

Göran Bolin / Michael Forsman

Medien- und Kommunikationswissenschaft in Schweden: Zergliederung oder Ko-Existenz?

Wie in vielen anderen westlichen Ländern so ist auch in Schweden innerhalb der letzten Jahrzehnte ein verstärktes Interesse an Medien- und Kommunikationswissenschaft zu verzeichnen gewesen. Ein Grund hierfür liegt darin, daß Medien und Informationstechnologien sowohl die Arbeitswelt als auch den Freizeitbereich zunehmend durchdrungen und integriert haben. Der öffentliche Diskurs über die Medien so wie das Interesse der Studenten nimmt zu, so daß an den Universitäten und den meisten anderen Hochschulen in Schweden medien- und kommunikationswissenschaftliche Ausbildungsgänge wie Pilze aus dem Boden schießen. Hier ist jedoch zu differenzieren: Studiengänge mit Promotionsabschluß werden nur an den älteren, traditionellen Universitäten in Göteborg, Lund, Stockholm, Umeå und Uppsala, BA- oder MA-Kurse hingegen an den neueren Universitäten in Karlstad, Växjö und Örebro angeboten. Masters-Studiengänge können an einigen, bei weitem aber nicht allen der Hochschulen belegt werden. Weitverbreitet sind zudem praxisorientierte Ausbildungen mit Kursen in Medien, Journalismus, Schreiben, Marketing usw.

Seit der Etablierung der Medien- und Kommunikationswissenschaft als akademisches Fach 1989 in Schweden herrscht wenig Konsens darüber, was diese Disziplin genau zum Gegenstand haben soll, worauf sie abzielt oder was unter zentralen Konzepten wie ‚Kommunikation‘ konkret zu verstehen ist. Heute, da ‚Kommunikation‘, ‚Kultur‘ und ‚Medien‘ in den unterschiedlichsten Kontexten und Diskursen als Schlagworte kursieren, scheint es, als ob die Medien- und Kommunikationswissenschaft sich mit allem befaßt – von interpersoneller Kommunikation bis hin zu weitgefaßten kulturwissenschaftlichen Theorien (Cultural Studies) über Alltag und Identitätsbildung in der Spätmoderne. Das schwedische Universitätssystem bedarf somit einer Debatte über die Grenzen der Disziplin, vor allem im Blick auf die Nachbarfächer und ihre Gegenstände (Rhetorik, Journalismus, Public Relations u.a.), nicht zuletzt auch mit Bezug auf die holistischen Ansprüchen der Kulturwissenschaft.

Diese Diskussion ist kompliziert, und so wollen wir uns damit begnügen, einige Entwicklungslinien nachzuzeichnen, Tendenzen und Spannungsachsen innerhalb des weitgefaßten Gebietes zu beschreiben sowie seine Entstehung und Beziehung zu verschiedenen anderen Disziplinen. Ziel unseres Artikels ist es,

einige der Quellen, Institutionen, Personen und Publikationen vorzustellen, die unserer Meinung nach signifikant für die Entwicklung dieses Feldes sind. Wir konzentrieren uns hierbei eher auf die Forschungs- und Ausbildungstraditionen, weniger auf die spezifischen Ergebnisse der unterschiedlichen Studien und Forschungsprojekte. Historische Überblicke und Feldbeschreibungen sind zudem immer aus einer bestimmten Perspektive verfaßt – der vorliegende Artikel bildet hierin keine Ausnahme. Die Autoren arbeiten seit drei Jahren innerhalb einer Gruppe von Wissenschaftlern, die einen eher theorie- als praxisbezogenen Fachbereich für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Söderströms högskola bei Stockholm einrichtet. Zuvor waren wir am Institut für Journalismus, Medien und Kommunikation (JMK) der Universität Stockholm tätig, zu dessen erster Generation von Doktoranden wir in den frühen 90er Jahren gehörten. Innerhalb dieses institutionellen Rahmens, der sich aus drei Teilen – der journalistischen Praxisausbildung, dem Zentrum für Massenkommunikationsforschung und der Ausbildung in Informationstechnologie – zusammensetzt, die sich alle auf eigene akademische bzw. professionelle Traditionen beziehen, wurden bestimmte Spannungen deutlich. Doch besaß der Fachbereich auch ein gehöriges Maß an intellektueller Offenheit, nicht zuletzt in der Person des früheren Professors Kjell Nowak (der von 1991 bis 1999 am Institut lehrte), einem der Gründungsväter des Faches.¹

Einige frühe Studien und der Aufschwung der Medienforschung

Die schwedische Medienforschung hat sich durch viele akademische Disziplinen (so z.B. die Literaturwissenschaft, Soziologie, Psychologie und Sozialpsychologie) und deren jeweilige theoretische Ansätze ihren Weg gebahnt. Selbstverständlich hatten die in diesen Fächern vorherrschenden theoretischen Perspektiven und Einschätzungen über die Rolle der Medien Einfluß auf die Forschungsziele bzw. auf die Wahl der Methoden und Gegenstände, d.h. ob man sich auf den Inhalt, das Publikum, oder die Struktur hinter den Medienprodukten konzentrierte. Zwei weitere Faktoren haben auf Umfang und Zielsetzung der Forschung eingewirkt: Einerseits die Medienentwicklung insgesamt und andererseits die Investitionen, die von Seiten des Staates und der Medienindustrie zur Aufklärung über Medienoutput, Nutzen und Wirkungen getätigt wurden.

