.752	50 %	6 %	2.698	51 %	6 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	3.709	51 %	9 %	3.793	54 %	8 %	4.274	56 %	8 %
Publizistik	1.968	53 %	10 %	2.173	52 %	9 %	2.185	54 %	9 %
Archivwesen	21	43 %	0 %	13	38 %	0 %	5	40 %	0 %
Medieninformatik	58	10 %	2 %	297	17 %	2 %	423	21 %	2 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	252	55 %	2 %	223	57 %	2 %	346	53 %	3 %
Film und Fernsehen	162	50 %	6 %	444	45 %	7 %	639	45 %	8 %
Gesamthochschulen³⁾	2.706	48 %	7 %	2.670	48 %	7 %	2.583	49 %	7 %
davon Medienkunde/Komm./Informationswiss.	1.556	51 %	7 %	1.491	50 %	7 %	1.382	51 %	7 %
Neue Medien	233	44 %	5 %	258	50 %	6 %	280	51 %	6 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	917	42 %	7 %	921	44 %	7 %	921	45 %	7 %
Kunsthochschulen	3.925	49 %	8 %	4.040	49 %	9 %	3.984	50 %	9 %
davon Journalistik	49	59 %	0 %	64	53 %	5 %	68	57 %	4 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	1.118	52 %	7 %	1.088	51 %	6 %	1.103	53 %	6 %
Medieninformatik	17	35 %	18 %	19	32 %	16 %	23	26 %	22 %
Neue Medien	162	40 %	14 %	197	39 %	15 %	192	39 %	13 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	1.855	52 %	7 %	1.893	53 %	9 %	1.767	55 %	9 %
Film und Fernsehen	724	39 %	13 %	779	39 %	12 %	831	40 %	11 %
Allgemeine Fachhochschulen	11.411	59 %	4 %	11.261	59 %	5 %	11.909	57 %	5 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	2.108	72 %	4 %	2.001	71 %	4 %	1.895	71 %	5 %
Dokumentationswissenschaft	351	61 %	4 %	430	60 %	4 %	552	58 %	4 %
Journalistik	-	-	-	-	-	-	30	67 %	7 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	604	60 %	3 %	504	67 %	3 %	651	67 %	2 %
Archivwesen	255	62 %	2 %	203	67 %	1 %	157	66 %	1 %
Neue Kommunikationstechniken ⁴⁾	-	-	-	49	20 %	6 %	244	13 %	9 %
Medieninformatik	330	12 %	4 %	410	14 %	3 %	719	16 %	3 %
Neue Medien	-	-	-	37	19 %	5 %	58	24 %	3 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	7.704	57 %	5 %	7.548	58 %	5 %	7.507	58 %	5 %
Film und Fernsehen	59	29 %	7 %	79	29 %	10 %	96	28 %	8 %
Verwaltungsfachhochschulen	243	73 %	0 %	204	70 %	0 %	189	70 %	0 %
davon Bibliothekswesen	178	77 %	0 %	146	74 %	0 %	141	74 %	0 %
Archivwesen	65	63 %	0 %	58	60 %	0 %	48	56 %	0 %
SUMME ALLE HOCHSCHULARTEN	27.711	54 %	6 %	28.375	54 %	6 %	29.791	54 %	6 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	2.679	72 %	4 %	2.652	71 %	4 %	2.592	71 %	5 %
Dokumentationswissenschaft	351	61 %	4 %	430	60 %	4 %	552	58 %	4 %
Journalistik	2.912	51 %	6 %	2.816	50 %	6 %	2.796	51 %	6 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	6.987	52 %	8 %	6.876	54 %	7 %	7.410	56 %	7 %
Publizistik	1.968	53 %	10 %	2.173	52 %	9 %	2.185	54 %	9 %
Archivwesen	341	61 %	1 %	274	64 %	1 %	210	63 %	0 %
Neue Kommunikationstechniken ⁴⁾	-	-	-	49	20 %	6 %	244	13 %	9 %
Medieninformatik	405	13 %	4 %	726	16 %	3 %	1.165	18 %	3 %
Neue Medien	395	43 %	9 %	492	43 %	9 %	530	43 %	8 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	10.728	55 %	5 %	10.585	56 %	6 %	10.541	56 %	6 %
Film und Fernsehen	945	41 %	11 %	1.302	41 %	10 %	1.566	42 %	10 %
Zum Vergleich:									
Studierende Geisteswissenschaften⁵⁾	344.506	63 %	11 %	350.420	63 %	11 %	355.106	63 %	12 %
Studierende aller Fächer	1.853.243	42 %	8 %	1.834.658	43 %	8 %	1.822.898	44 %	9 %
darunter Anteil Studierende Medienwiss.	1,5 %	1,9 %	1,2 %	1,5 %	2,0 %	1,2 %	1,6 %	2,0 %	1,2 %

1) Aus Platzgründen sind nur die an der jeweiligen Hochschulart tatsächlich vorhandenen Studiengänge aufgeführt. - 2) An den Pädagogischen und Theologischen Hochschulen werden keine medienwissenschaftlichen Fächer angeboten. - 3) Die Gesamthochschulen sind zum 1.1.2003 in Universitäten überführt worden. Teile wurden an Fachhochschulen verlagert. - 4) Dieses 1996 neu eingeführte Fach läuft seit 2001 unter der Bezeichnung "Computer- und Kommunikationstechniken". - 5) Studierende aller Hochschul- und Abschlussarten in der Fächergruppe Kunst, Kunstwissenschaft sowie ausgewählten Studienbereichen der Fächergruppe Sprach- und Kulturwissenschaften, vgl. Anhang A.2.

noch Anhang B.1.

Geschlecht/Staatsangehörigkeit Hochschulart ^{1) 2)} / Fach	1998			1999			2000		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil
Universitäten	11.424	54 %	8 %	12.037	56 %	8 %	14.383	56 %	8 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	548	73 %	6 %	543	73 %	7 %	875	76 %	5 %
Journalistik	2.626	52 %	6 %	2.659	52 %	6 %	2.631	55 %	6 %
Medienkunde/Komm./-Informationswiss.	4.541	58 %	9 %	4.883	59 %	9 %	5.978	60 %	9 %
Publizistik	2.239	54 %	9 %	2.149	56 %	10 %	2.204	58 %	10 %
Archivwesen	4	50 %	0 %	3	33 %	0 %	2	50 %	0 %
Neue Kommunikationstechniken ⁴⁾	21	19 %	0 %	29	24 %	7 %	96	34 %	8 %
Medieninformatik	302	21 %	2 %	433	28 %	3 %	1.090	30 %	3 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	413	52 %	5 %	459	49 %	3 %	506	49 %	3 %
Film und Fernsehen	730	46 %	8 %	879	48 %	8 %	1.001	50 %	8 %
Gesamthochschulen³⁾	2.574	49 %	8 %	2.537	50 %	9 %	2.624	51 %	9 %
davon Medienkunde/Komm./Informationswiss.	1.282	51 %	8 %	1.224	51 %	8 %	1.198	51 %	9 %
Neue Medien	331	49 %	6 %	398	53 %	7 %	470	55 %	6 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	961	46 %	9 %	915	48 %	10 %	956	50 %	11 %
Kunsthochschulen	4.156	51 %	9 %	4.307	52 %	10 %	4.478	54 %	10 %
davon Journalistik	68	66 %	7 %	43	72 %	2 %	25	72 %	4 %
Medienkunde/Komm./-Informationswiss.	1.174	53 %	7 %	1.195	55 %	7 %	1.211	56 %	8 %
Medieninformatik	25	28 %	8 %	17	35 %	18 %	24	21 %	4 %
Neue Medien	200	38 %	15 %	233	40 %	17 %	290	41 %	14 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	1.807	56 %	9 %	1.888	57 %	10 %	1.985	59 %	10 %
Film und Fernsehen	882	40 %	11 %	931	41 %	10 %	943	43 %	9 %
Allgemeine Fachhochschulen	13.676	56 %	5 %	14.725	55 %	6 %	16.749	52 %	6 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	1.586	70 %	6 %	1.543	71 %	6 %	1.511	71 %	6 %
Dokumentationswissenschaft	670	58 %	5 %	783	59 %	6 %	913	60 %	6 %
Journalistik	30	67 %	7 %	69	61 %	4 %	249	57 %	4 %
Medienkunde/Komm./-Informationswiss.	1.004	68 %	3 %	1.113	60 %	4 %	1.109	58 %	4 %
Publizistik	106	62 %	3 %	211	64 %	4 %	312	61 %	3 %
Archivwesen	166	70 %	2 %	177	73 %	2 %	177	73 %	1 %
Neue Kommunikationstechniken ⁴⁾	447	14 %	12 %	638	14 %	13 %	1.490	14 %	11 %
Medieninformatik	1.027	17 %	5 %	1.480	23 %	4 %	2.010	23 %	4 %
Neue Medien	79	30 %	5 %	104	30 %	6 %	181	39 %	6 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	8.449	59 %	5 %	8.486	59 %	5 %	8.633	61 %	6 %
Film und Fernsehen	112	29 %	8 %	121	28 %	7 %	164	23 %	6 %
Verwaltungsfachhochschulen	176	73 %	0 %	155	70 %	1 %	158	66 %	1 %
davon Bibliothekswesen	120	78 %	0 %	95	75 %	0 %	94	70 %	0 %
Archivwesen	56	63 %	0 %	60	62 %	2 %	64	59 %	2 %
SUMME ALLE HOCHSCHULARTEN	32.006	54 %	7 %	33.761	54 %	7 %	38.393	54 %	7 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	2.254	71 %	5 %	2.181	71 %	6 %	2.480	73 %	6 %
Dokumentationswissenschaft	670	58 %	5 %	783	59 %	6 %	913	60 %	6 %
Journalistik	2.724	52 %	6 %	2.771	53 %	6 %	2.905	55 %	6 %
Medienkunde/Komm./-Informationswiss.	8.001	57 %	8 %	8.415	58 %	8 %	9.497	58 %	8 %
Publizistik	2.345	55 %	9 %	2.360	57 %	9 %	2.516	59 %	9 %
Archivwesen	226	68 %	1 %	240	70 %	2 %	243	69 %	1 %
Neue Kommunikationstechniken ⁴⁾	468	15 %	12 %	667	14 %	13 %	1.586	15 %	11 %
Medieninformatik	1.354	18 %	4 %	1.930	24 %	4 %	3.124	25 %	4 %
Neue Medien	610	43 %	9 %	735	46 %	10 %	941	48 %	9 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	11.630	57 %	6 %	11.748	58 %	6 %	12.080	59 %	7 %
Film und Fernsehen	1.724	42 %	9 %	1.931	44 %	9 %	2.108	45 %	9 %
Zum Vergleich:									
Studierende Geisteswissenschaften⁵⁾	353.131	63 %	12 %	343.162	64 %	13 %	348.744	65 %	13 %
Studierende aller Fächer	1.800.651	44 %	9 %	1.770.489	45 %	10 %	1.798.863	46 %	10 %
darunter Anteil Studierende Medienwiss.	1,8 %	2,2 %	1,3 %	1,9 %	2,3 %	1,4 %	2,1 %	2,5 %	1,5 %

1) Aus Platzgründen sind nur die an der jeweiligen Hochschulart tatsächlich vorhandenen Studiengänge aufgeführt. - 2) An den Pädagogischen und Theologischen Hochschulen werden keine medienwissenschaftlichen Fächer angeboten. - 3) Die Gesamthochschulen sind zum 1.1.2003 in Universitäten überführt worden. Teile wurden an Fachhochschulen verlagert. - 4) Dieses 1996 neu eingeführte Fach läuft seit 2001 unter der Bezeichnung "Computer- und Kommunikationstechniken". - 5) Studierende aller Hochschul- und Abschlussarten in der Fächergruppe Kunst, Kunstwissenschaft sowie ausgewählten Studienbereichen der Fächergruppe Sprach- und Kulturwissenschaften, vgl. Anhang A.2.

noch Anhang B.1.

Geschlecht/Staatsangehörigkeit Hochschulart ^{1) 2)} /Fach	2001			2002			2003		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- anteil
Universitäten	16.384	57 %	8 %	20.484	53 %	9 %	21.784	56 %	10 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	964	77 %	6 %	1.041	77 %	7 %	1.072	76 %	7 %
Journalistik	2.675	55 %	7 %	1.879	54 %	7 %	1.803	55 %	7 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	7.120	61 %	10 %	9.950	61 %	10 %	10.691	61 %	10 %
Publizistik	2.376	61 %	10 %	2.515	63 %	10 %	2.587	63 %	11 %
Archivwesen	2	50 %	0 %	2	50 %	0 %	1	0 %	0 %
Computer- und Kommunikationstechniken ⁴⁾	167	31 %	8 %	199	30 %	11 %	220	31 %	12 %
Medieninformatik	1.428	25 %	5 %	1.883	26 %	7 %	2.353	24 %	11 %
Neue Medien	-	-	-	540	55 %	6 %	573	55 %	6 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	584	49 %	3 %	1.522	52 %	9 %	1.558	52 %	9 %
Film und Fernsehen	1.068	52 %	9 %	953	51 %	9 %	926	52 %	11 %
Gesamthochschulen³⁾	2.386	53 %	10 %	-	-	-	-	-	-
davon Medienkunde/Komm./Informationswiss.	964	53 %	10 %	-	-	-	-	-	-
Neue Medien	514	56 %	6 %	-	-	-	-	-	-
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	908	52 %	12 %	-	-	-	-	-	-
Kunsthochschulen	4.652	54 %	10 %	4.980	56 %	10 %	4.857	53 %	10 %
davon Journalistik	7	86 %	0 %	34	62 %	9 %	45	71 %	7 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	1.325	57 %	7 %	1.368	58 %	7 %	1.352	59 %	7 %
Medieninformatik	27	19 %	4 %	22	14 %	5 %	26	15 %	4 %
Neue Medien	344	38 %	14 %	408	40 %	15 %	456	37 %	14 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	1.995	60 %	10 %	2.153	59 %	12 %	1.906	58 %	12 %
Film und Fernsehen	954	45 %	10 %	995	46 %	11 %	1.068	43 %	11 %
Allgemeine Fachhochschulen	19.664	50 %	7 %	22.256	46 %	7 %	24.087	49 %	7 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	1.529	71 %	9 %	1.572	72 %	9 %	1.594	73 %	10 %
Dokumentationswissenschaft	915	58 %	8 %	894	57 %	8 %	770	56 %	11 %
Journalistik	393	52 %	4 %	690	55 %	4 %	806	54 %	3 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	1.266	56 %	4 %	1.644	57 %	5 %	2.134	57 %	6 %
Publizistik	450	64 %	4 %	542	63 %	5 %	651	63 %	8 %
Archivwesen	202	69 %	2 %	221	70 %	2 %	237	69 %	3 %
Computer- und Kommunikationstechniken ⁴⁾	2.174	18 %	11 %	2.555	18 %	10 %	2.890	19 %	10 %
Medieninformatik	3.419	26 %	5 %	4.053	25 %	5 %	4.627	26 %	6 %
Neue Medien	292	41 %	7 %	438	43 %	5 %	543	41 %	5 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	8.802	61 %	7 %	9.416	62 %	7 %	9.602	61 %	7 %
Film und Fernsehen	222	20 %	5 %	231	20 %	4 %	233	24 %	5 %
Verwaltungsfachhochschulen	287	64 %	2 %	270	61 %	3 %	93	67 %	1 %
davon Bibliothekswesen	69	72 %	0 %	55	73 %	2 %	36	83 %	3 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	161	63 %	4 %	153	60 %	5 %	-	-	-
Archivwesen	57	54 %	0 %	62	55 %	0 %	57	56 %	0 %
SUMME ALLE HOCHSCHULARTEN	43.373	53 %	8 %	45.812	54 %	8 %	50.821	52 %	9 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	2.562	73 %	7 %	2.668	74 %	8 %	2.702	74 %	8 %
Dokumentationswissenschaft	915	58 %	8 %	894	57 %	8 %	770	56 %	11 %
Journalistik	3.075	55 %	6 %	2.603	55 %	6 %	2.654	55 %	6 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	10.836	60 %	9 %	13.116	60 %	9 %	14.177	60 %	9 %
Publizistik	2.826	62 %	9 %	3.057	63 %	9 %	3.242	63 %	10 %
Archivwesen	261	66 %	2 %	285	67 %	2 %	295	66 %	3 %
Computer- und Kommunikationstechniken ⁴⁾	2.341	19 %	11 %	2.754	19 %	10 %	3.110	20 %	10 %
Medieninformatik	4.874	26 %	5 %	5.958	26 %	6 %	7.006	25 %	8 %
Neue Medien	1.150	47 %	9 %	1.386	47 %	9 %	1.572	45 %	8 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	12.289	59 %	8 %	13.091	60 %	8 %	13.066	59 %	8 %
Film und Fernsehen	2.244	46 %	9 %	2.179	46 %	9 %	2.227	45 %	10 %
Zum Vergleich:									
Studierende Geisteswissenschaften⁵⁾	366.230	65 %	14 %	384.449	66 %	14 %	401.148	66 %	15 %
Studierende aller Fächer	1.868.229	47 %	11 %	1.938.811	45 %	11 %	2.019.465	47 %	12 %
darunter Anteil Studierende Medienwiss.	2,3 %	2,6 %	1,6 %	2,4 %	2,7 %	1,6 %	2,5 %	2,8 %	1,8 %

1) Aus Platzgründen sind nur die an der jeweiligen Hochschulart tatsächlich vorhandenen Studiengänge aufgeführt. - 2) An den Pädagogischen und Theologischen Hochschulen werden keine medienwissenschaftlichen Fächer angeboten. - 3) Die Gesamthochschulen sind zum 1.1.2003 in Universitäten überführt worden. Teile wurden an Fachhochschulen verlagert. - 4) Dieses 1996 neu eingeführte Fach läuft seit 2001 unter der Bezeichnung "Computer- und Kommunikationstechniken". - 5) Studierende aller Hochschul- und Abschlussarten in der Fächergruppe Kunst, Kunstwissenschaft sowie ausgewählten Studienbereichen der Fächergruppe Sprach- und Kulturwissenschaften, vgl. Anhang A.2.

noch Anhang B.1.

