

Einheitliche Differenzierung oder differenzierte Einheit?

Zur Entwicklung der Medien- und Kommunikationswissenschaften in Österreich

Abstract

The 40th anniversary of the *Medien Journal* became the special occasion to set ourselves the task of outlining the contours of the media and communication science field in Austria. To this end, terminological, epistemological as well as methodological challenges are presented and questioned critically in this contribution, discussing and tracing the *national* and the *professional* identity of the subject.

In addition, the aim of the article is to work out the origins of the field through a historical summary outlining the development of institutes, departments and current number of students. At the same time a wellknown desideratum is taken up, focusing on how the differentiated landscape consisting of Universities of Applied Sciences, private universities and the Austrian academy of science developed.

Despite some methodological obstacles – concerning gaps and limitations of (mostly) missing empirical data – 17 institutions and 54 courses of study, as well as several pertinent (post graduate) training programs were identified in Austria. The chronological overview of the organisational units' establishment history, and the delineation of the subject's thematic priority and differentiation, lead to various conclusions, reflections and consequences – formulated in a way that pays tribute to the "specifica austriaca" of the subject – as well as raised other research questions, which should be interpreted as a necessary impulse to self-reflect the *unity* in all *differences*.

Zusammenfassung

Der 40. Jahrestag des Medienjournals ist ein angemessener Anlass, um die Entwicklung sowie die terminologischen, erkenntnistheoretischen wie methodologischen Konturen des medien- und kommunikationswissenschaftlichen Feldes in Österreich zu skizzieren. Gleichzeitig wird ein wohlbekanntes Desiderat aufgenommen, indem die Rekonstruktion der Entwicklung des Faches bzw. des Feldes nicht nur auf universitäre Institutionalisierung beschränkt wird, sondern auch Fachhochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen in den Blick genommen werden.

Trotz einiger methodischer Hindernisse – in Bezug auf Lücken und Einschränkungen (zumeist) fehlender Daten – wurden in Österreich 17 Institutionen und 54 Stu-

diengänge sowie mehrere einschlägige (post-graduale) Ausbildungsprogramme identifiziert.

Die AutorInnen rekonstruieren die zunehmende akademische Institutionalisierung des Faches und – mit Blick auf die Entwicklungen an den Universitäten, Fachhochschulen und privaten Universitäten – zunehmende Differenzierung der Studienangebote und Forschungsfelder. Diese internationalen Entwicklungen folgende Differenzierung fordert auch in Österreich sowohl den epistemischen Kern als auch die Fachgesellschaft heraus.

1 Terminologische, wissenschaftstheoretische und methodologische Herausforderungen

Das 40-jährige Bestehen des *Medien Journals* ist – wie fast alle akademischen Jubiläen – Anlass, sich mit der Geschichte und Entwicklung des eigenen Faches zu beschäftigen. Das führt allerdings bereits in die erste Herausforderung, nämlich die Frage zu klären, was allgemeine Parameter eines Faches sind. Mit Bezug auf verschiedene Quellen zu zentralen Parametern des Faches (vgl. etwa Poser 2001; Schüle/Reitze 2002; Nowotny et al. 2005), oder zum Selbstverständnis des Faches (z.B. Selbstverständniserklärung der DGPK) als auch zu fachhistorischen Debatten vor dem Hintergrund historischer Wissenschaftsforschung (vgl. etwa Meyen/Löblich 2004; Wilke 2005; Meyen/Löblich 2006; Löblich 2010; Riesmeyer/Huber 2011) zählen dazu etwa:

- die paradigmatische Grundposition,
- der epistemische Kern,
- der Objektbereich (in Forschung und Studien),
- das Methodenset,
- das Erkenntnisinteresse,
- diverse Begründungszusammenhänge,
- Entstehung und Differenzierung der wissenschaftstheoretischen Debatte,
- Formen der Selbstdeklaration (z.B. via Namensgebung von Instituten oder Studienrichtungen) sowie
- unterschiedliche Rekonstruktionen von Fachgeschichte(n).

Der Wunsch, Konturen der Medien- und Kommunikationswissenschaften in Österreich zu umreißen, führt noch in weitere Herausforderungen, legt er doch bereits auf den ersten Blick zwei Ausgangspunkte nahe: Erstens, dass eine *nationale* und zweitens, dass eine *fachliche* Identität bestünde. Beides erscheint nur bedingt haltbar.

Zur Problematik der nationalen Identität: Erstens haben sich nationale Grenzen über die Zeit verschoben¹⁾, zweitens halten sich Medien- und KommunikationswissenschaftlerInnen in ihren Karriereverläufen nicht an solche (gerade zwischen

1) Vor allem in Bezug auf Österreich, dessen territorialer Umfang und dessen staatliche Souveränität sich mehrfach und dramatisch verändert haben, ist die Eingrenzung problematisch. So sind die Vorläufer des Fachs auch in Regionen beheimatet, die heute nicht mehr zu Österreich gehören (vgl. hierzu etwa Karmasin/Oggolder 2016) und fällt die Gründung des Wiener Institutes, mit dem die Fachgeschichte im engeren Sinne anhebt, in eine Periode der Annexion durch das Dritte Reich (vgl. etwa Karmasin/Krainer 2013).