Die Heterogenität und Interdisziplinarität innerhalb der Medienforschung erklärt sich aus der Verschiedenartigkeit der Medien, Genres und Dimensionen des Kommunikationsprozesses. Eine Möglichkeit, die schwedische Medienfor-

¹ Wir widmen diesen Artikel dem kürzlich und viel zu früh verstorbenen Kjell Nowak (1934-1999) und der Tradition intellektueller Offenheit, die er so nachhaltig vertrat.

schung darzustellen, liegt darin, Nowaks (1963) Inventar der Anfangsphase zu folgen, indem nach einzelnen Medien differenziert und unterschieden wird, welcher Aspekt des Kommunikationsprozesses jeweils im Mittelpunkt steht: Produktion, Produkte oder Publikum.

Als erste Versuche der (Massen-)Medienforschung können die Studien zur frühen Presse und zu den Pionieren des Journalismus am Ende des 19. Jahrhunderts gerechnet werden. Sie stammen überwiegend von Literaturhistorikern, aber auch von einigen historisch interessierten Journalisten (vgl. Key 1883; Bjurman 1929; Sylwan 1896; 1924). Das Interesse galt dabei der Entwicklung der schwedischen Presse, ihren Produkten und ihren Produzenten gleichermaßen. Forschungen zur Pressegeschichte haben später an den Instituten für Literaturwissenschaft in Umeå und Lund ihre Heimstatt gefunden, gelegentlich mit einem größeren theoretischen Gewicht, etwa im Hinblick auf Presse als Öffentlichkeit und die Bedeutung lokaler Zeitungen (vgl. Nordmark 1989). Während der 70er Jahre trugen das Institut für Geschichte der Universität Stockholm und die Hochschule für Journalismus (Journalistihögskolan) mit Arbeiten zu Presse und Demokratieprozessen wesentlich zur Forschung bei (vgl. André/Strand/Holmqvist 1983). In den letzten Jahrzehnten sind Fragen zu Macht und Struktur journalistischer Institutionen (wie Nachrichtenevaluation, journalistische Diskurse und der Einfluß der journalistischen Institution auf die öffentliche Debatte) zu zentralen Inhalten der publizistischen Forschung geworden, nicht zuletzt an den Einrichtungen, die Journalisten ausbilden, etwa dem JMK (vgl. Ekekrantz/Olsson 1994; Leth 1996; Thurén 1992).

Als der Film Schweden eroberte, rief er Debatten und einige Studien über die Auswirkungen des Mediums insbesondere auf Kinder und Jugendliche hervor, überwiegend aus pädagogischer und psychologischer Sicht (z.B. Lund 1996 [1922]), aber auch aus Perspektive der Zensur. Die frühe Forschung zum Thema fokussierte also auf gesellschaftliche Wirkungen und Resonanz des Films. Ein eigenes Institut für Filmwissenschaft wurde erst in den frühen 70er Jahren eingerichtet, schon 1972/1973 war es jedoch an den Universitäten von Stockholm und Lund möglich, das Studium mit einer einschlägigen Dissertation abzuschließen. Vor der Formierung der Medien- und Kommunikationswissenschaft in den frühen 90er Jahren waren die kritisch orientierte Medientheorie sowie Studium und Lehre zum Fernsehen und zu populären Filmgenres am Institut für Filmwissenschaft in Stockholm beheimatet. Studenten und Dozenten machten es sich u.a. zur Aufgabe, ehemals geringgeschätzte Genres wie etwa den Jugendfilm, das Melodram oder TV-Soaps zum Studienobjekt zu erheben. Einige dieser Forschungen sind nach und nach in die Medien- und Kommunikationswissenschaft gewandert, während man am Institut für Filmwissenschaft in

gewissem Rahmen eine Neuorientierung auf historische Studien zum frühen schwedischen Film und den kanonisierten *auteurs* konstatieren kann.²

Radioforschung war lange Zeit ein vernachlässigtes Gebiet, doch unlängst sind einige Dissertationen zum Thema erschienen (Nordberg 1998; Åberg 1999). Ansonsten hat sich die Forschung in Schweden weitgehend auf Publikumsbefragungen beschränkt. Die erste Umfrage fand schon 1929 statt, doch erst in den fünfziger Jahren wurden regelmäßige Studien dieser Art durchgeführt. Radio- und Fernsehübertragungen wurden in Schweden als Teil des monopolisierten öffentlich-rechtlichen Rundfunks eingerichtet.³ Um das eigene Programm zu bewerten, es zu legitimieren und die Produktion effizienter zu gestalten, führte man kontinuierliche Untersuchungen der Hör- und Sehgewohnheiten durch. Während der 60er Jahre wurde eine eigene Gruppe für Zuschauerforschung (SR/PUB) eingerichtet. Bis zu ihrer Auflösung im Jahr 1993 hat diese Gruppe sowohl regelmäßige Publikumsbefragungen als auch inhaltlich und formal präzise ausgerichtete Studien zur Publikumswahrnehmung durchgeführt. Ein Zweig der SR/PUB-Forschung hat das Verhältnis von Fernsehen und Kindern untersucht. Nach den Diskussionen um die Wirkungen des Fernsehens, die die meisten Debatten der 60er Jahre kennzeichneten, orientierte sich dieser Teil der SR/PUB-Forschung zunehmend an der eigenen Erfahrung der Kinder und ihrem Umgang mit dem Fernsehen. Die Sender selbst benutzten diese Studien bei der Entwicklung von Kinderprogrammen (vgl. von Feilitzen 1989).