Geschlecht/Staatsangehörigkeit Hochschulart ^{1) 2)} /Fach	2004			2005		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausländer- anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausländer- anteil
Universitäten³⁾	22.250	57 %	10 %	22.829	58 %	11 %
davon Bibliothekswissenschaft/-wesen	1.062	79 %	6 %	1.082	79 %	6 %
Journalistik	1.558	57 %	7 %	1.451	58 %	7 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	11.335	63 %	11 %	12.425	63 %	11 %
Publizistik	2.358	62 %	11 %	2.203	65 %	12 %
Archivwesen	1	100 %	0 %	1	0 %	0 %
Computer- und Kommunikationstechniken ⁴⁾	277	26 %	9 %	93	20 %	10 %
Medieninformatik	2.675	24 %	12 %	2.861	25 %	14 %
Neue Medien	554	57 %	6 %	528	55 %	7 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	1.504	53 %	9 %	1.451	53 %	10 %
Film/Fernsehen	926	52 %	11 %	734	53 %	11 %
Kunsthochschulen	5.037	53 %	11 %	5.331	53 %	12 %
davon Journalistik	50	76 %	6 %	40	75 %	5 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	1.399	59 %	8 %	1.422	60 %	8 %
Publizistik	4	75 %	0 %	3	100 %	0 %
Medieninformatik	38	24 %	0 %	41	22 %	0 %
Neue Medien	470	40 %	16 %	494	39 %	18 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	2.008	57 %	13 %	2.326	56 %	13 %
Film/Fernsehen	1.068	43 %	11 %	1.005	42 %	13 %
Allgemeine Fachhochschulen	25.146	47 %	7 %	26.485	46 %	8 %
davon Bibliothekswissenschaft/-wesen	1.558	72 %	10 %	1.609	70 %	10 %
Dokumentationswissenschaft	732	49 %	13 %	710	46 %	14 %
Journalistik	921	53 %	3 %	1.031	55 %	3 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	2.491	57 %	6 %	2.736	56 %	6 %
Publizistik	703	61 %	9 %	731	61 %	9 %
Archivwesen	243	72 %	3 %	262	69 %	3 %
Computer- und Kommunikationstechniken ⁴⁾	3.074	19 %	9 %	3.131	20 %	9 %
Medieninformatik	4.949	25 %	6 %	5.673	23 %	7 %
Neue Medien	871	41 %	6 %	1.046	41 %	5 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	9.371	61 %	8 %	9.294	60 %	8 %
Film/Fernsehen	233	24 %	5 %	262	26 %	6 %
Verwaltungsfachhochschulen	96	71 %	0 %	94	74 %	0 %
davon Bibliothekswesen	36	75 %	0 %	40	73 %	0 %
Archivwesen	60	69 %	0 %	54	76 %	0 %
SUMME ALLE HOCHSCHULARTEN	52.529	52 %	9 %	54.739	52 %	9 %
davon Bibliothekswissenschaft/-wesen	2.656	75 %	8 %	2.731	74 %	8 %
Dokumentationswissenschaft	732	49 %	13 %	710	46 %	14 %
Journalistik	2.529	56 %	6 %	2.522	57 %	5 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	15.225	61 %	10 %	16.583	62 %	10 %
Publizistik	3.065	62 %	10 %	2.937	64 %	11 %
Archivwesen	304	70 %	3 %	317	70 %	3 %
Computer- und Kommunikationstechniken ⁴⁾	3.351	19 %	9 %	3.224	20 %	9 %
Medieninformatik	7.662	25 %	8 %	8.575	24 %	9 %
Neue Medien	1.895	45 %	9 %	2.068	44 %	9 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	12.883	59 %	9 %	13.071	59 %	9 %
Film und Fernsehen	2.227	45 %	10 %	2.001	44 %	11 %
Zum Vergleich:						
Studierende Geisteswissenschaften⁵⁾	381.465	67 %	15 %	382.451	67 %	15 %
Nachrichtlich: Studierende aller Fächer	1.963.108	48 %	13 %	1.985.765	48 %	13 %
darunter Anteil Studierende Medienwiss.	2,7 %	2,9 %	1,9 %	2,8 %	3,0 %	2,1 %

1) Aus Platzgründen sind nur die an der jeweiligen Hochschulart tatsächlich vorhandenen Studiengänge aufgeführt. - 2) An den Pädagogischen und Theologischen Hochschulen werden keine medienwissenschaftlichen Fächer angeboten. - 3) Die Gesamthochschulen sind zum 1.1.2003 in Universitäten überführt worden. Teile wurden an Fachhochschulen verlagert. - 4) Dieses 1996 neu eingeführte Fach läuft seit 2001 unter der Bezeichnung "Computer- und Kommunikationstechniken". - 5) Studierende aller Hochschul- und Abschlussarten in der Fächergruppe Kunst, Kunstwissenschaft sowie ausgewählten Studienbereichen der Fächergruppe Sprach- und Kulturwissenschaften, vgl. Anhang A.2.

Quelle: Statistisches Bundesamt: Fachserie 11, Reihe 4.1 Studierende an Hochschulen, Tabelle 2 in ausführlicher Gliederung; eigene Berechnungen

Anhang B.2. Absolventen 1995-2005 nach Abschlussart bzw. Prüfungsgruppen

Prüfungsjahr Geschlecht/Staatsangehörigkeit Abschluss/Fach	1995			1996		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil
DIPLOM (U) UND ENTSPRECHENDE ABSCHLUSSPRÜFUNGEN	800	56 %	5 %	908	53 %	5 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	5	100 %	0 %	13	92 %	0 %
Journalistik	238	53 %	5 %	282	54 %	4 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	336	58 %	5 %	324	55 %	6 %
Publizistik	117	61 %	7 %	147	54 %	5 %
Archivwesen	4	50 %	0 %	8	38 %	0 %
Neue Medien	33	39 %	9 %	41	32 %	12 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	67	54 %	3 %	93	49 %	3 %
KÜNSTLERISCHER ABSCHLUSS	390	53 %	7 %	390	52 %	7 %
davon Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	112	58 %	11 %	110	51 %	7 %
Neue Medien	4	50 %	0 %	5	60 %	0 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	229	54 %	5 %	233	55 %	7 %
Film und Fernsehen	45	33 %	13 %	42	36 %	10 %
FACHHOCHSCHULABSCHLUSS	1.562	62 %	4 %	1.885	65 %	3 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	379	78 %	2 %	546	82 %	2 %
Dokumentationswiss.	18	72 %	0 %	38	74 %	5 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	57	68 %	4 %	65	66 %	2 %
Archivwesen	50	56 %	4 %	128	60 %	0 %
Bibliothekswesen	61	84 %	0 %	68	81 %	0 %
Medieninformatik	40	23 %	8 %	76	7 %	1 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	941	56 %	4 %	964	60 %	4 %
Film und Fernsehen	16	31 %	6 %	11	27 %	0 %
SONSTIGER ABSCHLUSS	21	48 %	10 %	6	50 %	33 %
davon Journalistik	10	80 %	0 %	-	-	-
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	1	100 %	0 %	-	-	-
Neue Medien	10	10 %	20 %	6	50 %	33 %
INSGESAMT	2.773	59 %	5 %	3.189	60 %	4 %

noch Anhang B.2.

Prüfungsjahr Geschlecht/Staatsangehörigkeit Abschluss/Fach	1997			1998			1999		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil
DIPLOM (U) UND ENTSPRECHENDE ABSCHLUSSPRÜFUNGEN	931	60 %	5 %	841	57 %	6 %	950	58 %	5 %
Magister	517	64 %	6 %	418	63 %	6 %	513	63 %	4 %
davon Bibliothekswiss./Bibliothekswesen	2	50 %	0 %	3	100 %	0 %	10	70 %	0 %
Journalistik	91	66 %	3 %	61	57 %	3 %	59	63 %	0 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	222	67 %	6 %	252	63 %	7 %	319	64 %	6 %
Publizistik	195	61 %	7 %	101	64 %	7 %	88	60 %	5 %
Archivwesen	7	29 %	0 %	-	-	-	-	-	-
Film und Fernsehen	-	-	-	1	100 %	0 %	37	57 %	3 %
Diplom (U)	414	54 %	3 %	423	52 %	5 %	437	52 %	5 %
davon Journalistik	175	58 %	1 %	170	55 %	3 %	163	58 %	2 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	146	55 %	3 %	132	45 %	9 %	146	49 %	5 %
Archivwesen	2	50 %	0 %	-	-	-	-	-	-
Neue Medien	33	55 %	12 %	42	57 %	7 %	31	42 %	16 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	58	40 %	2 %	79	53 %	1 %	97	52 %	4 %
KÜNSTLERISCHER ABSCHLUSS	409	51 %	6 %	320	53 %	6 %	432	55 %	8 %
Diplom (KH)	373	51 %	5 %	286	51 %	5 %	357	55 %	6 %
davon Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	107	61 %	5 %	90	56 %	6 %	114	57 %	5 %
Neue Medien	5	60 %	0 %	-	-	-	-	-	-
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	217	50 %	4 %	165	52 %	5 %	196	58 %	5 %
Film und Fernsehen	44	36 %	7 %	31	39 %	0 %	47	43 %	13 %
Meisterschüler	14	79 %	14 %	12	75 %	17 %	6	17 %	0 %
davon Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	14	79 %	14 %	10	80 %	20 %	5	20 %	0 %
Film und Fernsehen	-	-	-	2	50 %	0 %	1	0 %	0 %
Sonstiger künstlerischer Abschluss	22	27 %	23 %	22	59 %	9 %	69	57 %	16 %
davon Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	12	33 %	33 %	15	67 %	7 %	36	53 %	17 %
Film und Fernsehen	10	20 %	10 %	7	43 %	14 %	33	61 %	15 %
FACHHOCHSCHULABSCHLUSS	1.762	63 %	3 %	1.721	65 %	4 %	2.037	65 %	3 %
Diplom (FH)	1.718	62 %	3 %	1.641	65 %	4 %	1.989	65 %	3 %
davon Bibliothekswiss./Bibliothekswesen	410	79 %	2 %	253	71 %	3 %	349	74 %	3 %
Dokumentationswiss.	39	69 %	3 %	53	72 %	2 %	84	58 %	1 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	72	63 %	1 %	143	76 %	3 %	194	73 %	1 %
Archivwesen	71	72 %	1 %	29	52 %	0 %	26	58 %	0 %
Bibliothekswesen	18	50 %	0 %	21	76 %	0 %	13	92 %	0 %
Medieninformatik	75	21 %	5 %	30	17 %	7 %	56	9 %	2 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	1.028	58 %	4 %	1.103	63 %	5 %	1.245	64 %	4 %
Film und Fernsehen	5	40 %	0 %	9	33 %	0 %	22	59 %	5 %
Staatliche Laufbahnprüfung (Verw.-FH)	44	80 %	0 %	80	69 %	0 %	48	67 %	0 %
davon Bibliothekswiss./Bibliothekswesen	2	100 %	0 %	35	69 %	0 %	-	-	-
Bibliothekswesen	29	83 %	0 %	26	65 %	0 %	34	79 %	0 %
Archivwesen	13	69 %	0 %	19	74 %	0 %	14	36 %	0 %
SONSTIGER ABSCHLUSS	32	50 %	9 %	28	54 %	4 %	67	67 %	1 %
Abschlusszeugnis/Zertifikat	32	50 %	9 %	28	54 %	4 %	67	67 %	1 %
davon Bibliothekswiss./Bibliothekswesen	-	0 %	0 %	-	0 %	0 %	23	87 %	4 %
Journalistik	29	48 %	7 %	27	56 %	4 %	25	52 %	0 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	1	100 %	0 %	-	-	-	-	-	-
Medieninformatik	-	-	-	-	-	-	17	65 %	0 %
Neue Medien	2	50 %	50 %	1	0 %	0 %	2	50 %	0 %
INSGESAMT	3.134	60 %	4 %	2.910	61 %	5 %	3.486	62 %	4 %

noch Anhang B.2.

Prüfungsjahr Geschlecht/Staatsangehörigkeit Abschluss/Fach	2000			2001			2002		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil
DIPLOM (U) UND ENTSPRECHENDE ABSCHLUSSPRÜFUNGEN	965	57 %	6 %	1.130	58 %	5 %	1.448	62 %	6 %
Magister	551	61 %	7 %	652	61 %	5 %	913	64 %	7 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	14	57 %	0 %	30	83 %	3 %	19	84 %	5 %
Journalistik	65	55 %	8 %	39	67 %	5 %	102	69 %	10 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	294	65 %	5 %	401	68 %	5 %	445	64 %	5 %
Publizistik	128	56 %	9 %	117	63 %	7 %	347	62 %	9 %
Archivwesen	-	-	-	1	100 %	0 %	-	-	-
Film und Fernsehen	50	58 %	8 %	64	53 %	6 %	69	57 %	10 %
Diplom (U)	414	52 %	6 %	478	55 %	5 %	535	58 %	3 %
davon Bibliothekswiss./Bibliothekswesen	-	-	-	-	-	-	8	63 %	0 %
Journalistik	140	56 %	4 %	149	54 %	4 %	156	49 %	2 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	118	44 %	9 %	116	56 %	3 %	180	64 %	4 %
Medieninformatik	-	-	-	-	-	-	1	0 %	0 %
Neue Medien	59	54 %	10 %	78	51 %	6 %	57	60 %	4 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	97	53 %	2 %	135	56 %	5 %	133	57 %	4 %
KÜNSTLERISCHER ABSCHLUSS	394	54 %	8 %	451	53 %	8 %	449	57 %	13 %
Diplom (KH)	337	55 %	7 %	370	54 %	7 %	369	58 %	12 %
davon Medienkunde/Komm./Informationswiss.	101	65 %	4 %	81	49 %	5 %	100	59 %	15 %
Neue Medien	7	43 %	0 %	-	-	-	23	48 %	4 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	168	54 %	8 %	197	61 %	8 %	197	61 %	12 %
Film und Fernsehen	61	43 %	10 %	92	43 %	5 %	49	49 %	8 %
Meisterschüler	16	69 %	6 %	18	83 %	11 %	5	80 %	20 %
davon Neue Medien	4	50 %	0 %	5	80 %	0 %	1	100 %	0 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	10	70 %	10 %	13	85 %	15 %	3	67 %	33 %
Film und Fernsehen	2	100 %	0 %	-	-	-	1	100 %	0 %
Sonstiger künstlerischer Abschluss	41	41 %	17 %	63	33 %	14 %	75	53 %	20 %
davon Neue Medien	-	-	-	16	31 %	6 %	15	40 %	47 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	32	41 %	19 %	31	29 %	19 %	37	59 %	14 %
Film und Fernsehen	9	44 %	11 %	16	44 %	13 %	23	52 %	13 %
FACHHOCHSCHULABSCHLUSS	1.986	64 %	3 %	2.053	61 %	4 %	2.308	56 %	5 %
Diplom (FH)	1.934	63 %	4 %	2.004	60 %	4 %	2.265	56 %	5 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	329	73 %	5 %	245	79 %	4 %	230	75 %	5 %
Dokumentationswiss.	94	60 %	7 %	130	59 %	2 %	139	63 %	4 %
Journalistik	-	-	-	-	-	-	14	86 %	0 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	159	74 %	3 %	186	78 %	4 %	155	70 %	1 %
Publizistik	-	-	-	-	-	-	16	56 %	0 %
Archivwesen	23	74 %	0 %	30	77 %	0 %	63	75 %	2 %
Bibliothekswesen	-	-	-	8	38 %	0 %	-	-	-
Computer- und Kommunikationstechniken	20	5 %	5 %	95	27 %	9 %	130	25 %	7 %
Medieninformatik	49	10 %	2 %	128	18 %	1 %	282	18 %	3 %
Neue Medien	6	33 %	0 %	10	10 %	10 %	11	27 %	0 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	1.227	63 %	3 %	1.137	62 %	4 %	1.168	63 %	5 %
Film und Fernsehen	27	33 %	7 %	35	34 %	3 %	57	26 %	11 %
Staatliche Laufbahnprüfung (Verw.-FH)	52	75 %	0 %	49	78 %	0 %	43	58 %	2 %
davon Archivwesen	14	57 %	0 %	26	73 %	0 %	20	50 %	5 %
Bibliothekswesen	38	82 %	0 %	23	83 %	0 %	23	65 %	0 %
BACHELORABSCHLUSS	-	-	-	-	-	-	34	82 %	3 %
Bachelor (U)	-	-	-	-	-	-	29	79 %	0 %
davon Medienkunde/Komm./Informationswiss.	-	-	-	-	-	-	28	82 %	0 %
Medieninformatik	-	-	-	-	-	-	1	0 %	0 %
Bachelor (FH)	-	-	-	-	-	-	5	100 %	20 %
davon Journalistik	-	-	-	-	-	-	4	100 %	25 %
Neue Medien	-	-	-	-	-	-	1	100 %	0 %
MASTERABSCHLUSS	2	50 %	0 %	6	50 %	67 %	23	35 %	26 %
Master (U)	1	100 %	0 %	6	50 %	67 %	17	12 %	35 %
davon Medienkunde/Komm./Informationswiss.	-	-	-	-	-	-	1	100 %	100 %
Medieninformatik	1	100 %	0 %	6	50 %	67 %	16	6 %	31 %
Master (FH)	1	0 %	0 %	-	-	-	6	100 %	0 %
davon Dokumentationswiss.	-	-	-	-	-	-	6	100 %	0 %
Medieninformatik	1	0 %	0 %	-	-	-	-	-	-
SONSTIGER ABSCHLUSS	102	54 %	2 %	76	55 %	4 %	90	59 %	3 %
Abschlusszeugnis/Zertifikat	102	54 %	2 %	76	55 %	4 %	90	59 %	3 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	31	81 %	3 %	6	100 %	0 %	28	75 %	0 %
Journalistik	53	42 %	2 %	45	53 %	0 %	43	51 %	2 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	1	100 %	0 %	-	-	-	-	-	-
Medieninformatik	16	44 %	0 %	23	48 %	9 %	16	56 %	13 %
Neue Medien	-	-	-	2	50 %	50 %	-	-	-
Film und Fernsehen	1	0 %	0 %	-	-	-	3	-	-
INSGESAMT	3.449	60 %	5 %	3.716	59 %	5 %	4.352	58 %	6 %

noch Anhang B.2.