Deutschland, Österreich und der Schweiz herrscht diesbezüglich ein reger Grenzverkehr, ganz zu schweigen von darüber hinaus reichenden internationalen Karrieren, die für akademische Reputation eine bedeutende Rolle spielen) und drittens bewegen sich auch Studierende – aus unterschiedlichen Motiven – zunehmend international, vielfach auch im deutschsprachigen Raum. Insofern prägen aber notgedrungen Personen unterschiedlicher nationaler Abstammung an verschiedenen Orten jeweils die dortige „nationale“ Fachgeschichte mit. Daraus folgt, dass eine an Staatsgrenzen orientierte Historisierung des Faches schwerfällt und die nationale Identität des Faches in gewissem Sinne unscharf bleiben muss. Darüber hinaus ist ein allgemeines Dilemma als Ausgangspunkt zu markieren: Forschungsfelder aus einer nationalstaatlichen Perspektive beschreiben zu wollen, ist etwas anderes, als dies z. B. aus der Perspektive einer sprachlichen Zugehörigkeit tun zu wollen. Insofern regen wir an, künftig stärker nach der *deutschsprachigen* Fachgeschichte zu fragen und eine integrativere Perspektive innerhalb des deutschen Sprachraumes (DACH-Region unter Einbeziehung von Südtirol²⁾) einzunehmen. Dies erscheint uns auch insofern sinnvoll, als

- im akademischen Diskurs vor allem Fachzeitschriften durch Sprache identitätsstiftend (sowie Ein- und Ausschluss generierend) wirken und
- insbesondere Fernsehsender und -programme sowie digitale (z.B. soziale) Medien – anders als die meisten Radiosender und Printmedien – ohnedies transnational wirken (weshalb ebenfalls eher Sprachgemeinschaften bzw. Sprachkenntnisse diskursprägend sind).

Ein solches Unterfangen bedürfte allerdings einer umfassenden kooperativen Grundlagenforschung über die Landesgrenzen hinaus. Ungeachtet dessen ist natürlich auch evident, dass demgegenüber

- erstens Medien – als ein zentraler Untersuchungsgegenstand des Faches – auf nationaler Ebene identitätsstiftend wirken,
- zweitens mit der Einrichtung von Instituten und Fachbereichen an Universitäten, Akademien und Fachhochschulen jeweils sowohl fachpolitische als auch hochschulpolitische (und damit genuin nationale) Strategien verbunden sind und
- drittens insbesondere die Denomination einzelner Professuren aus gutem Grund auch explizit auf nationale Forschungsfragen ausgerichtet ist bzw. sein kann.

Zur fachlichen Identität: Bereits die Vielfalt der Fachbezeichnungen, wie sie etwa an den Namen von Instituten, Fachbereichen und Studienrichtungen an Österreichs Universitäten ablesbar ist (vgl. dazu Abbildung 2 und Abbildung 5) deutet an, dass diese Wissenschaft zunächst auf keine klare Differenzierung des Objektbereiches oder ein gemeinsam geteiltes Paradigma rekurren kann. Sozialwissenschaftliche Zugänge stehen neben geisteswissenschaftlichen Ansätzen (oft innerhalb ein und derselben organisatorischen Einheit), praxisnahe und berufsbezogene Studiengänge existieren neben solchen, die eher theoretisch orientiert sind. Auch in Österreich wird trotz der relativ

2) Die Freie Universität Bozen (Gründungsjahr 1997) bietet am Campus Brixen den dreisprachigen Bachelor-Studiengang „Kommunikations- und Kulturwissenschaften“ (mit Fokus auf Öffentlichkeitsarbeit und Cultural Studies) an.

geringen Größe die Breite der „Publizistik-, Medien- und Kommunikationswissenschaft“³⁾ in Forschung und Lehre sichtbar. Kurz: die steigende Relevanz der Medien für die Gesellschaft scheint auch in Österreich mit einer steigenden Zahl akademischer Angebote zu korrelieren, ohne jedoch einen gemeinsamen methodologischen oder gar methodischen Zugang zu haben. Für eine nähere Beurteilung dessen erscheint eine nationale Betrachtung der Entwicklung allerdings wiederum als sehr sinnvoll.

Jeder wissenschaftstheoretische Beitrag zur Geschichte des Faches in einem bestimmten Land (in unserem Fall Österreich) ist insofern eine definitorische Gratwanderung, die, will man sich länderspezifischer Entwicklungen versichern, dennoch sinnvoll erscheint. Dafür haben Karmasin/Krainer (2013) den Weg der Rekonstruktion des Faches über seine akademische Institutionalisierung vorgeschlagen und diese zunächst anhand der publizierten Geschichtsschreibungen von drei Universitätsinstituten (Wien, Salzburg und Klagenfurt) sowie unter Einbeziehung der Ergebnisse narrativer Interviews mit emeritierten bzw. pensionierten und aktiven WissenschaftlerInnen nachgezeichnet. Dieser Zugang erscheint uns gerade wenn es um Länderspezifika gehen soll insofern plausibel, als die Gründung von Instituten (anders als etwa Beiträge in Fachzeitschriften, für die potentiell alle WissenschaftlerInnen Texte einreichen können) eines der wenigen Merkmale zu sein scheint, das mit politischer Willensbildung einhergeht, für Österreich auf Ebene des Nationalstaates (anders als etwa in Deutschland, wo die Agenden teilweise auf Länderebene angesiedelt sind).

Der vorliegende Beitrag setzt den Weg der Rekonstruktion des Faches über die Einrichtung von Instituten und Fachbereichen fort und greift ein zuletzt benanntes Desiderat auf, nämlich den Blick auch auf die sich ausdifferenzierende Landschaft an Fachhochschulen, Privatuniversitäten sowie der Akademie der Wissenschaften zu werfen (vgl. dazu Krainer/Karmasin 2013, 24). Nachdem sich insbesondere im Bereich der Fachhochschulen, die meist in lokaler (bzw. regionaler) Trägerschaft dem Ziel „einer wissenschaftlich fundierten Berufsausbildung“ dienen, wie es § 3 des FHS-TG normiert, in den vergangenen Jahren vermehrt Studiengänge mit medien- und kommunikationswissenschaftlichen Inhalten etabliert haben, beleuchten wir auch an diesen, welche thematischen Ausdifferenzierungen wie auch Schwerpunktbildungen zu beobachten sind und werten sie ebenfalls als Kennzeichen für eine Fachentwicklung. Zudem haben wir an all den genannten Institutionen die akademischen Abschlusstitel recherchiert und versucht, valide Daten über die Zahl der wissenschaftlichen MitarbeiterInnen wie Studierenden zu erhalten.