Viele Forschungsarbeiten zur Presse, so beispielsweise die regelmäßigen Erhebungen zur Leserschaft schwedischer Zeitungen, sind in engem Kontakt mit Medienproduktionsfirmen entwickelt worden, bei denen es sich jedoch im Unterschied zum Fernsehen um kommerzielle Unternehmen handelte. Solche Studien werden sowohl von kommerziellen Einrichtungen mit engen Verbindungen zur Zeitungsindustrie (z.B. TidningsStatistik AB – TS), wie auch von wissenschaftlichen Instituten durchgeführt. Von großer Relevanz sind hier beispielsweise die alljährlichen Untersuchungen der Society Opinion Media (SOM) des SOM-Instituts an der Statsvetenskapliga institutionen [Institut für Politikwissenschaft] der Universität Göteborg.

Eine weitere Gruppe mit Interesse an wissenschaftlich fundierten Untersuchungen ist die Werbeindustrie, die die Reichweite und Ergebnisse von Kampagnen

2 Für einen Überblick über die Entwicklung der schwedischen Filmwissenschaft vgl. Bolin/Forsman 1996.

3 Seit ein paar Jahren untersucht ein größeres Forschungsprogramm die Geschichte der schwedischen Äthermedien. Die verschiedenen Studien sollen in drei Bänden zusammengefaßt werden, von denen zwei bereits erschienen sind (Hadenius 1998, Nordmark 1999). Sie basieren auf mehr als 20 Einzelprojekten zu Inhalt und zu politischen und technischen Umständen des schwedischen Radios und Fernsehens.

und Marktstrategien einschätzen will. Solche Forschungsarbeiten sind in erster Linie aus der Perspektive eines Senders verfaßt und zielen oft auf Effektivität im Kommunikationsprozeß. Modelle für diese Perspektiven und auch einige ihrer Anwendungen wurden durch das Ekonomiska forskningsinstitutet (EFI) [Ökonomisches Forschungsinstitut] entwickelt und später in die marktorientierten kommunikationswissenschaftlichen Ausbildungsgänge integriert, die jetzt in Schweden florieren. Es gibt jedoch auch Beispiele für Studien zu Werbung und Marktbeziehungen, die ein autonomeres akademisches Profil besitzen. An der Philosophischen Fakultät der Universität Stockholm entwickelten einige Forscher Interesse an den Ausdrucksformen und Langzeiteffekten der Rhetorik und normativen Ideologie der Werbeproduktion (Andrén et al. 1978).⁴ Es mag verwundern, aber die Kommerzialisierung des schwedischen Radios und Fernsehens innerhalb des letzten Jahrzehnts und das ständige Anwachsen von Werbung in allen Medien hat keine Zunahme von Studien zur Werbung bewirken können. Stattdessen sind die wenigen Arbeiten über Veränderungen und Formen der Werbung als Kurzberichte entstanden, die von Forschern im Auftrag der schwedischen Verbraucherzentrale erstellt wurden (vgl. etwa Holmqvist 1988; Forsman 1996).

Studien zu Wahlkampagnen, Meinungsbildung und Nachrichtenverbreitung stehen politischen und staatlichen Interessen näher als den ökonomischen und haben in der schwedischen Medienforschung eine eigene Tradition ausgebildet. Einige hiervon sind von bahnbrechender Bedeutung (Asp 1986). Neben der gemeinsamen Forschungspolitik und Finanzierung bestimmt die politische und staatliche Sphäre die Forschung, die für SOU (Statens offentliga utredningar [Öffentliche Berichte des Staates]) unternommen wird, wo Forscher bestimmte Gebiete untersuchen sollen, um Politiker mit Grundlagenmaterial für anstehende politische Entscheidungen zu versorgen, z.B. in der Medienrechtsprechung und der Medienpolitik. Seit kurzem sind verschiedene neue staatliche Beratergremien im Umfeld der Medienpolitik entstanden, so z.B. der Rat für Gewalt in den Medien und der Rat für Medienvielfalt. Ein Großteil ihrer Aktivitäten besteht darin, externe Perspektiven in Forschungsüberblicken einzubringen (vgl. Cronström 1999).

Im Zuge ihrer späten Institutionalisierung hat die schwedische Medienforschung auch Untersuchungsgegenstände wie Tonträger, Video, TV-Spiele und Computer in ihr Programm integriert. Eine Erklärung hierfür könnte in einigen Forschungsprojekten und Dissertationen aus den traditionellen Geisteswissenschaften liegen, etwa Studien zur populären Musik am Institut für Musikwissenschaft (Musikvetenskapliga institutionen) der Universität Göteborg oder am Institut für Literaturwissenschaft (Litteraturvetenskapliga institutionen) der

⁴ Vgl. in Erweiterung hierzu Nowak/Andrén (1981), die mit ihrer auf kulturellen Indikatoren basierenden Studie zur schwedischen Werbung einen wichtigen Beitrag leisten.

Universität Lund (Björnberg 1987; Lilliestam 1988; Lindberg 1995; Tagg 1989). Einen besonderen Zweig innerhalb dieser Form der Medienforschung bilden Studien zur Mediennutzung unter Jugendlichen. Diese Forschung nimmt oft eine qualitative, häufig auch ethnographische oder textanalytische Perspektive mit Verbindungen zu Kulturwissenschaft, kontinentaler Theorie und Jugendkulturtheorie ein (vgl. Bjurström 1997; Fornäs/Lindberg/Sernhede 1995; Ganetz 1997; Bolin 1998).