Prüfungsjahr Geschlecht/Staatsangehörigkeit Abschluss/Fach	2003			2004			2005		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil
DIPLOM (U) UND ENTSPRECHENDE ABSCHLUSSPRÜFUNGEN	1.437	64 %	5 %	1.539	64 %	5 %	1.779	62 %	6 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	58	93 %	2 %	62	77 %	6 %	89	90 %	2 %
Journalistik	193	56 %	6 %	162	62 %	1 %	220	59 %	4 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	787	66 %	5 %	822	67 %	6 %	881	66 %	7 %
Publizistik	126	70 %	6 %	153	72 %	6 %	182	65 %	4 %
Medieninformatik	27	37 %	4 %	20	45 %	5 %	64	33 %	3 %
Neue Medien	57	65 %	4 %	88	59 %	2 %	83	58 %	2 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	140	56 %	6 %	180	51 %	6 %	154	49 %	8 %
Film und Fernsehen	49	65 %	8 %	52	52 %	8 %	106	53 %	6 %
KÜNSTLERISCHER ABSCHLUSS	624	57 %	9 %	678	49 %	10 %	634	53 %	12 %
davon Journalistik	5	60 %	0 %	4	25 %	0 %	2	50 %	0 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	113	58 %	6 %	111	59 %	6 %	113	61 %	8 %
Neue Medien	59	51 %	12 %	95	38 %	19 %	85	44 %	13 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	302	63 %	10 %	262	58 %	10 %	268	57 %	13 %
Film und Fernsehen	145	46 %	10 %	206	38 %	8 %	166	43 %	12 %
FACHHOCHSCHULABSCHLUSS	2.508	58 %	3 %	2.836	55 %	4 %	3.363	52 %	5 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	261	77 %	3 %	228	80 %	5 %	224	72 %	5 %
Dokumentationswiss.	164	60 %	6 %	165	68 %	5 %	121	62 %	7 %
Journalistik	19	84 %	0 %	50	60 %	0 %	60	40 %	0 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	164	60 %	2 %	179	58 %	2 %	284	65 %	5 %
Publizistik	46	74 %	2 %	59	76 %	2 %	62	58 %	2 %
Archivwesen	41	61 %	2 %	53	60 %	0 %	76	66 %	0 %
Bibliothekswesen	33	73 %	0 %	-	-	-	8	88 %	0 %
Computer- und Kommunikationstechniken	164	27 %	10 %	230	21 %	5 %	253	20 %	6 %
Medieninformatik	310	25 %	4 %	475	27 %	3 %	613	27 %	4 %
Neue Medien	12	58 %	8 %	18	39 %	0 %	134	34 %	4 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	1.265	65 %	2 %	1.350	65 %	5 %	1.501	64 %	7 %
Film und Fernsehen	29	21 %	0 %	29	10 %	3 %	27	15 %	0 %
BACHELORABSCHLUSS	106	61 %	2 %	432	55 %	7 %	681	55 %	5 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	-	-	-	24	79 %	4 %	37	84 %	8 %
Journalistik	19	63 %	5 %	36	67 %	3 %	42	67 %	0 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	44	75 %	0 %	161	66 %	2 %	323	66 %	5 %
Publizistik	2	50 %	0 %	2	100 %	0 %	13	62 %	0 %
Computer- und Kommunikationstechniken	12	17 %	0 %	67	30 %	7 %	94	15 %	2 %
Medieninformatik	3	67 %	0 %	51	29 %	27 %	78	40 %	18 %
Neue Medien	4	25 %	25 %	71	54 %	4 %	73	55 %	4 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	22	64 %	0 %	20	65 %	5 %	21	52 %	0 %
MASTERABSCHLUSS	50	36 %	48 %	157	58 %	32 %	272	60 %	23 %
davon Bibliothekswiss./-wesen	1	100 %	0 %	66	68 %	6 %	80	66 %	6 %
Dokumentationswiss.	6	33 %	100 %	6	50 %	33 %	11	64 %	9 %
Journalistik	-	-	-	-	-	-	47	62 %	4 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	6	33 %	100 %	22	59 %	64 %	55	78 %	69 %
Computer- und Kommunikationstechniken	6	67 %	0 %	8	75 %	0 %	24	46 %	13 %
Medieninformatik	26	35 %	46 %	45	44 %	62 %	43	33 %	26 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	-	-	-	3	33 %	67 %	6	17 %	33 %
Film und Fernsehen	5	-	-	7	43 %	0 %	6	100 %	0 %
SONSTIGER ABSCHLUSS	46	39 %	7 %	51	33 %	10 %	17	76 %	0 %
davon Journalistik	34	50 %	3 %	1	100 %	0 %	15	73 %	0 %
Medienkunde/Komm./Informationswiss.	-	-	-	6	50 %	17 %	2	100 %	0 %
Medieninformatik	10	10 %	10 %	21	19 %	0 %	-	-	-
Neue Medien	2	0 %	50 %	-	-	-	-	-	-
Film und Fernsehen	-	-	-	23	39 %	17 %	-	-	-
INSGESAMT	4.771	59 %	5 %	5.693	57 %	6 %	6.746	56 %	7 %

Quelle: ICE-Datenbank des Wissenschaftsrates, Bestand 5701; eigene Berechnungen

Anhang B.3. Promotionen in kommunikations- und medienwissenschaftlichen Fächern 1995-2005

Prüfungsjahr Geschlecht/Staatsangehörigkeit Fach	1995			1996			1997		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil
Bibliothekswiss./Bibliothekswesen	1	0 %	0 %	2	50 %	0 %	5	40 %	0 %
Journalistik	16	44 %	19 %	22	27 %	14 %	19	32 %	21 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	17	53 %	12 %	15	33 %	7 %	14	36 %	0 %
Publizistik	3	33 %	0 %	7	43 %	29 %	6	0 %	0 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	2	0 %	50 %	5	60 %	20 %	5	60 %	0 %
Film und Fernsehen	-	-	-	1	100 %	0 %	-	-	-
Summe	39	44 %	15	52	37 %	13 %	49	33 %	8 %

Prüfungsjahr Geschlecht/Staatsangehörigkeit Fach	1998			1999			2000		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil
Bibliothekswiss./Bibliothekswesen	-	-	-	1	100 %	0 %	2	50 %	0 %
Journalistik	22	27 %	5 %	17	41 %	6 %	17	47 %	6 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	14	36 %	7 %	18	33 %	17 %	13	31 %	8 %
Publizistik	5	20 %	40 %	3	33 %	0 %	12	42 %	8 %
Archivwesen	-	-	-	1	100 %	0 %	1	100 %	0 %
Neue Medien	-	-	-	1	100 %	0 %	2	0 %	0 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	-	-	-	6	17 %	17 %	1	0 %	0 %
Film und Fernsehen	-	-	-	-	-	-	3	100 %	0 %
Summe	41	29 %	10 %	47	38 %	11 %	51	43 %	6 %

Prüfungsjahr Geschlecht/Staatsangehörigkeit Fach	2001			2002			2003		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil
Bibliothekswiss./Bibliothekswesen	5	60 %	0 %	10	60 %	0 %	4	75 %	0 %
Journalistik	16	63 %	13 %	9	44 %	11 %	17	53 %	18 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	21	29 %	10 %	28	46 %	4 %	33	58 %	15 %
Publizistik	17	24 %	6 %	7	14 %	0 %	3	100 %	0 %
Archivwesen	5	80 %	0 %	1	0 %	0 %	-	-	-
Medieninformatik	-	-	-	1	0 %	0 %	3	67 %	0 %
Neue Medien	3	0 %	0 %	-	-	-	-	-	-
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	3	67 %	0 %	6	67 %	17 %	1	100 %	100 %
Film und Fernsehen	6	100 %	0 %	8	25 %	13 %	9	78 %	22 %
Summe	76	46 %	7 %	70	43 %	6 %	70	63 %	16 %

Prüfungsjahr Geschlecht/Staatsangehörigkeit Fach	2004			2005		
	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil	Anzahl insg.	Frauen- anteil	Ausl.- Anteil
Bibliothekswiss./Bibliothekswesen	6	50 %	33 %	1	100 %	0 %
Journalistik	6	33 %	17 %	4	50 %	25 %
Medienkunde/Komm.-/Informationswiss.	26	38 %	8 %	40	43 %	15 %
Publizistik	4	75 %	0 %	11	9 %	9 %
Medieninformatik	2	0 %	0 %	2	50 %	0 %
Neue Medien	1	0 %	0 %	1	0 %	0 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	1	100 %	0 %	3	67 %	33 %
Film und Fernsehen	7	29 %	14 %	9	56 %	11 %
Summe	53	40 %	11 %	71	41 %	14 %

Quelle: 1993-2004: ICE-Datenbank der Länderministerien, Bestand 30701; 2005: Statistisches Bundesamt: Fachserie 11, Reihe 4.2 Prüfungen an Hochschulen; eigene Berechnungen

Anhang B.4. Habilitationen im Lehr- und Forschungsbereich Bibliothekswissenschaft, Dokumentation, Publizistik 1995-2005*

Anzahl/Jahr	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
insgesamt	3	2	4	9	6	8	10	6	1	14	3
darunter Frauen	-	-	3	2	2	4	1	3	-	4	1

* Zahlen für einzelne Fächer liegen nicht vor. Zum Lehr- und Forschungsbereich Bibliothekswissenschaft, Dokumentation, Publizistik gehören die Fächer Bibliothekswissenschaft, Dokumentation, Publizistik allgemein; Bibliothekswissenschaft/-wesen; Dokumentationswissenschaft; Medienkunde/Kommunikations-/Informationswissenschaft; Publizistik.

Quelle: 1995-2004: ICE-Datenbank des Wissenschaftsrates, Bestand 5101; 2005: Statistisches Bundesamt, Fachserie 11, Reihe 4.4 Personal an Hochschulen

Anhang C.1. Hauptberufliches wissenschaftliches Personal nach Personalgruppen und Geschlecht 1995-2005 in Vollzeitäquivalenten (VZÄ)*

Jahr	1995		1996		1997		1998		1999	
	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil
Geschlecht										
Personalgruppe/Fachgebiet										
Professoren Kommunikations- u. Medienwiss.	519	18 %	485	19 %	499	20 %	521	20 %	489	20 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	45	24 %	73	27 %	77	26 %	88	27 %	81	30 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	51	31 %	25	36 %	37	35 %	24	37 %	25	38 %
Dokumentationswiss.	7	0 %	7	0 %	4	0 %	2	0 %	1	0 %
Journalistik	20	10 %	19	11 %	23	9 %	19	11 %	27	15 %
Publizistik	10	10 %	10	21 %	9	11 %	9	22 %	18	17 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	70	7 %	63	9 %	69	13 %	75	13 %	76	11 %
Bibliothekswesen	20	20 %	-	0 %	1	0 %	1	0 %	1	0 %
Neue Medien	24	25 %	27	30 %	25	28 %	29	21 %	27	22 %
Visuelle Kommunikation	57	12 %	63	11 %	47	9 %	45	13 %	39	10 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	139	16 %	139	17 %	130	19 %	140	19 %	112	18 %
Darst. Kunst, Film u. Ferns., Theaterwiss. allg.	41	32 %	28	35 %	33	36 %	49	27 %	38	27 %
Film und Fernsehen	29	19 %	29	12 %	32	22 %	30	20 %	34	23 %
Filmgeschichte, -theorie	7	8 %	3	0 %	1	0 %	3	0 %	3	0 %
Prod.wirts. Darst. Kunst, Theater, Film u. Ferns.	-	0 %	-	0 %	12	13 %	9	11 %	8	13 %
zum Vergleich: Prof. Geisteswiss.	6.486	17 %	6.385	17 %	6.453	18 %	6.390	18 %	6.395	19 %
zum Vergleich: Prof. alle Fächergr.	37.447	8 %	37.097	8 %	37.412	9 %	37.301	9 %	37.520	10 %
Dozenten u. Assistenten Komm.- u. Medienwiss.	60	42 %	58	41 %	51	35 %	54	28 %	50	35 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	13	60 %	10	60 %	9	44 %	5	60 %	3	33 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	1	100 %
Dokumentationswiss.	-	0 %	1	0 %	2	0 %	3	0 %	3	0 %
Journalistik	1	100 %	2	50 %	6	50 %	5	20 %	4	50 %
Publizistik	2	0 %	3	64 %	3	33 %	3	33 %	5	60 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	23	27 %	19	24 %	14	14 %	17	12 %	14	21 %
Neue Medien	1	0 %	1	0 %	1	0 %	2	0 %	3	0 %
Visuelle Kommunikation	5	40 %	7	29 %	5	22 %	4	28 %	2	0 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	3	33 %	5	21 %	5	42 %	4	53 %	5	37 %
Darst. Kunst, Film u. Ferns., Theaterwiss. allg.	9	67 %	7	86 %	4	100 %	9	44 %	8	63 %
Film und Fernsehen	3	64 %	4	47 %	3	33 %	3	33 %	3	33 %
Filmgeschichte, -theorie	1	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
zum Vergleich: Dozenten u. Ass. Geisteswiss.	1.800	38 %	1.693	37 %	1.669	37 %	1.677	35 %	1.559	37 %
zum Vergleich: Dozenten u. Ass. alle Fächergr.	15.473	24 %	15.148	24 %	14.180	23 %	14.001	23 %	13.994	24 %
Wiss. u. künstl. Mitarb. Komm.- u. Medienwiss.	289	33 %	296	36 %	337	39 %	349	38 %	348	40 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	48	37 %	35	43 %	36	43 %	33	36 %	11	42 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	8	38 %	12	30 %	16	16 %	9	18 %	11	38 %
Dokumentationswiss.	36	25 %	38	45 %	27	38 %	25	37 %	23	48 %
Journalistik	13	42 %	20	34 %	29	48 %	25	50 %	33	47 %
Publizistik	23	45 %	19	55 %	16	41 %	24	55 %	25	44 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	59	37 %	59	36 %	66	40 %	81	35 %	76	40 %
Archivwesen	5	20 %	-	0 %	-	0 %	5	20 %	5	20 %
Bibliothekswesen	1	0 %	7	41 %	8	26 %	6	37 %	7	43 %
Neue Medien	13	16 %	18	23 %	21	24 %	20	23 %	23	29 %
Visuelle Kommunikation	14	25 %	21	18 %	16	17 %	15	27 %	11	31 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	14	5 %	16	22 %	17	18 %	23	30 %	21	21 %
Darst. Kunst, Film u. Ferns., Theaterwiss. allg.	38	46 %	37	44 %	43	54 %	55	48 %	52	51 %
Film und Fernsehen	13	28 %	14	18 %	38	46 %	19	43 %	45	35 %
Filmgeschichte, -theorie	4	24 %	-	0 %	-	0 %	6	35 %	4	50 %
Prod.wirts. Darst. Kunst, Theater, Film u. Ferns.	-	0 %	-	0 %	5	40 %	4	29 %	2	0 %
zum Vergl.: Wiss. u. künstl. Mitarb. Geistesw.	5.536	41 %	5.469	41 %	5.456	41 %	5.476	42 %	5.552	42 %
zum Vergl.: Wiss. u. künstl. Mitarb. alle Fächergr.	78.528	26 %	79.682	26 %	80.080	27 %	81.433	27 %	82.121	28 %
Lehrkräfte f. bes. Aufgaben Komm.- u. Medienw.	68	38 %	63	29 %	62	29 %	70	29 %	64	31 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	6	64 %	6	64 %	6	64 %	8	47 %	7	69 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	3	33 %	-	0 %	2	0 %	-	0 %	-	0 %
Journalistik	1	100 %	1	100 %	2	100 %	5	89 %	4	85 %
Publizistik	3	33 %	2	50 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	-	0 %	1	0 %	-	0 %	-	0 %	2	0 %
Bibliothekswesen	3	0 %	5	40 %	6	33 %	3	33 %	5	40 %
Neue Medien	3	0 %	3	0 %	1	0 %	1	0 %	1	0 %
Visuelle Kommunikation	13	8 %	15	14 %	15	14 %	13	0 %	9	0 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	2	50 %	16	3 %	16	13 %	24	18 %	22	13 %
Darst. Kunst, Film u. Ferns., Theaterwiss. allg.	27	48 %	12	43 %	11	41 %	13	43 %	12	43 %
Film und Fernsehen	7	57 %	4	75 %	3	67 %	4	50 %	3	67 %
Filmgeschichte, -theorie	1	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
zum Vergl.: Lehrkr. f. bes. Aufg. Geistesw.	2.180	49 %	2.256	49 %	2.208	50 %	2.254	51 %	2.433	50 %
zum Vergl.: Lehrkr. f. bes. Aufg. alle Fächergr.	5.615	36 %	5.917	37 %	5.533	37 %	5.580	38 %	5.863	40 %
Summe hauptberufl. Pers. Komm.- u. Medienwiss.	937	26 %	903	27 %	949	28 %	994	28 %	951	29 %
" Geisteswissenschaften	16.001	32 %	15.802	32 %	15.785	32 %	15.797	33 %	15.939	33 %
" alle Fächergruppen	137.063	21 %	137.844	21 %	137.205	22 %	138.314	23 %	139.498	23 %

* Zur Ermittlung der Vollzeitäquivalente aus der Personalstatistik wurde folgende Berechnungsformel des Statistischen Bundesamtes zugrunde gelegt: Vollzeit = 100 %; Teilzeit mit mind. 2/3 der regelmäßigen Arbeitszeit: 75 %; Teilzeit mit 1/2 bis unter 2/3 der regelmäßigen Arbeitszeit: 52 %; Teilzeit mit weniger als 1/2 der regelmäßigen Arbeitszeit: 33 %. Legende für Nullwerte: - = keine Beschäftigten vorhanden; 0 = Abrunden ergibt weniger als ein halbes Vollzeitäquivalent.

