

Das Medien Journal als Plattform der Vermittlung zwischen Wissenschaft und Praxis

Abstract

When “*Medien Journal*” was founded forty years ago, it was thought to represent a bridge between media-practice and communication science. This article describes the shift of paradigm regarding the term of “practice” as represented in content and appearance of the journal – from the intention of establishing a platform for “critical media workers” to a phase of popularising results of communication science, the journal developed eventually as a quarterly with a scientific approach, discussing questions of communication and society. It is concluded that this represents the changes within the environment as well as within the self-conception of Austrian communication science over the past decades.

Zusammenfassung

Vor vierzig Jahren wurde das *Medien Journal* gegründet, um eine Brücke zwischen Kommunikationswissenschaft und -praxis zu schlagen. Der Artikel beschreibt die in Inhalt und Form der Zeitschrift dokumentierbaren Veränderungen des Praxisanspruchs der Herausgebergesellschaft als mehrstufigen Paradigmenwandel: Die Entwicklung verlief von der Vorstellung, der „kritischen Medienpraxis“ eine Plattform zu bieten über eine Phase der Popularisierung kommunikationswissenschaftlicher Befunde, hin zu einem wissenschaftlichen Journal, das sich mit aktuellen Fragen von Kommunikation und Gesellschaft auseinandersetzt. Das, so wird unterstellt, widerspiegelt die Veränderungen der Rahmenbedingungen wie des Selbstverständnisses der Akteure des Faches in Österreich.

Das medien-journal (Schreibweise in damaliger Fassung) wurde wie die *Österreichische Gesellschaft für Kommunikationsfragen (ÖGK)* – von der es herausgegeben wurde – als Verbindung zwischen Kommunikationsforschung und Medienpraxis gegründet. In der ersten Nummer heißt es dazu (1977/1, 1f)

„- Die Gründung der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationsfragen, die als Herausgeber fungiert, war auch mit dem Anspruch verbunden, die Kommunikation zwischen angewandter Kommunikationsforschung und Medienpraxis zu verbessern.“

- Der Anspruch, den Inhalt der Medienproduktion an den Interessen der Bevölkerung auszurichten, verbindet heute zahlreiche Gruppen und ‚Einzelkämpfer‘ in den Medien wie in den kritischen Sozialwissenschaften. Ihnen sollte die Möglichkeit zur Selbstdarstellung, zum Erfahrungsaustausch und zur raschen wechselseitigen Information geboten werden.“

Das *Medien Journal*¹⁾ wurde in einer Dekade des medienpolitischen Aufbruchs in Österreich gegründet (vgl. Hummel 2012): 1970 entstand das sozialpartnerschaftlich organisierte Kuratorium für Presseausweise, 1971 konstituierte das Wissenschaftsministerium einen Expertenrat zur Belebung der Medienforschung²⁾ und das Justizministerium einen Arbeitskreis zur Reform des Medienrechts, beauftragte der Presserat das Salzburger Publizistikinstitut mit der Ausarbeitung eines Konzepts zur Journalistenausbildung das 1974 in ein erstes von Zeitungsverlegern und Kommunikationswissenschaft gemeinsam veranstaltetes Weiterbildungsseminar für Journalistinnen und Journalisten – und später in das Kuratorium für Journalistenausbildung – mündete. 1976 entstand nicht nur die Österreichische Gesellschaft für Kommunikationsfragen (heute: Österreichische Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft), sondern wurde auch die „Gewerkschaftliche Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien“ formell etabliert³⁾, die auf die Formierung einer Medien- oder Kommunikationsgewerkschaft hin ausgerichtet war und aktiv Kontakte zu den damals existierenden beiden Instituten der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft suchte. Sowohl Abgesandte der Lehrenden wie der Studierenden wurden zu einem Beirat der Gewerkschaftlichen Arbeitsgemeinschaft, der zwei- bis dreimal pro Jahr tagte, eingeladen. Vor allem der damalige Präsident der Journalistengewerkschaft, Günther Nening, hoffte Studierende aber auch Lehrende der Publizistikinstitute als Mitglieder in die Gewerkschaft Kunst, Medien, freie Berufe bringen zu können.⁴⁾