Viele der hier angeführten Studien können als Zeichen eines disziplinären, aber auch eines generationsbedingten Umschwungs in der Medienwissenschaft gelten. Darüber hinaus macht es die wachsende Medialisierung nahezu aller Bereiche der schwedischen Gesellschaft nahezu unvermeidlich, Medien als Gegenstand zu berücksichtigen. Ein weiterer Faktor ist, daß das Konzept von ‚Kultur‘ spätestens seit den 70er Jahren mit einer Vielzahl von Praktiken des modernen Alltagslebens und Aspekten der Globalisierung verbunden wird, womit den Medien auch von Seiten der Anthropologen eine zentrale Rolle zukommt (Hannerz 1990; Klein 1996). Schließlich wurde mit dem Anwachsen der Informations- und Netzwerkgesellschaft auch das Konzept von Kommunikation höchst bedeutsam, wodurch das Interesse an Forschung zu interpersoneller Kommunikation und zu externer und interner Kommunikation innerhalb des kommerziellen und öffentlichen Sektors stark zugenommen hat.

Forschungseinrichtungen

In einem Überblick für eine Regierungsuntersuchung von Mitte der 70er Jahre (DsU 1976) wurden fünf Institutionen genannt, die für die Herausbildung der Medienwissenschaft von besonderer Bedeutung gewesen seien. Es handelte sich um die Forschungsgruppe des Schwedischen Radios SR/PUB, das Ekonomiska Forskningsinstitutet (EFI) an der Handelshögskolan [Handelshochschule] in Stockholm, das Institut für Politikwissenschaft der Universität Göteborg, aus dem sich später das Institut für Journalistik und Massenkommunikation entwickelte, das Institut für Soziologie der Universität Lund (mit seiner sich später herausbildenden Forschungseinheit für Medien- und Kommunikation) und das dortige Institut für Vergleichende Literaturwissenschaft mit seinem Schwerpunkt auf Untersuchungen zum Pressewesen.

Innerhalb dieser Institute und Forschungseinrichtungen bildeten sich verschiedene Arbeitsansätze heraus, so verfolgte z.B. SR/PUB zwei Richtungen: zum einen Zuschauer- und Zuhörerforschung des schwedischen Hör- und Fernsehfunks (vgl. Höijer/Nowak 1990): Soziale Gruppen, gestaffelt nach Alter, Geschlecht, sozialer Schicht und Bildung, wurden auf ihre Seh-, Hör- und

Lesegewohnheiten hin untersucht. Zum anderen gab es weitergehende Arbeiten zum Verständnis von Fernsehinhalten (vgl. Höijer/Findahl 1984). Weite Teile der Forschung von SR/PUB sind anwendungsorientiert, da sie den Zielen einer politisch gesteuerten Programmpolitik dienen. Die Aktivitäten von SR/PUB begannen schon 1955, Langzeitstudien entstanden jedoch erst ab 1964 (vgl. Kronwall 1976, 105).

Die Forschung am Institut für Politikwissenschaft der Universität Göteborg reicht zurück bis 1954, als eine Studie zum Wahlverhalten während der Kommunalwahlen erschien. Seitdem haben sich Studien dieser Einrichtung (etwa die SOM-Untersuchungen) vornehmlich auf Printmedien, politische Meinungsbildung, Fragen der Medienobjektivität und die Beobachtung von Fernsehinhalten konzentriert. Letztere Tatsache ist dabei einer Entscheidung des Schwedischen Radios zuzuschreiben, die eigene Forschungsabteilung SR/PUB nicht an dieses Thema zu lassen.

Eine dritte Komponente in der schwedischen Forschungslandschaft ist das 1956 gegründete Amt für psychologische Verteidigung (Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar). Frühe Arbeiten dieser Institution konzentrierten sich auf die politische Meinungsbildung vor allem jener Personen, die von Katz und Lazarsfeld (1955) als „horizontal opinion leaders“ titulierte wurden.

Eine vierte wichtige Institution ist die Abteilung für ökonomische Psychologie (P-Sektion) des Ökonomischen Forschungsinstituts (EFI) an der Handelshochschule in Stockholm. Hier wurden u.a. die Wirkungen von Werbung und Werbekampagnen untersucht. Dienen die drei bereits erwähnten Forschungseinrichtungen (bis zu einem gewissen Maß) staatlichen Zielen, so ist die EFI eher mit Wirtschaftsinteressen assoziiert.

Neben diesen vier Einrichtungen gibt es andere Institutionen, die für die Entwicklung der schwedischen Medien- und Kommunikationswissenschaft sehr wichtig waren und sind. Eine Institution von großer Bedeutung für Publikation und Dokumentation u.a. schwedischer Forschungsergebnisse ist natürlich das 1972 gegründete NORDICOM (vgl. Weibull 1992). NORDICOM verfügt über eine Datenbank (NCOM), die über das Internet zugänglich ist und den größten Teil der seit 1975 in den skandinavischen Ländern zum Thema publizierten Arbeiten enthält. Die Institution gibt zwei Zeitschriften heraus: *NORDICOM-Information* erscheint vierteljährlich in den skandinavischen Sprachen, *NORDICOM Review* zweimal im Jahr auf englisch. Weiterhin werden Bände zu unterschiedlichen Themenbereichen editiert (öffentlicher Dienst, feministische Studien, Radioforschung u.v.m.) sowie das halbjährlich erscheinende *MedieSverige*, eine Zusammenstellung von schwedischen Medienstatistiken mit begleitenden Artikeln zu jedem berücksichtigten Medium. Schließlich

wird hier die Reihe *Nordic Media Trends* mit statistischen Überblicken herausgegeben. Darüber hinaus beherbergt NORDICOM das „International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen“, das von Cecilia von Feilitzen geleitet wird.

