

**STUDIERESA
TILL AMERIKANSKA
HÖGSKOLEUTBILDNINGAR I
JOURNALISTIK, MEDIER OCH
KOMMUNIKATION**

En personlig reserapport av

**Bengt Carlsson
Inger Lindstedt
Lennart Weibull**

Arbetsrapport nr 31

ISSN 1101-4679

1. Bakgrund

Inför läsårsskiftet 1993/94 står den svenska högskoleutbildningen inför stora förändringar. Dessa berör en rad olika områden, inte bara utbildningens innehåll utan även organisation och ekonomi. Examensförordningen har gjorts om och en magisternivå har tillkommit, samtidigt som de tidigare utbildningslinjerna successivt upphör. Nya regler för tilldelningen betyder att studerandeprestationer nu är avgörande för de ekonomiska förutsättningarna.

För institutioner som i hög grad är beroende av linjeutbildningar är förändringen mycket stor. Detsamma gäller för sk fristående kurser som skall ges k magisterutbildningar. För institutionen för journalistik och masskommunikation är det mycket viktiga förändringar. Mot denna bakgrund har företrädare för institutionen besökt några utbildningsanstalter i USA för att söka få en bild av hur motsvarande utbildningar är organiserade där, bl a med tanke på att den amerikanska situationen delvis varit vägledande för de ändringar som genomförts i Sverige.

Vi har under resan besökt ett antal mycket olika utbildningar inom journalistik och kommunikation (se bilaga 1). Dessa representerar både stora statsuniversitet med en mycket omfattande utbildningsvolym (College of Journalism, University of Maryland) och mera elitinriktade utbildningsinstitutioner (School of Journalism, Columbia University) respektive både helt journalistikinriktade utbildningar (Columbia) och mera kommunikationsinriktade studier (Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania). Även om vi av olika skäl har varit tvungna att inrikta oss på universitet i östra USA har vi ändå på detta sätt fått en vid spridning.

Vi har försökt att få svar på bl a följande frågor:

- var ligger tyngdpunkten i utbildningen?
- hur förhåller sig allmänna studier till studier i journalistik/kommunikation?
- hur är utbildningen organiserad?
- vilka kurser ges — och i vilken ordning?
- hur organiseras påbyggnaden, t ex masternivån?

I det följande presenteras huvudintrycken från varje utbildning samt dras ett antal slutsatser. Först ges dock en allmän översikt av huvudmodeller i amerikansk journalistik- och kommunikationsutbildning.

2. 'Den amerikanska modellen'

I USA finns det ett hundratal universitetsinstitutioner som ger journalistik respektive kommunikationsutbildning. Utbildningarna kan klassificeras på flera olika sätt. Om vi går efter utbildningens omfattning respektive 'nivå' är det rimligt att skilja ut två huvudmodeller:

- **grundutbildning** i journalistik/kommunikation som resulterar i en **Bachelor of Arts (B.A.)**
- journalistik/kommunikation som **påbyggnad** och som ger en **Master of Arts (M.A.)**

Den första är den vanligaste. Den svarar för mer än 80 procent av alla utbildade: I stort sett alla universitet ger *grundutbildning till B.A.* Denna omfattar i normalfallet fyra år. Det karakteristiska för en sådan utbildningsgång är att den till ca 3/4 (alltså ca tre år) är utbildning i allmän samhällsvetenskap, främst statskunskap och sociologi, eller *liberal arts*, bl a språk och historia, och 1/4 i journalistik/kommunikation. Denna modell förutsätts då det gäller ackrediterade utbildningar (se nedan). Det finns dock variationer; vid University of Pennsylvania är andelen kurser i journalistik/kommunikation närmare 40 procent.

Själva huvudprincipen är att studenterna under sina två första år (*freshman* och *sofomore years*) endast bedriver allmänna studier, medan de under de sista två åren (*junior* och *senior years*) delar sin tid mellan allmänna studier och studier i journalistik och kommunikation. I detta fall har man således journalistik/kommunikation som huvudämne, som sin *major*.

Den tid som studenterna ägnar åt journalistik/kommunikation inriktas normalt på sex till åtta kurser. Typiskt är att tyngdpunkten här ligger på *writing*. Något tillspetsat kan det påstås att 'det praktiska' i amerikansk utbildning i journalistik/kommunikation är att det alltid skrivs. Ett typiskt baskurspaket av i huvudsak obligatoriska kurser kan se ut så här:

- tre kurser i *intensive writing*
- en kurs i *editing*
- en kurs i *journalism law*
- en kurs i *graphics* (foto, datagrafik, layout eller motsvarande)

Till detta kommer ett antal fritt valda kurser som ger en specialisering, t ex

- *Science Journalism*
- *Political reporting*
- *Culture and communication*

Under de två sista årens studier i journalistik/kommunikation förekommer kurser som svarar mot praktik, ofta sommarpraktik, ('*Internship*'). Kurser i *writing* kan vara i hög grad praktiska, t ex att man bevakar ett visst geografiskt område under en viss tid.

Den andra huvudmodellen är *påbyggnadsutbildningen* i journalistik/kommunikation. Den finns helt utvecklad bara vid två universitet — Columbia University och University of California at Berkeley, som konsekvent inte erbjuder några *undergraduate studies* — men finns även som en möjlighet på en rad andra universitet.

En sådan påbyggnadsutbildning varar mellan ett och två år och ger en MA. Enkelt uttryckt kan det sägas att den är en utbildning på *undergraduate*-nivå, men den är förlagd som påbyggnad till en BA på ett annat område. De som har påbyggnadsutbildning har således på ett sätt en fem- eller sexårig grundutbildning, där det sista eller de två sista åren ägnats åt en journalistisk påbyggnad, d v s utgör mellan drygt 1/4 och 1/5 av studierna.

Det som studenterna läser som påbyggnad är i huvudsak samma kurser som finns i *undergraduate*-programmen. Skillnaden är att de nu läses mera komprimerat — det blir ett helt år som bara ägnas åt studier i journalistik/kommunikation. Skillnaden mellan ett- och tvåårig påbyggnad är att den senare efter det första intensiva studieåret öppnar för en specialisering inom ett visst fält — ett ämnesområde, ett land, en kultur eller liknande. Under det andra året läser studenterna detta specialområde och omsätter det under ledning av lärarna från journalistik/kommunikation i texter. Också i dessa utbildningar är den tid som ägnas åt journalistik/kommunikation i begränsad mening således ca ett år.

Det finns också *blandformer*. Mest framträdande är här Northwestern University (Chicago) som ger en femårig utbildning i journalistik/kommunikation — fyra år B.A. enligt modell 1 ovan och sedan en M.A. som här är en fördjupning för dem som läst grundutbildning i journalistik/kommunikation. I denna utbildning blir påbyggnadsåret till M.A. en mera tillämpad utbildning, där journalistik/kommunikation appliceras på ett ämnesområde, alltså inte helt olikt den andra året av Berkeley's masterprogram. Under studietiden skriver man texter inom sitt utstakade ämnesområde under ledning av lärare från journalistik/kommunikation. Det är normalt att man i sammanhanget faktiskt arbetar ute i någon form av medium.

Ett annat sätt att klassificera utbildningen är att utgå från **huvudinriktningen**. Det handlar i hög grad om var utbildningen har sina rötter. Huvuddelen av all utbildning som riktar sig mot vad vi i Sverige vanligen kallar journalistik/kommunikation (journalister, informatörer och motsvarande) äger rum vid institutioner som kan gå under namnen *Journalism* eller *Journalism and Mass Communication*. Det är dessa utbildningar som vanligen ger *writing* som ett slags grundkompetens. Till bilden hör samtidigt att sådana institutioner också kan ge reklamutbildning och audiovisuell utbildning. Den gemensamma nämnaren är härvidlag *media*.

