Zeitschrift: Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1977)

Heft: 5

Artikel: Lehre und Forschung in Kommunikationswissenschaft an der Stanford University (Kalifornien)

Autor: Bosshart, Louis

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790476

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

LEHRE UND FORSCHUNG IN KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT AN DER STANFORD UNIVERSITY (KALIFORNIEN)

Das "Department of Communication" ist eine Sektion der "School of Humanities and Sciences", zu der ausser den Philosophischen Fächern auch die Naturwissenschaften, die Sozialwissenschaften und Oekonomie gehören. "Communication" wiederum ist nach Lehre und Forschung in das eigentliche "Department" als Stätte der Ausbildung und in das "Institute for Communication Research" eingeteilt. Das Studium am "Department" bietet horizontal drei Ausbildungsschwergewichte an :

a) Journalistik (praxisorientierte Berufsschule),

b) Dokumentarfilm (spezialisierte Filmpraxis) und

c) Kommunikationswissenschaft in sozialpsychologischem Sinn. [1)]

In diesen Gebieten sind drei Universitätsgrade zu erlangen : Bachelor of Arts (B.A.) , Master of Arts (M.A.) und Doctor of Philosophy (D.Ph.). Nach offizieller Auffassung ist ein M.A. eine ausreichende Qualifikation für spätere praktische Tätigkeit in den Medien-Institutionen. Doktorate sind für solche Studenten vorgesehen, die eine Laufbahn in Lehre und Forschung oder eine Position mit politischer Entscheidungsbefugnis im Bereiche der Massenkommunikation anstreben. [2)]

Den Studenten wird von allem Anfang an strikte nahegelegt, Kurse (in der Regel Mischungen von Vorlesung und Seminar, mit Verpflichtung zu zwei schriftlichen Arbeiten pro Quarter) in Psychologie, Soziologie, Anthropologie, Politologie, Geschichte, Oekonomie und Englisch [3)] zu belegen. Statistik und Programmieren sind Selbstverständlichkeiten. Produktionspraxis bei Presse, Radio, Film oder

Fernsehen ist für die angehenden Journalisten und Filmer Pflicht, für die angehenden Lehrer, Forscher und Kommunikationspolitiker empfohlen.

Das "Institute for Communication Research" bietet Angehörigen der Sektion "Communication" und Doktoranden Möglichkeiten zu gezielter Forschung. Es muss hier festgehalten werden, dass D. Ph. -Kandidaten vor Inangriffnahme ihrer These an mindestens zwei Forschungsprojekten publikationswürdiger Art aktiv mitgemacht haben müssen. Das "Institute" finanziert sich aus verschiedensten Quellen : Stiftungen, Medien-Institutionen, staatlichen Forschungsaufträgen oder Stipendien, Auftragsforschungen allgemeiner Art und eigenen Mitteln.

Zur Zeit zeichnen sich am "Institute" drei Forschungsschwerpunkte ab, die sich jeweils um eine akademische Persönlichkeit konzentrieren :

a) Kommunikative Belange der Dritten Welt (Everett M. Rogers) [4)]

b) Kommunikations-Technologie und Kommunikationspolitische Implikationen (Edwin B. Parker) und

c) Kommunikation und Gesundheit (Nathan Maccoby).

a) Seit Wilbur Schramm, der Gründer des Institutes im Jahre 1964 sein Buch "Mass Media and National Development. The Rôle of Information in the Developing Countries" publizierte, bildete sich in Stanford eine eigentliche Tradition in diesem Forschungsgebiet. Die Frage lautet dabei : wie können Entwicklungsprobleme der Dritten Welt mit dem Einsatz kostengünstiger Medien gelöst werden? So sind zur Zeit folgende Probleme Gegenstand der Forschung am "Institute" :

- Der Einsatz des Satelliten-Fernsehens in Indien,

- Informationsverbesserung für die erwachsene Bevölkerung der Landgegenden der Elfenbeinküste,
- Informelle Bildung in Guatemala,
- Lehrerausbildung mittels Radio in Nepal,
- Aufbau und Betrieb eines Kommunikationszentrums in Pakistan,
- Bildungsreform durch Fernsehen in El Salvador (bereits publiziert),
- Interpersonale Kommunikation und Familienplanung in Korea.

