

Profilierung durch Vielfalt?

Thematisierung kommunikationswissenschaftlich relevanter Fragen in 40 Jahren *Medien Journal*

Abstract

40 years ago the magazine *Medien Journal* was founded by the Austrian Communication Association (ÖGK). Its stated purpose was to pursue critical communication research. The article takes this as a starting point and explores the magazines development and journalistic profile over the years. A content analysis of all issues of the *Medien Journal* was conducted with regard to the main topics explored. The results reveal that the *Medien Journal* sometimes was a trendsetter and seized ideas, which a few years later were taken up in other German-speaking countries. For example, already in the eighties and thus much earlier than comparable journals it took up the “cultural turn” in communication research. Another identifying feature of the *Medien Journal* was the place it offered to information and communications technologies and its social impact. “Change” was one of the most used terms in the last decade. The article ends with some questions that will accompany editors and readers also for the next decade.

Zusammenfassung

Vor 40 Jahren herrschte Aufbruchsstimmung in der österreichischen Kommunikationswissenschaft. Gegründet wurden die Fachgesellschaft ÖGK und die Fachzeitschrift *Medien Journal*. Letzteres verortete sich als Forum für kritische Gesellschafts- und Medienanalyse. Davon ausgehend wurde analysiert, wie sich die Themenstruktur des *Medien Journals* über die Jahre veränderte und inwiefern ihm eine Profilierung trotz oder wegen der großen Bandbreite an Themen gelang. Bei manchen Themen war das *Medien Journal* Trendsetter. So zeichnete sich der „cultural turn“ früher und deutlicher ab als in anderen deutschsprachigen Fachzeitschriften. Im vergangenen Jahrzehnt waren ICT und ihre sozialen Folgen bestimmendes Thema, erkennbar auch in der häufigen Verwendung des Begriffs „Wandel“. Der Beitrag schließt mit einer Zusammenstellung an Fragen, die auch in Zukunft zentral sein werden für das *Medien Journal*.

Das *Medien Journal* ist die österreichische Fachzeitschrift, die so gut wie alle innerhalb der österreichischen Kommunikationswissenschaft Tätigen erreicht. Sie verfolgt den Anspruch, „die Medienarbeit in Österreich und auch in anderen Ländern zu durchleuchten und Nachrichten aus der Medienforschung und Medienpraxis zu bringen“, sie will außerdem „Forum für die offene Diskussion sein“ (vgl. Impressum, H. 5/1987, 136).

Bereits vor zehn Jahren, als das *Medien Journal* seinen 30. Geburtstag feierte, habe ich nach seinem Beitrag zur Entwicklung einer kritischen Kommunikationswissenschaft in Österreich gefragt (vgl. Thiele 2008). Zum 40. Geburtstag stellt sich diese Frage erneut, zumal tiefgreifende soziale und technische Veränderungen im vergangenen Jahrzehnt stattgefunden haben. Ob und wie das *Medien Journal* diese Veränderungen thematisiert und kritisch reflektiert hat, ist Gegenstand des Beitrags. Darüber hinaus interessiert, inwiefern dem *Medien Journal* eine Profilierung gelungen ist trotz Ausdifferenzierung des Forschungsgegenstands „Medien und Kommunikation“ und trotz der „Entgrenzungsprozesse“, die insbesondere in der Journalismusforschung diskutiert werden (vgl. etwa Loosen/Scholl 2002; Neuberger 2004; Pörksen/Scholl 2012).

Anders als im Beitrag von 2008 wird im folgenden nicht noch einmal der österreichische Weg von der Zeitungs- über die Publizistik- hin zur Kommunikations- und Medienwissenschaft nachgezeichnet sowie auf die Schwierigkeiten eingegangen, sich als akademische Disziplin zu etablieren und eine eigene Fachidentität zu entwickeln. Auch verzichte ich hier auf eine Diskussion darüber, wie sinnvoll die Rede von nationalen Fachkulturen in Zeiten ist, in denen der Anspruch besteht, transkulturell zu denken und disziplinenübergreifend zu forschen.

Stattdessen möchte ich mich gleich dem Untersuchungsgegenstand *Medien Journal* zuwenden – wohlwissend, dass sehr viel mehr Publikationen etc. berücksichtigt werden müssten, um Aussagen über Entwicklungen innerhalb der österreichischen Kommunikations- und Medienwissenschaft treffen zu können. Trotzdem sei angesichts des Jubiläums der wichtigsten österreichischen kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschrift und ihrer unbestritten zentralen Funktion für die Selbstverständigung innerhalb der (österreichischen) scientific community die Beschränkung auf das *Medien Journal* gestattet.