Den andra modellen har sina rötter i *rhetoric* eller *speech*. Detta ämnesområde har sin mest omfattande tradition vid universiteten i Mellanvästern. För de emigranter, som inte hade engelska som modersmål var det angeläget att betona språk och framställning i utbildningen. Till bilden hör samtidigt att den amerikanska utbildningen i sin helhet är präglad av retorik och *writing*. Det gäller redan i den grundläggande utbildningen, vilket i sin tur underlättar för fortsatta studier inom dessa områden.

Retorik och språk kunde också i många fall utvecklas till utbildning i kommunikation, med betoning på språklig och icke-språklig kommunikation. På grund av den äldre traditionen är detta fortfarande vanligast i Mellanvästern och mindre vanligt i östra USA.

En tredje inriktning på journalistik/kommunikation har sina rötter i dramautbildning, d v s närmast i litteratur och engelska språket. Denna tradition finns idag i de institutioner som har *Radio* och *TV* i namnet. De senare har dock ofta vuxit fram som en specialisering av dramastudiet. De som läser radio-TV inriktar sig på arbete med manuskript eller liknande. Gränsen till olika slag av kulturstudier är här flytande.

En fjärde modell för universitetsinstitutioner på området är de som startat i vad som skulle kunna kallas centrum- eller institutbildningar. Sådana institut var ursprungligen forskningsinriktade — forskare från olika discipliner med intresse att belysa kommunikationsaspekter drogs samman till en plats. Mest känt är Wilbur Schramm's Institute for Communication vid University of Illinois. Schramm hade tagit med sig idéerna från ett motsvarande institut i Iowa och grundade sedan ett tredje institut för kommunikation vid Stanford.

Annenberg School for Communication är ett exempel på en sådan institutbildning som främst är baserad på ett lärarkollegium, *faculty*, av ledande forskare, vilka successivt har blivit engagerade i *graduate* och *undergraduate studies*.

Av de fyra huvudtyperna är den första, de breddade journalistikskolorna, den helt dominerande vad gäller utbildning av personer för journalistik/kommunikation i traditionell mening. Här finns det samtidigt klara konfliktlinjer

som inte sällan kommer fram i profilerna hos enskilda utbildningar, t ex mellan:

- en yrkesinriktad utbildning (*vocational*) med större andel kurser i *writing* och med större andel lärare från praktisk verksamhet samt en mera teoretisk med större andel kurser i 'läsämnen' (*theory*).
- en allmänorienterad grundutbildning med en huvuddel inom andra ämnen än journalistik/kommunikation och en mera ämnesinriktad med större andel av kurser i journalistik/kommunikation.

Det förs också i USA en debatt om '*den goda journalistutbildningen*' som går efter dessa linjer. Det som kan kallas för den klassiska modellen för journalistik/kommunikationsutbildning är den som har **ackreditering** genom ACEJMC (*Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communication*). Drygt 90 institutioner/program är ackrediterade. I det organ som ansvarar för ackrediteringen finns företrädare både för utbildning och avnämare. Ackrediteringen berör i första hand utbildningens uppläggning och inriktning, men avser även andra egenskaper hos den berörda utbildningsinstitutionen, t ex resurser och teknik (se bilaga 2).

Vad gäller utbildningens inriktning står ACEJMC för en modell som går ut på att utbildning till journalist/informatör sker bäst genom en yrkesinriktad fördjupning. Denna del utgör en mindre del av en B.A. Detta innebär att ackrediteringen, något oväntat kan det tyckas från ett svenskt perspektiv, syftar till att *motverka* att andelen kurser i journalistik blir för hög, inte att ange ett minimum av sådana kurser. Innebörden är att det i den första delen av utbildningen blir en relativt stor tonvikt på litteraturstudier medan det i den andra blir förhållandevis stora inslag av *writing*, men relativt få kurser som analyserar journalistiken. Det finns samtidigt en diskussion om det rimliga i denna uppläggning — och det finns tankar att utvidga med läskurser om medier och journalistik, vilket i så fall ökar andelen journalistik/kommunikation i B.A. något. De utbildningar som besökts under studieresan speglar väl denna debatt.

Ackrediteringen innehåller förutom detta regler om lärarkollegiets sammansättning och samlade kompetens, institutionens resurser mm. Det har framhållits i diskussionerna att de utbildningar som inte är ackrediterade inte alls behöver vara dåliga, endast att de arbetar med ett annat synsätt. Det är dessutom relativt dyrt att bli ackrediterad; till detta kommer att ackrediteringen omprövas vart sjätte år. Om man så vill kan detta förfarande betraktas som ett slags *peer review*, som anses fungera relativt bra inom sina egna ramar.

Att sakna ackreditering innebär inte att vara utestängd från att få utbilda journalister/informatörer. Det finns även utbildningar som medvetet valt en viss profil, trots att denna innebär att man inte blir ackrediterad. Nyligen har Department of Journalism and Mass Communication, University of Wisconsin-

Madison valt en sådan linje. Detta lär inte ha minskat tillströmningen av studerande.

En annan debattfråga gäller generellt det 'vetenskapliga' hos en utbildning i journalistik/kommunikation — t ex om det är rimligt att erbjuda Ph.D.-studier, även om sådan tycks vara på väg. Det noterades att ingen journalistutbildning i New York City idag erbjuder en Ph.D. I Maryland finns en Ph.D.-grad, men denna ges i *Mass Communication*; termen *Journalism* reserveras där för yrkesexamen. Vetenskapligt anses *journalism* höra hemma under *Mass Communication*.

3. Graduate School of Journalism, Columbia University (Professor James Carey)



Den traditionella elitutbildningen i journalistik i USA är ettårsprogrammet vid University of Columbia. Detta är en M.A.-utbildning enligt den andra huvudtraditionen ovan och den bedrivs sedan 1930-talet i den ärevördiga *Journalism Building* som ligger alldeles vid huvudentrén från Broadway. Före 1930 var Columbia-utbildningen ett *undergraduate program*, som startades 1912 av Joseph Pulitzer. Efter överväganden av betydelsen av att studenten redan i förväg hade en full grundutbildning helst inom *liberal arts* utgick detta nya journalistprogram från att uppgiften nu var att träna i *writing* och *editing*.

Programmet på Columbia åtnjuter en mycket hög prestige. Av 200 reportrar vid *Washington Post* har inte mindre än 25 procent examen från Columbias journalistprogram. Å andra sidan är programmet inte oomstritt. En huvudartikel (av Michael Lewis), i den opinionsbildande tidskriften *New Republic* den 19 april 1993 riktades ett intensivt angrepp mot amerikansk journalistutbildning i allmänhet, men mot Columbia i synnerhet. Artikeln kan knappast betraktas som användbar för en analys av kritiken av utbildningen, eftersom den är alltför enögd för att verka riktigt trovärdig. Den reflekterar dock en kritik av amerikansk journalistutbildning som har ett visst stöd, bl a för att utbildningen är för perspektivlös; kurserna handlar om att skriva och det blir skrivandet och detaljer i detta som uppfyller hela utbildningen, medan journalistiken i en vidare mening inte får samma utrymme. Även lärare vid andra utbildningar stämmer in i kritiken; man menar då snarast att det inte går att på ett år ge en journalistutbildning av det slag som ryktet tillskriver den vid Columbia.