Dabei ergeben sich allerdings wiederum einige methodische Herausforderungen, die auch zu methodologischen Reflexionen ermuntern. Zunächst liegt kaum empirisches Datenmaterial zur Geschichte der jüngeren Institutsgründungen oder zur Einrichtung von Studiengängen vor, die Recherche bleibt entweder auf statistisches Datenmaterial von einzelnen Studienabteilungen sowie des Bundesministeriums für Wis-

3) Wir fassen im Folgenden unter dieser Terminologie sämtliche Ausdifferenzierungen der thematischen Inhalte zusammen und verwenden auch weiterhin den Terminus „Fach“, wissend, dass damit ein innerer Widerspruch besteht, wenn wir zugleich dessen Identität hinterfragen. Wir ersuchen insofern darum, jeweils die differenzierte Sichtweise auf den Begriff mitzuzipieren.

senschaft, Forschung und Wirtschaft (bmwfw) angewiesen (die allerdings für andere Zwecke als die der Geschichtsschreibung erhoben werden) oder auf diverse Selbstdarstellungen auf Webseiten, deren prinzipieller Charakter von PR-Narrationen gerade unserem Fach nicht fremd ist, deren Aussagekraft in Bezug auf statistische Informationen teilweise notwendig beschränkt bleiben muss⁴⁾ und die darüber hinaus nicht einmal mit aktuellen statistischen Daten übereinstimmen müssen⁵⁾. Insofern folgen im Weiteren etliche methodische Hinweise, die abschließend einer eigenen Reflexion unterzogen werden.

2 Historischer Abriss: Entwicklung von Instituten, Studienprogrammen und Studierendenzahlen an Universitäten, Fachhochschulen sowie der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW) in Österreich

Die Suche nach facheinschlägigen Instituten bzw. Fachbereichen und/oder facheinschlägigen Studienprogrammen erfolgte im Rahmen einer umfassenden Recherche über die Websites der Universitäten (Auflistung aller Organisationseinheiten), der angebotenen Studienprogramme sowie auf Basis statistischen Datenmaterials des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (bmwfw) zu Inskriptionsszahlen. Sie brachte eine Vielfalt von Einrichtungen wie Angeboten hervor, stellt allerdings neuerlich vor konkrete Herausforderungen: Mitunter werden als facheinschlägig zu bewertende Studienangebote von Instituten mit anderer fachlicher Ausrichtung angeboten (wie etwa dem Institut für Germanistik an der Universität Innsbruck) oder stellen Studienangebote, die zunächst facheinschlägig klingen, bei näherer Betrachtung letztlich keine fachnahen Angebote dar, wie etwa ein Bachelor für „transkulturelle Kommunikation“, der im Rahmen der Translationsstudien an der Universität Graz angeboten wird. Die Entscheidung über die Aufnahme von Instituten/Fachbereichen sowie Studienangeboten erfolgte anhand einer inhaltlichen Abwägung zur gesuchten fachlichen Nähe.⁶⁾

In Österreich wurden demzufolge bis 2016 in neun Bundesländern 17 facheinschlägige Institute/Fachbereiche/Departments/Zentren an österreichischen Universitäten, Fachhochschulen sowie der Akademie der Wissenschaften (ÖAW) eingerichtet, an denen im Bereich der Publizistik, Medien- und Kommunikationswissenschaft geforscht wird.⁷⁾ Im Bereich der ordentlichen Studien werden an sechs Universitäten (da-

4) So sind etwa Angaben zu Beschäftigten am Institut in der Regel auf das Bekanntmachen der Person, nicht aber auf den Charakter der Stelle im Sinne von Global- versus Drittmittelstellen oder auch im Sinne von Vollzeitäquivalenten (VZÄ) angegeben, was den quantitativen Datenvergleich praktisch verunmöglicht.

5) Während Aktualisierungszeiträume von statistischem Datenmaterial (wie etwa die Erhebung von Studierendenzahlen oder tatsächlichen VZÄ) in der Regel normiert sind, sind es Aktualisierungen von Websites nicht in analoger Form.

6) Exemplarisch anhand der erwähnten Beispiele: Die Universität Innsbruck wurde in weiterer Folge in die Liste der Studiengänge aufgenommen (nicht aber in die Aufzählung der Organisationseinheiten bzw. die Recherche der Personalstände), die Universität Graz nicht.

7) Obwohl am Institut für Wirtschafts-, Sozial- und Unternehmensgeschichte der Universität Graz im Bereich der Weiterbildung ein Medienlehrgang angeboten wird, wurde dieses Institut nicht in die Auflistung der facheinschlägigen Organisationseinheiten aufgenommen, zumal der Forschungsschwerpunkt eindeutig in anderen Bereichen liegt.

Einheitliche Differenzierung oder differenzierte Einheit?

von eine Privatuniversität) und zehn Fachhochschulen insgesamt 54 Studiengänge angeboten und an mehreren Einrichtungen einschlägige Weiterbildungsprogramme (post graduate).

Abbildung 1 stellt die regionale Verbreitung des Faches in Österreich dar.

Abb. 1: Landkarte der facheinschlägigen Forschungs- und Studienangebote an österreichischen Universitäten, Fachhochschulen und der ÖAW 2016.

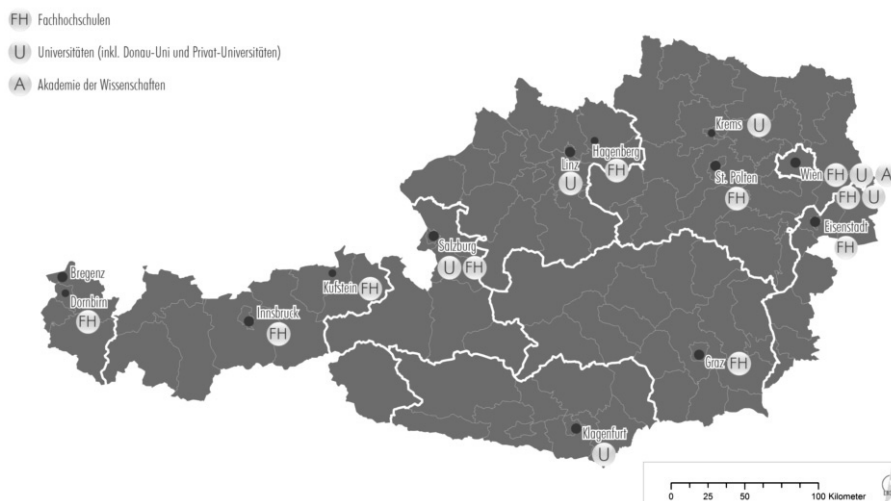


Abb. 2: Überblick über sämtliche Organisationseinheiten an Universitäten, Fachhochschulen und der ÖAW.⁸⁾

