

Medien- und Kommunikationsforschung in Spanien – ein Überblick

Daniel E. Jones

Der Beitrag gibt einen kurzen Überblick über die historische Entwicklung der Medien- und Kommunikationsforschung in Spanien nach dem Ende des Franco-Regimes und nennt heutige Institutionen, Themen und Autoren in den wichtigsten Forschungsbereichen.

1. Einführung

In Spanien hat sich der Wissenschaftszweig „comunicación social“ – übersetzt: soziale Kommunikation – langsamer als im übrigen Europa und den USA entwickelt, in einigen Bereichen sogar langsamer als in Lateinamerika. Die Ursache liegt in der langen Herrschaft des Franco-Regimes (1939 – 1975), das die Entwicklung der Forschung in diesem Feld nicht gerade begünstigte, obwohl bereits im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts einige wichtige Lehrtexte veröffentlicht wurden – vor allem in den Bereichen Presse und Öffentliche Meinung und in geringerem Umfang auch in den Bereichen Filmkunst, Rundfunk und Werbung.

Die Konsolidierung der Kommunikationswissenschaft erfolgte nach der Franco-Zeit, besonders in den 80er und 90er Jahren des 20. Jahrhunderts, als in verschiedenen Regionen des Landes informations- bzw. kommunikationswissenschaftliche Fachbereiche eingerichtet wurden. Dieser Artikel gibt eine Übersicht über die Entwicklung der Forschung in diesem Gebiet und zeigt, wer die wichtigsten Akteure waren und sind¹.

Bislang wurde in Spanien noch kein Beitrag veröffentlicht, der die Herausbildung der Kommunikations- und Medienforschung, ihre Strömungen, Schulen, Autoren, Institutionen umfassend darstellt, und es gibt – anders als in anderen Ländern, die bereits über einige Studien in diesem Bereich verfügen – nur wenige Annäherungen aus unterschiedlichen Perspektiven. Teilweise ist dies bedingt durch das immer noch geringe Ansehen, das diese Art von Studien in spanischen Wissenschaft genießen. In den Vereinigten Staaten und in Kanada dagegen haben verschiedene Forscher die Entwicklung des Wissenschaftsbereichs rekonstruiert und erklärt²; Ähnliches ist in verschiedenen europäischen Ländern geschehen³, und auch in Lateinamerika gibt es einige herausragende Beiträge aus jüngerer Zeit⁴.

1 Eine detailliertere Fassung dieses Überblicks findet sich in Jones (1998).

2 Dazu gehören Forscher wie Charles R. Berger, Eleanor Blum, Steven H. Chafee, Garland C. Elmore, Hanno Hardt, Elihu Katz, Emile G. McAnany, Raymond B. Nixon, David Paletz, Everett M. Rogers und Wilbur Schramm in den USA und Vincent Mosco und Dallas W. Smythe in Kanada.

3 In Großbritannien waren entsprechende Wissenschaftler vor allem Jay Blumler, John Corner, David Crowley, James Curran, Michael Gurevitch, Jeremy Hawthorn und David Mitchell, in Frankreich Francis Balle, Patrice Fléchy, Armand Mattelart und Bernard Miège, in Italien Marino Livolsi, Paolo Mancini, Franco Rositi und Mauro Wolf.

4 In Mexiko entsprechend hervorgetreten sind Raúl Fuentes Navarro, Guillermo Orozco Gómez und Enrique E. Sánchez Ruiz, in Brasilien Maria Immacolata Vassallo Lopes und José Marques

Obwohl es im spanischen Falle also noch keine umfassende Aufarbeitung gibt, lassen sich doch Beiträge einiger Autoren nennen, die in den letzten Jahren entstanden sind: Außer der Pionierarbeit Beneytos (1969) haben Equiza Escudero (1986), Moragas (1988, 1990, 1997), Parés I Maicas (1988, 1997a), Caffarel-Domínguez-Romano (1989), Cáceres-Caffarel (1993), Urabayen (1994) und Jones (1995a, 1998, 2000) Arbeiten über die Kommunikationswissenschaft in Spanien während der Regierungszeit Francos vorgelegt. Darüber hinaus wurden Arbeiten zu Teilbereichen veröffentlicht: historiographischer Natur (Altabella, 1983; Gómez Mompart, 1996), zur Werbung (Herreros Arcónada, 1994), über ökonomische Aspekte (Jones, 1995b) oder zum Bereich Dokumentation (López Yépes, 1995). Liegen damit auch einige Analysen in spanischer Sprache vor, so ist der Werdegang der spanischen Kommunikationswissenschaft in Deutschland noch weitestgehend unbekannt. Vorliegender Text möchte daher einen Gesamtüberblick liefern, bei dem zunächst zur Kontextualisierung einige Bezüge in die frühere Vergangenheit geknüpft werden sollen und anschließend die 90er Jahre des 20. Jahrhunderts detaillierter beschrieben werden.

Die Einordnung erfolgt unter Berücksichtigung der territorialen Verteilung der Forschung innerhalb des Landes. Im Folgenden werden die entwickeltesten Forschungsberiche näher betrachtet: Geschichte, Politik, ökonomische Fragen und Struktur, Theorie und Soziologie der Kommunikation; Journalismus; Informationstechnologie, Dokumentation, Ethik, Recht und politische Kommunikation; Erziehung und Werbung, Marketing und Public Relations. Das Fazit bilden einige Schlussfolgerungen und Anmerkungen über zukünftige Tendenzen.

1. Historische Vorläufer

Die Mehrzahl der in Spanien durchgeföhrten Analysen über Kommunikationsphänomene sind jüngerer Natur, zumindest diejenigen, die sich als wissenschaftlich einstuften lassen. Bereits seit Ende des 19. Jahrhundert hat sich jedoch eine Reihe von Forschern – in der Verwaltung, der katholischen Kirche, den Universitäten, aus privater Initiative oder auch aus systemkritischem Antrieb – zu verschiedenen Zeitpunkten damit beschäftigt, die soziale Kommunikation aus unterschiedlichen theoretischen Blickwinkeln zu analysieren.

In Übereinstimmung mit den Phasen der Landesgeschichte lassen sich die Beiträge zum Thema drei Perioden zuordnen: die erste endet mit dem Bürgerkrieg, die zweite umfasst den Zeitraum des Franco-Regimes und die dritte die derzeitige demokratische Periode.

1.1 Das Ende des 19. und das erste Drittel des 20. Jahrhunderts

Die ersten spanischen Forschungsarbeiten zur Geschichte und Berufsausübung im Pressewesen, zur Öffentlichen Meinung und zu Karikaturen entstanden Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts; unter ihnen ragen die Arbeiten *Manual del perfecto periodista* (Handbuch des perfekten Journalisten) von Carlos und Ángel Osorio y Gallardo (Madrid 1891), *El periodismo* (Das Zeitungswesen) von Modesto Sánchez Ortiz (Madrid 1903) und *El arte y el periodista* (Die Kunst und der Journalist) von Rafael Mainar (Bar-

de Melo, in Argentinien Jorge B. Rivera, in Kolumbien Jesús Martín Barbero sowie in Venezuela Jesús M. Aguirre und Marcelino Bisbal.

celona 1906) heraus, die sich wohl als die ersten Handbücher zum Journalismus in Spanien bezeichnen lassen.

In den ersten drei Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts konsolidierten sich die Massenmedien – besonders in Madrid, in Katalonien und im Baskenland – im Zuge der Industrialisierung, Urbanisierung und Alphabetisierung, durch den steigenden Lebensstandard und das Entstehen einer Konsumgesellschaft. Hierdurch entwickelte sich das Pressewesen in Unternehmensform, es entstanden ein Werbemarkt und neue audiovisuelle Industrien, besonders die Film-, Hörfunk- und Musik(Schallplatten-)industrie. Und so veröffentlichten diverse spanische Autoren in diesem Zeitraum die ersten Bücher zu technischen, beruflichen oder moralischen Aspekten der Werbung, des Filmwesens, des Hörfunks und des Fernsehens.