Utbildningen vid Columbia motsvarar således ett år. Den fasta lärarkåren består av cirka 20 lärare, varav merparten är journalister. Antalet studenter är knappt 400. Under de rent praktiska momenten är de fördelade på klasser om 12 personer. Inom utbildningen ges fyra obligatoriska baskurser:

- *Media Law* (som administreras av *Law School*). Denna kurs läses inte av de utländska studenterna. De tar istället en kurs om Amerika och amerikanska förhållanden.
- *Critical Journalism 1-2* (den första handlar om mediasystemet, t ex strukturutveckling, koncentration och organisation; den andra om främst om journalistikens utveckling, exempelvis som skapare av den samhälleliga offentligheten)
- *Reporting/writing 1* (en hel termins typisk skrivarkurs, som i huvudsak studeras genom praktiskt arbete; se nedan)

Av dessa kurser beskrivs de tre förstnämnda som akademiska eller 'intellektuella' medan den fjärde är den praktiskt inriktade. Den senare, med uppföljningar är också den som särskilt profilerar Columbia-utbildningen. Kursen går ut på att studenterna, ensamma eller i mindre grupper, tilldelas ett geografiskt bevakningsområde, som de får i uppgift att på olika sätt beskriva i en löpande nyhetsrapportering under den termin de tar denna kurs. Studenterna är således hela tiden ute i miljön. "New York är vårt laboratorium", är en genomgående formulering; "den som kan skriva om en kultur i New York kan klara allt inom amerikansk journalistik".

Ett annat utmärkande drag är det hårda arbetstempot vid utbildningen. Eller som Prof Carey uttryckte det: "Studenterna jobbar 18 timmar om dagen, sju timmar i veckan". Det förutsätts stora mängder skrivet material, normalt flera artiklar i veckan, som fortlöpande kommenteras av lärarna.

Ett tredje drag hos Columbia är att utbildningen är inriktad på *print media*. Huvuddelen av tillämpningarna gäller tidningsartiklar och en stor majoritet av studenterna går till dagspress. Tre skäl till detta anges:

- de bästa studenterna som söker vill jobba inom pressen
- det är alltför dyrt att klara bra undervisning i radio och TV
- de bästa journalisterna/lärarna arbetar inom *print media*.

Merparten av studenterna har **inte** läst journalistik tidigare, och det handlar ofta om yrkesbyten. Bland de studerande finns påfallande många jurister och teknologer. Klart är att Columbia är en elitutbildning som ger en hög status. Det förefaller nästan lika klart att den innehållsligt inte kan svara mot sitt rykte. Under lång tid har den levt kvar i gamla former, men klarat sig genom sitt rykte och sin placering. Huvudintrycket är att det finns lednings- och organisationsproblem. Under 1993 har utbildningen fått en relativt omfattande kritik för sitt innehåll, som anses ha följt med tiden dåligt. Inom institutionen finns det en klar medvetenhet om problemet. Detta var en

anledning till att man under våren 1993 höll på att söka en ny prefekt, som bl a skulle ha i uppgift att skapa mera av fördjupning i utbildningen.

Av särskild relevans för oss är möjligen att fundera kring själva grundsynen på Columbia. Paradoxen är att det som hos oss ofta uppfattas som en ofullständig journalistutbildning — en ettårig, i huvudsak praktisk utbildning efter grundexamen — i USA är den mest prestigefyllda journalistutbildningen.

Idéer att hämta hem till utbildningen i Göteborg är bl a tanken att låta mediepraktiker ta ansvaret för en hel kurs, alltså inte bara gå in som gästlärare på timmar i en kurs, utan att ge dem möjlighet att sätta sin prägel på den. Detta kan gälla journalist- såväl som medie- och kommunikationsutbildningen.

4. The Freedom Forum, Columbia University

(Associate Director Duncan Mac Donald)

The Freedom Forum
Media Studies Center

The Freedom Forum ger ingen utbildning. Snarast kan det betecknas som en plats där lärare och forskare inom journalistik och medier träffas. Detta sker genom att viktiga personer knyts till verksamheten som *fellows* eller genom seminarier. The Freedom Forum kallades tidigare The Gannett Center — och det är fortfarande tidningskedjan Gannett som står för finansieringen.

Det för oss relevanta med besöket på Freedom Forum var deras intresse att följa samspelet mellan medieutveckling och medieutbildning. En av de frågor man ägnat sig åt var bl a vilka krav medieutvecklingen ställer på journalistutbildning, liksom på annan medieutbildning.

En huvudtes hos de företrädare vi mötte var betydelsen av att behärska — och inte behärskas av — mediekommunikationsteknologin — *the information highway*. Journalister måste idag ha teknologikompetens, både för verksamheten inom den egna redaktionen och för att hantera information från omvärlden. Det fanns en tveksamhet om journalistutbildningarna hade förstått detta behov.

I en nyligen publicerad bok (*Higher Education in the Information Age*, 1993, Transaction Publishers, med Everette E Dennis & Craig L LaMay som redaktörer), vars ene utgivare, Everette Dennis, är chef för Freedom Forum, diskuteras problemen med ökade avstånd mellan utbildningsanstalter och samhälle. I inledningsartikeln menar John Burness, Duke University, att akademierna inte förstår hur medier arbetar, men att medierna inte heller

förstår villkoren för högre utbildning samt att det till råga på allt på båda håll finns en "institutionell arrogans" som försvårar en fruktbar dialog. Burness ser som en viktig väg inför framtiden att universiteten följer upp sina alumni, de studenter som lämnat utbildningen för yrkeslivet. Genom dessa finns det förutsättningar att bättre följa utvecklingen.

Det framhålls att *Higher Education in the Information Age* inte särskilt avser journalistik- eller medieutbildning, utan mera allmänt handlar om mediernas förhållande till högre utbildning. Fokus ligger dock främst på utbildning i *liberal arts*, men betraktar den högre utbildningen i sin helhet som en demokratisk skolningsprocess. I den av samma redaktörer samtidigt utgivna volymen *America's Schools and the Mass Media* (1993, Transaction Publishers) diskuteras mera allmänt mediernas relationer till det allmänna skolväsendet. Det konstateras där att skolfrågor ofta försummas.

Freedom Forum's chef Everette Dennis har även arbetat med analyser av amerikansk journalistutbildning. Han är författare till bl a den första sk *Oregon-rapporten* om journalistutbildning 1984. I sin andra rapport — *Planning for Curricular Change in Journalism Education*, School of Journalism, University of Oregon — från 1987 sammanfattades bedömningen. Slutsatsen var att den 25%/75%-fördelning som är grunden för den ovan nämnda ackrediteringen skulle gälla även fortsatt (sid 1). Det betonades dock i rapporten att den fjärdedel som avser journalistik måste bedrivas av en särskild journalistikinstitution och inte bara bli en fråga om skrivande i allmänhet inom ramen för språkämnen. Rapporten betonar också behovet att inom ramen för journalistik satsa på forskning, uppdragsverksamhet och vidareutbildning. En kopia av rapportens huvudsakliga slutsatser bifogas som bilaga 3.

Av särskild relevans för oss är funderingarna kring samspelet mellan journalistik- och medieutbildning och samhällsutveckling. Detta är ett ytterst viktigt problemområde som sällan uppmärksammas. I detta ligger inte bara frågor om utbildningens innehåll, utan mera sådant som gäller utbildningens karaktär.

Idéer att hämta hem är möjligen uppmaningen till reguljära kontakter med tidigare studerande som nu befinner sig i yrkeslivet. Dessa skulle kunna vara en brygga över till "verkligheten", och därmed kunna behjälpliga att föra ut information om förändringar i utbildningen. Kanske skulle man skapa något slag av alumniförening?