1 Aufbruch in Richtung kritische Kommunikationswissenschaft

Das *Medien Journal* erscheint seit 1977. Ein Jahr zuvor war mit der *Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationsfragen* eine Fachgesellschaft gegründet worden, die anders als die im selben Jahr entstandene DGPuK-nahe und von etablierten Wissenschaftlern dominierte ÖGPuK, den Anspruch hatte, eine Vertretung aller österreichischen mit Kommunikation und Medien befassten Wissenschaftler*innen zu sein. Mit der Gründung einer Fachgesellschaft und dem Start einer Fachzeitschrift waren

zwei wichtige Schritte in Richtung Etablierung der Publizistikwissenschaft als akademische Disziplin getan. Es herrschte Aufbruchstimmung (vgl. Fabris 1983, 4 bzw. Fabris im aktuellen Heft).

Im ÖGK-Gründungsaufruf von 1976 legten die Mitglieder dar, was sie unter kritischer, gesellschaftsbezogener Kommunikationswissenschaft verstehen. Dieser Text findet sich auch in der ersten Ausgabe des *Medien Journals* von 1977 und im Heft 1-2 von 1986 wieder, in dem das 10-jährige Bestehen der Fachgesellschaft gefeiert wurde:

Gesellschaftsbezogene, angewandte Medien- und Kommunikationsforschung wird sich daher in verstärktem Ausmaß allen jenen Fragen zuwenden müssen, die durch die kommerzielle Forschung systematisch ausgesperrt wurden – und werden: Bildungsaufgaben der Massenmedien, Abwehrstrategien gegen Manipulation, selbsttätiger kritischer Mediengebrauch, alternative Formen der Öffentlichkeit, die Darstellung der Arbeitswelt in den Medien, Mitbestimmung und Organisation des Medienpersonals usw.

Damit waren einige Grundpositionen und Forschungsgebiete einer kritischen, gesellschaftsbezogenen Medien- und Kommunikationswissenschaft benannt, was im deutschsprachigen Raum vergleichsweise selten vorkam, denn kritische Positionen blieben trotz scheinbarer Konjunkturen Minderheitenpositionen (vgl. Scheu 2012). Immerhin finden sich im „Handbuch der Massenkommunikation“ (Koszyk/Pruys 1981, 131f.) unter dem Stichwort Kommunikationstheorien sechs von Claus Eurich zusammengestellte „Punkte“, die verdeutlichen, was kritische Kommunikationswissenschaft meint. Sie ergänzen das im *Medien Journal* publizierte Programm um die Analyse der „politischen Implikationen einer positivistischen Kommunikationsforschung“, die Offenlegung ihres „systemdeckenden und systemstabilisierenden Charakter“, die „kritische und über die bestehenden, diffusen Theorien der öffentlichen Meinung hinausgehende Erforschung des Phänomens ‘Öffentlichkeit’“ und die „Entdeckung der Bedürfnisse des Bürgers, seiner Erfahrungswelt, seiner Fähigkeiten, seiner unverbrauchten Reserven an Kreativität und Spontaneität“ (ebd.).

Nach vier Jahrzehnten *Medien Journal* soll eine Analyse der Themen und inhaltlichen Schwerpunkte Auskunft über das Profil und den Gesellschaftsbezug der Fachzeitschrift geben.