noch Anhang C.1

Jahr	2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil
Professoren Kommunikations- u. Medienwiss.	503	21 %	560	21 %	550	22 %	661	22 %	727	21 %	747	21 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	81	32 %	88	35 %	73	39 %	60	40 %	62	39 %	59	41 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	23	37 %	22	34 %	28	37 %	27	38 %	33	43 %	18	41 %
Dokumentationswiss.	1	0 %	1	0 %	-	0 %	-	0 %	12	17 %	12	17 %
Journalistik	24	17 %	28	17 %	25	12 %	27	18 %	28	14 %	32	16 %
Publizistik	19	21 %	15	20 %	15	26 %	18	28 %	19	11 %	17	18 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	78	16 %	96	16 %	124	15 %	145	15 %	138	16 %	147	17 %
Bibliotheksweisen	1	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Computer- und Kommunikationstechniken	-	0 %	9	11 %	19	5 %	39	5 %	61	11 %	79	8 %
Neue Medien	34	21 %	34	27 %	40	24 %	58	16 %	67	17 %	58	18 %
Visuelle Kommunikation	38	16 %	36	8 %	36	8 %	44	11 %	52	11 %	56	15 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	125	20 %	123	15 %	103	18 %	145	21 %	145	24 %	147	24 %
Darst. Kunst, Film u. Ferns., Theaterwiss. allg.	37	22 %	39	35 %	42	31 %	44	34 %	55	33 %	62	37 %
Film und Fernsehen	30	17 %	32	25 %	33	33 %	30	34 %	35	28 %	40	21 %
Filmgeschichte, -theorie	5	0 %	3	0 %	3	0 %	7	0 %	4	0 %	4	0 %
Prod.wirts. Darst. Kunst, Theater, Film u. Ferns.	9	12 %	34	12 %	10	11 %	17	24 %	16	13 %	17	6 %
zum Vergleich: Prof. Geisteswiss.	6.342	20 %	6.390	21 %	6.370	22 %	6.377	23 %	6.451	24 %	6.310	25 %
zum Vergleich: Prof. alle Fächergr.	37.236	10 %	36.944	11 %	37.353	12 %	37.416	13 %	37.711	13 %	37.183	14 %
Dozenten u. Assistenten Komm.- u. Medienwiss.	53	27 %	68	26 %	64	37 %	59	39 %	60	40 %	51	36 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	3	33 %	2	50 %	2	50 %	1	100 %	1	75 %	0	0 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	1	100 %	2	50 %	2	50 %	2	50 %	3	67 %	2	50 %
Dokumentationswiss.	3	0 %	3	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Journalistik	3	33 %	3	36 %	4	25 %	4	0 %	4	25 %	3	0 %
Publizistik	4	20 %	5	20 %	6	33 %	5	20 %	3	33 %	4	25 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	16	31 %	24	25 %	20	35 %	19	37 %	19	47 %	17	48 %
Bibliotheksweisen	1	0 %	1	0 %	1	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Computer- und Kommunikationstechniken	-	0 %	1	0 %	2	0 %	1	0 %	4	0 %	4	15 %
Neue Medien	3	0 %	5	0 %	4	0 %	5	0 %	3	16 %	3	0 %
Visuelle Kommunikation	4	15 %	5	20 %	4	50 %	4	50 %	5	40 %	3	67 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	4	25 %	3	33 %	3	36 %	2	50 %	1	100 %	1	100 %
Darst. Kunst, Film u. Ferns., Theaterwiss. allg.	3	67 %	7	56 %	9	63 %	9	78 %	11	50 %	10	44 %
Film und Fernsehen	7	29 %	7	29 %	5	60 %	6	50 %	4	25 %	3	0 %
Filmgeschichte, -theorie	2	0 %	1	0 %	1	0 %	1	0 %	1	0 %	1	0 %
Prod.wirts. Darst. Kunst, Theater, Film u. Ferns.	-	0 %	-	0 %	1	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
zum Vergleich: Dozenten u. Ass. Geisteswiss.	1.537	37 %	1.573	36 %	1.552	36 %	1.481	37 %	1.412	37 %	1.183	39 %
zum Vergleich: Dozenten u. Ass. alle Fächergr.	13.805	24 %	14.004	25 %	13.336	25 %	12.798	26 %	12.688	27 %	9.329	26 %
Wiss. u. künstl. Mitarb. Komm.- u. Medienwiss.	334	40 %	378	41 %	408	36 %	432	38 %	513	33 %	531	37 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	16	40 %	15	47 %	24	44 %	19	30 %	21	38 %	17	46 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	8	52 %	11	42 %	6	9 %	11	38 %	10	31 %	8	18 %
Dokumentationswiss.	27	59 %	33	64 %	1	100 %	1	0 %	2	66 %	1	100 %
Journalistik	27	62 %	32	63 %	27	52 %	28	54 %	28	58 %	24	59 %
Publizistik	29	40 %	18	40 %	23	35 %	27	37 %	27	42 %	23	44 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	79	34 %	132	32 %	152	38 %	150	43 %	131	38 %	157	45 %
Archivwesen	5	20 %	4	25 %	4	25 %	6	33 %	6	50 %	6	33 %
Bibliotheksweisen	7	43 %	7	43 %	7	43 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Computer- und Kommunikationstechniken	-	0 %	4	25 %	31	6 %	52	17 %	138	14 %	134	19 %
Neue Medien	18	25 %	21	20 %	24	18 %	34	27 %	39	27 %	38	36 %
Visuelle Kommunikation	10	26 %	9	29 %	7	30 %	6	16 %	7	21 %	7	30 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	20	27 %	19	23 %	23	22 %	21	35 %	20	32 %	20	27 %
Darst. Kunst, Film u. Ferns., Theaterwiss. allg.	43	63 %	43	61 %	49	57 %	39	54 %	49	51 %	56	50 %
Film und Fernsehen	39	19 %	26	35 %	22	24 %	24	34 %	27	38 %	29	37 %
Filmgeschichte, -theorie	3	21 %	1	0 %	1	0 %	6	59 %	2	20 %	3	12 %
Prod.wirts. Darst. Kunst, Theater, Film u. Ferns.	3	0 %	4	34 %	6	52 %	8	47 %	7	69 %	8	63 %
zum Vergl.: Wiss. u. künstl. Mitarb. Geistesw.	5.692	42 %	5.798	44 %	5.983	43 %	5.758	44 %	5.470	44 %	5.763	46 %
zum Vergl.: Wiss. u. künstl. Mitarb. alle Fächergr.	83.120	29 %	85.263	30 %	89.793	30 %	91.086	31 %	87.712	31 %	91.347	32 %
Lehrkräfte f. bes. Aufgaben Komm.- u. Medienw.	64	36 %	67	33 %	87	35 %	72	30 %	87	31 %	97	31 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	7	69 %	6	73 %	26	51 %	9	72 %	9	74 %	7	61 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Dokumentationswiss.	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Journalistik	5	67 %	5	56 %	2	67 %	2	67 %	2	57 %	5	61 %
Publizistik	-	0 %	-	0 %	1	0 %	1	0 %	3	0 %	4	0 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	2	100 %	7	45 %	7	43 %	10	37 %	9	56 %	7	53 %
Archivwesen	-	0 %	-	0 %	-	0 %	1	0 %	2	0 %	-	0 %
Bibliotheksweisen	3	33 %	2	0 %	2	0 %	1	0 %	1	0 %	2	50 %
Computer- und Kommunikationstechniken	-	0 %	1	100 %	2	25 %	3	0 %	5	0 %	5	0 %
Neue Medien	3	0 %	6	0 %	5	0 %	6	24 %	7	15 %	11	10 %
Visuelle Kommunikation	8	0 %	9	0 %	10	3 %	9	4 %	13	3 %	15	2 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	21	22 %	18	23 %	13	27 %	19	18 %	22	28 %	22	27 %
Darst. Kunst, Film u. Ferns., Theaterwiss. allg.	13	47 %	12	49 %	16	42 %	8	33 %	10	37 %	16	50 %
Film und Fernsehen	3	67 %	3	67 %	3	67 %	3	67 %	5	60 %	5	60 %
Filmgeschichte, -theorie	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
zum Vergl.: Lehrkr. f. bes. Aufg. Geistesw.	2.368	50 %	2.446	52 %	2.353	51 %	2.337	52 %	2.163	51 %	2.367	53 %
zum Vergl.: Lehrkr. f. bes. Aufg. alle Fächergr.	5.739	40 %	5.865	40 %	5.927	40 %	5.728	41 %	5.690	42 %	5.763	43 %
Summe hauptberufl. Pers. Komm.- u. Medienwiss.	955	29 %	1.072	29 %	1.108	29 %	1.224	29 %	1.386	27 %	1.426	28 %
" Geisteswissenschaften	15.938	34 %	16.208	35 %	16.259	35 %	15.953	36 %	15.496	36 %	15.622	38 %
" alle Fächergruppen	139.899	24 %	142.077	25 %	146.409	26 %	147.027	26 %	143.802	27 %	143.623	28 %

Quelle: 1997-2003: ICE-Datenbank des Wissenschaftsrates, Bestand 2702; 1995-96, 2004-05: Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes; eigene Berechnungen

Anhang C.2. Nebenberufliches wissenschaftliches Personal nach Personalgruppen und Geschlecht 1995-2005 in Vollzeitäquivalenten (VZÄ)*

Jahr	1995		1996		1997		1998		1999	
	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil	VZÄ insg.	Frauenanteil
Geschlecht										
Personalgruppe/Fachgebiet										
Gastprof. u. Emeriti Kommunikations- u. Medienwiss.	17	45 %	14	37 %	17	47 %	16	40 %	23	51 %
Journalistik	1	0 %	0	0 %	0	0 %	1	0 %	0	0 %
Publizistik	-	0 %	1	25 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	0	100 %	-	0 %	-	0 %	0	0 %	-	0 %
Neue Medien	-	0 %	1	0 %	0	0 %	0	0 %	-	0 %
Visuelle Kommunikation	1	33 %	2	20 %	1	25 %	2	44 %	3	44 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	-	0 %	1	25 %	-	0 %	1	0 %	0	0 %
Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwiss. allg.	15	47 %	9	47 %	15	51 %	13	46 %	19	54 %
zum Vergleich: Gastprof. u. Emeriti Geisteswissenschaften	115	22 %	171	33 %	131	25 %	123	20 %	189	23 %
zum Vergleich: Gastprof. u. Emeriti alle Fächergruppen	450	9 %	517	8 %	555	10 %	552	9 %	685	12 %
Lehrbeauftragt., Honorarprof., PD, apl. Prof. Komm.- u. Medienw.	330	27 %	312	27 %	323	28 %	373	27 %	327	28 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	55	35 %	57	38 %	51	43 %	37	50 %	33	35 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	29	41 %	20	34 %	12	30 %	17	40 %	15	40 %
Dokumentationswiss.	0	100 %	-	0 %	0	0 %	1	100 %	0	100 %
Journalistik	9	15 %	8	22 %	13	18 %	13	13 %	10	16 %
Publizistik	9	25 %	15	22 %	16	19 %	6	16 %	4	38 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	70	22 %	59	26 %	56	28 %	78	27 %	66	31 %
Archivwesen	-	0 %	-	0 %	-	0 %	4	8 %	2	17 %
Bibliothekswesen	17	48 %	4	38 %	4	45 %	5	40 %	5	40 %
Computer- und Kommunikationstechniken	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Neue Medien	12	16 %	13	29 %	15	18 %	14	15 %	5	36 %
Visuelle Kommunikation	20	15 %	21	10 %	13	18 %	22	14 %	25	20 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	47	20 %	52	17 %	56	23 %	58	20 %	61	25 %
Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwiss. allg.	32	29 %	34	31 %	39	30 %	45	31 %	37	29 %
Film und Fernsehen	27	26 %	29	24 %	32	26 %	59	27 %	45	28 %
Filmgeschichte, -theorie	1	25 %	1	67 %	1	75 %	0	100 %	1	25 %
Produktionswirts. im Ber. Darst. Kunst, Theater, Film u.Ferns.	-	0 %	-	0 %	16	19 %	16	18 %	17	13 %
zum Vergleich: Lehrb., Hon.prof., PD, apl. Prof. Geisteswiss.	4.059	37 %	4.096	38 %	4.247	38 %	4.372	39 %	4.458	40 %
zum Vergleich: Lehrb., Hon.prof., PD, apl. Prof. alle Fächergr.	14.202	25 %	14.048	27 %	13.875	27 %	14.197	28 %	14.909	28 %
Wiss., stud. Hilfskräfte, Tutoren Komm.- u. Medienwiss.	145	46 %	136	48 %	164	50 %	176	50 %	151	51 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	27	48 %	24	53 %	23	53 %	22	51 %	14	65 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	9	56 %	11	59 %	12	54 %	11	76 %	11	53 %
Dokumentationswiss.	6	44 %	5	44 %	6	50 %	6	53 %	7	48 %
Journalistik	1	100 %	1	100 %	8	52 %	12	54 %	12	51 %
Publizistik	36	52 %	33	59 %	17	84 %	20	56 %	20	58 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	17	41 %	15	40 %	30	41 %	32	36 %	34	50 %
Bibliothekswesen	-	0 %	-	0 %	0	100 %	2	100 %	0	100 %
Neue Medien	6	18 %	3	38 %	5	34 %	7	59 %	3	38 %
Visuelle Kommunikation	2	0 %	4	0 %	6	47 %	4	74 %	-	0 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	7	30 %	7	29 %	12	60 %	11	52 %	4	36 %
Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwiss. allg.	25	55 %	26	44 %	34	42 %	32	42 %	35	50 %
Film und Fernsehen	11	22 %	8	43 %	8	42 %	11	44 %	8	25 %
Produktionswirts. im Ber. Darst. Kunst, Theater, Film u.Ferns.	-	0 %	-	0 %	4	31 %	6	50 %	5	53 %
zum Vergleich: wiss., stud. Hilfskräfte, Tutoren Geisteswiss.	2.733	57 %	2.661	57 %	3.054	57 %	3.106	57 %	2.965	59 %
zum Vergleich: wiss., stud. Hilfskräfte, Tutoren alle Fächergr.	18.832	38 %	18.059	38 %	19.383	40 %	19.392	41 %	18.729	43 %
Summe nebenberufliches Personal Komm.- u. Medienw.	491	33 %	463	33 %	504	36 %	565	35 %	502	36 %
" Geisteswissenschaften	6.908	44 %	6.928	45 %	7.432	46 %	7.601	46 %	7.612	47 %
" alle Fächergruppen	33.484	32 %	32.624	33 %	33.813	34 %	34.141	35 %	34.324	36 %

* Zur Ermittlung der Vollzeitäquivalente aus der Personalstatistik wurde folgende Berechnungsformel des Statistischen Bundesamtes zugrunde gelegt: Vollzeit = 100 %; Teilzeit mit mind. 2/3 der regelmäßigen Arbeitszeit: 75 %; Teilzeit mit 1/2 bis unter 2/3 der regelmäßigen Arbeitszeit: 52 %; Teilzeit mit weniger als 1/2 der regelmäßigen Arbeitszeit: 33 %. Legende für Nullwerte: - = keine Beschäftigten vorhanden; 0 = Abrunden ergibt weniger als ein halbes Vollzeitäquivalent.

noch Anhang C.2

Jahr	2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	VZÄ insg.	Frauen- anteil	VZÄ insg.	Frauen- anteil	VZÄ insg.	Frauen- anteil	VZÄ insg.	Frauen- anteil	VZÄ insg.	Frauen- anteil	VZÄ insg.	Frauen- anteil
Gastprof. u. Emeriti Kommunikations- u. Medienwiss.	22	39 %	26	47 %	27	43 %	12	26 %	11	18 %	9	41 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	0	0 %	0	0 %	0	0 %	-	0 %	-	0 %	1	100 %
Journalistik	0	0 %	1	0 %	1	0 %	1	0 %	1	0 %	0	0 %
Publizistik	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	1	0 %	1	0 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	-	0 %	1	0 %	-	0 %	0	0 %	1	0 %	-	0 %
Neue Medien	2	17 %	3	22 %	4	18 %	1	0 %	0	0 %	0	0 %
Visuelle Kommunikation	-	0 %	2	40 %	2	40 %	0	100 %	1	0 %	0	100 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	1	100 %	1	67 %	1	0 %	3	30 %	2	14 %	3	38 %
Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwiss. allg.	18	40 %	18	56 %	19	53 %	6	26 %	6	29 %	5	43 %
zum Vergleich: Gastprof. u. Emeriti Geisteswissenschaften	225	22 %	212	24 %	165	26 %	135	24 %	114	23 %	124	26 %
zum Vergleich: Gastprof. u. Emeriti alle Fächergruppen	682	11 %	692	13 %	592	13 %	516	14 %	482	15 %	405	14 %
Lehrbeauftragte, Honorarprof., PD, apl. Prof. Komm.- u. Medienw.	342	29 %	344	28 %	337	27 %	392	28 %	448	29 %	446	30 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	37	33 %	37	33 %	34	37 %	31	35 %	36	41 %	33	35 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	12	41 %	7	27 %	5	31 %	9	44 %	8	49 %	7	35 %
Dokumentationswiss.	0	0 %	-	0 %	-	0 %	1	0 %	4	17 %	4	9 %
Journalistik	10	23 %	12	47 %	12	29 %	15	34 %	19	28 %	17	29 %
Publizistik	14	21 %	10	19 %	13	15 %	9	15 %	11	12 %	9	12 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	77	28 %	92	26 %	107	23 %	113	24 %	120	25 %	124	26 %
Archivwesen	2	33 %	2	29 %	2	33 %	5	14 %	1	38 %	1	50 %
Bibliothekswesen	5	40 %	4	42 %	4	42 %	1	50 %	1	50 %	1	50 %
Computer- und Kommunikationstechniken	-	0 %	3	40 %	3	30 %	9	7 %	9	23 %	8	20 %
Neue Medien	15	29 %	14	34 %	17	27 %	11	33 %	19	30 %	-	0 %
Visuelle Kommunikation	28	34 %	20	32 %	12	22 %	11	18 %	12	14 %	16	17 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	53	24 %	49	22 %	33	28 %	62	28 %	59	29 %	61	28 %
Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwiss. allg.	34	38 %	43	34 %	41	39 %	47	50 %	55	49 %	85	45 %
Film und Fernsehen	39	32 %	27	26 %	33	28 %	50	19 %	72	22 %	56	25 %
Filmgeschichte, -theorie	1	0 %	1	0 %	3	30 %	3	20 %	2	17 %	3	25 %
Produktionswirts. im Ber. Darst. Kunst, Theater, Film u.Ferns.	15	11 %	21	15 %	17	15 %	17	21 %	21	22 %	23	22 %
zum Vergleich: Lehrb., Hon.prof., PD, apl. Prof. Geisteswiss.	4.680	40 %	4.861	40 %	5.029	41 %	5.316	42 %	5.336	42 %	5.495	42 %
zum Vergleich: Lehrb., Hon.prof., PD, apl. Prof. alle Fächergr.	15.556	29 %	15.928	29 %	16.902	30 %	18.017	31 %	17.734	32 %	18.857	32 %
Wiss., stud. Hilfskräfte, Tutoren Komm.- u. Medienwiss.	153	52 %	203	58 %	200	51 %	223	49 %	278	47 %	248	43 %
Bibliothekswiss., Dok., Publizistik allg.	11	71 %	21	72 %	16	62 %	8	40 %	10	31 %	11	26 %
Bibliothekswiss./-wesen (nicht an Verw.-FH)	12	68 %	5	75 %	4	91 %	2	71 %	5	75 %	3	75 %
Dokumentationswiss.	7	48 %	1	50 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Journalistik	9	42 %	14	60 %	10	67 %	13	69 %	14	56 %	13	54 %
Publizistik	13	48 %	15	73 %	19	49 %	21	56 %	16	50 %	16	52 %
Medienk./Komm./Informationswiss.	45	42 %	88	52 %	86	51 %	81	54 %	92	57 %	83	53 %
Archivwesen	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	1	33 %	1	67 %
Bibliothekswesen	0	100 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %
Computer- und Kommunikationstechniken	-	0 %	2	24 %	5	0 %	12	17 %	58	23 %	60	24 %
Neue Medien	1	0 %	1	100 %	5	29 %	16	35 %	17	39 %	-	0 %
Visuelle Kommunikation	1	75 %	1	75 %	2	60 %	1	50 %	4	36 %	6	22 %
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	6	71 %	3	60 %	4	67 %	33	42 %	14	67 %	15	37 %
Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwiss. allg.	39	52 %	43	56 %	43	48 %	17	60 %	28	56 %	22	60 %
Film und Fernsehen	4	36 %	7	44 %	6	31 %	11	40 %	10	36 %	10	41 %
Filmgeschichte, -theorie	-	0 %	-	0 %	-	0 %	2	40 %	4	38 %	4	42 %
Produktionswirts. im Ber. Darst. Kunst, Theater, Film u.Ferns.	5	79 %	2	50 %	3	38 %	5	50 %	5	60 %	5	50 %
zum Vergleich: wiss., stud. Hilfskräfte, Tutoren Geisteswiss.	2.800	59 %	3.316	60 %	3.333	59 %	3.268	60 %	3.318	60 %	3.390	60 %
zum Vergleich: wiss., stud. Hilfskräfte, Tutoren alle Fächergr.	18.226	43 %	20.598	44 %	21.430	44 %	21.177	45 %	21.597	45 %	22.865	45 %
Summe nebenberufliches Personal Komm.- u. Medienw.	517	36 %	572	39 %	565	36 %	626	36 %	737	36 %	703	34 %
" Geisteswissenschaften	7.705	46 %	8.389	48 %	8.527	48 %	8.720	48 %	8.769	48 %	9.009	48 %
alle Fächergruppen	34.464	36 %	37.219	37 %	38.924	37 %	39.710	38 %	39.813	39 %	42.127	39 %