In den folgenden Jahren der Diktatur (1923 – 1930) und der 2. Republik (1931 – 1936) erschienen zahlreiche Titel – sowohl Bücher als auch Zeitschriften – über die genannten Medien. Gleichzeitig etablierte sich die Journalistenschule *El Debate* (1926 – 36) in Madrid, gegründet von dem späteren Kardinal Ángel Herrera Oria, der so die Rolle der Kirche als ideologische Führerin der spanischen Gesellschaft realisieren wollte. Mit Beginn des Bürgerkrieges und mit dem Sieg der aufständischen Falangisten fand diese Entwicklung jedoch ein Ende.⁵

1.2 Die Bedingungen während des Franco-Regimes

Die zweite Phase, die den langen Zeitraum der Herrschaft Francos umfasst, lässt sich – wie die Geschichte des Regimes selbst – wiederum in verschiedene Etappen unterteilen, von der ersten Zeit der wirtschaftlichen und kulturellen Autarkie, dem politischen Faschismus und der strengen ideologischen Zensur bis zur Liberalisierung der letzten Jahre. Diese wirtschaftlichen, politischen und sozialen Veränderungen betrafen wesentlich auch das System der Massenkommunikation und somit ebenso die wissenschaftliche Arbeit über dieses Thema. Diese Forschung lässt sich in ihren Anfängen weniger durch die Verwendung sozialwissenschaftlicher Methoden charakterisieren, es gab vielmehr eine schwer überschaubare Zahl an Konferenzen, Sachtexten, Kolloquien und Vorlesungen, was den Anschluss an die Forschung in anderen Ländern enorm erschwerte (Moragas 1981, Equiza Escudero 1986).

1941 wurden die „Escuela Oficial de Periodismo“ – EOP („Offizielle Schule für Journalismus“) und 1942 die Zeitschrift *Gaceta de la Prensa Española* (Fachzeitung der spanischen Presse) gegründet, die beide abhängig waren von der „Delegación Nacional de Prensa y Propaganda“, dem von Juan Aparicio geleiteten Zensurapparat des Regimes, und dreißig Jahre existierten. Während die Journalistenschule dazu diente, dem Franco-Regime ergebene Journalisten auszubilden, diente der Zeitschrift der Verbreitung zahlreicher Artikel im so genannten „akademisch-faschistischen“ Stil über das Forschungsfeld: Im Laufe der Jahre erschien eine Vielzahl der Bildung dienender Artikel über die Presse und den Journalismus.

5 In den 30er Jahren wurde die erste Doktorarbeit über die Presse in Spanien veröffentlicht, an einer deutschen Universität: Alfred Kästner, *Die spanische Presse* (Leipzig: Universität Leipzig, 1926). Auch wurde die erste Doktorarbeit an einer spanischen Universität veröffentlicht: Antonio Rumeu de Armas, *Bosquejo histórico de la censura literaria gubernativa en España desde el año 1700 a 1833* (Madrid: Universidad de Madrid, 1935).

Nach der Niederlage der Achsenmächte 1945 modifizierte Franco sein Staatsmodell, um die große internationale Opposition seinem Regime gegenüber einzudämmen. In dieser Situation bekamen die konfessionellen Bereiche stärkeres Gewicht, die der „Asociación Católica Nacional de Propagandistas“ („National-katholischer Propagandistenverband“, ACNP) nahe standen. Diese erlangten die Kontrolle über das Ministerium für Nationale Erziehung und richteten ab 1946 Sommerkurse für Journalisten an der Universidad Internacional Menéndez Pelayo in Santander ein. Fernando Martín-Sánchez Juliá, einer der herausragenden Ideologen der ACNP, war federführend bei der Ausarbeitung des Gesetzes über Presse und Druck von 1966 und erstellte mehrere Lehrtexte über die Rolle des journalistischen Unternehmens in einem kapitalistischen Staat, wie er in Spanien entstehen sollte.

Die „Escuela Oficial de Periodismo“ in Madrid, die bis 1958 die einzige Lehranstalt im Kommunikationssektor war, arbeitete so gut wie gar nicht auf dem Gebiet der Forschung. Dasselbe lässt sich von der Filiale der EOP in Barcelona sagen, der „Escuela Oficial de Publicidad“ (Werbung). Und Gleches gilt auch für die anderen beiden Akademien der kirchlichen Journalismus-Schule, der „Escuela Oficial de Cinematografía“ (Film) und der „Escuela Oficial de Radiodifusión y Televisión“ (Hörfunk und Fernsehen), sowie die Universitäten, obwohl es einige Ausnahmen gab⁶.

Bis zum Erscheinen des Klassikers *Mass communications: un panorama de los medios de información en la sociedad moderna* von Juan Beneyeto (Madrid 1957) ist in Spanien über den Bereich der Kommunikation so gut wie nichts veröffentlicht worden, was aus wissenschaftlicher Perspektive heraus erwähnenswert wäre. In den 50er Jahren wurden auch die ersten Doktorarbeiten veröffentlicht, die sich wissenschaftlich der spanischen Presse zuwandten, allerdings derjenigen des 18. und 19. Jahrhunderts: *Nipho y el periodismo español del siglo XVIII* (Der Journalist Nipho und das spanische Zeitungswesen im XVIII. Jahrhundert) von Luis Miguel Enciso Recio (Universidad de Valladolid, 1955), und *La prensa diaria de Barcelona de 1895 a 1910* (Die Tagespresse in Barcelona von 1895 bis 1910) von M^a Carmen García-Nieto París (Universidad de Barcelona, 1958).

Erst in den 70er Jahren wurden neue Studien in- oder ausländischer Autoren in Spanien veröffentlicht, vor allem dank der herausgeberischen Tätigkeit der Universidad de Navarra. Inhaltlich anspruchsvolle Publikationen aus spanischer Produktion gab es immer noch kaum, während in Europa und in den USA deutliche Fortschritte erzielt wurden und viele der entsprechenden Veröffentlichungen durch Schmuggel oder über Lateinamerika⁷, wo sie übersetzt wurden, nach Spanien gelangten. Bei den Zeitschriften, sowohl bei den wissenschaftlichen als auch bei den berufsbezogenen Fachzeitschriften, sah es nicht besser aus, und auch nicht bei den wissenschaftlichen Einrichtungen.

⁶ Bedeutende Forscher der Franco-Periode waren José Altabella, Aníbal Arias Ruiz, Juan Beneyto, Ángel Benito, Luka Brajnovic, Salustiano del Campo, José Ángel Castro Fariñas, Juan Díez Nicolás, Gabriel Elorriaga, Ángel Faus Belau, Pedro Gómez Aparicio, Luis Gómez Mesa, Nicolás González Ruiz, Luis González Seara, José Luis Martínez Albertos, Alejandro Muñoz Alonso, Alfonso Nieto, Pedro Prat Gaballí, Andrés Romero Rubio, Francisco Sanabria Martín, Joan Torrent, Jesús M. Vázquez, José Vidal Beneyto und Jorge Xifra Heras.

⁷ Die von Nueva Visión und Troquel (in Buenos Aires) veröffentlichten Bücher sowie die von CIESPAL (Quito) herausgegebenen Werke sollten hier Erwähnung finden, ebenso Zeitschriften wie *Comunicación y Cultura* (herausgegeben zunächst in Santiago de Chile, später in Buenos Aires und dann in Mexiko) und *Chasqui* („Bote“, ebenfalls von CIESPAL)

Während der letzten Dekade der Franco-Zeit – in der bereits von einer „spanischen Informationslehre“ gesprochen wurde – existierten öffentliche Einrichtungen, die sich der Forschung in den Bereichen Information, Propaganda, Öffentliche Meinung, Werbung und audiovisuelle Kommunikation aus einer soziologischen Betrachtungsweise näherten. Es handelte sich dabei um die Abteilung „Dokumentation“ beim Ministerium für Information und Tourismus, das die Zeitschrift *Revista Española de Documentación* und den Nachfolgetitel *Estudios de Información* (1965 – 72) herausgab, das „Instituto de la Opinión Pública“ („Institut für öffentliche Meinung“), das die Zeitschrift *Revista Española de la Opinión Pública* (1965 – 77) unterhielt, das „Instituto Nacional de Publicidad“ („Nationales Institut für Werbung“), welches *Publicidad* herausgab (1965 – 75), das „Instituto Oficial de Radio y Televisión“ („Institut für Radio und Fernsehen“), das die *Cuadernos de Documentación* (1965 – 77) herausgab, und das „Instituto de Ciencias Sociales“ („Institut für Sozialwissenschaften“) der Provinzverwaltung von Barcelona, das für die *Revista del Instituto de Ciencias Sociales* (1966 – 77) verantwortlich zeichnete. Diese Publikationen mit dokumentarischer und theoretischer Ausrichtung veröffentlichten viele Artikel in- und ausländischer Experten auf höherem akademischen und wissenschaftlichen Niveau, sie waren in ideologischer Hinsicht jedoch stets regimetreu (Beneyeto 1969).