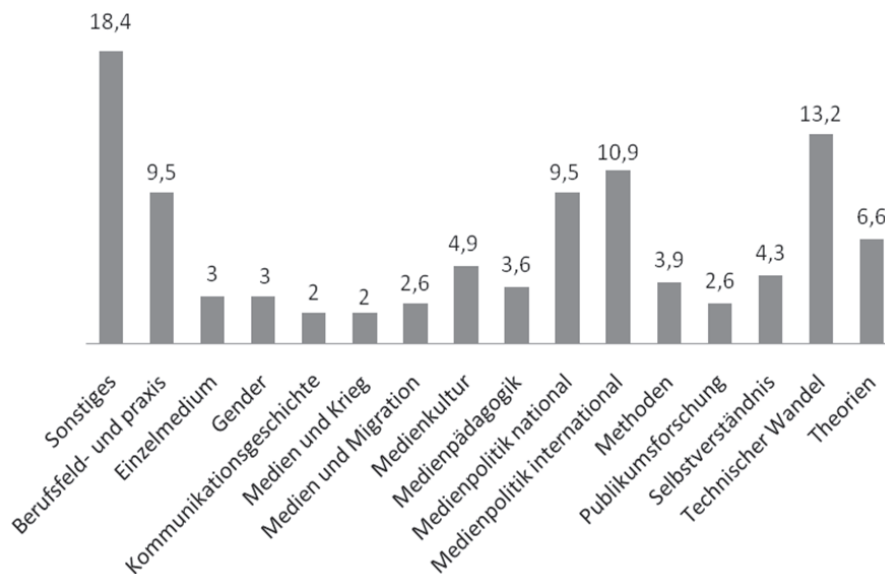
2 Themen und Trends

Zwischen 1977 und 2015 sind 152 Hefte erschienen, in fast allen Jahren vier Ausgaben, manchmal ein Doppelheft. Ausgehend von den Hefttiteln wurden Kategorien gebildet, die die thematische Schwerpunktsetzung erfassen. Ein Heft zum Thema „Neue Kommunikationstechnologien und Gender“ (*Medien Journal* 2/2012) wurde dabei doppelt codiert und zählte dann zum einen für die Kategorie „Technischer Wandel: Social Media, ICT, Digitalisierung, Mediatisierung“, zum anderen für die Kategorie „Gender“ bzw. „Geschlechterforschung“. Ein Heft zum Thema „Aktuelle Herausforderungen der Medienpädagogik“ (*Medien Journal* 3/2009) zählte hingegen doppelt für die Katego-

rie „Medienpädagogik“. Insgesamt wurde im Vergleich zur Auswertung in 2008 die Zahl der Kategorien um drei erweitert. Hinzugekommen sind die Kategorien „Einzelmedium“, „Medienkultur“ sowie „Medien und Migration“.

Die Themen der zwischen 1977 und 2015 erschienenen *Medien Journal*-Hefte verteilen sich danach wie folgt:

Abbildung 1: Themenverteilung in Prozent (1977-2015)



Offensichtlich ist, dass sich das Themenspektrum des *Medien Journals* permanent erweitert hat. Enthalten die ersten, kaum 20 Seiten starken Hefte noch eine Sammlung mehr oder weniger fokussierter Beiträge zur österreichischen Medienlandschaft und Medienpolitik, erfolgte ab den 1980er Jahren eine Schwerpunktsetzung pro Heft, was aber eine gewisse Heterogenität der Beiträge trotz des einenden Hefttitels nicht ausschloss.

Die frühen Hefte, die keinen speziellen Themenschwerpunkt aufweisen, zählen aufgrund der inhaltlichen Ausrichtung der Beiträge zur Kategorie „Medienpolitik national“. Sie bildet zusammen mit der Kategorie „Medienpolitik international“ mit einem 20,4%-Anteil die stärkste Kategorie, gleich gefolgt von „Sonstiges“ (18,4%) und an dritter Stelle der Kategorie „Technischer Wandel: Social Media, ICT, Digitalisierung, Mediatisierung“ (13,2%). Die beiden Kategorien „Medienpolitik national“ und „Medienpolitik international“ erreichen mit „Technischer Wandel“ zusammen 33,6%, woraus sich ableiten lässt, dass medienpolitischen Fragen und technischen Entwicklungen sowie deren sozialen Folgen besondere Aufmerksamkeit zuteil wurde und wird.

Ein weiterer wichtiger Themenbereich ist die Berufsfeldforschung und damit die Verbindung von akademischer Ausbildung und beruflicher Praxis. Sowohl dem prosperierenden Bereich Public Relations und Organisationskommunikation als auch neu-

en Berufsbildern wie dem des Online-Redakteurs/der Online-Redakteurin werden Themenhefte gewidmet. Insgesamt fallen 9,5% der thematischen Schwerpunkte in diese Kategorie.