Gründungs-jahr	Name des Instituts/Fachbereichs	Universität/Fachhochschule/Akademie
1939	Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (PuK)	Universität Wien
1943	Institut für Theater-, Film-, und Medienwissenschaft (TFM)	Universität Wien
1969	Fachbereich für Kommunikationswissenschaft	Universität Salzburg
1971	Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft (MuK)	Universität Klagenfurt
1994	Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (CMC)	ÖAW/AAU ⁹⁾ Wien
1996	Department Digitale Medien	FH Oberösterreich – Campus Hagenberg

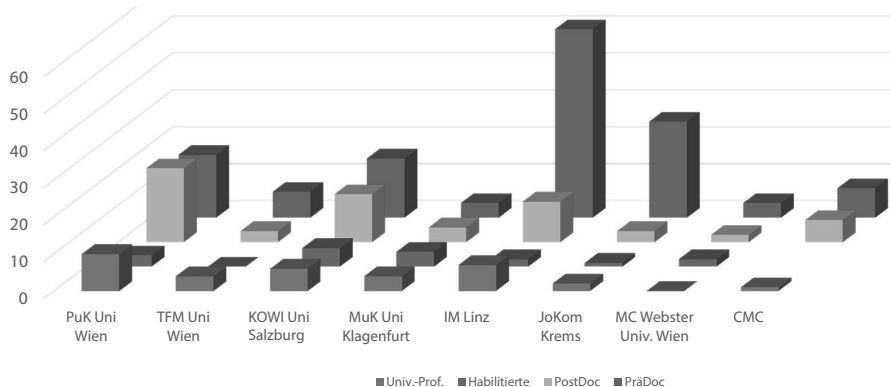
8) Dabei werden jeweils die heute aktuellen Bezeichnungen der Institute angewandt, für die Gründung allerdings jeweils jenes Datum herangezogen, das sich auch bei veränderter Namensgebung über die Zeit als Ursprungsdatum zurückverfolgen lässt. Für diese Daten wurde sofern vorhanden auf wissenschaftliche Literatur zur Geschichtsschreibung der Institute zurückgegriffen. In allen anderen Fällen wurden die Selbstdeklorationen der Einrichtungen als Quellen herangezogen. Trotz mehrfacher Nachfrage konnten Gründungsdaten für die „Faculty Media Communications“ der Webster University, des Instituts für Medien der Kunstuniversität Linz, sowie des Departments „Gestaltung und Mediale Kommunikation“ der FH Vorarlberg nicht erhoben werden. Die fehlenden Daten, wie auch die noch spärliche wissenschaftliche Dokumentation der Rekonstruktion von Fachgeschichte anhand von bestehenden Organisationseinheiten mag auch damit zu tun haben, dass die Fachgeschichte im Fach insgesamt eine marginalisierte Rolle einnimmt, wie etwa in dem Debattenbeitrag von F. Bösch in *Aviso 60* zur Zukunft der Geschichte in der Kommunikationswissenschaft argumentiert.

9) Im Zuge der Reform der Österreichischen Akademie der Wissenschaften wurde 2013 ein Kooperationsvertrag zwischen ÖAW und AAU Klagenfurt abgeschlossen, der den gemeinsamen Betrieb des CMC (Standort Wien) zum Objekt hat.

1997	Department Informationstechnologie und Informationsmanagement (ITuIM)	FH Burgenland Eisenstadt
2000	Zentrum für Journalismus und Kommunikationsmanagement (JoKom)	Donau-Universität Krems
2001	Department Kommunikation, Wissen, Medien	FH Oberösterreich – Campus Hagenberg
2001	Department Medien und Wirtschaft (DMuW)	FH St. Pölten
2002	Institut für Management, Communication & IT (IMCI)	MCI (Management Center Innsbruck)
2002	Institut Journalismus & PR (IJPR)	FH Joanneum Graz
2003	Institut Design & Kommunikation (IDK)	FH Joanneum Graz
2003	Institut für Journalismus und Medienmanagement (JuMM)	FH Wien der WKW
2004	Department Medien und Digitale Technologie (DMuDT)	FH St. Pölten
2007	Institut für Kommunikation, Marketing & Sales (IKMS)	FH Wien der WKW
2010/2011	Department Wirtschaft und Gesellschaft (DWuG)	FH Kufstein

Die folgenden Abbildungen (3,4) informieren über den Personalstand an Universitäten, Fachhochschulen und der ÖAW.¹⁰⁾

Abb. 3: Personal an Universitätsinstituten in Personen (nicht in VZÄ).



Durch die Binnenstruktur von Fachhochschulen, die sich nicht immer entlang eines Institutes, sondern auch entlang der angebotenen Studiengänge konfigurieren, ist davon auszugehen, dass nicht alle o.a. Planstellen auch facheinschlägig (im Sinne der Medien- und Kommunikationswissenschaften) sind.

In Abbildung 5 werden alle an Universitäten und Fachhochschulen bestehenden Studienangebote im Bereich der Bachelor- und Masterangebote (exkl. der Weiterbildungsangebote an mehreren Universitätsstandorten) erfasst.¹¹⁾

10) Die unterschiedlichen Personalstände im Bereich der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ohne Doktorat lassen sich vor allem mit der unterschiedlichen vertraglichen Behandlung von Dissertantinnen und Dissertanten erklären. An einigen Instituten werden diese mit Dienstverträgen angestellt und zählen somit (auch wenn diese Dienstverträge nur zehn bis 20 Stunden umfassen sollten) zum Personalstand des Institutes. Zieht man diese Divergenzen in Betracht, dann sind weiterhin in Wien das größte und in Salzburg das zweitgrößte facheinschlägige Institut in Österreich eingerichtet.