Quelle: 1997-2003: ICE-Datenbank des Wissenschaftsrates, Bestand 2702; 1995-96, 2004-05: Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes; eigene Berechnungen

Anhang C.3. Wissenschaftliches Personal (Personenzahl) 1995-2005 nach Finanzierung der Beschäftigung

Jahr	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Personalgruppe/Finanzierung der Beschäftigung											
Professoren (Kommunikations- u. Medienwiss.)	534	504	520	541	506	530	591	577	689	769	777
davon aus dem Stellenplan	96,8 %	97,8 %	97,3 %	96,5 %	95,8 %	94,5 %	94,1 %	90,1 %	92,0 %	87,4 %	90,1 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	2,4 %	1,6 %	2,5 %	3,3 %	3,4 %	4,2 %	4,9 %	2,1 %	3,3 %	4,6 %	5,1 %
aus Drittmitteln	0,7 %	0,6 %	0,2 %	0,2 %	0,8 %	1,3 %	1,0 %	1,9 %	1,5 %	2,7 %	2,1 %
nicht finanziert/ohne Angabe	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	5,9 %	3,2 %	5,3 %	2,7 %
Zum Vergleich: Professoren (Geisteswiss.)	6.557	6.514	6.539	6.486	6.512	6.490	6.584	6.521	6.528	6.665	6.484
davon aus dem Stellenplan	98,0 %	98,5 %	97,4 %	97,3 %	95,7 %	95,3 %	95,2 %	94,4 %	96,4 %	95,3 %	94,4 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	1,5 %	0,7 %	1,9 %	1,9 %	3,5 %	3,9 %	4,1 %	4,0 %	2,2 %	2,5 %	2,7 %
aus Drittmitteln	0,3 %	0,4 %	0,4 %	0,5 %	0,6 %	0,6 %	0,5 %	0,5 %	0,6 %	0,9 %	0,9 %
nicht finanziert/ohne Angabe	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %	0,2 %	0,2 %	0,2 %	1,1 %	0,8 %	1,3 %	2,0 %
Zum Vergleich: Professoren (alle Fächergruppen)	37.672	37.589	37.668	37.626	37.974	37.794	37.661	37.861	37.965	38.443	37.865
davon aus dem Stellenplan	97,3 %	98,0 %	97,1 %	97,1 %	95,7 %	95,3 %	94,4 %	93,0 %	94,6 %	94,1 %	94,1 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	1,7 %	1,0 %	2,0 %	1,8 %	3,1 %	3,5 %	4,0 %	4,3 %	2,6 %	2,5 %	2,7 %
aus Drittmitteln	0,8 %	0,7 %	0,6 %	0,9 %	1,0 %	1,0 %	1,2 %	1,3 %	1,3 %	1,7 %	1,3 %
nicht finanziert/ohne Angabe	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %	0,2 %	0,3 %	0,4 %	1,4 %	1,4 %	1,7 %	1,8 %
Dozenten und Assistenten (Komm.- u. Medienwiss.)	65	61	52	55	51	54	69	67	60	64	54
davon aus dem Stellenplan	87,7 %	91,8 %	94,2 %	94,5 %	90,2 %	94,4 %	95,7 %	94,0 %	98,3 %	90,6 %	96,3 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	7,7 %	3,3 %	1,9 %	5,5 %	5,9 %	5,6 %	2,9 %	4,5 %	1,7 %	6,3 %	0,0 %
aus Drittmitteln	4,6 %	4,9 %	3,8 %	0,0 %	3,9 %	0,0 %	1,4 %	0,0 %	0,0 %	3,1 %	3,7 %
nicht finanziert/ohne Angabe	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	1,5 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Zum Vergleich: Dozenten u. Ass. (Geisteswiss.)	1.870	1.759	1.727	1.727	1.605	1.608	1.657	1.629	1.551	1.503	1.265
davon aus dem Stellenplan	92,0 %	94,2 %	92,4 %	97,5 %	93,4 %	92,3 %	92,0 %	91,0 %	94,1 %	93,7 %	90,8 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	2,2 %	2,0 %	3,0 %	1,6 %	5,4 %	7,1 %	6,3 %	7,5 %	4,2 %	4,3 %	4,2 %
aus Drittmitteln	5,0 %	3,1 %	3,7 %	0,8 %	1,2 %	0,5 %	1,5 %	1,2 %	1,4 %	1,7 %	1,9 %
nicht finanziert/ohne Angabe	0,7 %	0,7 %	1,0 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	3,1 %
Zum Vergleich: Doz. u. Ass. (alle Fächergruppen)	16.193	15.843	14.843	14.445	14.511	14.362	14.602	13.777	13.285	13.393	9.874
davon aus dem Stellenplan	89,2 %	91,3 %	89,3 %	94,1 %	90,8 %	90,9 %	90,2 %	90,2 %	90,8 %	91,1 %	89,6 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	1,3 %	1,3 %	2,5 %	1,6 %	2,7 %	4,0 %	4,3 %	5,2 %	3,9 %	4,0 %	5,5 %
aus Drittmitteln	7,6 %	5,5 %	6,4 %	3,1 %	5,2 %	3,7 %	4,2 %	4,3 %	4,9 %	4,5 %	3,2 %
nicht finanziert/ohne Angabe	1,8 %	1,8 %	1,9 %	1,3 %	1,4 %	1,4 %	1,3 %	0,4 %	0,4 %	0,3 %	1,7 %
Wiss. u. künstl. Mitarbeiter (Komm.- u. Medienwiss.)	336	344	397	408	414	398	465	505	538	636	662
davon aus dem Stellenplan	76,5 %	78,2 %	68,0 %	70,6 %	65,9 %	70,6 %	61,5 %	59,0 %	63,6 %	59,7 %	63,7 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	4,2 %	3,8 %	8,3 %	8,6 %	7,2 %	7,5 %	9,5 %	12,7 %	11,3 %	11,5 %	10,7 %
aus Drittmitteln	18,2 %	16,6 %	23,4 %	20,1 %	26,1 %	21,6 %	28,2 %	25,1 %	22,5 %	25,3 %	23,4 %
nicht finanziert/ohne Angabe	1,2 %	1,5 %	0,3 %	0,7 %	0,7 %	0,3 %	0,9 %	3,2 %	2,6 %	3,5 %	2,1 %

* sonstige Haushaltsmittel = Finanzmittel, die alternativ der Finanzierung von Sachaufwendungen und Personal dienen können

noch Anhang C.3

Jahr Personalgruppe/Finanzierung der Beschäftigung	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Zum Vergleich: Wiss. u. künstl. Mitarb. (Geistesw.)	6.407	6.431	6.508	6.609	6.696	6.899	7.171	7.367	7.188	7.150	7.426
davon aus dem Stellenplan	74,2 %	73,7 %	71,3 %	70,4 %	66,2 %	63,8 %	60,9 %	59,7 %	62,1 %	61,9 %	62,1 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	4,3 %	3,6 %	5,5 %	5,4 %	7,5 %	7,8 %	7,9 %	9,3 %	9,5 %	9,6 %	9,2 %
aus Drittmitteln	20,2 %	21,5 %	22,7 %	23,8 %	25,9 %	28,0 %	29,0 %	28,5 %	26,2 %	27,0 %	25,7 %
nicht finanziert/ohne Angabe	1,3 %	1,2 %	0,5 %	0,3 %	0,4 %	0,4 %	2,3 %	2,5 %	2,2 %	1,5 %	3,0 %
Zum Vergleich: Wiss. u. künstl. Mitarbeiter (alle Fächergruppen)	92.506	94.626	95.380	97.542	97.828	98.678	101.524	106.024	108.318	106.416	111.343
davon aus dem Stellenplan	65,7 %	64,2 %	63,5 %	63,0 %	61,8 %	60,6 %	59,2 %	55,4 %	55,6 %	56,4 %	54,6 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	4,4 %	4,5 %	5,2 %	5,1 %	4,5 %	5,0 %	5,1 %	8,3 %	9,4 %	8,7 %	8,8 %
aus Drittmitteln	27,1 %	29,5 %	29,8 %	31,0 %	31,2 %	32,2 %	32,8 %	33,4 %	30,2 %	31,4 %	32,7 %
nicht finanziert/ohne Angabe	2,8 %	1,8 %	1,5 %	0,9 %	2,4 %	2,1 %	2,9 %	2,9 %	4,7 %	3,4 %	4,0 %
Lehrkräfte für bes. Aufgaben (Komm.- u. Medienwiss.)	88	68	67	76	70	69	76	99	80	96	107
darunter aus dem Stellenplan	96,6 %	92,6 %	89,6 %	90,8 %	80,0 %	89,9 %	81,6 %	61,6 %	78,8 %	80,2 %	80,4 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	2,3 %	2,9 %	6,0 %	7,9 %	15,7 %	8,7 %	13,2 %	10,1 %	20,0 %	16,7 %	14,0 %
aus Drittmitteln	1,1 %	4,4 %	4,5 %	1,3 %	4,3 %	1,4 %	5,3 %	6,1 %	1,3 %	1,0 %	1,9 %
nicht finanziert/ohne Angabe	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	22,2 %	0,0 %	2,1 %	3,7 %
Zum Vergleich: Lehrkr. f. bes. Aufg. (Geisteswiss.)	2.371	2.470	2.441	2.568	2.757	2.729	2.844	2.769	2.752	2.830	2.823
davon aus dem Stellenplan	94,6 %	94,6 %	94,3 %	91,5 %	93,9 %	91,7 %	90,9 %	89,0 %	89,6 %	89,4 %	88,0 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	4,0 %	3,4 %	4,5 %	6,1 %	4,0 %	6,4 %	5,9 %	6,7 %	6,7 %	7,5 %	8,3 %
aus Drittmitteln	0,8 %	1,2 %	0,7 %	1,2 %	1,0 %	1,0 %	1,7 %	1,6 %	1,3 %	1,6 %	1,1 %
nicht finanziert/ohne Angabe	0,5 %	0,8 %	0,5 %	1,2 %	1,1 %	0,9 %	1,5 %	2,7 %	2,4 %	1,5 %	2,6 %
Zum Vergleich: Lehrkräfte für bes. Aufgaben (alle Fächergruppen)	6.030	6.380	6.008	6.147	6.450	6.382	6.602	6.681	6.506	6.537	6.655
davon aus dem Stellenplan	92,0 %	91,3 %	92,1 %	91,2 %	91,6 %	89,8 %	88,9 %	86,3 %	87,0 %	87,9 %	85,2 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	4,5 %	4,7 %	4,7 %	5,3 %	4,9 %	6,7 %	6,3 %	7,5 %	7,9 %	7,2 %	7,0 %
aus Drittmitteln	2,4 %	2,2 %	1,9 %	2,2 %	2,1 %	2,0 %	2,6 %	2,6 %	2,2 %	2,5 %	2,9 %
nicht finanziert/ohne Angabe	1,1 %	1,8 %	1,3 %	1,4 %	1,4 %	1,5 %	2,2 %	3,6 %	3,0 %	2,5 %	4,8 %
ZWISCHENSUMME HAUPTBERUFLICHES PERSONAL KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFTEN	1.023	977	795	821	813	810	922	993	1.007	1.565	1.600
davon aus dem Stellenplan	89,5 %	90,2 %	75,6 %	76,4 %	74,7 %	77,3 %	73,1 %	69,8 %	74,1 %	75,8 %	78,8 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	3,3 %	2,6 %	11,8 %	13,0 %	10,9 %	11,7 %	11,7 %	12,9 %	12,4 %	8,2 %	7,9 %
aus Drittmitteln	6,7 %	6,8 %	12,5 %	10,2 %	14,0 %	10,9 %	14,8 %	13,4 %	12,1 %	11,8 %	10,9 %
nicht finanziert/ohne Angabe	0,4 %	0,5 %	0,1 %	0,4 %	0,4 %	0,1 %	0,4 %	3,9 %	1,4 %	4,2 %	2,4 %
ZWISCHENSUMME HAUPTBERUFLICHES PERSONAL GEISTESWISSENSCHAFTEN	17.205	17.174	17.215	17.390	17.570	17.726	18.256	18.286	18.019	18.148	17.998
davon aus dem Stellenplan	88,0 %	88,2 %	86,6 %	86,3 %	84,0 %	82,2 %	80,8 %	79,3 %	81,5 %	81,1 %	79,8 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	3,0 %	2,3 %	3,7 %	3,8 %	5,3 %	6,1 %	6,1 %	6,9 %	6,0 %	6,2 %	6,4 %
aus Drittmitteln	8,3 %	8,7 %	9,2 %	9,5 %	10,3 %	11,3 %	12,0 %	12,0 %	11,0 %	11,3 %	11,3 %
nicht finanziert/ohne Angabe	0,7 %	0,7 %	0,5 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	1,2 %	1,8 %	1,5 %	1,3 %	2,6 %

noch Anhang C.3

Jahr Personalgruppe/Finanzierung der Beschäftigung	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ZWISCHENSUMME HAUPTBERUFLICHES PERSONAL											
ALLE FÄCHERGRUPPEN	152.401	154.448	153.899	155.760	156.763	157.216	160.389	164.343	166.074	164.789	165.737
davon aus dem Stellenplan	77,0 %	76,3 %	75,3 %	75,2 %	73,9 %	72,9 %	71,5 %	68,2 %	68,6 %	69,3 %	67,0 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	3,4 %	3,3 %	4,1 %	4,0 %	4,0 %	4,6 %	4,9 %	7,1 %	7,4 %	6,8 %	7,1 %
aus Drittmitteln	17,6 %	18,9 %	19,3 %	20,0 %	20,3 %	20,9 %	21,5 %	22,3 %	20,5 %	21,2 %	22,5 %
nicht finanziert/ohne Angabe	2,0 %	1,4 %	1,3 %	0,8 %	1,8 %	1,6 %	2,1 %	2,4 %	3,5 %	2,7 %	3,4 %
Gastprof. u. Emeriti (Kommunikations- u. Medienwiss.)	38	43	45	44	68	61	78	80	34	31	27
davon aus dem Stellenplan	52,6 %	23,3 %	42,2 %	22,7 %	22,1 %	13,1 %	26,9 %	18,8 %	5,9 %	54,8 %	51,9 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	39,5 %	62,8 %	53,3 %	68,2 %	75,0 %	85,2 %	69,2 %	77,5 %	88,2 %	32,3 %	29,6 %
aus Drittmitteln	2,6 %	11,6 %	2,2 %	2,3 %	1,5 %	0,0 %	0,0 %	1,3 %	0,0 %	6,5 %	3,7 %
nicht finanziert/ohne Angabe	5,3 %	2,3 %	2,2 %	6,8 %	1,5 %	1,6 %	3,8 %	2,5 %	5,9 %	6,5 %	14,8 %
Zum Vergleich: Gastprof. u. Emeriti (Geisteswiss.)	292	350	355	324	553	649	640	492	385	323	348
davon aus dem Stellenplan	52,1 %	45,1 %	46,8 %	31,8 %	28,2 %	36,5 %	44,7 %	24,6 %	14,3 %	22,3 %	19,8 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	36,6 %	41,4 %	36,1 %	51,9 %	56,1 %	49,5 %	38,9 %	53,0 %	58,2 %	44,9 %	43,7 %
aus Drittmitteln	2,7 %	6,0 %	3,4 %	6,2 %	4,7 %	2,5 %	3,4 %	3,5 %	4,7 %	9,0 %	9,2 %
nicht finanziert/ohne Angabe	8,6 %	7,4 %	13,8 %	10,2 %	11,0 %	11,6 %	13,0 %	18,9 %	22,9 %	23,8 %	27,3 %
Zum Vergleich: Gastprof. u. Emeriti (alle Fächergr.)	1.153	1.395	1.512	1.474	1.971	1.974	2.029	1.690	1.450	1.406	1.178
davon aus dem Stellenplan	63,5 %	64,1 %	58,3 %	45,0 %	38,9 %	40,3 %	45,8 %	36,2 %	23,9 %	21,8 %	16,9 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	25,3 %	23,9 %	20,1 %	41,3 %	41,9 %	40,6 %	33,1 %	37,2 %	43,7 %	48,6 %	48,0 %
aus Drittmitteln	4,4 %	6,0 %	5,4 %	5,8 %	5,2 %	4,6 %	5,4 %	6,8 %	6,8 %	8,1 %	7,3 %
nicht finanziert/ohne Angabe	6,9 %	5,9 %	16,3 %	7,9 %	14,0 %	14,5 %	15,7 %	19,8 %	25,7 %	21,5 %	27,8 %
Lehrbeauftragte, Honorarprofessoren, PD, apl. Prof. (Kommunikations- u. Medienwissenschaften)	1.057	971	976	1.129	992	1.036	1.040	1.019	1.186	1.352	1.409
davon aus dem Stellenplan	22,0 %	20,8 %	17,0 %	10,6 %	12,9 %	12,6 %	8,6 %	13,6 %	8,0 %	8,5 %	6,3 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	68,2 %	73,3 %	77,5 %	83,5 %	79,8 %	77,4 %	84,7 %	76,2 %	84,8 %	83,2 %	85,2 %
aus Drittmitteln	2,7 %	1,2 %	1,6 %	1,2 %	2,2 %	2,5 %	1,3 %	2,6 %	1,1 %	2,1 %	0,9 %
nicht finanziert/ohne Angabe	7,0 %	4,6 %	3,9 %	4,7 %	5,0 %	7,4 %	5,4 %	7,7 %	6,1 %	6,1 %	7,5 %
Zum Vergleich: Lehrbeauftragte, Honorarprofessoren, Privatdozenten, apl. Prof. (Geisteswissenschaften)	12.075	12.280	12.798	13.180	13.438	14.093	14.614	15.126	15.990	16.037	16.548
davon aus dem Stellenplan	18,5 %	19,7 %	16,5 %	12,3 %	12,7 %	10,9 %	6,1 %	11,0 %	6,5 %	7,5 %	9,0 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	73,6 %	75,2 %	77,1 %	80,5 %	76,7 %	74,5 %	81,4 %	77,9 %	80,8 %	80,4 %	75,9 %
aus Drittmitteln	1,3 %	0,7 %	1,0 %	1,0 %	1,6 %	1,4 %	2,4 %	1,3 %	2,3 %	1,5 %	2,6 %
nicht finanziert/ohne Angabe	6,6 %	4,5 %	5,3 %	6,2 %	9,0 %	13,1 %	10,0 %	9,8 %	10,5 %	10,6 %	12,5 %
Zum Vergleich: Lehrbeauftragte, Honorarprofessoren, Privatdozenten, apl. Prof. (alle Fächergruppen)	41.723	41.947	41.709	42.587	44.848	46.760	47.886	50.857	54.207	53.356	56.756
davon aus dem Stellenplan	20,1 %	19,1 %	18,4 %	14,2 %	17,5 %	14,2 %	9,3 %	12,9 %	7,9 %	9,1 %	9,7 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	68,0 %	71,8 %	73,1 %	77,7 %	69,4 %	70,1 %	74,9 %	72,9 %	74,1 %	74,5 %	70,2 %
aus Drittmitteln	2,7 %	1,5 %	6,1 %	1,7 %	2,0 %	1,6 %	2,9 %	1,8 %	2,2 %	1,7 %	2,6 %
nicht finanziert/ohne Angabe	9,2 %	7,6 %	21,6 %	6,3 %	11,1 %	14,1 %	12,8 %	12,4 %	15,8 %	14,7 %	17,5 %