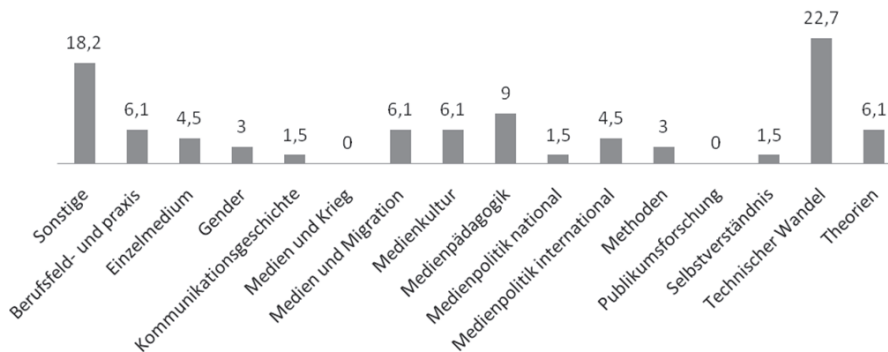
Explizit mit Theorien befassen sich zusammen 6,6% der Hefte. Seit Ende der 1990er Jahre ist diese Ausrichtung deutlicher erkennbar mit Themenheften zur Systemtheorie, zu Konstruktivismus, Kritischer Theorie und Cultural Studies oder Intersektionalität. Auch „Methoden-Hefte“ sind seit den 1990er Jahren häufiger, ihr Anteil liegt bei 3,9%.

Seltener geworden sind mit 4,3% – bis 2007 lag der Anteil bei 7% – Hefetitel, die auf das Thema Identität der österreichischen Kommunikationswissenschaft verweisen und die sogenannte Selbstverständnis-Debatte weiterführen. Auch die Kommunikationsgeschichte nahm mit 4% in den ersten 30 Jahren seit Gründung des *Medien Journals* einen erkennbar höheren Stellenwert ein als nun nach 40 Jahren, wo gerade einmal 2% der Hefte die mediale Repräsentation historischer Ereignisse behandeln.

Immer mal wieder aber steht ein einzelnes Medium im Mittelpunkt, so geht es in Heft 3/2015 um „Fernsehen in digitalen Medienwelten“ oder im Heft 2/2015 mit dem Titel „Das Radio lebt!“ um das von der Forschung vernachlässigte Medium Hörfunk.

Werden nur die im Zeitraum 2008 bis 2015 erschienenen 31 Hefte und ihre thematischen Schwerpunkte betrachtet, ergibt sich eine noch stärkere Hinwendung zu Themen, die den technischen Wandel und seine sozialen Folgen behandeln. Eng damit verbunden sind medienpädagogische Fragestellungen, so dass ihr mit 9% verhältnismäßig hoher Anteil nachvollziehbar ist.

Abbildung 2: Themenverteilung in Prozent (2008-2015)



Sowohl insgesamt als nur auf die letzten Jahre bezogen fällt auf, dass „Medienkultur“ mit 4,9% bzw. 6,1% ein häufig gewähltes Themenfeld darstellt. Das mag zum einen mit der breiten Auslegung des Begriffs zu tun haben, zum anderen zeigt sich hier eine Besonderheit „der“ österreichischen Kommunikations- und Medienwissenschaft, die kultur- und medienwissenschaftlichen Ansätzen gegenüber offener war als etwa die in der DGPK organisierte deutsche Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Das gleiche gilt für die Befassung mit Medien und Geschlecht, Medien und Krieg oder Medien und Migration. Nicht erst in den letzten Jahren tauchen diese Themen im *Medien Journal* auf. Sie sind vielmehr kontinuierlich im Programm. So erschien 1992 unter der Redaktion von Marie-Luise Angerer und Karin Stockinger ein Themenheft „Gender“ und 1995 ein Heft, in dem die Situation von „Frauen in der österreichischen Medien- und Kulturindustrie“ analysiert wird. Fünf Jahre später geht es um „Frauenöffentlichkeiten in Österreich“, wiederum fünf Jahre später um „Männlichkeiten“, 2012 um „Neue Kommunikationstechnologien und Gender“.

Die Bandbreite an Themen im *Medien Journal* mag durch diese Daten schon erkennbar sein, wie vielfältig sein Angebot jedoch ist, zeigt die Kategorie „Sonstiges“, die mit 18,4% die größte darstellt. In ihr finden sich „offene Hefte“, Hefte, die Einblicke in einen spezifischen Forschungsbereich geben oder solche, die einen im weitesten Sinne kulturwissenschaftlichen Schwerpunkt aufweisen mit so ansprechenden Titeln wie „Life Style“, „Ästhetik der Alltagskultur“ oder „Impulse aus Eremitagen“.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass in der nunmehr 40-jährigen Geschichte des *Medien Journals* Themenkonjunkturen ebenso wie -kontinuitäten erkennbar sind, ansatzweise kann sogar eine Einteilung in Phasen aufgrund thematischer Schwerpunktzsetzungen vorgenommen werden.