Gleichzeitig entstanden einige kritische Arbeiten über die „Informations- und Kulturindustrie“, die aus marxistischer Perspektive eine Wirklichkeit zu erklären versuchten, die dem spanischen Volk bis dahin verborgen geblieben war. Es handelte sich um engagierte Arbeiten, geboren aus den politischen und sozialen Umständen dieser Jahre. Besonders hervorzuheben ist hier das Buch *Informe sobre la Información* (Information über Informationen) von Manuel Vázquez Montalbán (Barcelona 1962), das sich in kurzer Zeit zu einem Referenzwerk entwickelte, das nicht nur von Journalisten oder solchen, die es werden wollten, sondern auch von Studierenden und Forschenden verschiedener Disziplinen eifrigst rezipiert wurde.

Seit 1958 arbeitete in Pamplona das Journalismusinstitut der Universität von Navarra (Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra) – wie die gesamte Universität gefördert vom katholischen Laienorden Opus Dei –, das 1971 – zeitgleich mit der Gründung der informationswissenschaftlichen Fakultäten in Madrid und Barcelona – ebenfalls in einen Fachbereich umgewandelt wurde. Von Anfang an verfügte diese Einrichtung über Forscher, die das Institut an die Spitze der damaligen wissenschaftlichen Arbeit in Spanien brachten. Die sorgfältigen Publikationen über die eigene Forschung und die Übersetzungen ausländischer Autoren waren in anderen Einrichtungen im Lande und in Lateinamerika, wo es an qualifiziertem Personal und an Finanzmitteln mangelte, sehr beliebt.

1.3 Expansion in jüngerer Zeit

Seit dem Ende des Franco-Regimes Mitte der 70er Jahre hat Spanien entscheidende politische, soziale und kulturelle Umwälzungen erlebt. Das autoritäre, durch das Fehlen von politischer Freiheit und von Meinungsfreiheit gekennzeichnete Regime wandelte sich allmählich in ein neues demokratisches System – eine parlamentarische Monarchie –, konsolidiert durch die Inkraftsetzung der Verfassung von 1978. Das neue Grundgesetz, das unter anderem die Freiheit politischer Verbände, die Meinungsfreiheit und wirtschaftliche Freiheit garantiert, hat den derzeitigen „Estado de Autonomías“ (Staat der autonomen Regionen) hervorgebracht, der durch eine starke Stellung der Regionen charakterisiert ist. Auf diese Weise wurde sehr vorsichtig die Existenz eines multinatio-

nalen und multikulturellen Staates garantiert, zusammengesetzt aus verschiedenen historisch gewachsenen Völkern mit ihren je eigenen Sprachen und Kulturen, vereinigt in der Gleichheit von Rechten und Freiheiten.

Diese großen allgemeinen soziopolitischen Veränderungen, die die ganze spanische Gesellschaft betrafen, wurden begleitet durch andere, spezifischere auf dem Gebiet der Kommunikation und der Massenmedien. Das Konsumniveau ist beträchtlich gestiegen, und zwar in sämtlichen Bereichen und bei allen Arten von Gütern und Dienstleistungen im Medien- und Kultursektor. Die neuen dominanten Akteure im Kommunikationssektor – die als marktführende Unternehmen im Pressesektor entstanden und sich in multimedial positionierte Unternehmensgruppen wandelten – forderten bald die Liberalisierung des Hörfunk- und Fernsehsektors und die Abschaffung der staatlichen Kommunikationsmedien. Konzentrationsstrategien bei den aus dem Pressewesen stammenden Unternehmensgruppen – im Wesentlichen Godó, Prisa und Zeta – sollten den Zugang zum Fernsehmarkt erleichtern. Ab 1983 wurde das staatliche Fernsehmonopol schrittweise aufgehoben, zunächst durch die Schaffung öffentlich-rechtlicher Sender in sechs Regionen, dann 1989 durch die Vergabe von drei landesweiten Lizzenzen für privates Fernsehen. Gleichzeitig drängten im Zuge der Liberalisierung der spanischen Gesetzgebung und der Anpassung an EG-Normen, die mit Einschränkungen auch im Fernsehsektor umgesetzt wurden, immer stärker internationale (ausländische), vor allem europäische Unternehmen auf den Markt.

Die Umwälzungen der letzten dreißig Jahre haben starke Auswirkungen auf den Kultur- und Kommunikationssektor, auf seine Industrien und Medien gehabt. Entscheidende Veränderungen gab es vor allem in der Präsentation und bei den Inhalten, aber auch in Bezug auf die Gesellschaftsformen und Besitzstrukturen der Unternehmen. Verschiedene Akteure – darunter einige entscheidende aus der Franco-Zeit⁸ – verloren an Bedeutung oder verschwanden ganz, um schrittweise durch neue Akteure anderer Prägung ersetzt zu werden, die gegen Ende des 20. Jahrhunderts die wirtschaftliche Macht und Meinungsführerschaft errungen haben.

Die Veränderungen betrafen jedoch in hohem Maße auch die berufliche und die wissenschaftliche Sphäre. In beiden Bereichen gab es in den letzten Jahren ein exponentielles Wachstum, bedingt unter anderem durch den Zuwachs und die Diversifizierung der Berufe, die wiederum Resultat des Marktwachstums sind und mit einem Generationswechsel zusammenfallen, der in Spanien viel ausgeprägter als anderswo ist, während sich gleichzeitig die Arbeitslosigkeit auf hohem Niveau zu verfestigen scheint⁹. Während in der Franco-Ära die vier informationswissenschaftlichen Fakultäten – Madrid, Bellaterra (Barcelona), Pamplona und Lejona –, Mitte der 70er Jahre insgesamt zwischen 4.000 und 5.000 Studenten und ca. 500 Lehrkräfte umfassten, hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten der Umfang kommunikationswissenschaftlicher Fachbereich verfünfacht. Heute werden in 20 Zentren verschiedener Universitäten etwa 25.000 Studenten durch 2.000 Lehrkräfte diverser akademischer Grade unterrichtet. Dieses Wachstum ist auch im internationalen Vergleich bemerkenswert. Spanien verfügt heute über einen starken Ausbildungsbereich im Kommunikationssektor und seinen verschiedenen Sektoren und

⁸ Man denke an die entscheidende Rolle des staatlichen Sektors (TVE, RNE, Agencia Efe und Editora Nacional) oder den halbstaatlichen (Prensa y Radio del Movimiento) Bereich und die Sender der katholischen Kirche (EDICA und COPE).

⁹ Im Dezember 1994 waren bereits um die 6.000 Informationswissenschaftler als arbeitslos registriert (*El País*, 7/7/1995).

Dienstleistungen – Presse, Rundfunk, Film, Fernsehen, Video, Werbung. Dabei wird nicht nur für Tätigkeiten in den Medien oder Werbeagenturen ausgebildet, die Absolventen kommen auch in Nachbargebieten, wie dem Bereich Public Relations, sowohl im öffentlichen Sektor als auch in der Privatwirtschaft unter. Allerdings wird die Arbeitsmarktsituation für die Absolventen immer schwieriger, denn obwohl es sich beim Medienbereich in den letzten Jahren um einen Wachstumsmarkt handelte (weil die Ausgangsbasis sehr gering war), hat dieser mittlerweile einen Sättigungsgrad erreicht, der ein weiteres Wachstum verhindert.

In Spanien ist eine im internationalen Vergleich hohe Zahl an Beschäftigten auf die Erforschung der Medien und Kulturindustrien („Comunicólogos“) spezialisiert. Im Zuge der Schaffung neuer Fakultäten und bei wachsenden Studentenzahlen musste neues Lehrpersonal – wissenschaftliches und nicht-wissenschaftliches – eingestellt werden, was dazu führte, dass die Zahl professioneller teil- oder vollzeitbeschäftigte Forscher in diesem Feld exponenziell gewachsen ist. Es gibt also derzeit eine große Gruppe von Medien- und Kommunikationswissenschaftlern und -studierenden, die somit einen Pool bilden, der früher oder später auch international bedeutende Beiträge liefern wird. Derzeit gibt es einige Wissenschaftler, die führenden ausländischen Kollegen in nichts nachstehen, deren in Spanien durchgeführte Studien allerdings nur selten außerhalb des Landes Beachtung finden, höchstens vielleicht im lateinamerikanischen und in jüngster Zeit auch im europäischen Raum.