Auch medienregulatorisch war diese Zeit bedeutsam: 1972 wurde ein Publizistikförderungsgesetz, 1974 ein Verfassungsgesetz über die öffentliche Aufgabe des Rundfunks, 1975 das Bundespresseförderungsgesetz, 1978 das Datenschutzgesetz, 1981 das Mediengesetz im Parlament beschlossen. In einer Zeit, in der sich auf dem Mediensektor derartig viel ereignete und zahlreiche Medieninitiativen oft ebenso schnell verschwanden wie sie gegründet wurden, war, wenig erstaunlich, auch das Bedürfnis nach metamedialer Reflexion (wenigstens in den Köpfen derer, die diese Reflexionen anstellten) vorhanden.

1) Bis Heft 4/1990 mit dem Untertitel „Informationen aus Medienarbeit und -forschung“, bis Ende 2014 „Zeitschrift für Kommunikationskultur“, seither „Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsforschung“.

2) Dieser wurde ab den 90er -Jahren nicht mehr einberufen.

3) Informell, d.h. ohne statutarische Anerkennung seitens des ÖGB, bestand die Arbeitsgemeinschaft gemäß dem Autor dieses Artikels vorliegender interner Schriftstücke bereits seit dem 29.6.1967. Sie umfasste die „Sektion Journalisten in der Gewerkschaft Kunst, Medien, freie Berufe“ (in Kurzform Journalistengewerkschaft genannt), die in der Gewerkschaft der Privatangestellten organisierten Verlagsangestellten sowie die Gewerkschaft Druck und Papier. 2001 trat die „Sektion Journalisten“ der Gewerkschaft Druck und Papier bei, 2006 vereinigte sich diese mit der Gewerkschaft der Privatangestellten. Damit wurde die Gewerkschaftliche Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien aufgelöst.

4) Schreiben von Günther Nening vom 3.12.1979 an den Verfasser dieses Beitrags.

Das *Medien Journal (MJ)* war daher bei seiner Gründung mit dem Anspruch, Kommunikationswissenschaft und -praxis zu verbinden, nicht ganz exklusiv. Bereits 1970 hatte die Journalistengewerkschaft in Kooperation mit den beiden damals existierenden Universitätsinstituten für Publizistik in Salzburg und Wien die Vierteljahresschrift „*Information und Meinung*“ (IM) als „ein Dialogorgan über Fragen der Massenmedien“⁵⁾ herausgegeben⁶⁾. Bereits in Nummer 2 wird die offensichtlich skeptische Aufnahme einer Publikation über den Journalismus durch die Mitglieder der österreichischen Journalistengewerkschaft thematisiert (Raminger 1970). Demnach gab es etliche Äußerungen aus dem Journalismus, „ob es Aufgabe eines Organes der Journalistengewerkschaft sein kann, hier überhaupt Wertungen zu wagen, die letztlich weder objektiv noch nützlich sein können“. (ebd.: 24) Die Reserviertheit der Medienbranche gegenüber Resonanz von außen und innen scheint gerade auch in der Dekade medienpolitischen Aufbruchs stark gewesen zu sein. Die Kommunikationswissenschaft sieht sich in dieser Zeit trotz Bemühens um ihre Tauglichkeit und Nützlichkeit für die Praxis von dieser „diskriminiert“ (Schmolke 1979, 30) da „bei vielen Journalisten (...) nur geringes Interesse und wenig Bereitschaft zu bestehen scheinen, sich mit der Arbeit der Kommunikationswissenschaft auseinanderzusetzen“ (Fabris 1979, 43).