So war das *Medien Journal* in seinen Anfangsjahren zwischen 1977 und 1984 stark von einem gewerkschaftsnahen, sozialdemokratischen Geist geprägt. Betont wurde die Notwendigkeit einer gesellschaftlich orientierten Journalist*innenausbildung. Themen waren zudem nicht-kommerzielle, lokale „Alternativmedien“, medienerzieherische Angebote und die Weltinformationsordnung. Ab Mitte der 1980er Jahre fällt das zunehmende Interesse an Jugendkulturen und Populärkultur auf und der Bezug auf Vertreter*innen der Frankfurter Schule und Cultural Studies. Ebenso auffällig ist die Auseinandersetzung mit dem durch „neue Medien“ induzierten Wandel von der Schrift zur Bildkultur, der z.B. im Hefttitel „Bildschirmgesellschaft“ anklingt. Verstärkt diskutiert wurde seit Mitte der 1980er Jahre auch die besondere Problemlage kleinstaatlicher Mediensysteme. Damit war ein Vorschlag aufgegriffen, den Hans Heinz Fabris in seinen „Thesen zur Entwicklung von Kommunikationswissenschaft und -forschung in Österreich“ 1983 formuliert hatte, nämlich, „einen deutlichen Österreich-Bezug“ herzustellen und „die einseitige Orientierung an der bundesdeutschen Publizistikwissenschaft“ aufzugeben, dabei aber, „um der Gefahr einer Provinzialisierung durch eine derartige ‚Austrifizierung‘ zu entgehen“, auf „Internationalisierung“ zu setzen (vgl. Fabris 1983, 5).

1985 konstatierte der damalige ÖGK-Vorsitzende Roman Hummel: „Der Schwung der siebziger Jahre, der die kritische Gesellschaftswissenschaft und -praxis beflügelte und der auch – spät aber doch – Geburtshelfer der ÖGK war, ist erlahmt.“ (Hummel 1986, 8) Er erkannte ein Theoriedefizit, das aber in den 1990er Jahren ausgeglichen wurde. In diesem Jahrzehnt erschienen vermehrt Theorie-Hefte, ein Trend, der im neuen Jahrtausend anhielt und sich beispielsweise in der Debatte über „Medialisierung“

bzw. „Mediatisierung“ (beide Begriffe schafften es auf die Titelseite des *Medien Journals*) oder „Öffentlichkeit“ niederschlug. Darauf, dass Theoriearbeit weiterhin notwendig ist, deutet die auffällig häufige Verwendung des Begriffs „Wandel“ im vergangenen Jahrzehnt: Das *Medien Journal* befasst sich mit „Kommunikativen Phänomenen im Wandel“ (Heft 2/2014), mit „Journalismus im Wandel“ (Heft 2/2013), „Changing Democracy – Journalism, Civic Participation and ICTs“ (Heft 4/2011). Ebenso beliebt wie „Wandel“ und „Change“ sind Begriffe wie „Innovation“ und „Transformation“ oder das Attribut „neu“. Kommunikationsgeschichte ist hingegen „out“, auch wenn nicht ausgeschlossen ist, dass man bei genauerer Lektüre der einzelnen Heftbeiträge auf Historisches trifft, zumindest in einem Nebensatz. Spürbar ist gerade mit Blick auf die neueren Hefttitel der Druck, aktuelle Themen aufzugreifen und auf Höhe der Zeit zu sein.

3 Modernisierung und Anpassung an international geltende Qualitätsstandards

Nicht nur auf sprachlicher und inhaltlicher Ebene, konkret bei der Themenauswahl und -benennung, ist eine Modernisierung und Anpassung „an jene Themenfelder, wie sie im Spektrum deutschsprachiger wie internationaler Fachgesellschaften repräsentiert sind“ (Impressum H. 1/2016) erkennbar. Auch Organisationsstrukturen, Redaktion und Leser*innenschaft, Angebote und Formen haben sich in den letzten Jahren in manchen Punkten verändert.