Aus diesen Gründen lässt sich die Entwicklung der letzten Jahren fast als spektakulär bezeichnen. Es gibt jedoch immer noch gravierende geographische Ungleichheiten. Im Hinblick auf die Zahl von Einrichtungen, Personen, Mitteln, Studien und Verlagen waren bislang Madrid und – in geringerem Maße – Katalonien die Zentren der Kommunikationsforschung. Erwähnt werden sollten insbesondere die jüngeren Arbeiten von Madrider Institutionen wie der Universidad Complutense, der vom Telefónica-Konzern finanzierten Stiftung Fundesco, des „Instituto Oficial de Radio y Televisión“ (IORTV) der staatlichen Rundfunkgesellschaft RTVE sowie verschiedenster privater Institute, die sich auf den Bereich der Marktforschung spezialisiert haben und mit Untersuchungen etwa zum Zuschauerverhalten oder zu Werbeinvestitionen kommerziell und strategisch relevante Informationen produzieren¹⁰. Diese Situation hat dazu geführt, dass Katalonien im Hinblick auf empirische oder angewandte Forschung, die insbesondere bei der Untersuchung neuer Informationstechnologien große Investitionen in die personellen und technischen Kapazitäten erfordert, traditionell gegenüber Madrid benachteiligt war, obgleich es – etwa mit den Arbeiten von Einrichtungen wie der Universidad Autónoma de Barcelona (seit 1971) oder in jüngerer Zeit der Universitäten Pompeu Fabra und Ramon Llull sowie des mittlerweile nicht mehr existenten Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC) – deutlich besser gestellt ist als die restlichen spanischen Regionen.

Die besondere Stellung Madrids bei der Kontrolle über die Finanzmittel und bei der Festlegung der medien- und forschungspolitischen Rahmenbedingungen sowie die Notwendigkeit der Konsolidierung des neuen auf autonomen Regionen basierenden Staatswesens haben in den letzten Jahren auch die Forschungsbedingungen und -themen in

¹⁰ Mitte der 70er Jahre entstanden im Zuge der Entwicklung des Werbemarktes in Spanien die zwei wichtigsten Institutionen auf dem Gebiet der Zuschaueranalyse: die Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) und das Estudio General de Medios (EGM). Später etablierten sich weitere Firmen aus dem Ausland, wie Sofres oder Nielsen.

Spanien in hohem Maße bestimmt. Regionalen und lokalen Aspekten ist daher möglicherweise mehr Aufmerksamkeit gewidmet worden als der Analyse der europäischen, amerikanischen oder internationalen Situation, obwohl sich in den letzten Jahren eine stärkere Öffnung insbesondere auf den europäischen Raum hin bemerkbar lässt. (Jones 1999)

1.4 Territoriale Verteilung

Derzeit gibt es in Spanien über 250 Einrichtungen, die sich weitestgehend mit Lehr-, Dokumentations- und/oder Forschungstätigkeit im Bereich sozialer Kommunikation beschäftigen, wobei der Begriff „soziale Kommunikation“ ein komplexes und vielgestaltiges Themenfeld beinhaltet, das verschiedene Medien und Dienste umfasst und vornehmlich aus sozial- und gesellschaftswissenschaftlicher Perspektive bearbeitet wird (Jones 1995a). Einige der mit kommunikationswissenschaftlichen Fragestellungen befassten Einrichtungen in Spanien können auf eine Tradition zurückblicken, die bis zum Anfang des 20. Jahrhundert zurückreicht. Erst in den letzten drei Jahrzehnten haben sich diese jedoch auf universitärem, akademischen und wissenschaftlichen Niveau konsolidieren können.

Um einen Überblick über die geographische Verteilung und die wachsende Zahl an Personen und Einrichtungen zu gewinnen, die sich der Forschung, Dokumentation und Lehre im Bereich Kommunikation und Massenmedien widmen, richtete das bereits erwähnte CEDIC mit seiner Gründung im Jahr 1987 die Datenbank COMDAT ein, die sämtliche Wissenschaftler und Einrichtungen in Spanien sowie – wenn auch sehr selektiv – in einigen anderen Ländern Europas und auf dem amerikanischen Kontinent erfassen sollte. Bis zu ihrer Einstellung im Jahr 1997 wurden in dieser Datenbank – neben 12.000 bibliographischen Verweisen – fast 900 Dateneinträge über hauptsächlich spanische sowie ausländische Institutionen gesammelt und über 2.000 spanische und ausländische Forscher erfasst. Auf Basis dieser Daten wurden unter anderem folgende Verzeichnisse veröffentlicht: *Directorio español de investigación en comunicación* (1995), *Directorio Iberoamericano de investigación en comunicación* (1996) und *Bibliografía catalana de la comunicación, 1769–1996* (1997).

Die gesammelten Informationen erlauben eine quantitative Bewertung der im „*Directorio español*“ erfassten Personen und Einrichtungen sowie eine Beantwortung der Fragen, in welche Richtung im Bereich der Kommunikationswissenschaft geforscht wurde, welche Medien am häufigsten untersucht wurden und welches die bevorzugten theoretischen Perspektiven waren; darüber hinaus ist eine geographische Lokalisierung der betreffenden Einrichtungen möglich.

So lassen sich auf Basis der erfassten Daten auch einige grundlegende Merkmale über die hier aufgeführten 1.756 spanischen Kommunikationswissenschaftler – davon 80% Männer¹¹ – herausfinden. Von den 1.195 Personen, deren Wohnort angegeben war, arbeiten z. B. die meisten in Katalonien (35%) und in Madrid (33%).¹² Sowohl diese beiden Regionen als auch die sieben folgenden – Navarra (8%), das Baskenland (6%), Andalusien (6%), Valencia (3%), Kastilien und Leon (3%), Galizien (2%) und die Kan-

11 Obwohl der Anteil der weiblichen Studierenden bei zwei Dritteln liegt.

12 Wenn man diese Daten mit denen von Beneyeto (1969) vergleicht, bemerkt man, dass vor dreißig Jahren nur acht Einrichtungen und gerade 24 Wissenschaftler (unter ihnen zwei Frauen) registriert waren.

rischen Inseln (2%) – verfügen derzeit über informations-/kommunikationswissenschaftliche Fakultäten, was eine stärkere Ansiedlung der Wissenschaftler in diesen Regionen begünstigte.

1.5 Forschungszentren

Bis vor kurzem lag die kommunikationswissenschaftliche Forschung weitestgehend in den Händen einzelner Personen, deren Arbeit zwar lobenswert war, aber eher eng begrenzte Resultate zeigte. Erst in den 70er Jahren entstanden die ersten Team-Arbeiten unter der Ägide öffentlicher und privater Einrichtungen, die diese Arbeit förderten und finanzierten (Moragas 1981, 1986, 1988, 1990). Vor allem die multidisziplinär ausgerichteten informations- und kommunikationswissenschaftlichen Fakultäten haben in den letzten drei Jahrzehnten Hunderte von Diplom- und Doktorarbeiten hervorgebracht¹³. Die Lehrenden haben an den verschiedensten Forschungsprojekten über verschiedene Medien und mit unterschiedlichen theoretischen Ansätzen teilgenommen, auch in Zusammenarbeit mit weiteren öffentlichen und privaten, nationalen und ausländischen Einrichtungen, die in zahlreichen Studien mündeten. Von diesen erlangten einige große Bedeutung. Auch andere Fakultäten, wie die der Geschichts- oder der Kunswissenschaft, haben wichtige Beiträge zur kommunikationswissenschaftlichen Forschung geleistet, vor allem auf dem Gebiet der Filmgeschichte und der Theorien zur visuellen und audiovisuellen Kommunikation.

Außerhalb des universitären Bereichs haben etliche private und öffentliche Einrichtungen direkte Forschung betrieben oder diese gefördert. Unter den führenden Institutionen sei die wichtigste Einrichtung des Landes genannt: Fundesco, die sich drei Jahrzehnte lang (zwischen 1968 und 1997) der Erforschung audiovisueller Kommunikation und neuer Technologien in Spanien widmete und mehrere Publikationsreihen, die Zeitschrift *Telos* und ein wichtiges Jahrbuch herausgab.