Eine weitere wichtige Institution ist die schwedische Vereinigung der Medien- und Kommunikationsforscher FSMK (Föreningen för svenska medie- och kommunikationsforskare), die ihre Aktivitäten 1977 aufnahm. Alljährlich werden in Schweden Konferenzen veranstaltet, zudem betätigt man sich als Co-Organisator an gesamtscandinavischen Tagungen. Ein bedeutsamer Aspekt der Arbeit dieser Vereinigung bestand darin, die Politik auf die Notwendigkeit der Finanzierung und Etablierung der Medien- und Kommunikationswissenschaft hinzuweisen. Es ist nicht zuletzt dieser Lobbyarbeit zu danken, daß das Fach seinen Ort in der akademischen Landschaft Schwedens gefunden hat.

Abschließend sei auch auf die verschiedenen privaten Institute für Meinungsumfragen und Marktforschung hingewiesen, die außerhalb des universitären Bereiches in der Forschung tätig sind, etwa SIFO, TEMO und SKOP.

Zur Institutionalisierung der Medien- und Kommunikationswissenschaft

Der akademische Institutionalisierungsprozeß begann 1980 mit der Einrichtung einer Professur an der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Göteborg. Der erste dortige Professor, Karl Erik Rosengren, entschied sich dafür, seinen Lehrstuhl am Institut für Politikwissenschaft zu etablieren. Im selben Jahr wurde das Zentrum für Massenkommunikationsforschung (Centrum för Masskommunikationsforskning) der Universität Stockholm ins Leben gerufen. Das Zentrum hat eine klare interdisziplinäre Ausrichtung und wird – eine Seltenheit – gemeinsam von der Historisch-Philosophischen Fakultät und der Sozialwissenschaftlichen Fakultät finanziert. 1986 kam eine an der Universität Lund eingerichtete Professur für Soziologie, Schwerpunkt Kommunikation, hinzu und im darauffolgenden Jahr eine Forschungseinrichtung für Informationswissenschaft (vgl. Weibull 1992).

Verbunden mit diesem Institutionalisierungsprozeß war die Arbeit in einigen großen Forschungsprojekten. Auf Initiative Rosengrens begann 1976 das Projekt „Kulturelle Indikatoren“, dessen Resultate Anfang der 80er Jahre in einer Reihe von Studien vorlagen (z.B. Nowak/Andrén 1981). Das Projekt konzentrierte sich auf fünf Gebiete: Innen- und Außenpolitik, Religion, Werbung und Literatur, wobei die quantitative Inhaltsanalyse von Printmedien im Mittelpunkt stand. Ebenfalls auf Initiative Rosengrens wurde zwischen 1975

und Mitte der 90er Jahre unter dem Titel „Media Panel“ zum Mediengebrauch sowie zu Ursachen und Wirkungen des Fernsehkonsum von Kindern und Jugendlichen gearbeitet (Rosengren/Windahl 1978), wobei in theoretischer Hinsicht an den Uses-and-Gratification-Ansatz und an Wirkungsansätze angeknüpft wurde. Beide wurden zu einer Uses-and-Effects-Perspektive zusammengeführt und über Langzeitstudien in die Praxis umgesetzt (Roe 1983; vgl. auch Rosengren 1994). In Stockholm wurde am Centrum för masskommunikationsforskning [Zentrum für Massenkommunikationsforschung] 1981 das große Projekt „Televisionens idévärld“ [„Vorstellungswelt des Fernsehens“] gestartet, das der quantitativen Inhaltsanalyse von TV-Fiktion gewidmet war.

Ogleich einige dieser Institutionen Doktoranden ausbildeten, begannen formale Ausbildungsgänge mit Promotionsabschluß innerhalb der Medien- und Kommunikationswissenschaft erst 1991, auch wenn die Universität Göteborg schon 1980 eine entsprechende Professur (s.o.) und wenig später Doktorandenstudiengänge eingerichtet hatte.

Einige theoretische Entwicklungslinien

Eine Zeitlang war die schwedische Medienforschung über zahlreiche Orte und Institutionen verstreut, schlecht koordiniert und ohne jeglichen festen institutionellen Sitz. Diese Zersplitterung hat dazu geführt, daß unverzichtbare Forschungsgebiete sich auf die unterschiedlichsten Fächer verteilt haben. Das disziplinäre Feld als solches ist somit fragmentiert und weist wenig Konzentration und Kontinuität auf (vgl. Andréén/Strand/Holmqvist 1983). Zumindest haben NORDICOM und FSMK mitgeholfen, eine Art Fundament zu legen. Die Wahl der Themen und die Durchführung der Forschung ist nicht allein eine Frage von Veränderungen der Medienlandschaft, Interessengruppen, Forschungspolitik und institutioneller Infrastruktur, auch theoretische Paradigmenwechsel sind hier von Belang. Die Frühphase der schwedischen Medienwissenschaft war zu einem hohen Maß von traditioneller historischer Forschung und einer literaturwissenschaftlichen Perspektive geprägt. Seit 1950 aber wuchs der Einfluß der damals expandierenden amerikanischen Massenkommunikationsforschung, die sich mit Aspekten der Medienwirkung, der öffentlichen Meinung sowie Uses-and-Gratifications beschäftigte (vgl. Nowak 1963). Diese im höchsten Maße positivistische Forschung fand mit experimentellen Untersuchungen Eingang in Disziplinen wie Psychologie, Soziologie und Politikwissenschaft und war ebenso ein Eckstein vieler Untersuchungen der PUB und der EFI. Mit der Herausforderung jedoch, die sich dem Monopol positivistischer Tradition mit dem wachsenden Einfluß von Neomarxismus,