Weiterhin gibt die ÖGK das *Medien Journal* heraus und weiterhin bedeutet das enge personelle Beziehungen zwischen Fachgesellschaft bzw. Vorstand der Fachgesellschaft, Redaktion, Heftverantwortlichen und Autor*innen, auch wenn es inzwischen (seit 1/2008) ein Editorial Board und (später darauf folgend) ein International Advisory Board gibt. Letzteres besteht aus den Professor*innen Friedrich Krotz (Bremen), Gabriele Siegert (Zürich), Markus Stauff (Amsterdam), Tanja Thomas (Tübingen), Ingrid Volkmer (Melbourne). Das Editorial Board, dem neben dem Vorstand der ÖGK mit Petra Herczeg (Wien), Thomas Steinmaurer, Ursula Maier-Rabler (beide Salzburg), Brigitte Hipfl, Matthias Karmasin, Francisca Weder, Karin Waldher (alle Klagenfurt) auch Cornelia Brantner (Dresden), Jörg Matthes (Wien) und Peter Maurer (Trondheim) sowie Matthias Wieser (Klagenfurt) angehören, unterstützt die Chefredakteurin und die jeweiligen heftverantwortlichen Redakteur*innen. Die Chefredakteurin ist seit 1/2015 Petra Herczeg, zuvor hatte lange Jahre (1989-2014, teilweise zusammen mit Franz Rest) Thomas Steinmaurer diesen Posten inne. Die Heftverantwortlichen stammen ganz überwiegend ebenfalls aus dem Umkreis des ÖGK-Vorstands oder des Editorial Boards und häufig lässt sich vom Hefttitel leicht auf die beteiligten Autor*innen schließen. Das *Medien Journal* stützt sich also auf ein eng geknüpftes Netzwerk von Kommunikationswissenschaftler*innen, „man“ kennt sich im „small state“, trifft sich und verabredet neue Themenhefte und Beiträge. Daran ändern auch *double blind reviews* und *advisory boards* wenig.

Aktuell werden im *Medien Journal* Formen erprobt, die auf mehr Beteiligung und Diskussion abzielen. Nachwuchswissenschaftler*innen erhielten erstmals in Heft 1/2016 die Chance, sog. „first publisher“-Beiträge, z.B. eine Kurzfassung ihrer Masterarbeit, zu veröffentlichen. Und es gibt es den Versuch, Debatten über aktuelle gesellschaftspolitische Entwicklungen anzustoßen, an denen sich Wissenschaftler*innen „sowie Personen aus der Medien- und Kommunikationspraxis“ (Wieser 2016, 5) über mehrere Hefte hinweg beteiligen und bspw. die Berichterstattung über Flucht und Migration von verschiedenen Standpunkten aus betrachten. Die Debattenbeiträge sollen auch online zur Verfügung stehen.

Das klingt gut, doch noch ist der Onlineauftritt der Zeitschrift, positiv ausgedrückt, ausbau- und verbesserungsfähig. Das beginnt bei der Schreibweise des Titels (*Medien Journal*, *Medienjournal*, *MedienJournal*), setzt sich fort über die Menüführung, fehlende optische Elemente und Verlinkungen, bis hin zu einer mangelnden Systematik bei der Auswahl der bislang veröffentlichten Editorials, Inhaltsverzeichnisse, Abstracts und Beiträge auf den Unterseiten „Aktuelles Heft“ und „Archiv“.

4 Fazit und Ausblick

Vier Jahrzehnte *Medien Journal* bedeuten vier Jahrzehnte hoher personeller Einsatz und individuelles Engagement dafür, dass „die“ österreichische Kommunikations- und Medienwissenschaft ein eigenes Publikationsorgan und damit ein Forum hat, in dem sie sich mit anderen austauschen kann. Untersucht wurde, wie sich die Forschungsgagenden über vierzig Jahre verändert haben und sich dies in der thematischen Schwerpunktsetzung von mehr als 150 Heften widerspiegelt.

Deutlich wurde die Ausdifferenzierung des Forschungsgegenstandes „Kommunikation“. Standen in den ersten Jahren des *Medien Journals* kommunikationspolitische Fragen von nationaler und internationaler Bedeutung im Mittelpunkt, so kamen über die Jahre Themen hinzu, die von einem erweiterten Politik- und erst recht Kommunikationsbegriff zeugen. Bei manchen Themen, etwa der interpersonellen oder visuellen Kommunikation, war das *Medien Journal* Trendsetter.