Neben den zentralen, regionalen oder lokalen öffentlichen Verwaltungen treten auch private Institutionen als Förderer überwiegend universitärer Forschung auf: das „Centro de Investigaciones Sociológicas“, das IORTV, die „Asociación de Editores de Diarios Españoles“ oder die „Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones“ (in Madrid), das mittlerweile geschlossene CEDIC, das „Institut d’Estudis Catalans“, die „Fundació Jaume Bofill“, das „Centre d’Estudis de Planificació“, das „Centre d’Estudis Olímpics“, das „Collegi de Periodistes de Catalunya“, das „Institut del Cinema Català“ und das „Institut de la Comunicació“ (in Barcelona); die „Fundación Instituto de la Comunicación“ (in Murcia), und die öffentlich-rechtliche „Radiotevisión Valenciana“ sowie die „Filmoteca de la Generalitat Valenciana“ in Valencia. Die genannten Einrichtungen haben vor allem Projekte im Kommunikationsbereich gefördert und in der Regel auch veröffentlicht, die eine historische, soziologische, ökonomische, kulturelle oder linguistische Perspektive einnehmen. Insbesondere das inzwischen geschlossene CEDIC hat in den 90er Jahren mehrere Dutzend Studien selbst erstellt, in Auftrag gegeben oder gefördert, von denen etwa 50 publiziert

13 Zwischen 1926 und 1998 wurden 1.550 Doktorarbeiten in Spanien (bzw. im Ausland über spanische Themen) veröffentlicht; 64% stammen aus den 90er Jahren, 66% wurden von Männern erstellt, 36% wurden an der Universidad Complutense, Madrid, verfasst, 87% waren in spanischer Sprache, 26% analysierten das Pressewesen.

wurden. Zugleich war es an der Herausgabe mehrerer katalanischer Zeitschriften zum Thema beteiligt.

Darüber hinaus hat sich die spanische Forschungsgemeinschaft in mehreren Verbänden zusammengeschlossen, nicht nur in Berufsverbänden, sondern auch in Verbänden zur Förderung und Verbreitung der Forschung. Ein solcher Verband war in den 80er Jahren beispielsweise die „Asociación de Investigadores de la Comunicación del Estado Español“ (AICE) in Madrid. In Barcelona gibt es die „Societat Catalana de Comunicació“ (die zum „Institut d’Estudis Catalans“ gehört), in der etwa 100 Wissenschaftler organisiert sind, die wissenschaftliche Zeitschriften veröffentlichen und Tagungen und Seminare zum Thema veranstalten. Die „Sociedad de Estudios Vascos“ schuf Anfang der 80er Jahre eine Abteilung Medien und eine zum Thema Film, die die entsprechend forschenden Wissenschaftler des Baskenlandes vereint. Andere Institutionen dieser Art sind „Film Historia“ und die „Asociación de Historiadores del Cine“, deren Mitglieder Experten auf dem Gebiet der Geschichte der Filmkunst sind; die „Sociedad Española de Periodística“, spezialisiert auf Theorien und Analysen zum Thema Journalismus; die „Asociación de Historiadores de la Comunicación“ sowie die „Asociación de Doctores y Licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas“, gegründet 1987 in Madrid.

2. Die wichtigsten Forschungsrichtungen

Wie bereits oben erwähnt, haben sich im Verlauf des 20. Jahrhunderts diverse spanische Forscher mit Arbeiten zur Kommunikation beschäftigt, wenngleich anfangs nur mit der Absicht zu dokumentieren und zu beschreiben. Mit der Schaffung der ersten informationswissenschaftlichen Fakultäten 1971 entstanden dann wissenschaftliche Arbeiten, die in Diplom- und Doktorarbeiten, in Berichten von Projektgruppen, in Artikeln, Büchern, Berichten und Referaten veröffentlicht wurden und die die Entwicklung, die Eigenschaften und die Auswirkungen der gegenwärtigen Kommunikationsphänomene mehr oder weniger umfassend analysieren.

2.1 Wachstum und Professionalisierung

Seit 1980 hat es im Zuge der politischen, sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklung und der stetigen Entwicklung des Medienbereichs auch eine deutliche Steigerung der Forschungstätigkeit gegeben – sowohl qualitativ als auch quantitativ. Dieser Aufschwung verdankte sich folgenden Ursachen: der Festigung der politischen Freiheiten, technologischen Umwälzungen, dem Aufkommen neuer Güter und neuer Dienstleistungen im Medienbereich und einem Wachstum im Kommunikationsmarkt, aber vor allem der Einführung des Privatfernsehens. Infolgedessen ist ein größeres gesellschaftliches Interesse an diesen Themen entstanden, und eine steigende Anzahl junger Menschen möchte einen Medienberuf ergreifen. Gleichzeitig hat sich das spanische Universitätswesen dahingehend verändert, dass heutzutage von den Lehrenden eine ausgewiesene Spezialisierung und akademische Tätigkeit verlangt und die Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten als Bedingung für eine Festigung der Arbeitsverhältnisse gefordert wird. Dementsprechend sind die spanischen Forscher heutzutage viel professioneller als früher. Folglich ist auch die Zahl an Diplom- und Doktorarbeiten gestiegen, es wurden mehr Fachbücher herausgegeben und einige wissenschaftliche Zeitschriften gegründet. Daneben entstand eine Vielzahl unterschiedlichster Kongresse, Tagungen und Symposien (Jones 2000). Leider gibt es keine Regelmäßigkeit bei diesen Treffen und auch keine Jahrestagung der Forschungsgemeinschaft (wie es sie beispielsweise in Brasilien mit

der INTERCOM gibt). Die 1986 gestarteten „Jornadas Internacionales de Comunicación“ der Universidad de Navarra bilden wohl die älteste jährliche Tagung, die immer noch veranstaltet wird.

Mehrere private Verlage haben besondere kommunikationswissenschaftliche Reihen eingerichtet und publizieren jährlich einige Hundert Bücher, sowohl von spanischen als auch von ausländischen Autoren. Zu den wichtigsten Verlagen zählen in Madrid: Akal, Eudema, Forja, Fragua, Paraninfo, Prálide, Rialp, Taurus und Tecnos; in Barcelona Ariel, Bosch, Gustavo Gili, Paidós, Pòrtic und ESPR-PPU; und in La Coruña Edicions do Castro und Edicions Lea. Natürlich werden diese Verlage häufig von den Herausgebern der Reihen als Plattform genutzt, um ihre eigenen Texte zu veröffentlichen.

Auch verschiedene öffentliche Einrichtungen zählen zu den wichtigen Herausgebern in diesem Sektor: etwa die Universidad Complutense und das IORTV in Madrid, das ehemalige CEDIC in Barcelona, die Universidad del País Vasco in Bilbao, die Filmoteca de la Generalitat Valenciana in Valencia, aber auch die Regionalregierungen und die Provinz- und Gemeindeverwaltungen und private Einrichtungen wie Fundesco in Madrid, das Col·legi de Periodistes de Catalunya in Barcelona und die Universidad de Navarra in Pamplona.

Bei den am häufigsten ins Spanische – auch ins Katalanische – übersetzten Autoren handelt es sich traditionell um Nordamerikaner, Briten, Franzosen und Italiener, was deren Einfluss auf ihre spanischen Kollegen erklärt¹⁴. Selten werden Texte lateinamerikanischer Autoren veröffentlicht – lediglich einige von international renommierten Wissenschaftlern wie dem Kolumbianer Jesús Martín Barbero oder dem Mexikaner Eulalio Ferrer Rodríguez –, und dies, obwohl der Markt auf der anderen Seite des Atlantiks für die spanischen Verlage von einem Interesse ist, vor allem für diejenigen, die Lehrbücher für Berufstätige herausgeben. Einige Professoren an führenden Universitäten haben ihre eigenen Verlage gegründet, um Lehrbücher für Studierende zu publizieren. Wissenschaftliche Publikationen zum Thema lassen sich allerdings – ebenso wie die Zeitschriften – nur schwer und in geringem Umfang verkaufen; meist werden sie fotokopiert.

Der Einfluss der spanischen Kommunikationswissenschaft im Ausland ist äußerst gering. Dies lässt sich unter anderem daran erkennen, dass praktisch keine Bücher spanischer Autoren in andere Sprachen übersetzt werden. Auch ist dies daran erkennbar, dass spanische Wissenschaftler nur wenige internationale Projekte leiten und kaum an internationalen Kooperationen beteiligt sind sowie kaum in internationalen wissenschaftlichen Zeitschriften publizieren. Ausnahmen bilden einige Autoren, die Bücher oder Zeitschriftenartikel im Ausland publiziert haben, wie etwa Manuel Castells, Carmelo Gartiañandia, Josep Gifreu, Juan A. Giner, Román Gubern, José Luis Martínez Albertos, Miquel de Moragas, Alejandro Pizarroso Quintero, Emilio Prado, Alfonso Sánchez-Tabernero, Enric Saperas und Lorenzo Vilches. Die ausländischen Zeitschriften mit der größten Verbreitung in Spanien sind – neben den lateinamerikanischen – die Zeitschriften *Médias Pouvoirs* aus Frankreich und die britischen Publikationen *Media, Culture & Society* und das *European Journal of Communication*.