REPORTING PROGRAM

AT NEW YORK UNIVERSITY
DEPARTMENT OF JOURNALISM
AND MASS COMMUNICATION

10 WASHINGTON PLACE
NEW YORK, NEW YORK 10003
212-998-7970

5. Department of Journalism and Mass Communication, New York University (Associate Professor Mitchell Stephens)

Ett stenkast från Washington Square på 10 Washington Place ligger Department of Journalism and Mass Communication vid New York University (NYU), ett privat universitet, som haft relativt stor uppgång i studerandantal under de senaste åren. I en vacker, om än något trång byggnad finns journalistutbildningen.

Vi träffade Mitchell Stevens, prefekt vid institutionen, och med bakgrund i praktisk journalistik. Han har specialiserat sig på frågor om nyhetsförmedling och bl a författat böckerna *Broadcast News* (1980 {tredje upplagan 1993}) och *A History of News* (1989). Lärarkollegiet består av knappt 20 fast anställda lärare, varav den mest kände torde vara mediekritikern Edwin Diamond. Dessutom finns omkring 15 deltidslärare som tillsammans står för omkring 40 procent av den totala undervisningen.

Journalistutbildningen vid NYU är ackrediterad av ACEJMC — en av tre ackrediterade i New York City. Det är den näst äldsta journalistutbildningen i USA. I likhet med Columbia ligger den på magisternivå och resulterar i en M.A. Programmet beskrivs som "*designed to prepare students for careers as professional journalists — basic skills and theories*". Inom programramen erbjuds tre parallella fördjupningar: dagspress, magasin och radio-TV. Magasinsinriktningen är i viss mån karakteristisk för utbildningen på NYU, som har kulturjournalistik som en särskild ämnesinriktning.

Också *miljöjournalistik* ges som specialisering. Administrativt knutet till institutionen är dessutom *New York University's Graduate Science and Environmental Program (SERP)*. För få studera inom det sistnämnda måste den studerande ha sin grundutbildning med naturvetenskaplig inriktning. Institutionen ger även i samverkan med ekonomutbildningen vid NYU ett kombinerat ekonomijournalistikprogram. Motsvarande kombinationer finns även med några språk, bl a spanska för inriktning på det karibiska området. Dessutom har man långt gångna planer på att starta kvalificerade kurser i *internationell journalistik, kulturjournalistik och ekonomijournalistik*.

Cirka 400 studenter har journalistik som huvudämne vid NYU. Institutionen tar in 70 studenter per år och har drygt 400 sökande vid varje tillfälle. Ytterst få har någon som helst journalistisk erfarenhet från tidigare. Som urvalsinstrument används dels ett standardtest för tillträde till högre akademisk utbildning, dels betygen från grundutbildningen, dels en essä om sin inriktning, som den sökande måste lämna in. Man anser att dessa urvalsinstrument fungerar relativt bra. Trots detta blir endast omkring hälften av alla studenter någonsin verksamma inom journalistiken.

Vid institutionen ger man också kurser som ingår i grundutbildningen i andra ämnen — dvs för *minors*. Däremot ger institutionen ingen forskarutbildning som leder till Ph.D.

Vid NYU betonades särskilt skrivandet som grunden för all journalistik — att huvudmålen med journalistutbildningen är att *förbättra skrivandet* och *förbättra journalistiken*. Vidare betonades det intellektuella, kritiskt analytiska förhållningssättet genom hela utbildningsprogrammet. I sina kurser gör institutionen en skillnad mellan *lecture courses* och *skills courses*, där de förra således är läskurser och de senare produktionsinriktade kurser. Till de förra räknas t ex medielagstiftning, *The Media in America* och opinionsbildning. Till de senare räknas *Reporting*, *The TV newscast* och *The feature article*. 1992/93 erbjuder institutionen 15 läskurser och 18 produktionskurser.

Obligatoriska kurser på introduktionsnivån är *The Media in America*, som rekommenderas som första kurs, samt *Reporting I* eller *Broadcast News Writing*. På den andra nivån väljer man antingen en mera produktionsinriktad linje och specialiserar sig i print eller broadcast, eller en medieanalytisk, kritisk inriktning. Inom båda dessa huvudlinjer finns det en visst antal obligatoriska kurser.

I utbildningen ingår även praktik. Den sträcker sig över en hel termin (på cirka halvtid), men ger enbart poäng motsvarande en kurs (= ungefär en tredjedels termin). Man har praktikanter bl a på Long Island-tidningen *Newsday*. Inom institutionen finns även en nationell nyhetsbyrå för studenttidningar, som eleverna turas om att sköta. Vidare har institutionen en relativt bra teknisk utrustningsnivå, i kurskatalogen beskriven som "modern". Vår genomgång tyder dock på att såväl standarden på lokalerna som utrustningsnivån är klart lägre än den vi har hos oss.

Av särskild relevans för oss att i varje fall fundera vidare på var den kraftiga betoningen av det kritisktanalytiska i utbildningen. En annan aspekt är den nyssnämnda skillnaden mellan *lecture* och *skills*, använd i syfte att motverka en förenklad motsättning mellan teori och praktik.

Idéer att hämta hem är erfarenheterna från antagningen. Den skrivna essäns stora betydelse i kombination med ett standardtest ger stöd för motsvarande propäer i Sverige.



**6. Annenberg School
for Communication,
University of Pennsylvania
(Professor Joseph Turow)**

University of Pennsylvania

Annenberg School for Communication ligger vid University of Pennsylvania. Detta är det studentmässigt största av de tio ledande universiteten i USA — den s k Ivy League, i vilken även Princeton, Yale och Harvard ingår. Presti- gen hos Penn, som det vanligen kallas, är hög. Det grundades redan 1740 och flyttade till nuvarande område i mitten av 1800-talet. En vandring på campus visar tydligt på att det är frågan om ett välbeställt universitet. Vack- ra byggnader och mycket konst illustrerar Penn's karaktär. Kostnaden är hög. Enligt den aktuella informationsbroschyren kostar 1993/94 26.380 USD (ca 200.000 SEK) om man bor på campus; uttryckt på annat sätt kostar en B.A. på normalstudietid 800.000 SEK i 1993 års penningvärde. Å andra sidan anger samma källa att 3/4 av studenterna får olika slag av bidrag; 2/5 får behovsprövade stipendier.

Annenberg School for Communication (före 1992 Annenberg School of Communication) är en institution som är av ungt datum för att inrymmas i Penn. Den startade 1959 genom stöd från Walther Annenberg, stenrik tid- ningsägare som haft sina största framgångar med magasinet *TV-Guide*, och var då USA:s första *Graduate School of Communication*. Helt integrerad i Penn's grundutbildning blev den 1975, då den blev en del av den större fakulteten *School of Arts and Sciences*. Grundorganisationen går tillbaka till den som i det inledande avsnittet kallades institutformen. Det första lärarkollegiet kom huvudsakligen från University of Illinois. Det var fors- kare som drogs samman och endast *graduate studies* erbjöds — en M.A. i *Communication*.

Sedan Annenberg blev en del av *Arts and Sciences* har man också fått ansvar för grundutbildning. Därmed kom man att inlemmas mera i den generella universitetsutbildningen.

Annenberg har idag ett lärarkollegium på 13 personer, delvis mycket kända namn som Kathleen Hall Jamieson (prefekt), Klaus Krippendorf, Oscar Gandy, Larry Gross och Charles R Wright. Vår kontaktperson var professor Joseph Turow, ansvarig för grundutbildningen. Man har 100 egna studenter (inkl M.A. och Ph.D.) och ger kurser som under ett år tas av 1250 personer. Det senare är taket; fler studenter på Penn söker Annenbergs kurser, men universitetsadministrationen har av kostnadsskäl satt detta tak.