Strukturalismus und feministischer Forschung in der Wissenschaft stellte, richtete sich die Medienwissenschaft in den späten 60er Jahren auch graduell neu in Richtung Textanalyse, Ideologiekritik u.ä. aus. Der parallel erfolgende *linguistic turn* rief Strukturalismus und Semiotik auf den Plan und damit textorientierte Ansätze von Medienuntersuchungen. Die frühen 80er Jahre brachten auch für die Medienwissenschaft den *cultural turn* und folglich ein gesteigertes Interesse an Fragen zu Bedeutung und Rezeption. Cecilia von Feilitzen, langjährige Mitarbeiterin an der SR/PUB und eine zentrale Figur der schwedischen Medienforschung, reflektierte die Veränderungen innerhalb des Faches. Sie konstatiert, daß der in den 80er Jahren vorherrschende Trend, das Publikum als ‚aktiv‘ zu begreifen und einen umfassenden Blick auf den Kommunikationsprozeß und die kulturellen Perspektiven zu werfen, mehr und mehr Bedeutung erlangt hat (vgl. Feilitzen 1994). Zu einem gewissen Grad geschah dies auf Kosten von Untersuchungen zu Medienwirkungen, Medienökonomie und Fragen der Ideologiekritik. Der *cultural turn* ist Teil eines größeren internationalen Prozesses und ein Indikator des wachsenden Einflusses der Geisteswissenschaften und qualitativer Methodologien. Ein Beleg dafür, daß dieser Prozeß in der Medienforschung zu einem großen Teil in den späten 80er Jahren stattfand, ist die Existenz dreier NORDICOM-Kompilationen aus dieser Zeit: *Media and Culture* (1986), *Research on Popular Culture* (1987) und *Popular Music Research* (1990).

Spannungsachsen

Die Zusammenführung dieser Entwicklungslinien wirft heute, zu einem Zeitpunkt da die schwedische Medien- und Kommunikationswissenschaft ihr zehnjähriges Jubiläum als eigenständiges Fach begeht, die Frage auf, ob dieses disziplinäre Feld nicht in zwei Teile zerfällt – in eine an Institutionen, Texten und Zuschauern interessierten Medienwissenschaft einerseits und einer auf interpersonelle und firmeninterne Kommunikation konzentrierte Kommunikationswissenschaft andererseits.

In allen akademischen Disziplinen gibt es selbstredend Spannungsachsen der unterschiedlichsten Art, die auch als Kristallisationspunkte verschiedener fachinterner Positionskämpfe betrachtet werden können. In der schwedischen Medien- und Kommunikationswissenschaft finden sich fünf dieser Achsen. Die erste (1) bezieht sich auf die Spannung zwischen den Forschungstraditionen, die einerseits aus den Geisteswissenschaften und andererseits aus den Sozialwissenschaften stammen. Eine zweite Spannung (2) besteht zwischen kritischer und administrativer Forschung (vgl. Lazarsfeld 1941), eine dritte (3) zwischen methodologischen Traditionen (qualitativ vs. quantitativ) und eine vierte (4)

zwischen den Ansätzen, die die Medien in den Mittelpunkt stellen, und jenen, die sich auf Kontexte oder interpersonelle Kommunikation konzentrieren. Schließlich (5) herrscht auch zwischen den unterschiedlichen Blickwinkeln auf den Kommunikationsprozeß ein spannungsvolles Verhältnis, etwa zwischen Übertragung und Ritual als Kommunikationsperspektive (vgl. Carey 1975).

Die schwedischen Studenten zeigen heute vor allem an einer auf interpersonelle und/oder firmeninterne Kommunikation fokussierten Kommunikationswissenschaft Interesse, meist an den Hochschulen, aber auch an einigen Universitäten (z.B. Lund, Örebro and Stockholm und zu einem geringeren Maß Göteborg). Andererseits besitzen Hochschulen wie Södertörn und Malmö auch ein ausgeprägtes Profil im Bereich der Medienwissenschaft. Die Frage besteht darin, wie man mit diesen Unterschieden innerhalb der Disziplin umgeht.

Unserer Einschätzung nach gibt es drei mögliche Szenarien für die Zukunft. Das erste basiert auf dem Prinzip der Koexistenz: Jedes Institut beschränkt sich auf die Ausbildung in den Bereichen, in denen sowohl Fachkompetenz als auch Studenteninteresse vorhanden sind. Der FSMK käme dann die Aufgabe zu, diesen Instituten als Zusammenhalt wie als Forum zu dienen. Problematisch an diesem Szenario scheint, daß Studenten, die ihre Ausbildung an einem Institut begonnen haben, nicht an ein anderes überwechseln können, da kein gemeinsamer Konsens über das Curriculum und die an die Studierenden gestellten Anforderungen besteht. Ein zweites Szenario könnte sein, daß die nationalen Diskussionen in eine Übereinkunft hinsichtlich der notwendigen Voraussetzungen und den zu vermittelnden Kenntnisse münden. Dies wäre ein zufriedenstellende Lösung, doch scheint ihre Durchsetzung zur heutigen Situation schwer vorstellbar. Das dritte Szenario bestünde schließlich in der Aufspaltung des Faches in zwei Disziplinen, in eine für Medien- und eine andere für Kommunikationswissenschaft. Diese Möglichkeit tauchte bereits in der der Gründung des Faches vorausgegangenen Diskussion auf, so daß dieses bereits von Anbeginn einen Kompromiß darstellte. Wir stehen also vor den Optionen einer Fragmentation in verschiedene Ausbildungsgänge (wenn auch nicht notwendigerweise verschiedener Forschungsgebiete), eines Einverständnisses hinsichtlich des Fachgegenstandes oder einer pluralistischen Koexistenz.