14 Die in den letzten Jahrzehnten in Spanien wohl meistübersetzten ausländischen Autoren sind wahrscheinlich der Kanadier Marshall McLuhan, der Amerikaner Noam Chomsky, der Brite Raymond Williams, der Belgier Armand Mattelart und die Italiener Umberto Eco und Giuseppe Richeri.

2.2 Das thematische Spektrum der Forschung

Die spanische Kommunikationswissenschaft hat sich in den letzten Jahren mit unterschiedlichen Aspekten befasst, neben historischen und politischen Arbeiten sowie Forschungsarbeiten über die Struktur der Medien in Spanien sind auch Studien über internationale Kommunikation, Inhaltsanalysen, Theorie- und Methodenforschung entstanden sowie Arbeiten zur Erforschung der neuen Berufsfelder in der „sozialen Kommunikation“, insbesondere im Pressewesen, beim Film und in der Werbung. Im Rahmen dieses Überblicksbeitrags können nicht alle Forschungsergebnisse angemessen dargestellt und erwähnt werden. Im Folgenden sollen nur diejenigen Themenbereiche genannt werden, die für die spanischen Forscher in den letzten Jahren von besonderem Interesse waren, gegliedert nach den unterschiedlichen theoretischen Perspektiven.

2.2.1 Mediengeschichte

Aus historischer Perspektive wurden etliche Arbeiten über den Film, den Hörfunk, das Fernsehen und die Presse erstellt, darunter vor allem viele Werke über die Geschichte der Filmkunst national und in den Regionen, in der Regel in einer besonderen Periode. Besonders herausragend sind hier die Arbeiten von Autoren wie Josep Maria Caparrós Lera, Miquel Porter Moix, Román Gubern, Antonia Lara García und Ángel Luis Hueso Montón. Eine Bibliographie mit Arbeiten zur Geschichte der Werbung, der politischen Propaganda oder des Hörfunks fiele dagegen mager aus.

In den letzten Jahren wurden zusätzlich zu einigen allgemeineren Darstellungen Arbeiten veröffentlicht, die sich mit den Ursprüngen und mit der Zeit des Franco-Regimes beschäftigen. Erwähnenswert sind hier die Arbeiten von Jesús Pizarroso Quintero über den Bereich Propaganda und von Ángel Faus Belau, Rosa Franquet, Carmelo Garitao-nandia, Lorenzo Díaz und Luis Ezcurra Carrillo über den Rundfunk.

Zur Geschichte des Fernsehens wurden einige Monographien veröffentlicht, die die Rolle der öffentlichen, staatlichen und regionalen Sender behandeln, es fehlt jedoch noch immer ein umfassendes wissenschaftliches Werk, das bis in die heutige Zeit reichen würde. Die beachtenswertesten Arbeiten in diesem Gebiet sind die von Josep M. Baget Herms, Jesús García Jiménez, Luis Gutiérrez Espada, dem verstorbenen Eduardo Gorostiaga und dem bereits erwähnten Lorenzo Díaz.

Die wissenschaftliche Tätigkeit im Bereich der Pressegeschichte ist hingegen sehr umfangreich. Hier erschienen Hunderte von Arbeiten über einzelne Presseerzeugnisse und über unterschiedliche historische Perioden, die sich fast immer auf eine einzelne Region, Provinz oder Örtlichkeit beziehen. Unter den zahlreichen Arbeiten in diesem Bereich können einige Autoren hervorgehoben werden, wie Celso Almuña Fernández, Jesús T. Álvarez Fernández, María Cruz Seoane, María Dolores Sáiz, Josep Lluís Gómez Mompart, Amparo Moreno, Joan Manuel Tresserras, Jaume Guillamet, Josep M. Figueres, José Javier Sánchez Aranda, Carlos Barrera del Barrio, Antonio Laguna Plate-ro und Andreu Martínez Gallego sowie die kürzlich verstorbenen Ricard Blasso, José Altabella und Alfonso Braojos Garrido, und auch die französischen Hispanisten Paul Aubert und Jean-Michel Desvois.

Über die Geschichte des Buches in Spanien – Verlage, Verbreitung, Leserschaft – sind schließlich in den letzten Jahren einige sehr wichtige Arbeiten veröffentlicht worden, darunter sollten besonders die Beiträge von Hipólito Escolar Sobrino (dem ehemaligen Direktor der Nationalbibliothek) und diejenigen des französischen Hispanisten Jean-François Botrel hervorgehoben werden.

2.2.2 Medienpolitik und Mediensystem

Die veröffentlichten Studien über politische, ökonomische und strukturelle Aspekte der Medien können danach klassifiziert werden, welche räumliche Dimension der Kommunikation gewählt wurde, die transnationale, die nationale, die regionale oder die lokale, und danach, ob sie sich mit dem Gesamtsystem der Medien oder aber mit einem spezifischen Medium beschäftigen.

Über den so genannten „Katalanischen Kommunikationsraum“ etwa, der für einige Autoren ausschließlich das Gebiet der heutigen Region Katalonien umfasst, für andere aber alle Gebiete, die unter dem Einfluss der katalanischen Sprache und Kultur stehen – insbesondere Katalonien, Valencia, die Balearen, Andorra und Roussillon –, sind einige sehr wichtige Arbeiten veröffentlicht worden, die als Grundgerüst für eine „Katalanische Schule“ der Kommunikationswissenschaft bezeichnet werden könnten. Unter den herausragendsten Vertretern dieser Schule finden sich Joan M. Corbella, Josep Gifreu, Maria Corominas und Miquel de Moragas. Im Baskenland gibt es eine ähnliche, wenn auch weniger stark ausgeprägte Tradition, deren wichtigste Autoren Carmelo Garitao-nandia und Ramón Zallo sind.

Arbeiten zur lokalen Kommunikation haben in den letzten Jahren vor allem in Katalonien besondere Bedeutung erlangt; sie widmen sich sowohl der Presse als auch dem Hörfunk und dem Fernsehen. Als Forscher sind hier vor allem Jaume Guillamet, Miquel de Moragas und Emilio Prado zu nennen.

Die Forschungsrichtung „Internationale Kommunikation“ ist noch wenig entwickelt, federführend sind hier Autoren wie Esteban López-Escobar, Pedro Lozano Bartolozzi, Sara Núñez de Prado, Antonio Sánchez-Bravo Cenjor, Josep Gifreu und Marcial Murciano.

Rein ökonomische Arbeiten gibt es nur sehr wenige und sie beschäftigen sich vorrangig mit Phänomenen wie der Konzentration im Unternehmenssektor und der Internationalisierung; einschlägige Autoren sind hier Enrique Bustamante, Bernardo Díaz Nosty, Rosario de Mateo Pérez, Alfonso Sánchez-Tabernero, Juan Carlos Miguel de Bustos, Ramón Zallo und Lluís Bonet. Betriebswirtschaftliche Studien über „Das Unternehmen im Informationssektor“ sind zudem vor allem von Alfonso Nieto Tamargo und Francisco Iglesias sowie vom kürzlich verstorbenen José Tallón durchgeführt und publiziert worden. Insgesamt gibt es nur wenige Arbeiten, die sich mit anderen Ländern – speziell europäischen oder amerikanischen – beschäftigen.

2.2.3 Kommunikationstheorie und -soziologie

Die Arbeiten im Bereich Kommunikationstheorie und -soziologie lassen sich unterteilen in diejenigen, die sich für eine allgemeine theoretische Perspektive interessieren, und diejenigen, die sich soziolinguistisch der Analyse der Sprache, der Wirkungs- und Zuschauer-/Hörforschung oder der Gesamtheit des Kommunikationsprozesses widmen.

Hierzu gibt es eine Reihe von Arbeiten, die sich mit dem sozialen Gebrauch der Kommunikation durch die Spanier beschäftigen, sowie öffentlich oder privat finanzierte Untersuchungen über Konsumgewohnheiten, Medienausstattung und den kulturellen Hintergrund. Erwähnenswert sind hier unter anderem Gonzalo Abril Curto, Ángel Benito, Javier Davara Rodríguez, Jesús García Requena, Manuel Martín Serrano, Pedro Orive Riva, José Luis Piñuel Raigada, Vicente Romano García, Antonio Sánchez Bravo, Felicísimo Valbuena de la Fuente, José Vidal Beneyto, Jordi Berrio, María Dolores Mon-

tero, Miquel de Moragas, Manuel Parés i Maicas, Miquel Rodrigo Alsina, Enric Saperas und Jorge Urrutia.