11) An der ÖAW werden keine eigenen Studien angeboten, das CMC kooperiert im Bereich der Lehre allerdings mit dem MuK-Institut an der Universität Klagenfurt. Die FH des bfi Wien sowie die FH Salzburg verfügen zwar über ein Studienangebot, aber über keine eigenständige Organisationseinheit, weshalb sie in der folgenden Tabelle zum ersten Mal aufscheinen.

Einheitliche Differenzierung oder differenzierte Einheit?

Abb. 4: Personal an Fachhochschulinstiuten in Personen (nicht in VZÄ).¹²⁾

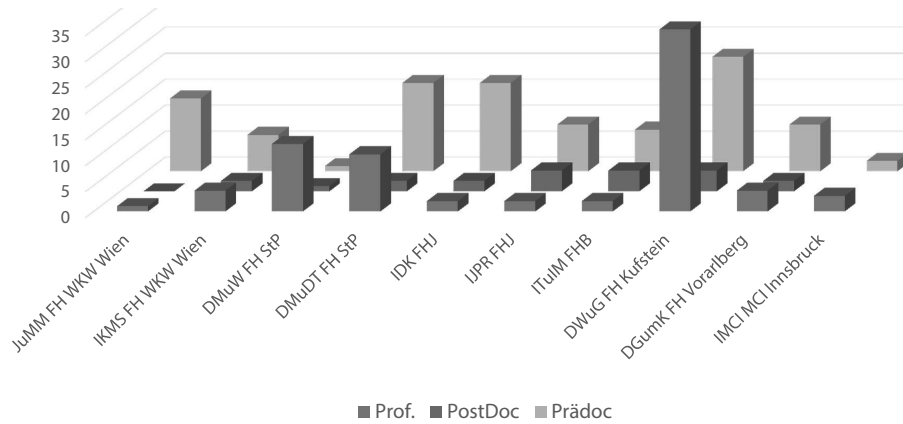


Abb. 5: Facheinschlägige Studiengänge und Zahl der Studierenden an österreichischen Universitäten und Fachhochschulen.

Universität / Fachhochschule / Akademie	Institut / Fach- bereich	Studiengänge	Zahl der Studierenden ¹³⁾
Universität Wien	PuK	BA Publizistik und Kommunikationswissenschaft	2882
		Magisterstudium Publizistik und Kommunikations- wissenschaft	
		MA Communication Science	
	TFM	BA Theater-, Film und Medienwissenschaft	
		MA Theater-, Film und Medienwissenschaft EC Medienästhetik	
Universität Salzburg	FB Kommu- nikations- wissenschaft	BA Kommunikationswissenschaft	699
		MA Kommunikationswissenschaft	
Universität Klagenfurt	MuK	BA Medien- und Kommunikationswissenschaften	339
		Diplomstudium Publizistik und Kommunikations- wissenschaft	
		MA Medien, Kommunikation und Kultur	
		MA Media and Convergence Management	
Kunstiniversität Linz	Medien	BA Graphik, Design und Fotografie	392
		BA Zeitbasierte und Interaktive Medien	
		MA Interface Cultures	
		MA Zeitbasierte Medien	
		MA Medienkultur- und Kunsttheorien	
		Unterrichtsfach Mediengestaltung	
		MA Visuelle Kommunikation	

12) An der FH Oberösterreich konnten trotz mehrfacher Anfragen keine Detailzahlen für die facheinschlägigen Departments recherchiert werden, weshalb sie in dieser Auflistung nicht vorkommen.

13) Die Daten zu Studierenden an FH beruhen auf den Angaben für das Wintersemester 2015/16 in der Datenbank des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft über „ordentliche Studierende an Fachhochschul-Studiengängen nach Studienlehrgangsart“ (Stichtag 15.11.2015). Die Daten zu Studierenden an Universitäten sind der Wissensbilanz 2015 entnommen und betreffen „Prüfungsaktive Studierende in Bachelor, Master und Diplomstudien“.

Matthias Karmasin/Larissa Krainer/Denise Voci

Universität Innsbruck	Germanistik	MA Medien	72
Webster University	MC	BA Media Communications	
FH Wien der WKW	JuMM	BA Journalismus & Medienmanagement	662
		BA Content-Produktion & Digitales Medienmanagement	
		MA Journalismus & Neue Medien	
FH St. Pölten	DMuW	BA Kommunikationswirtschaft	1100
		MA Kommunikationsmanagement	
		BA Medienmanagement	
FH St. Pölten	DMuDT	BA Medien- und Kommunikationsberatung	1100
		MA Medienmanagement	
		MA Medien- und Kommunikationsberatung	
FH Joanneum Steiermark	IDK	BA Medientechnik	255
		MA Medientechnik	
		MA Digitale Medientechnologien	
FH Joanneum Steiermark	IUPR	MA Communication Design	255
		MA Media Design	
		BA Journalismus und Public Relations	
FH Burgenland	ITuIM	MA Content-Strategie / Content Strategy	265
		MA-Lehrgang Public Communication	
		BA Information, Medien & Kommunikation	
FH Kufstein	DWuG	MA Information Medien Kommunikation	182
FH des bfi Wien		BA Marketing & Kommunikationsmanagement	103
FH Oberösterreich	KWM	BA Film-, TV- und Medienproduktion	411
		BA Kommunikation, Wissen, Medien	
		MA Kommunikation, Wissen, Medien	
MCI Innsbruck	IMCI	BA Medientechnik und Mediendesign	261
		MA Interactive Media	
		BA Management, Communication & IT (Zweig Media)	
FH Salzburg		MA Management, Communication & IT	483
		BA MultiMedia Art	
		BA MultiMedia Technology	
FH Vorarlberg	DGumK	MA MultiMedia Art	146
		MA MultiMedia Technology	
		BA InterMedia	
		MA InterMedia	

Im Bereich der Weiterbildung hat sich in den vergangenen Jahren an Österreichs Hochschulen ebenfalls eine sehr breite Landschaft ausdifferenziert. Die folgende Tabelle umfasst Angebote, die an Universitäten und Fachhochschulen im postgradualen Bereich angesiedelt sind und für die ein akademischer Grad (international gebräuchlicher Mastergrad lt. UG § 58 Abs. 1) verliehen wird.¹⁴⁾

14) Darüber hinaus bestehen im Bereich der Hochschulen noch weitere Angebote, für die keine akademischen Grade verliehen werden und die sich in der Regel in einem Umfang von weniger als 90 ETCS-Punkten bewegen sowie Angebote, die im außerwissenschaftlichen Bereich (z. B. dem Kuratorium für Journalistenausbildung oder der APA) angesiedelt sind. Vielfach unterrichten dort wiederum WissenschaftlerInnen aus den einschlägigen Instituten.