Das *Medien Journal* baute, wenn auch nicht so direkt institutionell verbunden wie das Schwesterblatt *IM*, auf eine Nähe zur Gewerkschaft. Bereits ab Nummer 4/1978 wird die Adresse der Journalistengewerkschaft auch zur Adresse der ÖGK und damit des *Medien Journal*. Diese Anlaufadresse wurde von der Gewerkschaft kostenlos zur Verfügung gestellt.⁷⁾ Es erfolgte aber auch direkte pekuniäre Unterstützung: Die große Zahl der Kollektivabonnements bezahlt durch die „Gewerkschaftliche Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien“ (allerdings zu einem Start-Preis von anfangs nur umgerechnet € 5,00 pro Jahr) machten die Herausgabe der Zeitschrift wohl überhaupt erst möglich.

Inhalt, aber auch Ästhetik der ersten drei Jahrgänge waren ressourcenbedingt einigermaßen „alternativ“: Verwendung unterschiedlicher Schrifttypen innerhalb des selben Heftes, leicht unterschiedliche Formate innerhalb eines Jahrgangs, mitunter eine „wilde Mischung“ aus empirischen Analysen, kommentierten und unkommentierten Auszügen aus Presseberichten, Literaturtipps und (Selbst-)Darstellungen von Medieninitiativen. Zielgruppen einer „gesellschaftsbezogene[n] Kommunikationsforschung“ – und damit der ÖGK wie des *Medien Journal* – waren laut ihrer Gründungserklärung (zitiert nach Fabris 1986, 2) „vor allem jene Gruppen (...), deren Interessen gegenwärtig nicht ausreichend von den Massenmedien vertreten sind“. Thematisch ist das in den ersten Jahrgängen des *Medien Journals* offensichtlich gelungen: Fragen der gewerkschaftlichen Organisation von Freien, neue Produktionstechniken von Printmedien, die Stellung von Frauen im Journalismus, mediale Produktion von

5) *Information und Meinung*, 1. Jg., 1/1970, 2

6) Sie wurde 1982 eingestellt.

7) Ab 1985 kommt im Impressum die damalige Adresse des Salzburger Instituts hinzu; ab 1990 ist sie die alleinige Adresse.

Laien („Arbeiter machen Fernsehen“, Schülerzeitungen), Arbeitswelt in den Massenmedien, gewerkschaftliche Organisation von Studierenden werden häufig von Betroffenen in meist kurzen Essays (rund zwei Seiten pro Beitrag) abgehandelt.

Aber bereits ein Jahr später wird dieses Konzept erstmalig durchbrochen: 1978 erscheint das erste Sonderheft des *Medien Journal* mit einem Forschungsbericht über inter- und intramediäre Medienberichterstattung (Margarethe Eichinger, Hans Heinz Fabris, Benno Signitzer). Die Studie ist rund viermal so umfangreich wie ein durchschnittliches Heft dieser Zeit, optisch besser gestaltet, aber eben als klassischer Forschungsbericht aus der Reihe der bisherigen Ausgaben fallend. Wie viele jener damals rund hundertfünfzig Bezieher, die das Sonderheft über ein von der Gewerkschaft finanziertes Abonnement bekamen, es auch gelesen haben, ist daher fraglich. – Aber nach wie vor war zu jener Zeit die Hälfte des Medien-Journal-Herausgeber-Kollektivs in Marktforschung oder Journalismus verankert. Die andere Hälfte kam aus der Wissenschaft. Dies änderte sich aber ab Mitte der achtziger Jahre: 1985 ist das Kopf-Verhältnis Wissenschaft zu Praxis nur mehr 8:3.

Von 1980 bis 1985 wird die Ästhetik *Medien Journal* gefälliger: der Satz wird besser lesbar, das Heft klarer und übersichtlicher layoutiert. Die Hefte bekommen einen thematischen Schwerpunkt, sind aber am Anfang dieser Periode noch klassisch dem Gründungskonzept zugetan: kurze essayistische Artikel von „Medienakteuren“ (Journalistinnen und Journalisten, Leuten, die Schülerzeitungen machen oder Funktionen in der Gewerkschaft haben) sowie ähnliche Beiträge aus der Kommunikationswissenschaft. Im Laufe der Zeit finden sich auch immer mehr kurze Informationen aus studentischen kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten, die dem Anspruch der Vermittlung zwischen Wissenschaft und Praxis – jedenfalls formal – durchaus genügen. Langsam schleicht sich aber eine stärkere wissenschaftliche Ausrichtung in den Inhalt der Hefte ein, was Signitzer (1986, 7) als „ein Abweichen von einer der ursprünglichen Zielsetzungen“ monierte.