Insgesamt scheint die Kommunikationswissenschaft in Österreich offener zu sein für angrenzende Disziplinen, ihre Themen und bevorzugten Methoden, offener für Theorieansätze, die als „traveling ideas“ global verhandelt werden, und offener für die Medienpraxis. Was aber, wenn Offenheit mit Beliebigkeit verwechselt wird? Der durchgängig hohe Anteil der Kategorie „Sonstiges“ führt zu dieser und der im Titel des Beitrags gestellten Frage: steht nicht die Vielfalt an Themen, die das *Medien Journal* behandelt, einer Profilierung der Fachzeitschrift und Konturierung des Forschungsfeldes Medien und Kommunikation im Wege? Bejahen kann die Frage nur, wer erstens eine klare Vorstellung vom Forschungsfeld und vor allem seinen Grenzen hat und zweitens weiß, was Abonnent*innen bzw. Mitglieder einer nationalen Fachgesellschaft von „ih-

rer“ Fachzeitschrift erwarten. Geschickt parieren ließe sich die Frage hingegen durch eine Umkehrung der Argumentation: Profil entsteht gerade durch Vielfalt.

Trotzdem bleibt nach einer Rückschau auf vierzig Jahre *Medien Journal* zu klären, welche Ansprüche die Zeitschrift erfüllen soll – und kann:

- Wie kann das *Medien Journal* Vielfalt repräsentieren und thematisch, theoretisch, methodisch offen sein, ohne kommunikationswissenschaftliche Kernthemen, Ansätze und Zugänge aus den Augen zu verlieren?
- Wie viel Kritik und politische Positionierung sind möglich? Besteht noch der anfangs formulierte Anspruch, Ort kritischer, gesellschaftsbezogener Kommunikationswissenschaft zu sein?
- Welche international üblichen Qualitätsstandards in Sachen Auswahl, Begutachtung und Transparenz sollen auch für das *Medien Journal* gelten?
- Wie kann es aktuell und modern, ohne modisch und geschichtsvergessen zu sein?
- Wie sowohl national verankert als auch international anschlussfähig?
- Wie kann es bewährte Veröffentlichungsformen pflegen und neue etablieren?

Die hier aufgeführten Fragen begleiten das *Medien Journal* von Beginn an. Zugleich bietet jedes neue Heft Antworten, und das seit 40 Jahren! Zum 50. Geburtstag darf erneut Bilanz gezogen werden.

Literatur

- Fabris**, Hans-Heinz (1983): Der verhinderte Aufbruch. Thesen zur Entwicklung von Kommunikationswissenschaft und -forschung in Österreich. In: *Medien Journal*, 7. Jg., H. 2, 3-5.
- Hummel**, Roman (1986): Zweckoptimismus ist angebracht. In: *Medien Journal*, 10. Jg., H. 1-2, 3-5; 8-9.
- Koszyk**, Kurt/**Pruys**, Karl Hugo (1981): *Handbuch Massenkommunikation*. München: dtv.
- Loosen**, Wiebke/**Scholl**, Armin (2002): Entgrenzungsphänomene im Journalismus. Entwurf einer theoretischen Konzeption und empirischer Fallstudien. In: **Baum**, Achim/**Schmidt**, Siegfried J. (Hg.). *Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten*. Konstanz: UVK, 139-151.
- Neuberger**, Christoph (2004): Lösen sich die Grenzen des Journalismus auf? Dimensionen und Defizite der Entgrenzungsthese. In: **Roters**, Gunnar/**Klingler**, Walter/**Gerhards**, Maria (Hg.). *Zukunft der Medien – Medienzukunft*. Baden-Baden : Nomos, 95-112.
- Pörksen**, Bernhard/**Scholl**, Armin (2012): Entgrenzung des Journalismus: Analysen eines Mikro-Meso-Makro-Problems aus der Perspektive der konstruktivistischen Systemtheorie. In: **Quandt**, Thorsten/**Scheufele**, Bertram (Hg.). *Ebenen der Kommunikation. Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 25-43.
- Scheu**, Andreas M. (2012): *Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft. Eine Verdrängungsgeschichte?* Köln: Herbert von Halem.
- Thiele**, Martina (2008): Von der Zeitungswissenschaft zu einer kritischen (?) Kommunikationswissenschaft – Der Beitrag des *Medien Journals*. In: *Medien Journal*, H. 4/2008, 32. Jg., 42-51.
- Wieser**, Matthias (2016): *Medien Journal-Debatte*. In: *Medien Journal*, H. 1/2016, 40. Jg., 4-5.