Einheitliche Differenzierung oder differenzierte Einheit?

Abb. 6: Weiterbildungsangebote an Universitäten und FH, für die ein akademischer Grad verliehen wird.

Universität	Institut/ Fachbereich	Universitätslehrgänge
Universität Wien		Public Communication
		Cultural Communication
Universität Salzburg		Interpersonelle Kommunikation
Universität Graz	WSuUG	Medienlehrgang
Donau Universität Krems	Diverse ¹⁵⁾	Professional MSc Technische Kommunikation
		Crossmedia Design & Development
		Digital Media Publishing
		Game Based Media Education
		Marketing und Medienmanagement
		Interactive Media Management
		Online Media Marketing
		Transmedia Design & Gamification
		Web and Mobile Media Design
		MSc PR und Integrierte Kommunikation
		MSc Social Media and Global Communication
		MSc Interne und Change-Kommunikation
		MSc Kommunikation und Management
		MSc Communication and Leadership, Communications MBA
MA Qualitätsjournalismus		
MSc Politische Kommunikation		
MA Quality Journalism and New Technologies		
FH St. Pölten	DMuDT	Film, TV & Media – Creation and Distribution
FH Wien der WKW		International MBA in Management & Communications
		MSc Kommunikations- und Betriebspsychologie
FH des bfi Wien		MBA Film, TV & Digital Media
		MSc CSR & Ethisches Management

3 Zusammenfassende Interpretation und Forschungsdesiderate

Der chronologische Überblick zeigt, dass sich die Geschichte der Einrichtung von Organisationseinheiten an Hochschulen über einen Zeitraum von mehr als 50 Jahren (von 1939 bis 1996) ausschließlich an Universitäten vollzieht und erst mit deutlichem Abstand von 57 Jahren Gründungen an Fachhochschulen und Privatuniversitäten hinzukommen (für die freilich erst die gesetzliche Basis geschaffen werden musste). Mit Blick auf die Personalstruktur ist auffallend, dass Universitäten eine deutlich stärkere Differenzierung des Personalwesens und der Stellenbezeichnungen betreiben als Fachhochschulen dies tun, die im Wesentlichen mit drei Unterscheidungen (ProfessorInnen, PostDoc und Prädoc) auskommen.

15) Nachdem auf der Website der Donau Universität Krems die Auflistung der Studien- bzw. Weiterbildungsangebote nicht immer mit jenen der Departments lt. Organigramm korrespondiert und auf gebündelte Inhalte Bezug nimmt, wurde hier auf eine detaillierte Zuordnung verzichtet.

Im Bereich der Studien besteht eine breite Ausdifferenzierung, zugleich lassen sich aber doch Schwerpunkte ausmachen. Zum einen zeigt sich, dass sich das Themenspektrum vom Kernbereich der Kommunikations- und Medienwissenschaft deutlich verbreitert hat und zwar hin zu den folgenden Bereichen und Schwerpunkten:

- Kunst / Ästhetik / Gestaltung
- Wirtschaft und Management
- Technik (insb. Informationstechnologien) und Design (z. B. Webdesign)

Zum anderen wird deutlich, dass sich das Verständnis von universitärer Bildung (Zusammenhang von Forschung und Lehre) über die Zeit zunehmend in Richtung Ausbildung und Medienpraxis verschiebt und zwar sowohl an Universitäten (insb. im Weiterbildungsbereich) als auch an Fachhochschulen (was sich aus deren Gesetzauftrag erklären lässt). Exemplarisch dafür können die Angebote in den folgenden Bereichen genannt werden:

- Journalismus
- PR / Kommunikationsberatung
- Theater / Film / Grafik / Design / Fotografie / Ästhetische Mediengestaltung
- Medienwirtschaft, Medienmanagement, Marketing
- Medientechnik, digitale Medientechnologie

Die kontinuierlich (in den vergangenen Jahren aber eher sprunghaft) wachsende Zahl von verschiedenen Studien- und Weiterbildungsangeboten am heimischen Markt wirft einige Fragen auf, die an dieser Stelle nicht beantwortet werden können. Erstens wäre eine umfassende Erhebung der Karrierewege von Absolventinnen und Absolventen der Regelstudien von großem Interesse, um abschätzen zu können, in welchen Berufssparten sich diese bewegen und wie sie im Rückblick die gebotenen Studieninhalte bewerten (ohne diese dabei auf den Aspekt der reinen Nützlichkeit reduzieren zu wollen). Zweitens bedarf der akademische wie außeruniversitäre Markt der Weiterbildungsanbieter noch einer ausführlicheren Erhebung in Bezug auf vorhandene AnbieterInnen, das gesamte Angebot sowie der gebotenen Inhalte und letztlich auch in Hinblick auf Fragen der Qualitätssicherung (in fachlicher wie personeller Hinsicht, wo es z. B. um die Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen geht). Drittens stellt sich in Bezug auf das Fach natürlich die Frage, in welche (unterschiedlichen) Fachdiskurse die Vielzahl der wissenschaftlichen MitarbeiterInnen an den verschiedenen Organisationseinheiten eingebunden ist und welche interdisziplinären Perspektiven sich daraus ergeben (könnten).