Aus dem Schwedischen von Jan-Philipp Frühsorge

Literatur

- Andrén, Gunnar / Ericsson, Lars O. / Ohlsson, Ragnar / Tännsjö, Torbjörn (1978) *Rhetoric and Ideology in Advertising. A Content Analytical Study of American Advertising*. Stockholm: Liber.
- / Strand, Hans / Holmqvist, Tove (1983) *Masskommunikationsforskning vid Stockholms universitet under 1970-talet* [Massenkommunikationsforschung an der Universität Stockholm in den 70er Jahren]. Stockholm: Akademilitteratur.
- Asp, Kent (1986) *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning* [Die mächtigen Massenmedien. Studien zur politischen Meinungsbildung]. Stockholm: Akademilitteratur.
- Bjurman, Gunnar (1929) *Den svenska pressens historia* [Die Geschichte der schwedischen Presse]. Stockholm: Norstedt.
- Björnberg, Alf (1987) *En liten sång som alla andra: Melodifestivalen 1959-1983* [Ein kleines Lied wie alle anderen: Das Melodiefestival 1959-1983]. Göteborg: Musikvetenskapliga institutionen.
- Bjurström, Erling (1997) *Högt och lågt. Smak och stil i ungdomskulturen* [Hoch und niedrig. Geschmack und Stil in der Jugendkultur]. Umeå: Boréa.
- Bolin, Göran (1998) *Filmbytare. Videovåld, kulturell produktion och unga män* [Filmwechsel. Videogewalt, kulturelle Produktion und junge Männer]. Umeå: Boréa.
- / Forsman, Michael (1996) Film Studies in Sweden: Cinema Arts and Back Again? In: *Screen* 37,3, S. 294-302.
- Carey, James W. (1975) A Cultural Approach to Communication. In: *Communication* Jg. 2, S. 1-22.
- Carlsson, Ulla / Lindblad, Anders (Hrsg.) (1992) *Forskning om journalistik, medier och kommunikation. Ämnesområdet idag och i framtiden* [Forschung zu Journalismus, Medien und Kommunikation. Das Gegenstandsbereich heute und in Zukunft]. Göteborg: Nordicom.
- Cronström, Johan (1999) *Bibliography. Children and Media Violence. A Selection (1989-)*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- DsU (1976) *Masskommunikationsforskning i Sverige. Rapport från massmedieforskningsutredningen* [Massenkommunikationsforschung in Schweden. Bericht des Ausschusses für Massenmedienforschung], 15. Stockholm: Utbildningsdepartementet.
- Ekecrantz, Jan / Olsson, Tom (1994) *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerade förnufts historia* [Die redigierte Gesellschaft. Zur Geschichte der journalistischen Beschreibungsmacht und der informierten Vernunft]. Stockholm: Carlssons.

- Feilitzen, Cecilia von (1994) Den kulturella vändningen – och sedan...? Om tvärvetenskap i medieforskningen under 1980- och 90-talen [Die kulturelle Wende – und danach? Zur Interdisziplinarität in der Medienforschung in den 1980er und 90er Jahren]. In: *Kommunikationens korsningar. Möten mellan olika traditioner och perspektiv i medieforskningen* [Schnittpunkte der Kommunikation. Begegnungen zwischen verschiedenen Traditionen und Perspektiven der Medienforschung]. Hrsg. v. Ulla Carlsson et al. Göteborg: Nordicom-Sverige, S. 9-14.
- / Filipson, Leni / Rydin, Ingegerd / Schyller, Ingela (1989) *Barn och unga i medieåldern. Fakta i ord och siffror* [Kinder und Jugendliche im Medienzeitalter. Fakten in Wort und Zahl]. Stockholm: Rabén & Sjögren.
- Fornäs, Johan / Lindberg, Ulf / Sernhede, Ove (1995) *In Garageland: Rock, Youth and Modernity* [1988]. London/New York: Routledge.
- Forsman, Michael (1996) *Våld i reklam – Spekulation, ironi eller samtidskritik?* [Gewalt in der Werbung: Spekulation, Ironie oder Gegenwarts kritik?]. Stockholm: Konsumentverket.
- Ganetz, Hillevi (1997) *Hennes röster. Rocktexter av Turid Lundqvist, Eva Dahlgren och Kajsa Grytt* [Ihre Stimmen. Rocktexte von...]. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Hadenius, Stig (1998) *Kampen om monopolet. Sveriges radio och TV under 1900-talet* [Der Kampf ums Monopol. Schwedens Radio und Fernsehen im 20. Jahrhundert]. Stockholm: Prisma.
- Hannerz, Ulf (Hrsg.) (1990) *Medier och kulturer* [Medien und Kulturen]. Stockholm: Carlssons.
- Höijer, Birgitta / Nowak Lilian (Hrsg.) (1990) *I publikens intresse. Om radio och TV i människors liv* [Im Interesse des Publikums. Radio und Fernsehen im Leben der Menschen]. Stockholm: Rabén & Sjögren.
- Holmqvist, Tove (1988) *Carmen och Romeo. Om feminitet och maskulinitet i damtidningsreklam 1980 och 1988* [Carmen und Romeo. Weiblichkeit und Männlichkeit in der Werbung von Frauenzeitschriften, 1980 und 1988]. Stockholm: Konsumentverket.
- / Findahl, Olle (1984) *Nyheter, förståelse och minne* [Nachrichten, Verständnis und Gedächtnis]. Lund: Studentlitteratur.
- Katz, Elihu / Lazarsfeld, Paul F. (1955) *Personal Influence: The Part Played by the People in the Flow of Mass Communications*. New York: Free Press.
- Key, Emil (1883) *Försök till svenska tidningspressens historia* [Vorstudie zu einer Geschichte des schwedischen Zeitungswesens]. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.