noch Anhang C.3

Jahr Personalgruppe/Finanzierung der Beschäftigung	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Wiss., stud. Hilfskräfte, Tutoren (Komm.- u. Medienw.)	441	433	494	529	454	463	605	599	668	835	802
davon aus dem Stellenplan	31,1 %	21,9 %	23,1 %	26,1 %	17,6 %	21,8 %	17,4 %	16,7 %	9,9 %	11,3 %	7,4 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	34,5 %	39,5 %	50,6 %	38,9 %	50,7 %	58,1 %	52,4 %	49,1 %	65,4 %	68,0 %	63,2 %
aus Drittmitteln	12,2 %	24,0 %	10,3 %	22,7 %	20,7 %	9,9 %	18,5 %	23,0 %	11,8 %	14,7 %	19,1 %
nicht finanziert/ohne Angabe	22,2 %	14,5 %	16,0 %	12,3 %	11,0 %	10,2 %	11,7 %	11,2 %	12,9 %	6,0 %	10,3 %
Zum Vergleich: Wiss., stud. Hilfskr., Tut. (Geistesw.)	8.239	7.979	9.057	8.843	8.409	8.327	9.496	9.251	9.265	9.867	10.216
davon aus dem Stellenplan	24,5 %	23,9 %	18,5 %	25,1 %	17,0 %	12,5 %	10,8 %	8,8 %	9,8 %	14,4 %	15,5 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	52,5 %	52,5 %	59,6 %	57,0 %	64,4 %	69,0 %	70,1 %	71,4 %	71,2 %	64,6 %	60,9 %
aus Drittmitteln	11,6 %	13,2 %	12,0 %	12,3 %	12,9 %	13,1 %	11,5 %	11,8 %	11,7 %	16,2 %	15,1 %
nicht finanziert/ohne Angabe	11,4 %	10,4 %	9,9 %	5,6 %	5,7 %	5,5 %	7,7 %	8,1 %	7,2 %	4,8 %	8,4 %
Zum Vergleich: Wiss., stud. Hilfskräfte, Tutoren (alle Fächergr.)	56.602	53.834	58.091	58.257	56.181	54.847	61.843	64.296	62.935	64.418	68.560
davon aus dem Stellenplan	28,5 %	26,1 %	18,9 %	21,6 %	15,6 %	13,6 %	10,9 %	10,1 %	10,4 %	13,4 %	16,1 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	46,1 %	46,9 %	52,9 %	50,6 %	56,4 %	60,1 %	59,8 %	59,3 %	60,1 %	56,6 %	52,6 %
aus Drittmitteln	17,9 %	20,0 %	21,5 %	24,6 %	24,6 %	23,3 %	23,8 %	25,8 %	22,1 %	24,4 %	24,0 %
nicht finanziert/ohne Angabe	7,4 %	7,0 %	6,7 %	3,2 %	3,3 %	3,1 %	5,5 %	4,9 %	7,3 %	5,6 %	8,3 %
ZWISCHENS. NEBENB. PERS. KOMM.- U. MEDIENW.	1.536	1.447	1.515	1.702	1.514	1.560	1.723	1.698	1.888	2.218	2.238
davon aus dem Stellenplan	25,4 %	21,2 %	19,7 %	15,7 %	14,7 %	15,4 %	12,5 %	15,0 %	8,6 %	10,2 %	7,2 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	57,8 %	62,9 %	68,0 %	69,3 %	70,9 %	72,0 %	72,7 %	66,7 %	78,0 %	76,8 %	76,7 %
aus Drittmitteln	5,5 %	8,4 %	4,5 %	7,9 %	7,7 %	4,6 %	7,3 %	9,7 %	4,9 %	6,9 %	7,5 %
nicht finanziert/ohne Angabe	11,3 %	7,5 %	7,8 %	7,1 %	6,7 %	8,0 %	7,5 %	8,7 %	8,5 %	6,1 %	8,6 %
ZWISCHENSUMME NEBENBERUFLICHES PERSONAL GEISTESWISSENSCHAFTEN	20.606	20.609	22.210	22.347	22.400	23.069	24.750	24.869	25.640	26.227	27.112
davon aus dem Stellenplan	21,4 %	21,8 %	17,8 %	17,6 %	14,7 %	12,2 %	8,9 %	10,4 %	7,8 %	10,3 %	11,6 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	64,6 %	65,8 %	69,3 %	70,8 %	71,6 %	71,8 %	76,0 %	75,0 %	77,0 %	74,0 %	69,8 %
aus Drittmitteln	5,4 %	5,6 %	5,5 %	5,5 %	5,9 %	5,6 %	5,9 %	5,2 %	5,7 %	7,1 %	7,4 %
nicht finanziert/ohne Angabe	8,5 %	6,8 %	7,3 %	6,1 %	7,8 %	10,3 %	9,2 %	9,4 %	9,5 %	8,6 %	11,2 %
ZWISCHENSUMME NEBENBERUFLICHES PERSONAL ALLE FÄCHERGR.	99.478	97.176	101.312	102.318	103.000	103.581	111.758	116.843	118.592	119.180	126.494
davon aus dem Stellenplan	25,4 %	23,6 %	19,3 %	18,9 %	16,9 %	14,3 %	10,9 %	11,7 %	9,4 %	11,6 %	12,7 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	55,0 %	57,3 %	60,7 %	61,7 %	61,8 %	64,3 %	65,8 %	64,9 %	66,3 %	64,5 %	60,5 %
aus Drittmitteln	11,4 %	11,9 %	13,2 %	14,8 %	14,4 %	13,1 %	14,5 %	15,1 %	12,8 %	14,1 %	14,3 %
nicht finanziert/ohne Angabe	8,2 %	7,3 %	31,1 %	4,6 %	6,9 %	8,3 %	8,8 %	8,4 %	11,4 %	9,9 %	12,6 %

noch Anhang C.3

Jahr Personalgruppe/Finanzierung der Beschäftigung	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
SUMME HAUPT- UND NEBENBERUFLICHES											
WISS. PERS. (KOMMUNIKATIONS- U. MEDIENW.)	2.559	2.424	2.310	2.523	2.327	2.370	2.645	2.691	2.895	3.783	3.838
davon aus dem Stellenplan	51,0 %	49,0 %	39,0 %	35,5 %	35,7 %	36,5 %	33,6 %	35,2 %	31,4 %	37,4 %	37,1 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	36,0 %	38,6 %	48,7 %	51,0 %	49,9 %	51,4 %	51,4 %	46,8 %	55,2 %	48,4 %	48,0 %
aus Drittmitteln	6,0 %	7,7 %	7,2 %	8,6 %	9,9 %	6,8 %	9,9 %	11,1 %	7,4 %	9,0 %	8,9 %
nicht finanziert/ohne Angabe	7,0 %	4,7 %	5,2 %	4,9 %	4,5 %	5,3 %	5,1 %	6,9 %	6,0 %	5,3 %	6,0 %
SUMME HAUPT- UND NEBENBERUFLICHES											
WISS. PERS. (GEISTESW.)	37.811	37.783	39.425	39.737	39.970	40.795	43.006	43.155	43.659	44.375	45.110
davon aus dem Stellenplan	51,7 %	52,0 %	47,9 %	47,7 %	45,1 %	42,6 %	39,4 %	39,6 %	38,2 %	39,2 %	38,8 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	36,6 %	37,0 %	40,7 %	41,5 %	42,4 %	43,3 %	46,3 %	46,1 %	47,7 %	46,3 %	44,5 %
aus Drittmitteln	6,7 %	7,0 %	7,1 %	7,3 %	7,9 %	8,1 %	8,5 %	8,1 %	7,9 %	8,8 %	8,9 %
nicht finanziert/ohne Angabe	5,0 %	4,1 %	4,3 %	3,6 %	4,6 %	6,0 %	5,8 %	6,2 %	6,2 %	5,6 %	7,7 %
SUMME HAUPT- UND NEBENBERUFLICHES											
WISS. PERS. (ALLE FÄCHERGRUPPEN)	251.879	251.624	255.211	258.078	259.763	260.797	272.147	281.186	284.666	283.969	292.231
davon aus dem Stellenplan	56,6 %	56,0 %	53,1 %	52,9 %	51,3 %	49,6 %	46,6 %	44,7 %	43,9 %	45,1 %	43,5 %
aus sonstigen Haushaltsmitteln	23,8 %	24,2 %	26,6 %	26,9 %	26,9 %	28,3 %	29,9 %	31,1 %	31,9 %	31,0 %	30,2 %
aus Drittmitteln	15,1 %	16,2 %	16,9 %	17,9 %	18,0 %	17,8 %	18,6 %	19,3 %	17,3 %	18,2 %	19,0 %
nicht finanziert/ohne Angabe	4,4 %	13,7 %	3,5 %	2,3 %	3,8 %	4,2 %	4,9 %	4,9 %	6,8 %	5,7 %	7,4 %

Anmerkung: Differenzen zu Anhang C.1 (Vollzeitäquivalente) resultieren daraus, dass in Anhang C.1 Teilzeitbeschäftigte mit einem niedrigeren Faktor in die Berechnung eingingen, während in Anhang C.3 alle Personen voll gezählt werden.

5 Beispiel: 2005 gab es in den Kommunikations- und Medienwissenschaften 777 Professoren, von denen allerdings nur 667 vollzeitbeschäftigt waren. Dadurch ergibt sich für Anhang C.1 ein etwas niedrigerer Wert von 747.

Quelle: 1997-2003: ICE-Datenbank des Wissenschaftsrates, Bestand 3902; 1994-95, 2004-05: Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes; eigene Berechnungen

Anhang D.1. Übersicht über die von der DFG geförderten kommunikations- und medienwissenschaftlich orientierten Graduiertenkollegs

Die folgende Zusammenstellung gibt – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – einen Überblick über die von der DFG geförderten kommunikations- und medienwissenschaftlich orientierten Graduiertenkollegs (GRK).

- An der Freien Universität Berlin wird seit 1997 das Graduiertenkolleg „Körper-Inszenierungen“ (GRK 406) gefördert (Förderbetrag seit Beginn: 2,3 Mio. Euro, Förderbetrag 2005: 0,30 Mio. Euro). Das Kolleg untersucht Verfahren, Medien und Funktionen der Inszenierung des Körpers in verschiedenen Epochen der europäischen Kultur und ausgewählten außereuropäischen Kulturen.
- Das Graduiertenkolleg „Codierung von Gewalt im medialen Wandel“ (GRK 424) an der Humboldt-Universität Berlin beschäftigt sich mit den medialen Formen und ästhetischen Strategien der Codierung von Gewalt vom Mittelalter bis ins 20. Jahrhundert. Das Kolleg wird seit 1998 von der DFG gefördert (Förderbetrag seit Beginn: 2,3 Mio. Euro, Förderbetrag 2005: 0,35 Mio. Euro).
- An der Universität Rostock erfährt das Graduiertenkolleg „Verarbeitung, Verwaltung, Darstellung und Transfer multimedialer Daten“ (GRK 466) seit 1998 eine Förderung durch die DFG (Förderbetrag seit 1998: 1,4 Mio. Euro, Förderbetrag 2005: 0,21 Mio. Euro). Das Kolleg widmet sich zum einen der Weiterentwicklung von Verfahren zur Verarbeitung, Verwaltung, und Darstellung multimedialer Daten, zum anderen den gesellschaftlichen Aspekten der neuen Medien und ihrer multimedialen Techniken.
- An der TU Dresden dient das Graduiertenkolleg „Institutionelle Ordnungen, Schrift und Symbole“ (GRK 625) der Analyse institutioneller Ordnungen im Hinblick auf ihre Medialität, kommunikative Prozessualität und historische Kontextualität. In dieser Form wird das GRK seit 2000 von der DFG gefördert (Förderbetrag seit 2000: 1,4 Mio. Euro, Förderbetrag 2005: 0,32 Mio. Euro).
- An der Universität Gießen ist das Graduiertenkolleg „Transnationale Medienereignisse von der Frühen Neuzeit bis zur Gegenwart“ (GRK 891) beheimatet. Es untersucht mediale Inszenierungen von Schlüsselereignissen von der Erfindung des Buchdrucks bis ins Zeitalter des Internets. Die Förderung durch die DFG erfolgt seit 2003 (Förderbetrag seit Beginn: 0,59 Mio. Euro, Förderbetrag 2005: 0,27 Mio. Euro).

- Das Graduiertenkolleg „Mediale Historiographien“ (GRK 1020) analysiert das Verhältnis von Geschichte und Medien in ihrer gegenseitigen Verschränkung. Es wird seit 2005 an der Universität Weimar gefördert (Förderbetrag 2005: 0,33 Mio. Euro).
- Das Graduiertenkolleg „Archiv, Macht, Wissen – Organisieren, Kontrollieren, Zerstören von Wissensbeständen von der Antike bis zur Gegenwart“ (GRK 1049) mit Sitz an der Universität Bielefeld erforscht die (wissenschafts-)politische Bedeutung der Wissensspeicherung und die Veränderung der Speichermedien im Zuge der Digitalisierung. In dieser Form wird das GRK seit 2005 gefördert (Förderbetrag 2005: 0,12 Mio. Euro).
- In Tübingen wird seit 1999 das Graduiertenkolleg „Wissenserwerb und Wissensaustausch mit neuen Medien“ (GRK 443) von der DFG getragen (Förderbetrag seit 1999: 2,2 Mio. Euro, Förderbetrag 2005: 0,30 Mio. Euro). Dieses virtuelle Kolleg adressiert Fragen der modernen globalen Informationsgesellschaft aus psychologischer Perspektive.

Anhang D.2. Übersicht über die von der DFG derzeit geförderten bzw. in ihrer Förderung abgeschlossene Sonderforschungsbereiche bzw. Forschungskollegs (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

Derzeit geförderte Sonderforschungsbereiche/Forschungskollegs

- Das Forschungskolleg „Medien und kulturelle Kommunikation“ (SFB 427) an der Universität zu Köln untersucht Fragen der Medienevolution mit kulturwissenschaftlicher Akzentsetzung. Das Forschungskolleg wird seit 1999 von der DFG getragen (Förderbetrag 2005: 1,9 Mio. Euro; Förderbetrag seit 1999: 11,6 Mio. Euro).
- In Berlin wird seit 1999 der Sonderforschungsbereich „Kulturen des Performativen“ (SFB 447) gefördert (Förderbetrag seit Beginn: 10,3 Mio. Euro, Förderbetrag 2005: 2,1 Mio. Euro). Der SFB fragt nach der Relevanz von Performativität für die Analyse großer Kommunikationsumbrüche seit dem Mittelalter.
- Seit 1999 wird an der TU München der Sonderforschungsbereich „Wirklichkeitsnahe Telepräsenz und Teleaktion“ (SFB 453) gefördert (Förderbetrag seit Beginn: 9,2 Mio. Euro, Förderbetrag 2005: 1,8 Mio. Euro). Ziel des SFBs ist die realitätsnahe Gestaltung von Telepräsenz- und Teleaktionsprozessen, die einen menschlichen Operator mit Hilfe technischer Mittel in die Lage versetzen, an entfernten Orten präsent zu sein und dort auch aktiv einzugreifen.
- An der Universität Siegen ist das kulturwissenschaftliche Forschungskolleg „Medienumbrüche, Medienkulturen und Medienästhetik zu Beginn des 20. Jahrhundert im Übergang zum 21. Jahrhundert“ (SFB 615) verankert. Das Forschungskolleg untersucht Voraussetzungen und Strukturen von Medienumbrüchen in ihrer Bedeutung, Entstehung und Veränderung von Medienkulturen sowie für die Entwicklung der Medienästhetik. Mit der jetzigen Ausrichtung wird das Forschungskolleg seit 2002 von der DFG gefördert (Förderbetrag 2005: 1,8 Mio. Euro; Förderbetrag seit 2002: 5,0 Mio. Euro).
- Der Sonderforschungsbereich „Ästhetische Erfahrung im Zeichen der Entgrenzung der Künste“ (SFB 626) thematisiert Entgrenzungstendenzen zwischen den Künsten einerseits sowie zwischen Kunst und Nicht-Kunst andererseits. Er wird seit 2003 an der Freien Universität Berlin gefördert (Förderbetrag seit 2003: 3,6 Mio. Euro; Förderbetrag 2005: 1,3 Mio. Euro).

Ausgelaufene Sonderforschungsbereiche/Forschungskollegs

- Der erste kommunikationswissenschaftliche Sonderforschungsbereich „Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien“ (SFB 240) wurde an der Universität/Gesamthochschule Siegen in der Zeit von 1986 bis 2000 gefördert (Gesamtfördersumme: 17,5 Mio. Euro).
- Der Sonderforschungsbereich „Träger, Felder, Formen pragmatischer Schriftlichkeit im Mittelalter“ (SFB 231) wurde von 1986 bis 1999 an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster gefördert (Gesamtfördersumme: 11,0 Mio. Euro).
- 1996 ist die Förderung für den Sonderforschungsbereich „Übergänge und Spannungsfelder zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit“ (SFB 321) in Freiburg ausgelaufen (Gesamtfördersumme von 1985 bis 1996: 12,6 Mio. Euro).