Nachdem in den ersten Jahren einfach klar war, was Entwicklung bedeutet, nämlich Industrialisierung und wirtschaftliches Wachstum um jeden Preis, wurde man in dieser Beziehung zwischenzeitlich etwas zurückhaltender. Entwicklung wird heute in Stanford als bewusster Wandel zu einem sozialen und oekonomischen System hin aufgefasst, das ein Land zu erreichen wünscht. So kommt es, dass heute vor allem Fragen der Verteilung von Information und sozio-oekonomischen Gütern Gegenstand der Forschung sind.

b) In engem Zusammenhang mit den Forschungsprojekten über kommunikative Belange der Dritten Welt stehen Projekte zur Kommunikations-Technology und zu kommunikationspolitischen Entscheidungen. Sie informieren nach Entscheidungen über die politischen Ziele. Zur Zeit sind folgende Projekte in Bearbeitung :

- Der Einsatz von Satelliten zur medizinischen Betreuung entlegener Dörfer in Alaska (teilweise publiziert),
- Kabelfernsehen in Kanada,
- Oekonomie der Information
- Ein Informationssystem für den Iran mittels Einsatz eines

Satelliten.

Die Konzentration auf Satelliten entspricht nicht etwa einem Hobby Ed Parker's [5], sie ist vielmehr dem Umstand zuzuschreiben, dass es in Stanford ein "Communication Satellite Planning Center" gibt, das eng mit dem "Institute" zusammenarbeitet.

c) "Communication for Health" ist eine grossangelegte Kampagne, in deren Verlauf die medizinische Fakultät zusammen mit dem "Institute" die Frage untersucht, wieweit Herzinfarkt-Risiken durch Aufklärung der Bevölkerung vermindert werden können. Diese Studie verspricht schon rein methodisch ein Lehrstück abzugeben. Die Anlage der Untersuchung erlaubt es, mehrere Variablen zu isolieren und zu variieren. Dazu kommt noch die Tatsache, dass bei der Erfolgskontrolle Verhalten und nicht einfach Einstellungen gemessen werden. Wenn also jemand vorgibt, im Laufe der Kampagne Essgewohnheiten geändert zu haben, dann wird ihm nicht einfach geglaubt, sondern es wird ihm dann auch gleich noch der Cholesteringehalt des Blutes gemessen, zwecks Ueberprüfung der Aussage.

Das umfassende Experiment wurde folgendermassen angelegt :

- In einer ersten Stufe wurden Medienbedürfnisse und Mediennutzung des zu untersuchenden Publikums erforscht. Zur selben Zeit wurden auch Untersuchungen über die Gestaltung von Aussagen angestellt, die auf ihre Eignung zur Vermittlung von Verhaltensweisen, Informationen, Attitüden und Motivationen geprüft wurden. Ziel dieser Untersuchungen war es, Mittel und Wege zu finden, mit denen Aenderungen der Rauch- und Essgewohnheiten wie auch Aenderungen im Bereich der körperlichen Ertüchtigung bei einer grossen Bevölkerung mit wenig

Aufwand erreicht werden konnten.

- Drei Gemeinden dienten als Versuchsgemeinden. Gemeinde T diente als Kontrolle, weil sie durchgehend mit andern Medien bedient wird als G und W. G und W haben Fernsehen und Radio gemein und unterscheiden sich nur durch ihre jeweilige Lokalzeitung. G wurde einer Gesundheitsaufklärung durch die Massenmedien ausgesetzt. In W wurde dazu noch eine intensive face-to-face Aufklärung für Personen einer Gruppe mit erhöhtem Risiko (Fettleibige, Raucher, etc., gemäss medizinischer Definition) betrieben.

- Die vorbereiteten und präparierten Aussagen wurden durch verschiedenste Medien verbreitet : Fernseh-Spots, Fernseh-Informationssendungen, Radio-Spots, Radio-Informationssendungen, wöchentliche Zeitungskolumnen, Zeitungs-Anzeigen, Stories, Anschläge, Plakate, Briefwurfsendungen.