- Klein, Barbro (Hrsg.) (1996) *Gatan är vår! Ritualer på offentliga platser* [Die Straße gehört uns! Rituale auf öffentlichen Plätzen]. Stockholm: Carlssons.
- Lazarsfeld, Paul F. (1941) Remarks on Administrative and Critical Communications Research. In: *Zeitschrift für Sozialforschung/Studies in Philosophy and Social Science* Jg. 9, S. 2-16.
- Leth, Göran (1996) *Braständaren och Iakttagaren. Engelsk press och journalistik 1695-1825* [Anstifter und Beobachter. Englische Presse und Journalismus 1695-1825]. Stockholm/Stehag: Symposion Graduale.
- Lillistam, Lars (1988) *Musikalsk ackulturation: från blues till rock. En studie kring låten Hound dog* [Musikalische Akkulturation: Von Blues bis Rock. Eine Studie zum Song Hound dog]. Göteborg: Musikvetenskapliga institutonen.
- Lindberg, Ulf (1995) *Rockens text. Ord, musik och mening* [Der Text des Rock. Wort, Musik, Bedeutung]. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Lund, David (1996) Filmens suggestiva inflytande på barn [Der suggestive Einfluß des Films auf das Kind] [1922]. In: *Aura* 2,4, S. 10-12.
- Nordberg, Karin (1998) *Folkhemmets röst. Radion som folkbildare 1925-1950* [Die Stimme des Volkheims. Das Radio als Volksbildungsmittel 1925-1950]. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Nordmark, Dag (1989) *Det förenande samtalet. Om norrländsk lokalpress och offentlighetens etablering under 1800-talets första hälft* [Das einigende Gespräch. Über die norrländische Lokalpresse und die Etablierung der Öffentlichkeit in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts]. Stockholm: Carlssons.
- (1999) *Finrummet och lektugan. Kultur- och underhållningsprogram i svensk radio och TV* [Gute Stube und Spielzimmer. Kultur- und Unterhaltungsprogramme im schwedischen Radio und Fernsehen]. Stockholm: Prisma.
- Nowak, Kjell (1963) *Masskommunikationsforskning i Sverige* [Massenkommunikationsforschung in Schweden]. Stockholm: FFI/Norstedts.
- (1992) Forskning om medier och kommunikation. Ett kulturteoretiskt perspektiv [Forschung zu Medien und Kommunikation. Eine kulturtheoretische Perspektive]. In: Carlsson/Lindblad 1992, S. 37-58.
- / Andrén, Gunnar (1981) *Reklam och samhällsförändring* [Werbung und sozialer Wandel]. Lund: Studentlitteratur.
- Roe, Keith (1983) *Mass Media and Adolescent Schooling: Conflict or Co-Existence?* Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Rosengren, Karl Erik (1994) The Media Panel Program (MPP) and Related Research. In: *Media Effects and Beyond. Culture, Socialisation and Lifestyles*. Hrsg. v. Karl Erik Rosengren. London/New York: Routledge, S. 39-45.

- / Windahl, Sven (1978) *The Media Panel Program – A Presentation*. Lund: Sociologiska institutionen.
- Sylwan, Otto (1896) *Den svenska pressens historia till statsvälföringen 1772* [Die Geschichte der schwedischen Presse bis zum Ende der vordemokratischen Freiheitszeit]. Lund: Glerups.
- (1924) *Pressens utveckling under det nittonde århundradet* [Die Entwicklung der Presse im 19. Jahrhundert]. Stockholm: Norstedt.
- Tagg, Philip (1989) *Kojak – 50 Seconds of Television Music. Toward the Analysis of Affect in Popular Music*. Göteborg: Musikvetenskapliga institutionen.
- Thurén, Torsten (1992) *Reportagens rika repertoar. En studie av verklighetsbild och berättarteknik i sju reportageböcker* [Das reiche Repertoire der Reportage. Eine Studie zum Wirklichkeitsbild und zur Erzähltechnik von sieben Reportagebüchern]. Stockholm: JMK.
- Weibull, Lennart (1992) Masskommunikation som ämnesområde. Ett försök till empirisk bestämning [Massenkommunikation als Themenfeld. Ein Versuch empirischer Bestimmung]. In: Carlsson/Lindblad 1992, S. 59-70.
- Åberg, Carin (1999) *The Sounds of Radio. On Radio as an Auditive Means of Communication*. Stockholm: JMK.