Huvudregeln är att studenterna vid Penn under sin grundutbildning i *Liberal Arts* läser 32 kurser. De som har sin *major*, huvudinriktning, i *Communication* skall ha minst 12 av dessa inom detta område (d v s en högre andel än på de ackrediterade utbildningarna). Övriga ämnen som studenterna ofta väljer är statskunskap, eng-elska språket eller liknande.

Annenbergs egna kurser håller på att läggas om. Fr o m läsåret 1993/94 kommer det att finns fyra obligatoriska kurser:

- *Introduction to Mass Media and Society* (ett institutionellt perspektiv på kommunikation)
- *Introduction to Communication and Behavior* (ett individinriktat perspektiv på kommunikation)
- *Visual Communication* (ett estetiskt perspektiv på kommunikation)
- *Methods in Communication Research* (traditionell metodkurs)

Till detta kommer tre till fyra fritt valda kurser. Exempel på sådana är *Communication Law*, *Political Communication*, *Communication History*, *Women in Communication*. Utbudet av kurser är relativt varierande över tid. Som varande en utbildning enligt 'institutsmodellen' är den i hög grad beroende av vad aktuella lärarsamman-sättningen ger, eftersom kurserna huvudsakligen emanerar från deras forskningsintressen.

Slutligen skall studenterna göra en uppsats som motsvarar ca en termins arbete. Detta görs ofta i kontakt med en uppdragsgivare, inte sällan en kommande arbetsgivare. För att klara genomströmningen önskar man att studenten redan under terminen före arbetet börjar skall ha valt ämne och fått en huvudinriktning.

De Penn-studenter som har sin huvudinriktning på *Communication* i sin grundutbildning hamnar på mycket olika platser. Inte sällan går de till PR. Många anställs inom det populärkulturella fältet i vidare mening, t ex inom film-, kabel- och videoföretag. Journalistik i mera traditionell mening rekryterar däremot mycket få av Annenbergstudenterna.

Masterutbildningen inom vilken Annenberg har sin äldsta tradition har i huvudsak en teoretisk inriktning. Av de 30 studenter som kom in senast hade 16 tänkt sig att gå vidare till Ph.D., men 14 ville arbeta inom medier. För att komma in krävs inte någon B.A. med *major* i kommunikation eller motsvarande, även om detta ibland skulle vara önskvärt.

Under de två år som masterutbildningen varar finns det två obligatoriska kurser. Den ena kallas *proseminar*, och innebär att man deltar i seminarier där institutionens professor presenterar sin forskning. Den andra är en *allmän metodkurs*. Det tredje momentet, även det obligatoriskt, är ett självständigt arbete — *Master's Thesis*.

Ytterligare en utbildning som ges vid Annenberg är ett nytt *Annenberg Scholars Programme*. Det leds av professor Elihu Katz, som har flyttat från Annenberg School West vid University of Southern California till Penn.

Programmet, som helt sponsras av *Walther Annenberg Foundation*, samlar under ett år fem-sex lärare och forskare vid amerikanska universitet till ett gemensamt tema. År 1992/93 var temat *Media Literacy* och 1993/94 blir det *Media and the Public Sphere*. Lärarna kan få göra en eller två kurser vid Annenberg, men tanken är annars att detta skall betyda att man samlas kring ett tema genom seminarier och eventuellt senare även något slag av publikation.

Det som utmärker Annenberg School of Communication är i första hand fyra egenskaper:

- det är en elitutbildning
- inriktningen är på medier och kultur och inte på journalistik och kommunikation i traditionell mening
- utbildningen är primärt forskningsorienterad
- det finns en intellektuellt-kritisk orientering

Av särskild relevans för oss var framför allt den interna debatten om förhållandet mellan master- och doktorsstudier. Vår sagesman menade att det finns en klar konflikt då Master inte blir slutet på en karriär utan början på en annan studieväg — Ph.D. Han menade att man måste profilera masterutbildningen, t ex att se den som en professionsutbildning med en bestämd områdes- eller yrkesinriktning.

Idéer att hämta hem var bl a *Scholars Programme*. Detta skulle kunna vara något att genomföra i Göteborg. Exempel kunde man tänka sig att samla forskare och lärare runt SOM-data om medier och kommunikation.



Journalism
at Maryland

7. College of Journalism, University of Maryland

(Reese Cleghorn, Michael Gurevitch, Mark Levy, Greig Stewart)

College of Journalism skulle nästan kunna ha epitetet '*fastest growing quality in American journalism education*'. Från en relativt blygsam status inom amerikansk journalistutbildning under 1970-talet har utbildningen

under framför allt andra hälften av 1980-talet ökat i betydelse. Det finns flera olika förklaringar till detta. De två viktigaste synes vara dels en skicklig ledning, dels närheten till Washington DC och Washingtons ökade betydelse. Det senare att har gjort det lätt att göra vissa strategiska lärarrekruterings, eftersom närheten till Washington också drar, och att utveckla denna närhet också i utbildningen; Washington kan för Maryland-utbildningen bli vad New York är för Columbia, något som i sin tur ökat attraktiviteten bland de studerande.

Till skillnad från flertalet övriga utbildningar inom journalistik/kommunikation i USA utgår denna från ett college. Detta skapar ett visst oberoende; man är ett av 13 colleges vid University of Maryland och man har direkta budgetförhandlingar med universitetsledningen. Colleet är dock inte större att det kan hållas samman som *en* institution.

Vid *College of Journalism* läser ungefär 650 studenter på grundutbildningen och ca 100 studenter på master-nivå. Forskarutbildningen sker i samarbete med *Department of Communication, Arts and Theater*. Man har ca 22 heltidslärare och ca 15 på deltid. Storleken på *College of Journalism* är således ganska lik vår egen. Vid föreläsningar har man ca 150 studenter medan det på s k *skills classes* endast är 18 studenter.

Grundutbildningen vid Maryland är inte begränsad enbart till journalistik, vilket man kan förledas tro av namnet *College of Journalism*. Utbildningen har fyra in-riktningar:

- *News-Editorial*
- *Broadcast News*
- *Public Relations*
- *Advertising*

Ungefär 1/3 av studenterna väljer *News-Editorial*, 1/3 väljer *Public Relations* och den resterande tredjedelen fördelar sig på *Broadcast News* och *Advertising* i lika mån. Marylands public relations-program har rankats som nr ett i USA i en nationell stu-die gjord av Marquette University. Tongivande lärare där är bl a James och Larissa Grünig.

Nästan alla som tar *Public Relations* som huvudämne får jobb. "På varje *journalist i Washington* går det 10 PR-människor." Däremot går nästan ingen av de färdig-utbildade studenterna längre till etermedierna eftersom det där inte finns några jobb att uppbringa.

Den student som väljer *Journalism* som huvudämne läser ungefär 25 procent av sina kurspoäng på *College of Journalism*. Resten läser man inom andra ämnesområden som ekonomi, statskunskap, sociologi. Inom dessa väljer studenten en "minor" för att få goda ämneskunskaper inom ett område.

Det är också värt att notera att man läser kurserna i journalistik sist i sin utbildning. Studenterna har således klarat av ungefär 70 procent av sina studier redan. Även om man är antagen till programmet finns det vissa krav på studieresultat för att få gå vidare och fördjupa sig och ta *Journalism* som major, dvs huvudäm-ne. Man måste ha minst "C" på kursen *English 101* och kursen *Writing for Mass Media*. Det finns också förkunskapskrav i språkfärdighet och matematik.

Alla obligatoriska kurser ges varje termin medan de allra flesta valfria kurserna bara ges en gång om året. Undervisningen fördelar sig så att ungefär 70 procent är av "praktisk" karaktär och resterande 30 procent mera "teoretiskt" inriktad.