Anhang D. 3. Übersicht über die von der DFG geförderten Forschergruppen
(ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

- Die DFG fördert die Forschergruppe „Programmgeschichte DDR – Fernsehen“ (FOR 382), die Sendungen und Sendeformen des Fernsehprogramms der DDR von dessen Anfängen bis zum Übergang ins föderale Fernsehsystem Deutschlands untersucht (Förderbetrag seit 2001: 4,1 Mio. Euro; Förderbetrag 2005: 0,64 Mio. Euro).
- Die Forschergruppe „Bild, Schrift und Zahl“ (FOR 391) thematisiert die drei kulturellen Konstituentien Bild, Schrift und Zahl sowie die aus ihrem Zusammenwirken entstehenden kulturellen Prozesse. Neben Geisteswissenschaftlern sind an dieser Forschergruppe auch Informatiker und Mathematiker beteiligt. Die DFG fördert die Forschergruppe seit 2001 (Förderbetrag seit 2001: 2,8 Mio. Euro; Förderbetrag 2005: 0,56 Mio. Euro.)

Anhang D. 4. Übersicht über die Nachwuchsgruppen im Emmy-Noether-Programm (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

- „Benutzerschnittstellen für Ubiquitous Computing und instrumentierte Umgebungen“ mit einem medienwissenschaftlichen Schwerpunkt in der Gestaltung von geeigneten und akzeptanzfördernden medientechnischen Kommunikationsformen zwischen menschlichen Benutzern und ständig kleiner und zahlreicher werdenden Rechnerkomponenten an der Ludwig-Maximilians-Universität München.
- „Benutzeradaptive Schnittstellen zur Suche und Navigation in Dokumentendatenbanken“ an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg. Ziel der Forschungsgruppe ist eine stärker benutzerdefinierte Ausrichtung von Suchfunktionen, die ein effizienteres Auffinden von Informationen möglich macht.
- „Text-Mining: Wissensentdeckung in Text-Sammlungen und Effizienz von Dokumentenverarbeitungsprozessen“ an der Humboldt-Universität zu Berlin mit einem medientechnologischen Schwerpunkt in der Entwicklung von Methoden, die der Vereinfachung und Effizienzsteigerung des Suchens in großen Datenbanken, insbesondere in wissenschaftlichen Archiven, dienen.
- „Wissensbasierte Informationsverarbeitung in verteilten, komplexen Anwendungsdomänen mit Hilfe dezentraler Systemarchitekturen und verteilter Wissensmodelle“ an der Universität Mannheim. Ziel des Projekts ist es, die Verarbeitung von Wissen und Informationen in verteilten, wissensintensiven Anwendungsbereichen zu unterstützen.
- „Kulturgeschichte des Menschenversuchs“ an der Universität Bonn (April 2003 – März 2007) mit einem medienwissenschaftlichen Schwerpunkt hinsichtlich der Frage nach der Darstellbarkeit von Experimenten am Menschen

Anhang D.5. Übersicht über die von der DFG geförderten Schwerpunktprogramme (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

- DFG-Schwerpunktprogramm „Publizistische Medienwirkungen“ (eingesetzt 1982/1983). Innerhalb dieses Schwerpunktes beleuchteten insgesamt zwölf Einzelprojekte, überwiegend auf Basis empirischer Erhebungen und gefördert mit knapp sechs Mio. DM, unterschiedliche Facetten der Wirkungen aktueller Berichterstattung.

Anhang D.6. Übersicht über außeruniversitäre Institute der Kommunikations- und Medienwissenschaften innerhalb der großen Wissenschaftsorganisationen in Deutschland (Stand: 1. Januar 2007)
(Grundlage: Anfrage des Wissenschaftsrates an alle großen Wissenschaftsorganisationen)

Name des Instituts	Wissenschaftl. FuE-Personal [VZÄ]	Nichtwissenschaftl. FuE-Personal [VZÄ]	FuE-Personal Anteil Medienwissenschaften [%]	Grundmittel [T€]	Drittmittel [T€]	Anteil Medienwissenschaften [%]	Grund- und Drittmittel für kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung [T€]
Max-Planck-Gesellschaft							
<i>Keine medienwissenschaftlich arbeitenden Institute</i>							
Helmholtz-Gemeinschaft							
Institut für Angewandte Informatik (IAF), Forschungszentrum Karlsruhe	72	9	2,5	1.300	610	ca. 2	38,2
Leibniz-Gemeinschaft							
Institut für Wissensmedien (FWM), Tübingen	30,10	13,50	100	3.148	1.182	100	4.330
Institute der Fraunhofer-Gesellschaft für ...							
Software u. Systemtechnik (ISST), Dortmund/ Berlin	58	22	33	4.400	6.023	40	4.169,2
Graphische Datenverarbeitung (IGD), Darmstadt/ Rostock	100	50	15	3.000	11.000	15	2.100
Rechnerarchitektur u. Softwaretechnik (FIRST), Berlin	74	18	26	3.685	5.609	27	2.509,38
Offene Kommunikationssystem (FOKUS), Berlin	95	7	7,3	3.400	9.300	6,2	787,4
Digitale Medientechnologie (IDMT), Ilmenau	28	8	100	1.356	7.903	100	9.259
Arbeitswirtschaft u. Organisation (IAO), Stuttgart	114	K.A.	10	4.460	11.978	10	1.643,8
Autonome Intelligente Systeme (IAIS), St. Augustin	89	K.A.	10	5.996	10.247	47	7.634,21
Angewandte Informationstechnik (FIT), St. Augustin	82	K.A.	5	2.757	5.836	5	429,65
Nachrichtentechnik, Heinrich-Hertz-Institut (HHI), Berlin	220	K.A.	5	11.460	11.562	5	1.151,1

Anhang E.1. Entwicklung der Erwerbstätigkeit in der Medienbranche und insgesamt 1995-2004

	1995	1996	2000	2003	2004
Erwerbstätige Medienbranche	705.259 100,0 %	760.083 100,0 %	1.026.869 100,0 %	1.059.657 100,0 %	1.093.503 100,0 %
darunter Hochschulabsolventen	182.747 25,9 %	218.091 28,7 %	310.065 30,2 %	344.519 32,5 %	364.711 33,4 %
darunter Geisteswissenschaftler	56.650 31,0 %	55.964 25,7 %	62.302 20,1 %	71.275 20,7 %	72.690 19,9 %
darunter Kommunikations- und Medienwissenschaftler	16.107 8,8 %	24.885 11,4 %	28.508 9,2 %	41.384 12,0 %	41.979 11,5 %
darunter ohne Hochschulabschluss	522.512 74,1 %	541.992 71,3 %	716.804 69,8 %	715.138 67,5 %	728.793 66,6 %
Erwerbstätige insgesamt	35.726.645 100,0 %	35.634.438 100,0 %	36.231.329 100,0 %	35.733.632 100,0 %	35.209.026 100,0 %
darunter Hochschulabsolventen	4.733.855 13,3 %	4.997.706 14,0 %	5.032.846 13,9 %	5.225.703 14,6 %	5.329.979 15,1 %
darunter Geisteswissenschaftler	330.879 7,0 %	326.322 6,5 %	291.186 5,8 %	313.418 6,0 %	319.757 6,0 %
darunter Kommunikations- und Medienwissenschaftler	41.331 0,9 %	55.882 1,1 %	63.135 1,3 %	79.967 1,5 %	77.902 1,5 %
darunter ohne Hochschulabschluss	30.992.790 86,7 %	30.636.733 86,0 %	31.198.483 86,1 %	30.507.929 85,4 %	29.879.047 84,9 %

Anhang E.2. Entwicklung der Erwerbstätigkeit in den Medienberufen insgesamt 1995-2004

	1995	1996	2000	2003	2004
Erwerbstätige	613.875 100,0 %	655.183 100,0 %	818.259 100,0 %	888.114 100,0 %	902.092 100,0 %
darunter Hochschulabsolventen	234.524 38,2 %	263.226 40,2 %	323.963 39,6 %	360.352 40,6 %	370.250 41,0 %
darunter Geisteswissenschaftler	47.902 20,4 %	45.874 17,4 %	54.887 16,9 %	58.185 16,1 %	55.714 15,0 %
darunter Kommunikations- und Medienwissenschaftler	25.268 10,8 %	37.916 14,4 %	43.512 13,4 %	57.005 15,8 %	55.866 15,1 %
darunter ohne Hochschulabschluss	379.351 61,8 %	391.957 59,8 %	494.296 60,4 %	527.762 59,4 %	531.842 59,0 %

Anhang E.3.: Erwerbstätige Hochschulabsolventen nach Fächergruppen 2005 in Prozent

Branchen	Insgesamt	Fächergruppe							Ohne Angabe
		Kommunikations- u. Medienwissenschaften	Geisteswissenschaften (ohne Medienwissenschaften)	Rechts-, Wirtschafts-, Sozialwissenschaften	Mathematik, Naturwissenschaften	Ingenieurwissenschaften	Sonstige		
22.1 Verlagsgewerbe	100,0 %	14,4 %	29,2 %	23,7 %	**	**	**	15,5 %	**
72.2 Softwarehäuser	100,0 %	**	**	18,2 %	45,5 %	23,4 %	6,2 %	**	**
72.4 Datenbanken	100,0 %	**	**	**	49,2 %	**	**	**	**
74.4. Werbung	100,0 %	17,8 %	**	28,8 %	**	**	29,6 %	**	**
92.1 Film- und Videoherstellung, -verleih u. -vertrieb; Kinos	100,0 %	**	**	**	**	**	0,0%	**	**
92.2 Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen	100,0 %	22,1 %	28,3 %	22,5 %	**	**	**	**	**
92.3 Erbringen sonstiger kultureller u. unterhaltender Leistungen	100,0 %	**	64,6 %	7,2 %	**	**	16,5 %	**	**
92.4 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros, selbständige Journalist(inn)en	100,0 %	22,3 %	30,4 %	27,5 %	**	**	**	**	**
92.5 Bibliotheken, Archive, Museen, botanische u. zoologische Gärten	100,0 %	29,7 %	32,0 %	**	**	**	**	**	**
Mediensektor im engeren Sinne (22.1; 74.4; 92.2; 92.4)	100,0 %	18,0 %	24,6 %	25,4 %	5,0 %	7,9 %	16,6 %	**	**
Mediensektor insgesamt	100,0 %	10,5 %	25,5 %	18,1 %	18,0 %	12,2 %	13,5 %	2,2 %	2,2 %
Erwerbsanteil für Hochschulabsolventen insg.	100,0 %	1,4 %	7,0 %	26,3 %	9,9 %	23,2 %	29,9 %	2,3 %	2,3 %

** Keine Angabe möglich; die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000.

Anhang E.4. Erwerbstätige Hochschulabsolventen in Medienbranchen 2005

Medienbranche	Hauptfachrichtung					
	07 Bibliothek, Informationswesen, Archiv	08 Journalismus u. Bericht- erstattung	77 Audiovisuelle Techniken u. Medienprod.*	Kommuni- kations- u. Medienw. insg.**	Geisteswiss. insg. (ohne Komm.- u. Medienw.)	Hochschul- absolven- ten insg.
DE 22.1 Verlagsgewerbe	**	5.578	**	8.888	17.997	61.679
	**	23,1 %	**	11,5 %	4,5 %	1,1 %
OA 92.5 Bibliotheken, Archive, Museen, bot. u. zool. Gärten	6.479	**	**	7.020	7.560	23.614
	30,1 %	**	**	9,0 %	1,9 %	0,4 %
OA 92.4 Journalisten, Nachrichtenbüros u. a.	**	5.350	**	6.542	8.908	29.321
	**	22,1 %	**	8,4 %	2,2 %	0,5 %
KA 74.4 Werbung	**	**	5.106	6.187	**	34.815
	**	**	20,0 %	8,0 %	**	0,6 %
OA 92.2 Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk- u. Fernsehprogrammen	**	**	**	5.507	7.069	24.966
	**	**	**	7,1 %	1,8 %	0,4 %
KA 72.2 Softwarehäuser	**	**	**	**	**	115.839
	**	**	**	**	**	2,0 %
OA 92.2 Kulturelle/unterhaltende Leistungen	-	**	**	**	46.495	71.962
	0,0%	**	**	**	11,7 %	1,3 %
OA 92.3 Film- u. Videoherstellung, -verleih u. -vertrieb; Kinos	-	**	**	**	**	9.309
	0,0%	**	**	**	**	0,2 %
KA 72.4 Datenbanken	-	-	**	**	**	12.429
	0,0%	0,0%	**	**	**	0,2 %
Erwerbstätige in der Medienbranche insg.	8.353	17.125	12.195	40.439	97.990	383.934
	38,8 %	70,8 %	47,7 %	52,1 %	24,6 %	6,8 %
Erwerbstätige insg.	21.514	24.195	25.553	77.590	398.163	5.651.553
	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

* (mit medienwissenschaftlichen Schwerpunkt)

** Keine Angabe möglich; die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000.

*** Einschl. Hauptfachrichtung 35 Marketing und Werbung (mit medienwiss. Schwerpunkt); 42 Informatik (mit medienwiss. Schwerpunkt); 74 Musik und darstellende Kunst (mit medienwiss. Schwerpunkt); 87 Computer-Bedienung (mit medienwiss. Schwerpunkt). Diese Hauptfachrichtungen können hier nicht aufgeschlüsselt werden; die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000.

Lesehilfe: Von 21.514 erwerbstätigen Bibliothekswissenschaftlern (=100 %) arbeiten 30,1 % in Archiven etc., 38,8 % in den Medienbranchen insgesamt.

Anhang E.5.: Erwerbstätige Hochschulabsolventen in Medienberufen 2005

Beruf	Hauptfachrichtung										
	07 Bibliothek, Informationswesen, Archiv	08 Journalismus u. Berichterstattung	35 Marketing u. Werbung*	42 Informatik*	74 Musik u. darstellende Kunst*	77 Audiovisuelle Techniken u. Medienprod.*	87 Computer-Bedienung*	Kommunikations- u. Medienw. insg.	Geistesw. insg. (ohne Komm.- u. Medienw.)	Hochschulabsolventen insg.	
821 Publizist(inn)en	**	16.374 67,7 %	- 0,0 %	- 0,0 %	**	**	- 0,0 %	18.977 24,5 %	31.505 7,3 %	91.798 1,6 %	
823 Bibliothekare, Archivare, Museumsfachleute	14.004 65,1 %	**	- 0,0 %	- 0,0 %	- 0,0 %	- 0,0 %	- 0,0 %	14.124 18,2 %	6.218 1,4 %	29.405 0,5 %	
834 Bildende Künstler(innen) (angewandte Kunst)	**	**	**	- 0,0 %	- 0,0 %	8.030 31,4 %	- 0,0 %	8.517 11,0 %	**	49.375 0,9 %	
882 Geisteswissenschaftler(innen)	- 0,0 %	**	- 0,0 %	- 0,0 %	- 0,0 %	- 0,0 %	- 0,0 %	**	10.748 2,7 %	15.101 0,3 %	
Erwerbstätige in Medienberufen insgesamt	15.136 70,3 %	19.176 79,3 %	** **	** **	** **	15.827 61,9 %	** **	53.716 69,2 %	74.590 18,7 %	420.224 7,4 %	
Erwerbstätige insgesamt	21.516 100,0 %	24.193 100,0 %	** **	** **	** **	25.552 100,0 %	** **	77.583 100,0 %	398.164 100,0 %	5.651.552 100,0 %	

* (mit medienwiss. Schwerpunkt) Legende: - keine Beschäftigten vorhanden, ** keine Angabe möglich (die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000)

Lesehilfe: Von 21.516 erwerbstätigen Bibliothekswissenschaftlern arbeiten 65,1 % als Bibliothekare, 70,3 % in Medienberufen insgesamt.

Anhang E.6. Erwerbstätigkeit von Hochschulabsolventen 2005 nach höchstem Bildungsabschluss

Hauptfachrichtung	Anzahl erwerbstätiger Hochschulabsolventen insg.	Anteil FH-Absolventen in %	Anteil Univ.-Absolventen ohne Promotion in %	Anteil Univ.-Absolventen mit Promotion in %
07 Bibliothek, Information, Archiv	21.517	67,9	28,7	3,4
08 Journalismus und Berichterstattung	24.193	15,8	79,6	4,6
77 Audiovisuelle Techniken und Medienprod. (mit medienwissenschaftlichem Schwerpunkt)	25.551	48,8	48,8	2,4
Kommunikations- und Medienwissenschaften insg.*	77.581	43,7	53,1	3,2
Geisteswissenschaften insg. (ohne Medienwissenschaften)**	398.163	8,3	83,6	8,0
Hochschulabsolventen insg.	5.651.550	34,0	57,7	8,3

* Einschl. Hauptfachrichtung 35 Marketing und Werbung (mit medienwiss. Schwerpunkt); 42 Informatik (mit medienwiss. Schwerpunkt); 74 Musik und darstellende Kunst (mit medienwiss. Schwerpunkt); 87 Computer-Bedienung (mit medienwiss. Schwerpunkt). Diese Hauptfachrichtungen können hier nicht aufgeschlüsselt werden; die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000. - ** Rundungsdifferenzen.

Anhang E.7. Einkommensstruktur von erwerbstätigen Kommunikations- und Medienwissenschaftlern im Vergleich zu Geisteswissenschaftlern und Hochschulabsolventen insgesamt (2005)

Hauptfachrichtung	Monatliches Nettoeinkommen in Euro (arithmetisches Mittel)			Monatliches Nettoeinkommen in Euro (Median)		
	insg.	Männer	Frauen	insg.	Männer	Frauen
	Vollzeit und Teilzeit					
07 Bibliothek, Informationswesen, Archiv	1.480	**	1.418	1.521	**	1.479
08 Journalismus und Berichterstattung	2.080	2.414	1.751	1.936	2.380	1.557
77 Audiovisuelle Techniken und Medienprod. (mit medienwissenschaftlichem Schwerpunkt)	1.794	1.995	1.631	1.723	1.831	1.511
Kommunikations- und Medienwissenschaften insg.*	1.793	2.101	1.587	1.651	2.011	1.511
Geisteswissenschaften insg. (ohne Kommunikations- und Medienwissenschaften)	1.762	2.138	1.511	1.619	1.969	1.439
Hochschulabsolventen insg.	2.314	2.735	1.631	2.005	2.389	1.533
	nur Vollzeit					
07 Bibliothek, Informationswesen, Archiv	1.822	**	1.655	1.649	**	1.605
08 Journalismus und Berichterstattung	2.277	2.405	2.131	2.068	2.326	1.894
77 Audiovisuelle Techniken und Medienprod. (mit medienwissenschaftlichem Schwerpunkt)	2.066	2.211	1.932	1.834	1.936	1.786
Kommunikations- und Medienwissenschaften insg.*	2.077	2.300	1.886	1.870	2.161	1.681
Geisteswissenschaften insg. (ohne Kommunikations- und Medienwissenschaften)	2.104	2.315	1.883	1.918	2.080	1.771
Hochschulabsolventen insg.	2.667	2.938	2.070	2.302	2.530	1.900

* Einschl. Hauptfachrichtung 35 Marketing und Werbung (mit medienwiss. Schwerpunkt); 42 Informatik (mit medienwiss. Schwerpunkt); 74 Musik und darstellende Kunst (mit medienwiss. Schwerpunkt); 87 Computer-Bedienung (mit medienwiss. Schwerpunkt). Diese Hauptfachrichtungen können hier nicht aufgeschlüsselt werden; die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000.