4 Resümee/Konsequenzen

Welches (Zwischen-)Resümee lässt sich nun anlässlich des 40-jährigen Jubiläums der österreichischen Fachzeitschrift für eine „österreichische“ Fachgeschichte ziehen? In einigen Aspekten unterscheidet sich die Entwicklung des Faches in Österreich nicht wesentlich von jener in der DACH-Region. Formal meint dies zunächst stetig steigende

Studierenden- und AbsolventInnenzahlen, die durch ihre Konstanz die aus den 90er Jahren des vorigen Jahrtausends stammende (abwertende) Einschätzung als „Modestudium“ verfehlt erscheinen lassen. Ähnlich wie in Deutschland steigt auch in Österreich die Akzeptanz des Faches innerhalb der akademischen Einrichtungen und auch in der Praxis, die mittlerweile aus einer Vielzahl von Kommunikationsberufen besteht. Damit einher gingen ein stetiger Aus- und Aufbau von (Personal-)Ressourcen, eine Differenzierung der Studienangebote und Forschungsleistungen und die Orientierung an internationalen Standards und Publikationskulturen. Soweit der „Normalfall“ der fachgeschichtlichen Entwicklung. Wenig verwunderlich daher, dass ein verbindender Diskurs in der Frage besteht, inwiefern die Ausdifferenzierung auf der Ebene der Studien eine Qualitätssteigerung befördert oder eher behindert, wie sich eine sinnvolle Integration von Theorie und Praxis aufrechterhalten lässt und wie sich das Verhältnis von Berufsausbildung und berufsvorbereitender Ausbildung gestalten soll.¹⁶⁾

Dennoch gibt es einige „spezifica austriaca“, die mit der spezifischen Rolle des Faches im Speziellen, aber auch mit der hochschulpolitischen Situation in Österreich im Allgemeinen zu tun haben. Die für die deutsche und in weiten Teilen auch für die Schweizer Fachentwicklung prägende und zum retrospektiven Narrativ gewordene „sozialwissenschaftliche Wende“ ist für die österreichische Entwicklung keine taugliche Metaerzählung. Hier findet sich sowohl was paradigmatische Grundpositionen, epistemische Zugänge und Objektbereiche der Forschung als auch was konkrete Studienangebote anlangt eine große Breite an Zugängen, dies oft innerhalb einzelner Institute. In Österreich treffen sich die eher sozialwissenschaftlich, die eher geisteswissenschaftlich sowie die eher technisch und ästhetisch-gestalterisch ausgerichtete Auffassung des Faches in verschiedenen institutionellen Kombinationen. „Medien“ wie auch „Kommunikation“ konnten sich vermehrt als interdisziplinäre Forschungsgegenstände etablieren, was auch die disperse und vielfältige institutionelle Zuordnung zum Teil erklären mag.

Neben einer größeren Breite des „Mainstreams“ ist wohl auch die spezifische Finanzierung und rechtliche Normierung des tertiären Sektors in Österreich dafür ursächlich. Die hochschulpolitischen Spezifika in Österreich, die für Angebote an Fachhochschulen zu einer Finanzierung nach Studienplätzen (und demgemäß eine Beschränkung der Studienplätze und Auswahlverfahren) führen, während Universitäten globale Budgets zugewiesen bekommen (die nur zu einem geringen Teil von der Anzahl der Studierenden abhängen), sind für die Entwicklung eines in der studentischen Nachfrage nach wie vor hoch im Kurs stehenden Faches prägend. Aufgrund der systemimmanenten Differenzen zwischen universitären und fachhochschulgebundenen Angeboten, wobei erstere trotz finanzieller Unterdotierung mit dem Ideal der forschungsgeleiteten Lehre ringen (müssen), ergeben sich inhaltliche Divergenzen in der Ausrichtung der Studienangebote, in den Kriterien für die Aufnahme von Studierenden und im Gewicht, das Forschung im Verhältnis zu Lehre hat, wobei Forschung an

16) Vgl. dazu exemplarisch etwa die Debattenbeiträge von Rademacher/Eberwein, Quiring, Russ-Mohl, Meier, Witte und Sammer in *Aviso* 61 (2015) und von Schönbach in *Aviso* 62 (2016).

den Universitäten traditionell ein höherer Stellenwert zukommt. Diese auf Sicht nicht veränderbaren Rahmenbedingungen wird die Notwendigkeit der Universitätsinstitute, sich zwischen Forschungs- und Berufsorientierung stärker und deutlicher zu profilieren, wohl noch verstärken. Dies ist insbesondere auch deshalb wahrscheinlich, da die Beschränkung der Drittmittel in diesen Forschungsbereichen und die finanzielle Unterdotierung der österreichischen Universitäten einen verstärkten inner- und außeruniversitären Wettbewerb um knappe Ressourcen erwarten lassen. Absehbar ist daher ferner, dass sich die Binnendifferenzierung des Faches in Lehre und Forschung noch verstärken wird, und zwar in allen Dimensionen wie soziale Aggregation (auf der Mikro-, der Meso- und der Makroebene), Kommunikationsarenen (interpersonale, organisationsbezogene, öffentliche Kommunikation) und in den Objektbereichen.

