

Werner Wirth, Jörg Matthes, Ursina Mögerle

Der Nachwuchs unter der Lupe

Ein Werkstattbericht zur Situation der schweizerischen wissenschaftlichen NachwuchswissenschaftlerInnen bis zur Promotion

Nicht nur aktuelle hochschulpolitische Veränderungen, sondern auch die in jüngster Zeit verstärkte Diskussion um das Fachverständnis der Kommunikations- und Medienwissenschaft werfen neue Fragen hinsichtlich der Gestaltung und Förderung von akademischen Karrieren im Fach auf. Dem wissenschaftlichen Nachwuchs – insbesondere den Doktorandinnen und Doktoranden – kommt in dieser Diskussion eine besondere Bedeutung zu. Über die Beschäftigungs- und Ausbildungsbedingungen des wissenschaftlichen Nachwuchses in der schweizerischen Kommunikations- und Medienwissenschaft ist bisher vergleichsweise wenig bekannt (vgl. aber Fröhlich & Holtz-Bacha, 1993). Dies lässt eine Bestandsaufnahme des wissenschaftlichen Nachwuchses für geboten erscheinen.

Ziel einer von der SGKM und DGpuK geförderten Studie ist es daher, eine erste Bestandsaufnahme des Nachwuchses bis zur Promotion vorzunehmen. Im Mittelpunkt stehen u.a. folgende Fragen: Wie sind die Ausbildungs- und Beschäftigungsbedingungen des Nachwuchses gestaltet? Wie beurteilen die Nachwuchskräfte die eigene berufliche Situation und Zukunft? In wie weit stimmt das Bild der hoch motivierten und beruflich zufriedenen Nachwuchskraft mit der Wirklichkeit am universitären Arbeitsalltag überein? Basierend auf bisherigen Nachwuchsstudien (vgl. Enders, 1996, 2000) wurde ein Fragebogen mit den Themenkomplexen Beschäftigungssituation, Arbeitsgebiete, Motivation & Selbstwahrnehmung, Arbeitsaufgaben & Zeitbudget, berufliche Betreuung & Zufriedenheit sowie Fach- & Aussenaktivitäten erstellt. In einem weiteren Schritt wurden mit einer umfassenden Internetrecherche alle wissenschaftlichen Nachwuchskräfte an schweizerischen, deutschen und österreichischen medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen recherchiert. Es wurden hierbei nur universitäre Studiengänge mit eindeutigem Fachbezug (inkl. Filmwissenschaft) im Haupt- und Nebenfach berücksichtigt. Insgesamt konnten so die E-Mail-Adressen von genau 100 Personen an den Universitäten Basel, Bern, Fribourg, Genf, Lausanne, Lugano, Luzern, Neuchâtel, St. Gallen und Zürich ermittelt werden. Im Juni 2004 wurde an die Nachwuchskräfte ein Link zum Ausfüllen des Onlinefragebogens versandt. Der deutsche Fragebogen wurde mit finanzieller Unterstützung der SGKM ins Französische und Italienische übersetzt, so dass die Befragung je nach Region in deutscher,

französischer und italienischer Sprache durchgeführt werden konnte.

Von den insgesamt 100 angemailten schweizerische Nachwuchskräften haben 57 den Fragebogen beantwortet (51 aus der deutschsprachigen, zwei aus der französischsprachigen und vier aus der italienischsprachigen Schweiz). 49% der Befragten sind weiblich, 51% männlich, das Durchschnittsalter beträgt 31 Jahre.

Erste Auswertungen zeigen, dass fast alle Befragten (93%) vorhaben zu promovieren. Die angegebenen Gründe für den Berufsantritt spiegeln ein sehr großes Interesse für die Inhalte des Faches wieder: Als Hauptgründe gelten das Interesse für die Methoden, Theorien und Erkenntnisse des Faches, das Interesse an der wissenschaftlichen Forschung, die Möglichkeit des Berufes, eigenen Fähigkeiten nachzugehen, aber auch der Promotionswunsch und die Aussicht auf ein lebenslanges Lernen im Beruf. Keine Rolle für die Berufswahl spielen die Erwartungen seitens der Familie, der Mangel an besseren Alternativen oder eine Aussicht auf ein höheres Einkommen in einer späteren Anstellung. Immerhin 21% streben eine Professur an, ebenfalls 21% sind sich nicht ganz sicher, spielen aber mit dem Gedanken, einmal Professor oder Professorin zu werden. Für die Mehrzahl der Befragten (58%) kommt allerdings eine Hochschulkarriere nicht in Frage. Als Haupthinderungsgründe für eine akademische Karriere geben alle Befragten vor allem die zu starren Hierarchien an den Universitäten sowie die zu geringen Chancen auf eine Professur an. Tatsächlich wird die Chance, einmal Professor oder Professorin zu werden, von den Befragten als überaus gering eingeschätzt: Nur 11% der Befragten rechnen sich gute Chancen aus. Dennoch zeigt sich der wissenschaftliche Nachwuchs hoch zufrieden mit der Tätigkeit an den schweizerischen Universitäten. 72% der Befragten geben an, zufrieden oder sehr zufrieden zu sein. Unzufriedenheit zeigt sich allerdings bei den Aspekten berufliche Aufstiegsmöglichkeiten und zukünftige Sicherheit des Arbeitsplatzes. Die ersten Auswertungen deuten darauf hin, dass eine wissenschaftliche Laufbahn anscheinend einerseits als attraktiv, andererseits aber auch als mitunter unbefriedigend und – auf die Karriereaussichten bezogen – als verhältnismässig unwahrscheinlich wahrgenommen wird.