Vid Maryland betraktas praktiken som en akademisk kurs och ger akademiska poäng. Praktiken sker på deltid och parallellt med övriga kurser. Ingen student tillåts att bara ägna sig åt praktiken. Studenten skall arbeta 120 timmar på sin praktikplats. Målen med praktiken är att studenten ska tillägna sig yrkeserfarenhet, skapa yrkeskontakter för referenser och rekommendationer inför framtida kontaktnät, samt inte minst få värdefulla arbetsprov till sin portfölj.

Praktiken betygsätts. Det vill säga det som betygsätts är en mitterminsrapport, slutrapporten, samt **hur** man utfört sitt arbete på praktikplatsen. Det senare betygsätts i samarbete med handledaren på praktikplatsen. Maryland har utarbetat klara riktlinjer för hur praktiken skall gå till, vad som krävs av studenten och vad som förväntas av studenten. Detta är något som vi kan lära oss mycket av vid planeringen av vår egen magisterkurs i tillämpad medie- och kommunikations-vetenskap.

Maryland (i likhet med The American University enligt nedan) har en avundsvärd situation när det gäller praktikplatser. Det finns ett mycket stort urval praktikplatser att välja på för studenten. Företag/organisationer står i kö för att få praktikanter. Det är status att ha en praktikant från universitetet och därmed kunna visa på att man samarbetar med universitetet. Det ger en viss "legitimitet" åt den egna verksamheten. Studenten väljer själv ut den praktikplats han/hon vill ha, diskuterar den sedan med koordinatorn. Sedan gör studenten en regelrätt ansökan till företaget/organisationen. Därefter diskuterar man med handledaren på praktikplatsen. Universitetet accepterar inte praktikplatser där studenten inte får tillfälle att göra konkreta arbeten som kan ingå i studentens arbetsportfölj.

En stor skillnad mot det svenska universitetssystemet är kravet, eller snarare bristen på krav, på uppsats av vår modell. För en B.A. finns inget krav på att ha skrivit en vetenskaplig uppsats, varken av en svensk B- eller C-uppsats storlek. Det är inte heller nödvändigt för en Master. Om studenten däremot vill gå vidare till forskarutbildning bör man välja att göra en vetenskaplig uppsats på masternivån. Studenterna skriver dock mycket, men det är texter av lite annan karaktär än våra uppsatser.

Styrkan hos *College of Journalism* är att de ansvariga lyckas hålla en relativt hög kvalitet på utbildningen samtidigt som man är ett statsuniversitet med massutbildning. När man frågar om hur detta kan förklaras hänvisas till lärarkårens sam-mansättning. Eftersom universitetet ligger så nära Washington DC och har ett så pass gott rykte har man lyckats väl i sina rekryteringar av lärare. För en besökande är också den goda stämningen något som påtagligt känns. Också prefekten Reese Cleghorns stora betydelse i sammanhanget vitsordas. Han har en stor legitimitet inom mediebranschen genom sin erfarenhet från journalistiskt arbete. Samtidigt har institutionen dragit till sig intressanta och internationellt kända forskare, främst Michael Gurevitch och Mark R. Levy, som givit institutionen tyngd också i forskarkretsar.

En annan faktor som bidragit till institutionens goda rykte är att den är redaktion för *American Journalism Review* (AJR; tidigare *Washington Journalism Review*). Detta är en specialtidning för journalistik och medier, som både ämnesmässigt och kommersiellt har varit en framgång. Den relativt nyligen vidtagna namnförändringen är ett uttryck för ambitionen att nå riksspridning. I tidningen som utkommer en gång i månaden publicerar både journalister och forskare artiklar om journalistik, medier och mediepolitik.

AJR ges ut av en stiftelse, men hör redaktionellt hemma inom *College of Journalism* och har Reese Cleghorn som ordförande.

Av särskild relevans för oss är institutionens skicklighet att trots allt balansera mellan olika intressen — kritisk journalistutbildning och USA-ledande informationsutbildning respektive en praktisk utbildning med gott renommé i branschets kretsar och en internationellt erkänd forskningskompetens.

Idéer att hämta hem är kanske främst hur institutionen arbetar med sina praktikplatser. Men kanske är en ännu mer spännande sak att utveckla en svensk specialtidning inriktad på journalistik och medier. JMK i Stockholm har ju gjort försök, som dock visat hur svårt detta trots allt är.



**8. School of Journalism,
American University
(Professor Laird Anderson)**

American University är ett privatuniversitet alldeles i utkanten av Washington DC. Det har ett stort sammanhållet campus i närheten av mycket vackra villaområden. *School of Communication* vid American University är en

landets största utbildningsinstitutioner med mer än 700 studenter inom grundutbildning. Den är en av de ca 80 universitetsutbildningar i journalistik/kommunikation som är ackrediterad av AEJMC.

School of Communication markerar klart sin yrkesinriktade utbildning. Det är en '*professional school*'. Terminologiskt markeras i institutionens kursutbud skillnaden mellan *skills* (färdigheter) och *studies* (läskurser). Huvuddelen av de obligatoriska kurserna markerar således färdighetsträning. Precis som alla andra ackrediterade utbildningar ger man 30 *credits* av totalt 120 i en B.A. Det finns tankar att öka andelen till 36 för alla ackrediterade utbildningar i syfte att få in mera *studies*. Totalt sett ger man fyra huvudsakliga sekvenser:

- *print journalism* (i första hand allmän journalistik)
- *broadcasting journalism* (journalistik i radio och TV)
- *public communication* (sambandsinformation och PR)
- *visual media* (film, video and foto) /detta program är inte ackrediterat/

Kurserna administreras av tre avdelningar: de två första av *Journalism division*, den tredje av *Public Communication* och den fjärde av *Audio visual division*. Av dessa föreföll journalistikdelen vara störst; i varje fall markerades denna främst av vår kontaktperson.

För varje student finns ett schema för vad som skall läsas. I princip regleras valet av kurser på sex olika nivåer:

- allmänna förkunskaper för universitetet i stort (engelska och matematik)
- grundkurser för universitetet i stort, beslutade av universitetet (t ex
- grundkurser i andra ämnen men beslutade av *Communication*
- allmänna baskurser i *Communication*, lika oavsett inriktning
- särskilda baskurser i *Communication*, obligatoriska för varje specialisering enligt ovan: *print journalism*, *broadcasting*, *public communication* respektive *Visual media*.
- fritt vald specialisering enligt lista.

Den typiska studiegången är att studenten under *freshman*- och *softmore*-åren nästan uteslutande läser kurser på de tre första nivåerna. På andra terminen av *softmore*-året brukar man ta de första baskurserna inom journalistik/kommunikation. Vid *junior*-årets början, eller vid *softmore*-årets slut, skall studenterna göra sitt val av specialisering.

Det utmärkande för *School of Communication* kan sammanfattas i några huvudpunkter. För det första är utbildningen inriktad på yrkesträning. Det betraktades som en styrka att det fanns en majoritet av professionellt erfarna journalister i lärarkåren. Också vikten av praktik framhölls. Samtidigt underströk man vikten av att se praktiken som en kurs: *praktiklärarna* (=handledarna) skall betraktas som en del av lärarkollegiet och de har därmed ett ansvar, inte bara som utbildare utan också för att studenterna

samtidigt följer de andra kurser de är registrerade på under samma tidsperiod. Man betraktade upp till 16 timmar i veckan som rimligt ("*...but good students can do more*") för praktikkursen.