Ob dies dem Ziel, zur Wissenschaft der Mediengesellschaft zu werden – wie es das Selbstverständnispapier der größeren deutschen Schwesterorganisation anklingen lässt – dient und ob es den „herausragenden Stellenwert, den Kommunikation und Medien in der Gesellschaft haben“, wie es ebendort heißt (vgl. DGPK 2008) auch in Österreich zu stärken vermag, darf indes bezweifelt werden. Auch wenn die Binnendifferenzierung eine Reaktion auf hochschulpolitische Anreizsysteme (etwa im Zwang, sogenannte Alleinstellungsmerkmale zu entwickeln) sein mag, lässt sich mit vielen dieser, eher an kurzfristigen und kleinteiligen Erfolgen orientierten Strategien, eine langfristige an Grundlagenforschung und den gesellschaftlichen Herausforderungen durch Mediatisierung, Konvergenz und den Strukturwandel der Öffentlichkeit ausgerichtete Fachorientierung nur schwer in Einklang bringen. Ob es im Fach gelingen wird, mehr disziplinen- und institutsübergreifende Projekte in Lehre und Forschung zu realisieren und eine nachhaltige Art der Kooperation jenseits des Wettbewerbs um Drittmittel und Sozialkapital zugunsten einer Erhöhung von Forschungsbudgets und der Dotierung zu diesen Objektbereichen insgesamt zu etablieren, wird dafür – so meinen wir – eine Kernfrage sein. Ob es dem Fach in Österreich insofern gelingen wird, eine Einheit der Differenz und damit über die statthabenden Verteilungskämpfe im tertiären Sektor hinaus eine entsprechende Relevanz in Bezug auf die Gesellschaft, die Medien und die Politik zu entfalten, wird wohl nicht zuletzt auch von der Rolle, die die Fachgesellschaft zu spielen bereit ist, abhängen.

Daraus resultiert allerdings letztlich die Frage, inwiefern die Fachgesellschaft selbst auf die Ausdifferenzierung reagiert, diese reflektiert und sich auch als Dach verstehen will, unter welchem Universitäten und Fachhochschulen übergreifende interdisziplinäre Diskurse geführt werden (können und sollen), inwieweit sie sich auch aktiv auf die Kolleginnen und Kollegen zubewegt, die an den Schnittstellen zu anderen Fächern forschen und lehren und inwiefern sie auch zu einer gebotenen Selbstreflexion zur Einheit in aller Differenz Anstöße geben will.

Einheitliche Differenzierung oder differenzierte Einheit?

Verzeichnis der Abkürzungen

CMC	Comparative Media Communication
DM	Department für Digitale Medien
DMuDT	Department Medien und Digitaltechnologie
DMuW	Department Medien und Wirtschaft
DGumK	Department Gestaltung und mediale Kommunikation
DWuG	Department Wirtschaft und Gesellschaft
IDK	Institut Design und Kommunikation
IJPR	Institut für Journalismus und PR
IKM	Fakultät für Informatik, Kommunikation und Medien
IKMS	Institut für Kommunikation, Marketing and Sales
IMCI	Institut für Management, Communication & IT
ITuIM	Department Informationstechnologie und Informationsmanagement
JoKom	Zentrum für Journalismus und Kommunikationsmanagement
JuMM	Institut für Journalismus und Medienmanagement
KWM	Department Kommunikation, Wissen, Medien
MC	Faculty- Media Communications
MuK	Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft
PuK	Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft
TFM	Institut für Theater-, Film-, und Medienwissenschaft
WSuUG	Institut für Wirtschafts-, Sozial- und Unternehmensgeschichte

Literatur

- Karmasin, Matthias/Oggolder, Christian** (2016) (Hg.): Österreichische Mediengeschichte. Band 1: Von den frühen Drucken zur Ausdifferenzierung des Mediensystems (1500 bis 1918). Wiesbaden: Springer.
- Karmasin, Matthias/Krainer, Larissa** (2013): Zwischen Differenzierung und Kanonisierung. Konturen einer Fachgeschichte von Publizistik-, Medien- und Kommunikationswissenschaft in Österreich. In: Medien Journal 1/2013, 3-28.
- Löblich, Maria** (2010): Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende. Ein Beitrag zur historischen und kognitiven Identität der Kommunikationswissenschaft. In: Medien- und Kommunikationswissenschaft 4/2010, 544-562.
- Meier, Klaus** (2015/16): Modellfall Journalistik? In: AVISO – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Nr. 61, Winter 2015/16, 6.
- Meyen, Michael/Löblich, Maria** (2004) (Hg.): 80 Jahre Zeitungs- und Kommunikationswissenschaft in München. Bausteine zu einer Institutsgeschichte. Köln: Halem.
- Meyen, Michael/Löblich, Maria** (2006): Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK.
- Nowotny, Helga/Scott, Peter/Gibbons, Michael** (2005): Wissenschaft neu denken. Weilerswirt: Velbrück.
- Poser, Hans** (2001): Wissenschaftstheorie. Eine philosophische Einführung. Stuttgart: Reclam.
- Quiring, Oliver** (2015/16): Funktionale Differenzierung oder besser doch gleich alles gleich? In: AVISO – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Nr. 61, Winter 2015/16, 3-4.
- Rademacher, Lars/Eberwein, Tobias** (2015/16): Immer schön praktisch – und was hat die Theorie davon? In: AVISO – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Nr. 61, Winter 2015/16, 2.
- Riesmeyer, Claudia/Huber, Nathalie** (2011): Karriereziel Professorin. Wege und Strategien in der Kommunikationswissenschaft. Köln: Halem.

- Russ-Mohl**, Stephan (2015/16): Der überfällige Ruck im Fach. In: AVISO – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Nr. 61, Winter 2015/16, 4-5.
- Schönbach**, Klaus (2016): Kein Grund, sich zu genieren. In: AVISO – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Nr. 62, Mai 2016, 3.
- Schüle**in, August Johann/**Reitze**, Simon (2002): Wissenschaftstheorie für Einsteiger, Wien: WUV.
- Wilke**, Jürgen (2005) (Hg.): Die Aktualität der Anfänge. 40 Jahre Publizistikwissenschaft an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Köln: Halem.
- Witte**, Barbara (2015/16): Wider die Wagenburg. In: AVISO – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Nr. 61, Winter 2015/16, 7-8.

Internetquellen:

- bmfwf** 2016a: <http://wissenschaft.bmfwf.gv.at/bmfwf/wissenschaft-hochschulen/universitaeten/gesamtuebersicht-universitaeten/> (15.6.2016)
- bmfwf** 2016b: <http://wissenschaft.bmfwf.gv.at/bmfwf/wissenschaft-hochschulen/privatuniversitaeten/> (15.5.2016)
- DGPuK** (2008): Selbstverständnispapier der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK). Siehe: <http://www.dgpuk.de/uber-die-dgpuk/selbstverstandnis/> (20.8.2016)