Als Forscher in dem deutlich hiervon getrennten Bereich der visuellen Kommunikation können Agustín García Matilla, Jesús González Requena, Justo Villafaña, Jordi Pericot, Román Gubern, Lorenzo Vilches, Santos Zunzunegui und Joan Costa genannt werden.

2.2.4 Journalismus

Die Forschung im Bereich des Journalismus beschäftigt sich theoretisch und empirisch vorwiegend mit den Printmedien und dort mit Inhaltsanalysen, mit den unterschiedlichen Gattungen und Sonderformen sowie mit dem Berufsalltag in den Redaktionen. Besonders nennenswert sind hier Héctor Borrat, Lorenzo Gomis, Josep M. Casasús, Manuel Fernández Areal, José Luis Dader, Javier Fernández del Moral, José Luis Martínez Albertos, Luis Núñez Ladeváze, José Francisco Sánchez und María Pilar Diezhandino Nieto.

2.2.5 Informationstechnologie

Der Umfang an Publikationen zum Bereich der Informationstechnologien – hauptsächlich gefördert durch Fundesco – ist in Spanien nicht sehr groß; die entsprechenden Studien beschäftigen sich vorrangig mit Aspekten der Infrastruktur und mit den neuen Medien. Mit öffentlichen Mitteln sind in den letzten Jahren einige Weißbücher gefördert worden, die sich mit den Kommunikations-Infrastrukturen beschäftigen und Leitlinien für eine entsprechende Politik entwickeln sollten. Zugleich haben sich verschiedene Wissenschaftler mit den derzeitigen und zukünftigen Möglichkeiten der Neuen Medien beschäftigt: mit Video, dem Satelliten- und Kabelfernsehen, Bildschirm- und Videotext, elektronischer Werbung und Multimedia. Zu diesen Forschern gehören unter anderem Adolfo Castilla und Emilio Lera, Mariano Cebrián Herreros, Emilio Prado, Javier Díaz Noci und Manuel Castells.

2.2.6 Dokumentation und elektronische Information

In dem besonderen Bereich der Dokumentation, der Datenbanken und der elektronischen Information sind Ernest Abadal, Maria Eulàlia Fuentes, Lluís Codina, Robert Coll Vinent, Antonio L. García Gutiérrez, Emilia Currás, Félix Sagredo Fernández, Eugenio Galdón, Nuria Amat und die Brüder José und Alfonso López Yépes zu nennen.

2.2.7 Ethik, Recht und politische Kommunikation

In Spanien, das Ende der 70er Jahre mit der Einführung der Demokratie den gesamten rechtlichen Rahmen im Feld der Kommunikation veränderte, ist die auf ethische und rechtliche Fragen spezialisierte Forschung in den letzten Jahren sehr umfangreich gewesen. Besonders erwähnenswert sind hier Forscher wie Porfirio Barroso Asenjo, José María Desantes Guanter, Enrique Gómez Reino, Teodoro González Ballesteros, Jesús González Bedoya, Francisco Vázquez Fernández, César Molinero, Carlos Soria, Marc Carrillo und Lluís de Carreras.

In jüngster Zeit hat sich zudem die Forschungsrichtung „Politische Kommunikation“ etabliert, die auf etwas ältere Arbeiten zur Öffentlichen Meinung aufbaut. Nennen las-

sen sich hier José Luis Dader, Cándido Monzón Arribas, Alejandro Muñoz Alonso, Javier del Rey, Juan Ignacio Rospír, José A. González Casanova, Jordi Berrio und Manuel Parés i Maicas.

2.2.8 *Medienpädagogik*

Die jüngeren medienpädagogischen Studien lassen sich vorrangig nach dem in ihnen untersuchten Medium untergliedern: Presse, Radio, Film, Fernsehen, Video oder neue multimediale Technologien. Wichtige Vertreter dieser Forschungsrichtung sind Magda Albero, Mar de Fontcuberta, José Manuel Pérez Tornero, Joan Farrés und Agustín García Matilla.

2.2.9 *Werbung, Marketing und Public Relations*

Der Forschungsbereich Werbung, Marketing, Public Relations und Unternehmenskommunikation hat sich – mit dem starken Wachstum seines Gegenstandsbereichs, des Werbemarkts und den Veränderungen im spanischen Unternehmenssektor – in den letzten Jahren sehr stark entwickelt. Die Veränderungen im Unternehmenssektor haben sich vor allem durch den Eintritt internationaler Unternehmen in den spanischen Markt ergeben und wurden auf Grundlage des EU-Vertrags und des spanischen EG-Beitritts 1986 ermöglicht, wodurch der Umgang mit wirtschaftlichen, technischen und menschlichen Ressourcen neu strukturiert wurde. Neben Studien zum kreativen Potenzial des Marktes wurden etliche Arbeiten zur Organisation, Regulierung und Unternehmensverwaltung veröffentlicht, wenige auch zur Geschichte und Ökonomie. Als Autoren zu nennen sind José Luis Arceo Vacas, Juan Benavides Delgado, José María de la Cuesta Rute, José Luis Piñuel Raigada, José Ramón Sánchez Guzmán, José Luis León, Mario Herreros Arconada, Antoni Noguero, Pere Soler, Clemente Ferrer Roselló und Joan Costa sowie der kürzlich verstorbene Juan Antonio González Martín.

3. Schlussfolgerungen

Die oben genannten Aspekte zeichnen ein zumindest skizzenhaftes Bild über die Schwerpunkte der Forschung im Bereich der Sozialen Kommunikation in den letzten Jahren in Spanien. Es lässt sich resümieren, dass sich einige theoretische Fachrichtungen bereits ausreichend entwickelt haben: so die Kommunikationssoziologie und die Erforschung der Öffentlichen Meinung, des politischen Rahmens und der Medienstruktur – besonders in Katalonien und im Baskenland –, die Geschichte des Presse- und Filmwesens, die Journalismusforschung, die Soziosemiotik und die Inhaltsanalysen sowie die Erforschung der Unternehmenskommunikation. Auch die Forschung über Umwelt-, Gesundheits- und Frauenaspekte und über die Beziehung zwischen Sport und Medien schreitet voran.

Andere Forschungsrichtungen befinden sich hingegen noch im Anfangsstadium, etwa jene über die wirtschaftlichen, psychologischen, künstlerischen oder anthropologischen Aspekte. Es fehlt auch noch an grundlegenden Studien zur alternativen, lokalen und regionalen Kommunikation und zum Bereich der vergleichenden Forschung (Vergleiche zwischen den Medien, zwischen Unternehmen, zwischen Regionen oder Ländern). Die Forschung im Bereich Neue Medien und Dienstleistungen sowie zu den elektronischen multimedialen Technologien steht erst am Beginn, da sich die bisherigen Arbeiten be-

vorzugt auf traditionelle, sowohl gedruckte als auch audiovisuelle Medien konzentriren.

Auch lässt sich festhalten, dass sich die Forschung über Kommunikationsphänomene in Spanien auf das Mediensystem konzentriert. Dies ergab sich aus der Gründungs- und Entstehungsgeschichte der informations- und kommunikationswissenschaftlichen Fakultäten, die die Kommunikationswissenschaftler ausgebildet haben. So entstanden bevorzugt Arbeiten hemerographischen oder historischen Charakters und Analysen über Inhalte, Rezipienten und die Wirkung der Medien; andere wichtige Aspekte menschlicher Kommunikation aber wurden vernachlässigt.

Es gibt ein großes Interesse an Aus- und beruflicher Weiterbildung, das sich in der Gründung verschiedenster Arten von Kursen, Seminaren, Symposien und Master-Studiengängen für alle möglichen Spezialisierungen im Berufsfeld „Kommunikation“ niedergeschlagen hat – vom Sport über die Wissenschaft bis hin zur Wirtschaft – und immer mehr private Schulungszentren – einige US-amerikanischen Ursprungs – hat entstehen lassen, die sich der beruflichen Bildung im Bereich Journalismus, audiovisuelle Kommunikation, Werbung, Public Relations und Marketing widmen.