Die Ergebnisse des Projektes wurden vor kurzem auf den Jahrestagungen der nationalen Fachgesellschaften in der Schweiz und in Deutschland vorgestellt. In der nächsten Ausgabe der *Medienwissenschaft Schweiz* erscheint ein ausführlicher Beitrag, in dem die wichtigsten Ergebnisse dargestellt und deren Bedeutung für die Entwicklung der schweizerischen Kommunikations- und Medienwissenschaft erörtert werden.

Kontakt:

Prof. Dr. Werner Wirth

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich

Andreasstrasse 15

CH-8050 Zürich

Tel. +41 (0)1 635 20 79 / Fax +41 (0)1 634 49 34

w.wirth@ipmz.unizh.ch

<http://www.ipmz.unizh.ch/medienrezeption/>

Literatur:

Enders, J. (1996). *Die wissenschaftlichen Mitarbeiter. Ausbildung, Beschäftigung und Karriere der Nachwuchswissenschaftler und Mittelbauangehörigen an den Universitäten*. Frankfurt: Campus.

Enders, J. (2000). *Academic staff in Europe: changing employment and working conditions*. In M. Tight (Ed.), *Academic work and life: what it is to be an academic, and how this is changing?* (S. 7- 32). New York, NY: Elsevier Science.

Fröhlich, R. & Holtz-Bacha, C. (1993). *Dozentinnen und Dozenten in der Kommunikationswissenschaft, Publizistik*, 38(1), 31-45.

Colin Porlezza

Zwischen Selbstbeweihräucherung und Konkurrenzkritik Medienjournalismus in der Schweiz – drei Fallstudien

Dem Journalismus in der Schweiz werden gerne hohe Qualitätsstandards und Kontinuität bescheinigt, bis hin zu einer gewissen Behäbigkeit. Von Kontinuität ist allerdings beim Medienjournalismus – mit wenigen Ausnahmen – derzeit wenig zu spüren. Nachdem in Zeiten wirtschaftlichen Aufschwungs Mitte der 90er Jahre viele Redaktionen das Berichterstattungsfeld für sich entdeckt hatten, wurden zwischenzeitlich krisenbedingt reihenweise Medienressorts wieder dicht gemacht oder auf Ein-Mann-Betriebe zurückgestutzt: Die «Weltwoche», der «Tages-Anzeiger», der «Bund», das Nachrichtenmagazin «Facts» – alle scheinen plötzlich auf eigene Medienseiten verzichten zu können. Der Stellenwert journalistischer Selbstreflexion sinkt – Medienberichterstattung verkümmert zum belanglosen «Nebenbei-Ressort».

Doch wie ist es angesichts solch heftiger Pendelausschläge um die Qualität des Medienjournalismus in der Deutschschweiz bestellt? Den spektakulärsten Anlass für Medienkritik – und damit auch für Diskussionen rund um den Medienjournalismus – dürfte in den letzten Jahren der Skandal um Thomas Borer geliefert haben, der sich im Zeitverlauf mehr und mehr zu einem Skandal für das Verlagshaus Ringier und dessen Boulevardblatt «Blick» entwickelte. Doch dieser Medienexzess eignet sich vielleicht nicht ganz so gut wie drei aktuellere, weniger hochgespielte Fälle, um Genaueres über die „Normalbefindlichkeit“ und damit über die Leistungsfähigkeit, aber auch die Problemzonen des Medienjournalismus in der Schweiz in Erfahrung zu bringen.

Während die Zahl der Printmedien in der Schweiz kontinuierlich zurückgeht, verflechten sich die Medienunternehmen immer mehr. Der Mediensektor wird dadurch fürs Publikum zusehends intransparenter. Unter solchen Bedingungen, so hat schon vor Jahren der Kommunikationswissenschaftler Stephan Russ-Mohl (2000: 33ff) vermutet, liegt es nahe, dass in der Medienberichterstattung wirtschaftliche Eigeninteressen der Medienhäuser stärker durchschlagen, als dies für eine an Normen journalistischer «Objektivität» und Ausgewogenheit orientierten, sachgerechten Berichterstattung wünschenswert sein kann. Die Versuchung müsse gross sein, im Medienjournalismus einerseits Selbstbeweihräucherung sowie Cross-Promotion für Medienprodukte aus dem eigenen Haus zu betreiben, und andererseits – vor allem unmittelbare – Konkurrenten je nach Lage der Dinge totzuschweigen oder anzuschwärzen.

Ob solche Tendenzen in der Medienberichterstattung in der Deutschschweiz tatsächlich empirisch beobachtbar sind, hat der Verfasser in einer Lizentiatsarbeit untersucht, die er an der Università della Svizzera italiana in Lugano geschrieben hat.

Drei exemplarische Fälle

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse vorgestellt. Sie beziehen sich auf drei exemplarische Fälle, die inhaltsanalytisch untersucht wurden. Die «Weltwoche», der «Bund» und die «NZZ am Sonntag» sind Publikationen, die in jüngster Vergangenheit aus gänzlich unterschied-