1985 wird als Konzept für die Zeitschrift für die Zeit bis 1989 erstmals explizit auf die Verbindung universitärer mit außeruniversitärer Kommunikationsforschung, der Förderung des studentischen Nachwuchses sowie auf die wissenschaftliche Beratungstätigkeit der „Praxis“ gesetzt (Hummel 1986). Mangelndes Interesse und mangelnde Masse einer kritischen Praxis wurden dafür als Ursache benannt. Grund war aber wohl auch die beginnende finanzielle Verengung der Unterstützung durch die Gewerkschaft, die in ihren Gremien die Notwendigkeit der Anzahl der bezahlten Abonnements zu hinterfragen begann. Auch hier ist wiederum ein Verweis auf das von der Journalistengewerkschaft herausgegebenen *Information und Meinung* erhellend: In der ersten Nummer, 1970, hatte der Präsident der Journalistengewerkschaft Günther Nennung noch gemeint, finanziell gäbe es für dieses Publikationsprojekt kein Problem, denn „Geld hat die Journalistengewerkschaft (...) in langen Jahren ein bisschen angehäuft“. Zwölf Jahre später war nicht nur die mangelnde Bereitschaft der Journalistinnen und Journalisten über den eigenen Beruf zu schreiben offenkundig (die meisten

Beiträge wurden von Wissenschaftern und Studierenden der Publizistikinstitute verfasst), sondern auch das Geld verbraucht. Die Zeitschrift wurde 1982 eingestellt. I&M ist als Referenzobjekt dieser Zeit vor allem deswegen interessant, weil es zeigt, dass trotz Einbettung in die journalistische Branche, trotz professioneller Redaktion und trotz ästhetisch dem Zeitstandard gemäßer Gestaltung ein auf Medienpolitik und Medienkritik setzendes Journal nicht tragfähig war. Die ab 1985 stärkere Fokussierung auf Kommunikationsforschung war somit in gewisser Weise eine neue und notwendige Bestimmung der Zielgruppenorientierung.

Die Gewerkschaftsöffentlichkeit, wenn man diese als „Praxis“ durchgehen lassen will, war jedenfalls Mitte der achtziger Jahre weniger an „Gruppen und Bewegungen unter den Medienmitarbeitern, die sich an neuen Zielen orientiert und von einem veränderten Bewusstsein geprägt sind“ (Editorial der ersten Nummer *Medien Journal* 1/1977, 3) interessiert, als an konkreter Beratung, etwa in Technologie- oder Kollektivvertragsfragen.⁸⁾ Die Medieninitiativen, so sie überlebten, waren auf dem Weg, sich als Mittelbetriebe zu etablieren (vgl. Praschl 1991).

Die in den 1980er Jahren vorhandene gut ausreichende institutionelle Förderung (von öffentlicher Hand, Gewerkschaft, Arbeiterkammer u.ä.) von Sozialwissenschaft im Allgemeinen und Medienforschung im Besonderen (vgl. Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg 1983, 25) sowie das Eigeninteresse an wissenschaftlichen Karrieren derjenigen, die das *Medien Journal* in ihrer Freizeit unentgeltlich zusammenstellten, haben offensichtlich den gründerzeitlichen Dienstleistungsgedanken, durch die Zeitschrift eine Plattform für Erfahrungsaustausch von Praxis und Wissenschaft zu bieten, langsam verdrängt. Ähnlich wie in Deutschland (wenn auch bei weitem nicht auf diesem hohen finanziellen Niveau) etablierte die Förderpolitik umgekehrt einen Anschlag der empirisch-sozialwissenschaftlichen Fachentwicklung (vgl. Löblich 2010, 259 ff). Das Feld für die Begegnung von Wissenschaft und Praxis war – um es in der Terminologie von Pierre Bourdieu auszudrücken – dabei, seine Spielregeln zu ändern. Wie später auch nach der Jahrtausendwende ergab sich daraus ein neuer Praxisbegriff.