Allerdings lässt sich im Bereich der wissenschaftlichen Beschäftigung mit den Medien auch eine leichte Stagnation nach der großen Steigerung in den letzten Jahren erkennen. An den Universitäten wird zwar vermehrt promoviert, weil dies weniger kostspielig ist als der Erwerb eines Master-Titels, und Tausende junger Menschen schreiben sich hierfür ein, weil sie sich so bessere Berufschancen und eine Erweiterung des im Verlauf des Studiums erworbenen Wissens erhoffen. Lediglich 10 bis 20 Prozent beenden jedoch ihre Promotion und erhalten den Doktortitel. Außerdem fehlt es an anhaltendem Interesse für ein Forschungsfeld: Nachdem ein Studienplatz erst einmal mit viel bürokratischem Aufwand errungen worden ist, scheint das Interesse am Thema zu schwinden; vielleicht, weil sich in den Abteilungen der Universitäten wenig Anreize finden lassen. Diese Situation ist noch viel dramatischer bei den Hunderten von lateinamerikanischen Studenten, die jährlich nach Spanien kommen, um hier einen Abschluss zu erwerben, den es in ihren Ländern – außer in Brasilien – nicht gibt, von denen aber nur wenige ihr Studium erfolgreich abschließen.

Auch ein Teil der Lehrkräfte scheint im Zuge der wachsenden Bürokratisierung des Lehrkörpers das Interesse daran verloren zu haben, neue Forschungen zu beginnen und der Wissenschaft neue Perspektiven zu eröffnen. Hinzu kommt, dass einige von ihnen schon in jungen Jahren zu einer Professur, der höchsten akademischen Auszeichnung, gekommen sind, und quasi eine Barriere für neue Generationen von Forschern darstellen, die sich mit niederrangigen Posten in Randpositionen zufrieden geben oder ihre Forschungen ganz aufgeben müssen, da es für sie keine Lehrperspektiven gibt, es an Fördergeldern mangelt und die Möglichkeiten für einen Berufseinstieg zu akzeptablen Bedingungen gering sind.

Insgesamt lässt sich sagen, dass die Bewertung der Kommunikations- und Medienforschung in den letzten Jahren positiv ausfällt und sich der Stand der einzelnen Forschungsrichtungen durchaus mit dem in anderen westlichen Ländern vergleichen lässt. Es gilt jedoch noch viele Bereiche und Aspekte zu erforschen und noch viele historische Phasen abzudecken. Dies wird sicherlich immer schwerer in Einzelprojekten realisierbar sein, so dass interdisziplinäre oder internationale Teams eingerichtet werden sollten, um zudem eine theoretische und geographische Isolierung zu vermeiden. Es wird also notwendig sein, die bisherige Kommunikations- und Medienforschung in Spanien zu stärken, und zwar unter Mitwirkung von Experten aus anderen Wissenschaftszweigen. Darüber hinaus ist es besonders wichtig, neue Projekte unter Mitwirkung internationa-

ler Forschungsteams zu entwickeln. Dies ergibt sich vor allem aus den immer komplexer werdenden, voneinander abhängigen Kommunikationsphänomenen.

Übersetzung aus dem Spanischen von Rafael Reimann Igoa

4. Bibliographie

- Altabella, José (1983): Fuentes crítico-bibliográficas para la historia de la prensa provincial española. Madrid: FCI de la UCM, Doktorarbeit, 646 S.
- Beneyto, Juan et al. (1969) : Repertorio de información española: centros y especialistas españoles dedicados al estudio y la investigación de los medios de comunicación de masas. Madrid : Ministerio de Información y Turismo, 58 S.
- Cáceres, María Dolores; Carmen Caffarel (1993) : La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990. In: La investigación en la comunicación. Madrid : AICE, S. 23 – 30.
- Caffarel, Carmen; Milagros Domínguez; Vicente Romano (1989): El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987). In: CINCO, N°3. Madrid: AICE, S. 45 – 57.
- Equiza Escudero, Pilar (1986): Juan Beneyto, periodismo y universidad. Alicante: Caja de Ahorros Provincial, 217 S.
- Gómez Mompart, Josep Lluís (ed.) (1996): Metodologías para la Historia de la Comunicación Social. Bellaterra: UAB, 108 S.
- Herreros Arconada, Mario (1994): Presente y futuro de la investigación publicitaria. In: Área 5, N° 3. Madrid: UCM, S. 78 – 89.
- Jones, Daniel E. (ed.) (1995a): Directori espanyol d'investigació en comunicació, 1995. Barcelona: CEDIC, 589 S.
- Jones, Daniel E. (1995b): Investigaciones sobre el mercado comunicativo español en el contexto europeo. In: Situación, N° 4. Bilbao: Servicio de Estudios del BBV, S. 295 – 312.
- Jones, Daniel E. (1998): Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas. In: Zer, N° 5. Bilbao: Universidad del País Vasco, S. 13 – 51.
- Jones, Daniel E. (1999): Investigaciones en España sobre la comunicación iberoamericana. In: Comunicación y Sociedad, N° 35. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Januar-Juni, S. 229 – 268.
- Jones, Daniel E.; Jaume Baró i Queralt; Carmelo Landa Montenegro; José Antonio Ontalba Ruipérez (2000): Investigación sobre Comunicación en España: aproximación bibliométrica a las tesis doctorales, 1926–1998. Barcelona: ComCat, 152 S.
- López Yepes, José (1995): La documentación en la investigación de las ciencias de la información. In: Mª Eulàlia Fuentes i Pujol (ed.), Manual de documentación periodística. Madrid: Síntesis, S. 77 – 88.
- Moragas, Miquel de (1981): Teorías de la comunicación: estudios sobre medios en América y Europa. Barcelona: Gustavo Gili, 362 S.
- Moragas, Miquel de (1986): Europa Sur: desequilibrios teóricos y geográficos. In: Telos, N° 7. Madrid: FUNDESCO, S. 62 – 83.
- Moragas, Miquel de (1988): Los estudios sobre comunicación y nuevas tecnologías en España: indicaciones sobre sus antecedentes y estado actual. In: CINCO, N° 1. Madrid: AICE, S. 11 – 19.
- Moragas, Miquel de (1990) : Delante de los negocios, detrás de los acontecimientos: nuevos problemas de la sociología de la comunicación de masas en España, 1986-1990. In : Telos, N° 22. Madrid : FUNDESCO, S. 58 – 64.
- Moragas, Miquel de (1997) : Las ciencias de la comunicación en la ‘sociedad de la información’. In : Retos de la Sociedad de la Información .Salamanca : UPSA, S. 149 – 156.
- Parés i Maicas, Manuel; Lluís Badia; Izaskun M. Araiko (1988): Spanish Bibliography on Mass Communication: With a Profile on the Main Spanish Academic and Scientific Institutions in the Field of Mass Communication. Bellaterra: UAB, 304 S.

- Parés i Maicas, Manuel (1997a): El sistema español de comunicaciones: estructura, formación de los profesionales e investigación. In: Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Social, Nº 1. São Bernardo do Campo: UMESP, S. 11 – 40.
- Parés i Maicas, Manuel (ed.) (1997b): La recerca europea en comunicació social. In: Anàlisi, Nº 21. Bellaterra: UAB, S. 21 – 274.
- Urabayen, Miguel (1994): La investigación sobre comunicación social en España: panorama general. In: Cultura y comunicación social: América Latina y Europa ibérica. Barcelona: CEDIC, S. 81 – 86.

Adressen

- Universidad Autónoma de Barcelona – Facultad de Ciencias de la Comunicación, Edificio I, 08193 Bellaterra, Spanien, http://blues.uab.es/~icap32/menu_cas.htm
- Universidad Complutense de Madrid – Facultad de Ciencias de la Información, Avda. de la Complutense s/n, 28040 Madrid, Spanien, <http://www.ucm.es/info/ccinf/dptoscci.htm>
- Universidad de Navarra – Facultad de Comunicación, Edificio de Bibliotecas, Universidad de Navarra, 31080 Pamplona, Spanien, http://web1.cti.unav.es/un/departamentos/cultura_y_comunicacion.html
- Universidad del País Vasco – Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicacion, Barrio Sarriena, s/n, 48940 Leioa, Spanien, <http://www.ehu.es/csc/cas/castellano.html>
- Universidad Ramon Llull – Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna, Valdonzella, 23, 08001 Barcelona, Spanien, <http://www.url.es>
- Universidad Pompeu Fabra – Instituto Universitario del Audiovisual, Àrea de França, Campus de al Ciutadella, Passeig de Circumval·lació 8, 08003 Barcelona, Spanien, http://www.iua.upf.es/iua_e.htm
- Societat Catalana de Comunicació, Carrer del Carme 47, 08001 Barcelona, Spanien, <http://www.mediacropolis.es/scc/>
- Instituto Oficial de Radio y Televisión, Ctra. Dehesa de la Villa s/n, 28040 Madrid, Spanien, <http://www.rtve.es/oficial/iortv/iortv.htm>
- Institut de la Comunicació (InCom) – Universidad Autónoma de Barcelona, Edificio I, 08193 Bellaterra, Spanien, <http://www.portalcomunicacion.com>