Det andra utmärkande draget var inriktningen på Washington DC som nyhetsstad. Både lärare och praktikplatser var knutna till redaktionerna i Washington. En student på *School of Communication* skall betrakta sig som en *'Washington Correspondent'*. Arbete på olika mediers Washington-redaktioner ger också en hög visibilitet för praktikanten, vilket underlättar inträdet på arbetsmarknaden efter studierna.

Av särskild relevans för oss var diskussionen kring praktiken. Institutionen hade en klar kravprofil och praktikplatserna stod i kö för att få praktikanter.

Idéer att hämta hem var kanske främst själva tänkandet kring praktiken. 'Praktikhandledarna är en del av vår lärarkår', var ett uttryck som ofta användas. Institutionen bedömde det som mycket viktigt att hålla nära kontakter med dessa.

9. Vilka slutsatser kan dras för en svensk modell?

Givetvis är det helt omöjligt att efter en veckas i och för sig intensiv studieresa dra några konkreta slutsatser för svensk journalistik- och medieutbildning. Å andra sidan ger besöken alltid idéer och tankar, särskilt mot bakgrund av att frågan om utbildningens framtid är så aktuell i Sverige just nu. De punkter som här skisseras är just sådana lösa idéer, som skulle kunna bilda underlag för en diskussion inom vår egen institution inför framtiden.

- *ackreditering kan i den nya konkurrenssituationen införas också i Sverige.* För JH kan det innebära att vi (lärare och forskare) tillsammans med t. ex. JMK, SJF och TA bestämmer vad som är 'den goda journalistutbildningen'. För MKV kan modellen vara att vi tillsammans med SINF och ett antal andra MKV-kurser bestämmer vad som är den rimliga ämnesutbildningen.
- *ackreditering kan fungera som ett slags peer review;* Vi skulle således kunna få en modell för kvalitetskontroll för det svenska systemet. Detta skulle ge en viktig styrka i det nya utvärderingssystemet.
- *masternivån kan fungera både som en ämnesfördjupning och som specialisering.* För en JH fil kand kan detta innebära att man för fil mag läser t ex internationella relationer 20 poäng och sedan 20 journalistik med internationell inriktning. Magisternivån blir då något sammanhållet. Mot svarande kan göras för MKV med t ex samhällsinformations- eller planerad kommunikationsinriktning.

- *antagning till fördjupnings- och magisternivåer bör vid konkurrens om platserna ske genom graderade betyg från grundutbildningen. Detta innebär dels att de personer som bedöms ha största chans att klara utbildningen tas in, dels att studenterna stimuleras till förbättrade prestationer i grundutbildningen.*
- *för en praktisk kurs i MKV skulle deltidsp praktik kunna införas. Detta förutsätter platser i Göteborg samt att antalet deltagare i kursen är relativt litet, men det borde gå att ordna.*
- *det borde gå att ställa högre krav på praktikplatser och praktikhandledare. Frågan är bara hur dessa skulle kunna stimuleras till detta. Ett sätt verkar vara att knyta dem närmare till institutionens verksamhet, t ex regelbundna utskick om vad som händer i form av ett nyhetsbrev, deltagande i seminarier som ordnas kring aktuella frågor särskilt för dem.*
- *det kanske kunde gå att skapa något slag av rullande praktikscheman inom ramen för utbildningen i ännu större utsträckning än nu, t ex arbete med tidningar eller radio.*
- *det naturliga är att alla professorer, lektorer och adjunkter är både lärare och forskare. Alla skall ha ansvar för en till tre kurser varje termin. Vidare måste det ges mera tid för egen forskning/vidareutbildning inom ramen för lärartjänsterna. Om vi kunde minska katederundervisningsdelen med mellan 20 och 30 procent vore det bra.*
- *som en följd borde adjunkterna med professionell bakgrund kunna bli lektorer. En förutsättning är då att man också fortsätter att vidareutbilda/vidareutveckla sig professionellt genom att skriva eller producera.*
- *undervisningen bör kunna glesas ut. Detta gäller särskilt JH.*
- *vi måste regelbundet följa upp de studenter som lämnar utbildningen efter examen. Detta kan ske både som en administrativ rutin och som regelbundet återkommande special- respektive examensarbeten. Men vi kan också starta något slag av 'alumni'-sammanslutning och regelbundet bjuda de intresserade att komma till oss.*
- *val av ämnen för special- respektive examensarbeten bör helst ske under terminen innan. Detta är helt genomförbart inom JH, men kan på MKV ske genom att man vid ansökan till fördjupningsnivå måste lämna in ett förslag till C-ämne.*
- *det är en klar fördel om special- respektive examensarbete kan göras i kontakt med en uppdragsgivare. Detta är inte ovanligt på MKV, men borde också kunna ske på JH.*

- *praktik kan förekomma under längre tid än vad den faktiskt ger poäng för.*
Den kan dessutom kombineras med kursläsning, egna observationer mm.
- *frågor om den nya teknologin måste få större utrymme i utbildningen.*
Detta gäller främst MKV, men också JH, där bl a effekter av ny teknologi på journalistiskt arbete borde vara ett gångbart tema för en kurs.
- *man behöver inte nödvändigtvis ge samma kurser varje termin.* Baskurser ges regelbundet medan andra kurser kommer efter vad som bedöms vara aktuellt.
- *om praktiker tas in borde de kunna göras till kursansvariga och inte bara till gäster.* Detta skulle kunna ge mera prestige åt dem ('de håller i en kurs på universitetet') och samtidigt göra vår utbildning intressantare och aktuellare. Vidare tycks det rimligt att begränsa antalet gästlärare per kurs om det inte gäller exceptionella fall.
- *man borde göra två nya baskurser i det nya systemet för journalistutbildning: en om lagstiftning och en om medierna som institutioner.* Detta är de kurser som vid sidan av skrivandet som generellt bedöms mest viktigt inom den amerikanska utbildningen i journalistik/kommunikation. Också MKV borde kanske introducera en kurs i lagstiftning och mediepolitik.

Referenser

Accredited Journalism and Mass Communications Education 1992-93.
Accrediting Council on Education in Journalism and Mass
Communications 1992

Dennis, Everette, LaMay, Craig (Eds.) America's Schools and the Mass
media. New Brunswick-London 1993, Transaction Publishers

Dennis, Everette, LaMay, Craig (Eds.) Higher Education in the Informa-
tion Age. New Brunswick-London 1993, Transaction Publishers

Planning for Curricular Change in Journalism Eduaction. Project on the
Future of Journalism and Mass Communication Education. School of
Journalism, University of Oregon, 1987.

Adresslista för besökta utbildningar

**Graduate School of Journalism
Columbia University**
Journalism Building
2950 Broadway
New York, N.Y. 10027

**The Freedom Forum Media Studies Center
Columbia University**
Journalism Building
2950 Broadway
New York, N.Y. 10027

**Department of Journalism
and Mass Communication
New York University**
10 Washington Place (Sixth floor)
New York, N.Y. 10003

**Annenberg School for Communication
University of Pennsylvania**
3620 Walnut Street
Philadelphia, PA 19104-6220

**College of Journalism
University of Maryland**
College Park
Maryland 20742

**School of Communication
The American University**
4400 Massachusetts Avenue N.W.
Washington, D.C. 20016-8017

För telefonnummer till i texten angivna kontaktpersoner, vänligen kontakta Inger Lindstedt, Lennart Weibull eller Bengt Carlsson.

Bilaga 2

**ACCREDITED
JOURNALISM
and
MASS COMMUNICATIONS
EDUCATION
1992-93**

© Copyright 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990,
1991, 1992 ACEJMC

Accrediting Council on Education
in Journalism and Mass Communications

PREAMBLE

Purposes and Benefits of Accreditation

Journalism and mass communications are vital forces in democratic societies, and sound intellectual training and competence are essential for those who engage in them. The Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications (ACEJMC) is a voluntary agency that strives to stimulate and encourage sound educational programs in these fields. The Council seeks to define and gain wide acceptance for standards of education for careers in journalism and mass communications.