Zusätzlich begannen sich auch die klassischen Ressourcen zu erschöpfen und mussten durch neue ersetzt werden: Ab der zweiten Hälfte der achtziger Jahre waren die in der Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien zusammenarbeitenden Gewerkschaften immer weniger Willens und in der Lage, die zahlreichen Abonnements, die sie pauschal übernommen hatten, – 1986 waren es noch 120⁹⁾ – zu bezahlen. Das *Medien Journal* bekam daher 1986 im Zuge einer Reorganisation erstmals ein festes Redaktionsteam sowie eine Person, die – über Förderungen teilzeit-bezahlt – sich um

8) Richtlinien der gewerkschaftlichen Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien in der Fassung vom 12.11.1980 §1 (2) a) [unveröff. Papier]: „Untersuchungen und Aktionen sowie Ausarbeiten von Vorschlägen und Gutachten betreffend die Lage im Druck- und Zeitungsgewerbe sowie bei Hörfunk und Fernsehen und in sonstigen zum Begriff der Informationsmedien gehörigen Bereichen unter Heranziehung unabhängiger Fachleute des In- und Auslandes, vor allem mit Hinblick auf Produktivität und Erhaltung der Arbeitsplätze“.

9) Protokoll der Generalversammlung der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationsfragen vom 5. 12. 1986. Ein Jahr später waren es nur mehr 79 (Protokoll der ÖGK-Vorstandssitzung vom 16.7.1987), 1996 nur mehr 6 (Protokoll der ÖGK-Generalversammlung vom 5.3.1997).

die Weiterentwicklung der Vierteljahresschrift kümmern sollte. Alle diese Personen waren in der Kommunikationswissenschaft tätig. Der Verlust der Gewerkschafts-abonnements führte in der Folge zu verstärkten (und auch durchaus geglückten) Anstrengungen, neue Leserinnen und Leser aus dem Bereich der Sozialwissenschaften des In- und Auslandes zu gewinnen. Langfristig musste sich das natürlich auf die Inhalts-gestaltung auswirken.

Die Heftinhalte ab der zweiten Hälfte der 1980er Jahre widerspiegeln von den Schwerpunkten her die Forschungsinteressen der in dieser Zeit vorhandenen Heft-verantwortlichen: z.B. Medien-Kultur, Medien-Wandel, Medien-Geschichte, PR. Neben „den üblichen Verdächtigen“ aus den Instituten Salzburg und Wien schreiben jetzt auch vermehrt Kolleginnen und Kollegen aus anderen Fachrichtungen, wie Human-ökologie, Linguistik, Soziologie, vereinzelt aber auch Praktiker aus PR und Journalis-mus. Die Artikel sind länger als früher (rund 10-12 Druckseiten) und könnten vom Tenor her Großteils als „populärwissenschaftlich“ eingestuft werden. Karikaturen, die wie die Beiliegende auch die eigene prekäre Budgetsituation aufs Korn nehmen, ergänzen diesen Stil. Als Vermittlung kommunikationswissenschaftlicher Inhalte an einen brei-teren Kreis wäre dieses Konzept also prinzipiell tauglich gewesen – die Auflagenzah-len zeigten dessen ungeachtet aber (wie bei vergleichbaren Projekten) nur geringe Zu-wächse,¹⁰⁾ trotz steigender Studierendenzahlen und personeller Aufstockungen im Journalismus.

