

Zeitungswissenschaft als publizistische Aktion



Im Mai 1960 starb Karl d'Estes, der langjährige Leiter des Münchener Instituts für Zeitungswissenschaft, einer der Gründer dieser Disziplin. Die Fachgeschichte hat sich in den 50 Jahren, die seitdem vergangen sind, mit verschiedenen Aspekten seines Wirkens beschäftigt und ist nicht immer zu einhelligen Beurteilungen gekommen. Unbestritten ist jedoch seine Leistung, maßgeblich daran mitgewirkt zu haben, die Zeitungswissenschaft als neues Universitätsfach zu etablieren.

Seinem Münchener Institut stand er von 1924 bis 1954 vor. Er konnte dessen Bestand von der Weimarer Republik über das Dritte Reich bis in die Bundesrepublik hinein sichern.

Die Frage, wie den ‚Gründervätern‘ die Institutionalisierung und nachhaltige Sicherung der Zeitungswissenschaft gelingen konnte, lässt sich nicht nur mit einem wissenschaftlichen Erkenntnisinteresse beantworten. Die Disziplin, die sich mit der Erforschung der öffentlichen Meinung anhand des Formalobjekts Zeitung beschäftigte, stieß in der Wissenschaft sowie in Teilen der Medienpraxis auf Misstrauen.

Vielmehr war entscheidend, dass die Institutionalisierung an Personen gebunden war, deren jeweilige Motive und persönlicher Hintergrund sich in der Ausgestaltung der Zeitungswissenschaft niederschlugen. Diese agierten in einer dem Forschungsgegenstand naheliegenden Weise. Sie betrieben die Zeitungswissenschaft als „publizistische Aktion“, wie es der spanische Kommunikationswissenschaftler Ivan Lacasa nannte.

Ihnen ist es gelungen, durch Öffentlichkeitsarbeit das Fach zu etablieren und durch Public Relations in eigener Sache ihre Positionen und ihr Image über die Universität hinaus zu fördern. In welchem Ausmaß es sich bei dieser Vorgehensweise um eine bewusste Strategie handelte oder ob sie als publizistische Persönlichkeiten prädestiniert waren, so zu handeln, ist zu diskutieren.

Public Relations, mit Klaus Merten definiert als „Differenzmanagement zwischen Fakt und Fiktion“ mit „Kommunikationsmanagern“, die allerorten für ihre Überzeugungen warben, war ein wirksames Mittel,

die Wahrnehmung der Zeitungswissenschaft in der Öffentlichkeit zu erreichen. Damit wurde letztlich ihr Bestand als Universitätsfach gesichert.

Diese Ausstellung betrachtet das Wirken Karl d'Esters als Kommunikationsmanager. Er pflegte die publizistische Aktion und hat damit sowohl für die Institutionalisierung des Faches als auch für das Ansehen seiner Person viel erreicht. Wie das gelang, wird am Beispiel der Öffentlichkeitsarbeit aus dem Münchener Institut, an der Wahrnehmung seiner Doktoranden und seiner Sammlung illustriert. Dass es gelang, zeigen die vielen Würdigungen, die Karl d'Estes erfahren hat.

„Schon in Münster war ich mir darüber im klaren, daß die Pressewissenschaft nur dann gut gedeihen konnte, wenn sie enge Beziehungen zur Pressepraxis pflegte. Ich fand bei den meisten der Zeitungsverleger und Journalisten der Stadt erfreuliches Verständnis für den Ausbau meiner Disziplin. Die Spalten der Zeitungen standen mir jederzeit offen, und ich hielt es für angebracht, daß ein Dozent, der sich wissenschaftlich-theoretisch mit der Presse beschäftigt, sich auch im praktischen Journalismus betätigte. Neben zahlreichen Artikeln aus meinem Fachgebiet schrieb ich über aktuelle politische Fragen, besonders soweit sie die Presse und öffentliche Meinung berührten, übernahm die Theaterkritik und lieferte Musikkritiken.“ (Karl d'Estes 1951 in Schwarz auf Weiß, S. 218-219)

Die Ausstellungsmacher: Ruxandra Balulescu, Ingrid Klausning (Leitung), Jukka-Pekka Myllys und Claudia Riesmeyer (ohne Foto)