Anhang E.8. Erwerbstätige Hochschulabsolventen 2004 in nicht akademischen Berufen oder Positionen

	Berufe ¹⁾			Positionen ²⁾		
	insg.	Männer	Frauen	insg.	Männer	Frauen
Kommunikations- und Medienwissenschaftler insg.	9.126	4.048	5.078	5.137	**	**
	11,7 %	**	12,1 %	6,6 %	**	**
Geisteswissenschaftler insg. (ohne Kommunikations- und Medienwissenschaftler)	45.270	12.776	32.494	28.120	8.643	19.477
	14,2 %	9,0 %	18,3 %	8,4 %	5,6 %	10,6 %
alle Hochschulabsolventen	789.808	420.625	369.183	353.122	167.501	185.621
	14,8 %	12,9 %	17,8 %	6,6 %	5,1 %	9,0 %
davon mit FH-Abschluss	385.458	217.047	168.411	164.006	82.173	81.833
	20,9 %	17,6 %	27,3 %	8,9 %	6,7 %	13,2 %
davon mit Univ.-Abschluss	404.350	203.577	200.773	189.117	85.328	103.789
	11,6 %	10,0 %	13,8 %	5,4 %	4,2 %	7,1 %

1) Dabei handelt es sich um folgende Berufsgruppen nach der Klassifizierung der Berufe des Statistischen Bundesamtes 1992: 02 (Tierwirtschaftliche Berufe), 07 (Bergleute), 08 (Mineralgewinner, -aufbereiter), 10-55 (Fertigungsberufe), 62-64 (Techniker, Technische Sonderfachkräfte und Technische Zeichner) 66 (Verkaufspersonal), 68 (Verlagskaufleute), 71 (Berufe des Landverkehrs), 73 (Berufe des Nachrichtenverkehrs), 74 (Lagerverwalter), 78 (Büroberufe, Kaufmännische Angestellte), 79 (Dienst-, Wachberufe), 85 (Gesundheitsdienstberufe), 90-93 (Sonstige Dienstleistungsberufe).

2) Arbeiter(inn)en und Angestellte mit einfacher Tätigkeit = An- und ungelernete Arbeiter/Nichtfacharbeiter, Facharbeiter/Geselle, Vorarbeiter, Kolonnenführer/Gruppenleiter, Meister, Polier im Arbeiterverhältnis, Meister, Polier im Angestelltenverhältnis, Ausführender Angestellter (z. B. Bürobote, Kassierer, Schreibkraft), Angestellter mit einfachen Fachtätigkeiten (z. B. Verkäufer, Kontorist, Sekretär)

** Keine Angabe möglich; die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000.

Anhang E.9. Frauenanteil und Beschäftigungsumfang bei erwerbstätigen Hochschulabsolventen 2005

Hauptfachrichtung	Erwerbstätige Hochschulabsolventen		Anteil Vollzeitbeschäftigter unter den erwerbstätigen Hochschulabsolventen in %	
	insg.	Frauenanteil in %	bei Männern	bei Frauen
07 Bibliothek, Informationswesen, Archiv	21.516	74,0	82,0	63,4
08 Journalismus und Berichterstattung	24.193	52,4	91,4	73,5
77 Audiovisuelle Techniken und Medienprod. (mit medienwissenschaftlichem Schwerpunkt)	25.551	54,3	84,4	76,4
Kommunikations- u. Medienwiss. insg.*	77.580	58,0	84,3	70,9
Geistesw. insg. (ohne Komm.- u. Medienw.)	398.163	57,2	83,2	59,5
Hochschulabsolventen insg.	5.651.550	39,4	93,7	65,6

* Einschl. Hauptfachrichtung 35 Marketing und Werbung (mit medienwiss. Schwerpunkt); 42 Informatik (mit medienwiss. Schwerpunkt); 74 Musik und darstellende Kunst (mit medienwiss. Schwerpunkt); 87 Computer-Bedienung (mit medienwiss. Schwerpunkt). Diese Hauptfachrichtungen können hier nicht aufgeschlüsselt werden; die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000.

** Keine Angabe möglich; die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000.

Anhang E.10. Selbständigkeit bei erwerbstätigen Hochschulabsolventen 2005

Hauptfachrichtung	Als Selbständige tätige Hochschulabsolventen								
	unter erwerbstätigen Hochschulabsolventen insg.		unter weiblichen erwerbstätigen Hochschulabsolventen		unter männlichen erwerbstätigen Hochschulabsolventen		davon: Anteil Selbständiger ohne Beschäftigte (in %)		
	absolut	%	absolut	%	absolut	%	insg.	w	m
08 Journalismus und Berichterstattung	7.465	30,9	**	**	**	**	84,8	**	**
77 Audiovisuelle Techniken u. Medienprod. (mit medienwiss. Schwerpunkt)	11.331	44,3	5.995	44,3	5.336	45,7	84,1	87,8	80,0
Kommunikations- und Medienwissenschaftler insg.*	22.473	29,0	11.842	29,0	10.631	32,6	84,5	88,2	80,4
Geisteswissenschaftler insg. (ohne Kommunikations- und Medienwissenschaftler)	101.543	25,5	54.541	25,5	47.002	27,6	91,0	92,2	89,6
Hochschulabsolventen insg.	1.048.515	18,6	350.726	18,6	697.789	20,4	53,6	65,4	47,7

* Einschl. Hauptfachrichtung 07 Bibliothek, Informationswesen, Archiv; 35 Marketing und Werbung (mit medienwiss. Schwerpunkt); 42 Informatik (mit medienwiss. Schwerpunkt); 74 Musik und darstellende Kunst (mit medienwiss. Schwerpunkt); 87 Computer-Bedienung (mit medienwiss. Schwerpunkt). Diese Hauptfachrichtungen können hier nicht aufgeschlüsselt werden; die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000.

** Keine Angabe möglich; die Fallzahl liegt jeweils unter 5.000.

Anhang F: Modellcurricula kommunikations- und medienwissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge

Bachelorstudiengang				
	Kommunikationswissenschaft	Medientechnologie	Informatik	Kulturwissenschaftliche Medialitätsforschung
Basismodul	<i>Theorien und Modelle der Kommunikation</i>	<i>Grundlagen der Informatik</i>	Module des Informatikbachelors	<i>Module eines geistes-, kultur- oder sozialwissenschaftlichen Bachelor (mit Berücksichtigung von Medientheorie und Medien-geschichte)</i>
Basismodul	<i>Entstehung medialer, insbesondere journalistischer Inhalte</i>	<i>Multimedia-technologie</i>		
Basismodul	<i>Typische Medienformen, Medieninhalte und mediale Berichterstattungsweisen</i>	<i>Medientechnische Ergänzung</i>		
Basismodul	<i>Das deutsche Mediensystem im internationalen Vergleich</i>	<i>Theorie und Praxis der Kommunikation</i>		
Basismodul	<i>Empirische Methodenlehre</i>			
Kommunikations-wiss. Modul	-----	<i>Mediennutzung und –wirkung oder Berufsfeld Kommunikation</i>		<i>Medienstrukturen/Medien-system oder Methoden der empirischen Sozialforschung</i>
Medialitäts-forschungsmodul	<i>Medientheorie und Mediengeschichte</i>	<i>Medientheorie und Mediengeschichte</i>		-----
Medientechnolog. Modul	Grundlagen der Datenkommunikation	-----		<i>Grundlagen der Datenkommunikation</i>

Literatur

Averbeck, Stefanie (2000): Die Französische Kommunikationswissenschaft, semiotische Perspektiven und die Sphären der Postmoderne, in: Medien & Kommunikation, 48, S. 396-404.

Beck, Klaus (2006a): Medien, in: Bentele, Günter/ Brosius, Hans-Bernd/ Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, S. 165.

Beck, Klaus (2006b): Computervermittelte Kommunikation im Internet, München/Wien.

Bohn, R. et al. (Hrsg.) (1988): Ansichten einer künftigen Medienwissenschaft, Berlin.

Bolz, Norbert/ Kittler, Friedrich A./ Tholen, Christoph (Hrsg.) (1999): Computer als Medium, München.

Bonfadelli, Heinz (2005): Was ist öffentliche Kommunikation? Grundbegriffe und Modelle, in: Heinz Bonfadelli/ Otfried Jarren/ Gabriele Siegert (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. 2. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien: S. 73-101.

Bredenkamp, Horst (2003): Bildmedien, in: Hans Belting/ Heinrich Dilly/ Wolfgang Kemp/ Willibald Sauerländer/ Martin Warnke (Hrsg.): Kunstgeschichte. Eine Einführung, Bonn, 6. überarbeitete und erweiterte Auflage, S. 355-378.

Bredenkamp, Horst (2006): Kunsthistorische Erfahrungen und Ansprüche, in: Klaus Sachs-Hombach (Hrsg.): Bild und Medium. Kunstgeschichtliche und philosophische Grundlagen der interdisziplinären Bildwissenschaft, Köln, S. 11-26.

Briggs, Asa/ Burke, Peter (2005): A Social History of the Media. From Gutenberg to the INTERNET, 2nd edition, Cambridge UK.

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wien/ Köln/ Weimar.

Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (2001): Die Mediengesellschaft und ihre Wissenschaft. Herausforderungen für die Kommunikations- und Medienwissenschaft als akademische Disziplin, München.

Eischen, Kyle (2000): Information Technology: History, Practice and Implications for Development. CGIRS Working Paper Series – WP#2000-4, <http://www2.uscs.edu/cgirs>.

Empfehlungen der Zukunftskommission für die Kommunikations- und Medienwissenschaft in der Schweiz (2006)

Engell, Lorenz/ Vogl, Joseph (1999): Zur Einführung, in: Claus Pias et al. (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, München, S. 8-11.

Fohrmann, Jürgen (2005): Einleitung, in: ders.: Gelehrte Kommunikation. Wissenschaft und Medium zwischen dem 16. und 20. Jahrhundert, Wien/Köln/Weimar, S. 9-22.

Frank, Gustav (2006): Textparadigma kontra visueller Imperativ: 20 Jahre *Visual Culture Studies* als Herausforderung der Literaturwissenschaft, in: Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur (IASL), 31. Bd., 2. Heft, S. 26 – 89.

German Entertainment and Media Outlook: 2006-2010. Die Entwicklung des deutschen Unterhaltungs- und Medienmarktes, erstellt von PricewaterhouseCoopers Oktober 2006 (www.pwc.com/de/outlook_2006-2010)

Gumbrecht, Hans Ulrich/ Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.) (1988): Materialität der Kommunikation, Frankfurt a.M.

Gysin, Nicole/Meier, Peter/ Blum, Roger/ Häusler, Thomas/Süss, Daniel (2004): Selbst-evaluationsbericht. Evaluation der Kommunikations- und Medienwissenschaft in der Schweiz, Bern.

Hachmeister (1987): Theoretische Publizistik. Studien zur Geschichte der Kommunikationswissenschaft, Berlin.

Hallenberg, Gerd (2000): Medien, in: Reallexikon der Deutschen Literaturwissenschaft, Bd. 2, hrsg. von Harald Fricke, Neubearbeitung gemeinsam mit Georg Braungart, Klaus Grubmüller, Jan-Dirk Müller, Friedrich Vollhardt, Klaus Weimar, Berlin/ New York, S. 551-554.

Te Heesen, Anke/ Spary, E.C. (2002): Sammeln als Wissen, in: Anke te Heesen/ E.C. Spary: Sammeln als Wissen. Das Sammeln und seine wissenschaftsgeschichtliche Bedeutung, Göttingen, S. 7-21.

HIS (2005): K. Briedis: Das Studium der Sprach-, Literatur- und Kommunikations- und Medienwissenschaften aus Sicht des Arbeitsmarktes. Wie steht es um die beruflichen Chancen? Vortrag gehalten am 27. Oktober 2005 in Hamburg. (<http://www.his.de/Abt2/Berufseintritt/absolventenprojekt/vortrag/SLM.pdf>, Stand April 2006).

Höflich, Joachim R./ Gebhardt, Julian (Hrsg.) (2005): Mobile Kommunikation: Perspektiven und Forschungsfelder. Berlin: Peter Lang.

Jaeger, Karl (1926): Von der Zeitungskunde zur publizistischen Wissenschaft, Jena.

Jardine, Nicholas (2002): Sammlung, Wissenschaft, Kulturgeschichte, in: Anke te Heesen/ E.C. Spary: Sammeln als Wissen. Das Sammeln und seine wissenschaftsgeschichtliche Bedeutung, Göttingen, S. 199-220.

Kloock, D./ Spahr, A. (2000): Medientheorien. Eine Einführung. 2., korrigierte und erweiterte Auflage, München.

Krämer, Sybille (Hrsg.) (2004): Performativität und Medialität, München.

Kreuzer, H. (1977): Literaturwissenschaft – Medienwissenschaft, Heidelberg.

Kutsch, A. (1996): Das Fach in Leipzig - 1916 bis 1945. In: relation leipzig 5. (<http://www.uni-leipzig.de/~kmw/relation/text/5-f1.htm>, Stand April 2006).

Lanfer, C./ Marquardsen, K. (2005): Internet und quantitative Beschäftigungseffekte in der Medienbranche: zur Beschäftigungsentwicklung in den Jahren 1999-2004, in: SOFI-Mitteilungen, 33, S. 87-105. (<http://www.sofi-goettingen.de/index.php?id=719>, Stand August 2006).

Leuffen, Dirk/ Weichert, Stephan Alexander (2005): Versendetes Kulturgut. Plädoyer für ein audiovisuelles Medienarchiv, in: medienheft vom 21. Februar 2005, S. 1-8.

Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd. 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft, Münster.

Meyen, Michael (2004): Wer wird Professor für Kommunikationswissenschaft und Journalistik? Ein Beitrag zur Entwicklung einer Wissenschaftsdisziplin in Deutschland, in: Publizistik Nr. 2, S. 194-206.

Neuberger, C. (2002): Journalistikstudium und Arbeitsmarkt. Erfahrungen und Urteile der Eichstätter Journalistik-Absolventen, Eichstätt.

Neuberger, C. (2005): Die Absolventenbefragung als Methode der Lehrevaluation in der Kommunikationswissenschaft. Eine Synopse von Studien aus den Jahren 1995 bis 2004, in: Publizistik, 1, S. 74-103.

Pfeiffer, K. Ludwig (2002): The Protoliterary. Steps toward an Anthropology of Culture, Stanford, California.

Pfeiffer, K. Ludwig (2006): Operngesang und Medientheorie, in: Doris Kolesch/ Sybille Krämer: Stimme. Annäherung an ein Phänomen, Frankfurt a.M., S. 65-84.

Plicht, H./ Schreyer, F. (2002): Methodische Probleme der Erfassung von Adäquanz der Akademikerbeschäftigung, in: G. Kleinhenz (Hrsg.): IAB-Kompendium Arbeitsmarkt und Berufsforschung. Beiträge zur Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, BeitrAB 250, S. 531-545.

Pürer, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch, Konstanz.

Pürer, Heinz (2005): Stichwort „Kommunikationswissenschaft“, in: Siegfried Weischenberg/ Hans J. Kleinsteuber/ Bernhard Pörksen (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien, Bonn, S. 171-177.

Roth, Jörg (2002): Mobile Computing, Heidelberg.

Schönbach, Klaus et. al.: Kommunikations- und Medienwissenschaften in der Schweiz: Eine Evaluation. Bericht der internationalen Expertenkommission, 2004.

Schorr, Angela (2003): Communication Research and Media Science in Europe: Research and Academic Training at a Turning Point, in: dies./ William Campbell/ Michael Schenk (Hrsg.): Communication Research and Media Science in Europe, Berlin, S. 3-55.

Schorr, Angela (2007): Gut vorbereitet auf das neue Europa der Forschung? Analysen zur aktuellen Situation der deutschen Kommunikations- und Medienwissenschaft (Internationale Vernetzung, Arbeitsumfeld, professionelle Identität) (Vorabmanuskript für die Arbeitsgruppe „Medienwissenschaften“ des Wissenschaftsrates), Siegen.

Schulz, W. (1992): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Weinheim.

Schüttpelz, E. (2005): Von der Kommunikation zu den Medien/ In Krieg und Frieden (1943-1960), in: Fohrmann, J. (Hrsg.): Gelehrte Kommunikation. Wissenschaft und Medium zwischen dem 16. und 20. Jahrhundert, Wien/ Köln/ Weimar, S. 483-551.

Schwens, Ute (2006): Das Gesetz über die Deutsche Nationalbibliothek, in: Dialog mit Bibliotheken, 18,2, S. 4-8.

Seel, Martin (2003): Eine vorübergehende Sache, in: Stefan Münkler/ Alexander Roesler/ Mike Sandbothe (Hrsg.): Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs, Frankfurt a.M., S. 10-15.

Vorderer, Peter (2005): Amerika als kommunikationswissenschaftliches Paradies: Nur ein Mythos?, in: Patrick Rössler/ Friedrich Krotz (Hrsg.): Mythen der Mediengesellschaft – the Media Society and its Myths. Konstanz.

Warnke, Martin (Hrsg.) (1997): HyperKult: Geschichte, Theorie und Kontext digitaler Medien, Basel et al.

Warnke, Martin (Hrsg.) (2005): HyperKult II. Zwischen Ortsbestimmung analoger und digitaler Medien, Bielefeld.

Wissenschaftsrat (1999): Stellungnahme zum Hans Bredow-Institut in Hamburg, in: Empfehlungen und Stellungnahmen 1999, Köln 2000, S. 485-508.

Wissenschaftsrat (2002a): Empfehlungen zur Entwicklung der Fachhochschulen. Köln.

Wissenschaftsrat (2002b): Empfehlungen zur Doktorandenausbildung. Köln.

Wissenschaftsrat (2003): Stellungnahme zum Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM), Karlsruhe, in: Empfehlungen und Stellungnahmen 2003, Bd. I, Köln 2004, S. 167-220.

Wissenschaftsrat (2006a): Empfehlungen zur künftigen Rolle der Universitäten im Wissenschaftssystem. Köln 2006.

Wissenschaftsrat (2006b): Empfehlungen zur Entwicklung und Förderung der Geisteswissenschaften in Deutschland. Köln 2006.

Wissenschaftsrat (2007a): Empfehlungen zu einer lehrorientierten Reform der Personalstruktur an Universitäten. Köln.

Wissenschaftsrat (2007b): Empfehlungen zur Interaktion von Wissenschaft und Wirtschaft. Köln.