Cartoon: MUCH



Medien Journal 2/1989, 89

10) 418 Abonnements lt. Protokoll der ÖGK-Generalversammlung vom 20.1.1989

Die 1990er Jahre setzen die formale und inhaltliche Gestaltung der Hefte so fort, wie sie Mitte der achtziger Jahre konzipiert wurden. Allerdings sind für die Frage des Wissenschafts-Praxis-Wissenschafts-Transfers einige zusätzliche Akzente beobachtbar:

1. Das Themenspektrum verbreitert sich über den Bereich der klassischen Publizistikwissenschaft hinaus (etwa 2/1991, ein ganzes Heft über Design; 3/1992: Gender; 4/1994 Kommunikation im Tourismus; 1/1995: Kommunikationsnetzwerk Stadt; 3/1995: Volkskultur; 4/1996: Afrika im Mediendiskurs; 3/1999: Wissensgesellschaft).
2. Damit diversifiziert sich auch die Auswahl der Autorinnen und Autoren: nur mehr ein geringer Teil der Hefte wird vom Vorstand bzw. sogar von den Mitgliedern der ÖGK geschrieben.
3. Die Artikel werden länger, die Hefte umfangreicher, da sie teilweise von Forschungsprojekten querfinanziert werden (der Jahrgang 1996 schafft so außergewöhnliche 360 Seiten).
4. Es finden sich Themen und Darstellungen, die in den ursprünglichen Konzeptionen nicht vorkamen und wahrscheinlich früher auch von den Herausgebern so nicht akzeptiert worden wären (z.B. 1/1997: Systemtheorie der Medien; 1/1998: Jobs @Multimedia – durchgehend in Englisch).

Im Juni 1999 erfolgt dann eine wesentliche Zäsur innerhalb des Trägervereins, der ÖGK: In der Generalversammlung im Juni des Jahres wird der Name auf Österreichische Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft geändert. Zu den bisherigen Vereinszwecken „Förderung der Diskussion und der Zusammenarbeit zwischen wissenschaftlicher Forschung und Praxis“, „Anregung, Förderung und Durchführung von kommunikationswissenschaftlichen Forschungsprojekten“ werden „Entwicklung und Förderung neuer Kommunikationsforen (bislang Kommunikationsformen) sowie neu dargelegt: „*Information der Öffentlichkeit über kommunikationswissenschaftliche Probleme und Phänomene und deren gesellschaftliche Relevanz. Förderung des Transfers von kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen und Positionen in die Öffentlichkeit*“ und „*Vertretung der Interessen der universitären und außeruniversitären österreichischen Kommunikationswissenschaft gegenüber staatlichen und nicht-staatlichen Institutionen im In- und Ausland*“.

Die ÖGK ist damit nach ihrem Selbstverständnis eine wissenschaftliche Vereinigung, wenn man so will – eine Standesvertretung – geworden. Auf das *Medien Journal* wirkt sich das in den nächsten beiden Jahren noch nicht aus. Zwar widmet sich Nr. 2/2003 der Entwicklung der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum, ist aber damit im Grunde ein Hefthema wie andere in den neunziger Jahren. Erst ab dem Heft 1/2002 erfolgt das, was bei kommerziellen Medien gerne als „Relaunch“ genannt wird: Layout und Heftkonzeption entsprechen dem „klassischer“ Fachzeitschriften, einheitliche Zitierregeln werden vorgegeben (später wird dann auch noch ein Review-Verfahren eingerichtet). Damit soll, wie der damals Hefteverantwortliche Thomas Steinmaurer schreibt¹¹⁾, „der Charakter dieser wissenschaftlichen Publikation durch eine zeitgemäßere Gestaltung“ unterstrichen werden.

11) *Medien Journal* 1/2002, 2.

Ob das *Medien Journal* also heute noch seine Rolle als Plattform der Vermittlung zwischen Wissenschaft und Praxis erfüllt, ist eine Frage des Standpunktes. Die Idee, Medieninitiativen, gleich welcher Art, mit einer Vierteljahresschrift „die Hand zu reichen“ wäre im Internetzeitalter wohl einigermaßen verschroben. Geht es aber um das Nachdenken, welche Kommunikationsstrukturen und -formen eine demokratische Gesellschaft mitkonstituieren, scheint das Journal eine adäquate Form der Vermittlung zu sein. – Wenn man willkürlich irgendwelche Hefte aus neuerer Zeit aus dem Regal zieht, wird man an Hand von Schwerpunkt-Titeln wie „Europas Jugend im Social Web. Individuelle Perspektiven“ (4/2010) oder „Kommunikative Praktiken“ (1/2014) oder „Das Radio lebt“ (2/2015) schwer Praxisferne unterstellen können. Aber zweifellos: der Praxisbegriff des *Medien Journal* ist heute ein anderer als bei der Gründung, denn seither hat sich – trivial aber unbestreitbar – auch die Praxis geändert.