- Jährliche Interviews untersuchten den Informationsstand der Bevölkerung, hielten Aenderungen im Ess- und Rauchverhalten fest.

Die Einnahme von Cholesterinen, Fetten, Zucker und Alkohol, resp. die Enthaltung davon wurde von den Medizinmännern geprüft. Die Aussagen über Aenderungen von Rauchgewohnheiten als weiterem Risikofaktor wurden ebenfalls medizinisch kontrolliert.

Erste Resultate weisen auf beträchtliche - messbare - Erfolge hin, obwohl es sich bei den angezielten Gewohnheiten um tiefsitzende Verhaltensweisen handelt. In G und W sank das geschätzte Herzinfarkt-Risiko um 17 - 18 % innerhalb von zwei

Jahren, während es in T (Kontrollgemeinde) um 6 % zunahm. Die mit face-to-face Aufklärung stimulierte Risikogruppe von W zeigte anfänglich die grösste Wirkung. Auf die Dauer (2 Jahre) holte aber die Nur-Medien-Gruppe auf. Diese zeigte dann im dritten Jahr Rückschläge, während die face-to-face Gruppe davon unberührt blieb. Offen bleibt hier noch die Frage, ob die intensive persönliche Aufklärung oder das Wissen um die persönliche Gefährdung Ursache der Wirkung ist.

- Die Studie wird noch bis zum Jahre 1978 weitergeführt, und die zu erwartende Hauptpublikation verspricht gerade durch die Vielfalt der untersuchten Variablen und durch die starke Eigenbetroffenheit der untersuchten Personen samt dem Widerstand gegen das Aufgeben tiefsitzender Gewohnheiten kommunikationswissenschaftlich interessante Einblicke in langzeitliche Wirkungsforschung. Mehrere Dissertationen zu diesem Komplex sind unterwegs. Professor Maccoby seinerseits brachte es im letzten Jahr fertig, innerhalb von drei Wochen achtmal an acht verschiedenen Orten in Europa über dieses eine Thema vorzutragen.

Louis Bosshart
Stanford

ANMERKUNGEN

1) Daneben gibt es noch zwei Spezialprogramme :

   a) "Communication and Social Change" für Studenten aus Asien, Afrika und Lateinamerika, die mit dem Einsatz von Massenmedien vertraut gemacht werden sollen;

   b) "The Professional Journalism Fellowship Program", das als einjährige Weiterbildung für begabte, junge Journalisten samt dazugehörigem Stipendium, aber ohne Universitätsgrad, angeboten wird.

2) Letztere Möglichkeit kann mit einem Seitenblick auf die Schweiz nicht genug hervorgehoben werden. Der Gerechtigkeit halber muss allerdings festgehalten werden, dass bis anhin entsprechende Möglichkeiten in der Schweiz fehlten.

3) Hier fällt es schwer, keine Satyre über Fremdsprachen in Amerika oder Amerikanisch und Fremdsprachen an amerikanischen Hochschulen zu schreiben. Im Herbst 76 mussten Studenten der Universität Berkeley an bestimmten Abteilungen Aufnahmeprüfungen in Englisch bestehen, damit Gewähr gegeben war, dass alle Teilnehmer genügend Kenntnisse in dieser Sprache hatten. Bleibt noch beizufügen, dass es sich bei den Geprüften nicht etwa um fremdsprachige Ausländer handelte. Man zweifelte an den Sprachkenntnissen der Eingeborenen.

4) Rogers hat seine Innovationsfreudigkeit durch Heirat mit einer indischen Frau unter Beweis gestellt. Das Resultat der erfolgreichen Verbindung erschien letztes Jahr als Publikation über Kommunikation in Organisationen. Herr und Frau Paisley werden in

diesem Jahr (1977) mit einem Buch über Frauen in Massenmedien folgen.

5) Man wollte zur Hochzeitsfeier von Ed Parker am 28.12.1976 einen Privatsatelliten über seinem Heim plazieren. Leider konnte das Projekt aus verschiedenen Gründen nicht durchgeführt werden.