Der Autor wurde 1978, unmittelbar nach seiner Promotion, Leiter des vom ÖGB in Auftrag gegebenen Forschungsprojektes „Arbeitswelt im Fernsehen“ und kam dadurch mit der ÖGK in Kontakt, wurde im selben Jahr Geschäftsführer der ÖGK und von 1985–1989 deren Vorsitzender.

Von 1980–1999 war ich als Sekretär der Gewerkschaftlichen Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien Angestellter des ÖGB; von 1981–1999 hatte ich Lehraufträge im Rahmen der Kommunikationswissenschaft, teilweise am Institut in Salzburg, teilweise in Wien. Außerdem habe ich einige Forschungsprojekte (u.a. Begleitforschung zur Einführung von Bildschirmtext, Die Situation der Zeitungskolporteurs in Österreich, Integration durch Medien) im institutionellen Rahmen der ÖGK durchgeführt. Auch der danach erfolgte Wechsel in die universitäre Wissenschaft hat die vorherigen institutionellen Bindungen nicht gekappt. – Mit anderen Worten: ÖGK/ Medien Journal, Gewerkschaft und Universität sind die drei Eckpunkte, die sowohl meine berufliche Karriere wie auch mein Denken wesentlich geprägt haben. – Auch wenn ich mich um eine faktenbasierte Darstellung bemüht habe, „Objektivität“ ist in diesem Zusammenhang wohl nicht zu erreichen.

Literatur

- Fabris**, Hans Heinz (1979): Angewandte Kommunikationsforschung. Zum Verhältnis von Wissenschaft, Politik und Praxis: Der Beitrag der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: **Institute für Kommunikationswissenschaft der Universitäten Wien und Salzburg** (Hg.). Österreichisches Jahrbuch für Kommunikationswissenschaft. Salzburg. Verlag Wolfgang Neugebauer.
- Fabris**, Hans Heinz (1986): Erinnerungen eines Gründervaters. In: *Medien Journal*, H. 1-2, 2-6.
- Hummel**, Roman (1986): Zweckoptimismus ist angebracht. In: *Medien Journal*, H. 1-2, 8-9.
- Hummel**, Roman (2012): Begrenzter Aufbruch. Die Etablierung österreichischer Journalistenausbildung in den 1970er Jahren. In: *Medien & Zeit*, H. 3, 6-16.
- Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg** (Hg.) (1983): Massenmedien in Österreich. Medienbericht II. Wien. Internationale Publikationen GesmbH.
- Löblich**, Maria (2010): Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft. Köln. Herbert von Halem.
- Praschl**, Bernhard (1987): Die „Falter Verlags Ges.m.b.H.“ Vom alternativen Experiment zum expandierenden Mittelbetrieb. In: *Medien Journal*, H. 1, 29-36.
- Raminger**, Sepp (1970): Der Erstgeborene hat es nicht leicht. In: *Information und Meinung*, H. 2, 24-25.

- Schmolke**, Michael (1979): Zeitungswissenschaft, Publizistik, Kommunikationswissenschaft. Die Entfaltung des Lehrangebots an den Universitäten Wien und Salzburg 1948-1978. In: **Institute für Kommunikationswissenschaft der Universitäten Wien und Salzburg** (Hg.). Österreichisches Jahrbuch für Kommunikationswissenschaft. Salzburg. Verlag Wolfgang Neugebauer.
- Signitzer**, Benno (1986): 1981-1985. In: Medien Journal, H. 1-2, 6-7.