Accreditation serves students, parents, faculty, employers, universities, and the public at large. It seeks to ensure continued improvement in the quality of instruction in journalism and mass communications through re-evaluation, including a thorough and useful self-study, at six-year intervals. Further, accreditation provides administrators and faculty with the stimulation that comes from exchanging viewpoints with persons outside their own institution and outside the academy. The accreditation process provides a forum for hearing and acting on complaints by students, faculty and the public. Finally, it ensures that journalism and mass communications education continues to provide both breadth and depth of exposure to the liberal arts and sciences.

The twelve ACEJMC standards are used for accreditation evaluations conducted after September 1, 1986.

I. ACCREDITATION AUTHORITY: HISTORY AND STRUCTURE

The Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications is the agency formally recognized by the Council on Postsecondary Accreditation (COPA) and the U.S. Department of Education for accrediting programs for professional education in journalism and mass communications in institutions of higher learning in the United States.

COPA describes the purposes and procedures of accreditation this way:

"Accreditation is a system for recognizing educational institutions and professional programs affiliated with those institutions — such as journalism and mass communications — for a level of performance, integrity and quality that entitles them to the confidence of the educational community and the public they serve.

"While accreditation is basically a private, voluntary process, accrediting decisions are used as considerations in many formal actions by governmental funding agencies, scholarship commissions, foundations, employers, counselors, and potential students. Accrediting bodies have, therefore, come to be viewed as quasi-public entities with certain responsibilities to the many groups which interact with the educational community.

"The process begins with the institutional or programmatic self-study, a comprehensive effort to measure progress according to previously accepted objectives.

"The resulting report is reviewed by the appropriate accrediting commission and serves as the basis for evaluation by a site-visit team from the accrediting group. The team prepares an evaluation report, which is reviewed by the institution or program for factual accuracy.

"The review body (accrediting organization) uses these materials as the basis for action regarding the accreditation status of the institution or program."

The structure for evaluating and accrediting journalism and mass communications programs was established in 1945, when the American Council on Education in Journalism was formed. (Its name was changed to the Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications in 1980). The Council originally was an association of journalism education and newspaper organizations. Its membership now includes national and international associations representing newspapers, magazines, broadcasting, business communications, advertising, photojournalism, public relations, professional societies, and journalism and mass communications education. Its three public members are affiliated with neither journalism and mass communications education nor industry.

The Council is assisted in its work by the office of an executive director, an Accrediting Committee, teams that conduct site visits, and an Appeals Board. The executive director maintains records, provides assistance regarding the self-study process, provides names of persons who are qualified to serve as consultants to units, and arranges site visits and meetings for the Council.

The Council elects an Accrediting Committee composed of journalism and mass communications educators and industry representatives to advise it on the accreditation status of journalism and mass communications units. A majority of Accrediting Committee members are educators. The Committee meets each spring to make its recommendations based on the reports prepared by the visiting teams and responses from the institutions.

The members of a visiting team are persons competent to evaluate the units and curricula offered by a particular institution. The institution to be visited approves visiting team members before invitations are made to the individuals.

The Council consists of representatives of its member associations and of the public. Its rules give industry and educator members equal votes. The Council makes decisions about the accreditation of visited units, the periodic revision of its standards and procedures, and the publication of information about accreditation of journalism and mass communications programs. The Council usually meets twice each year.

The Council elects a president and a vice president from the representatives who compose it. These officers constitute an Executive Committee, and they represent the Council and consult with the executive director on its business between meetings. The Council also selects its executive director.

All meetings of the Accrediting Council and its committees are open to the public. This includes meetings of the Accrediting Committee and the Appeals Board. The vote on accrediting decisions will be taken in open session. The Council will go into closed session when the discussion centers on individuals; however, no official action may be taken in closed session, and all other discussions that do not focus on individuals will be open.

The decision to release the team report rests with the school or department administrator before the report is sent to the executive director. When the team chair sends the report to the executive director three weeks after the visit, the executive director may release the report.

The following information appears on the cover sheet of the team reports: "This report is a draft. It may have errors and is open for changes and responses from the school and others, and the Council makes the final accreditation decision."

An Appeals Board, appointed by the president, hears appeals from units regarding actions by the visiting teams, makes recommendations to the Council about those appeals. Details about

Council procedures on appeals are provided in the booklet, "Preparing for Journalism and Mass Communications Accreditation," available from the executive director.

II. BASIC RULES OF ACCREDITING

A. General Principles

ACEJMC adheres to certain principles designed to recognize, protect, and ensure the integrity of the academic institutions that participate in the accrediting process. The Council recognizes the principle of institutional diversity. It recognizes that each institution has its own unique situation, particular mission, and special resources, and that this uniqueness is an asset to be safeguarded. Accreditation seeks to promote educational innovation, not to stifle it, and it puts emphasis on the outcome of the educational process. Innovations in programs and procedures, courses, and curricula are not judged by abstract and universal rules, but in the light of evidence presented as to the actual educational success realized.

In addition to the 12 standards, the Council judges programs against the objectives that the unit and institution set for themselves. There are limitations, of course, to this institutional latitude. Programs must meet the minimum standards set forth in this booklet; they must be professional programs aimed at students seeking careers in the broad area of journalism and mass communications; they must be intelligible. Within that framework, the Council asks a unit: 1) to state clearly its educational objectives and philosophy, and 2) to demonstrate how its resources and curriculum are harnessed to achieving those objectives and to implementing that philosophy.

The Council expects schools to fulfill the expectations that they set for themselves and share with their students and their many publics. The site visit teams will review claims made by the school's self-study and by the team's observations of what actually occurs in the program. It is the expectation of the Council that there will be equality between the claims made and what is actually provided. If a visiting team finds a disparity between what the school says about itself and what actually occurs, the team's report will cite the disparities.

True to the spirit of liberal education, the Council asks that journalism and mass communications programs not isolate themselves from the larger intellectual life of the institution. Those programs should be integrated as fully as possible into the facilities, courses, programs, and scholarly activities of the institution as a whole.

The Council recognizes that, while the academic community must firmly control academic policies and programs, the accrediting process provides a means by which practitioners have a voice in evaluating the teaching of professional practice and can participate in the wider academic community effort to formulate educational standards.

ACEJMC notifies interested parties of the opportunity to comment on any proposed new or revised standards.

The Council tries to keep the burden of accreditation as light as possible. It recognizes the time and expense involved in preparing the self-study report and in hosting the visiting team. It endeavors to respect the institution under review and to minimize in every way the distractions and expense of the process.

B. The Unit Rule

ACEJMC accredits units — colleges, schools, departments — a major part of whose activities is offering professional programs preparing students for careers in journalism and mass communications. The Council has jurisdiction only over such professional programs. It evaluates professional education by examining the entire administrative unit in which the effective control of such education is vested. Therefore, an invitation to accredit must be made for a unit: a permanent, budgeted administrative entity that has formal control over the professional curriculum, that has a permanent and definable faculty, that is formally represented in the organizational chart of the institution, and that receives a separate designation in its catalog. The unit may be a college, school, or department with a primary or major emphasis on offering professional education in journalism and mass communications. Whatever the unit designation, it must have sufficient autonomy to exercise control over the professional curriculum and freedom to act as a faculty. Therefore, the Council normally will not review a unit with less than departmental status. It will not review interdepartment or intercollege majors except where there is a clearly designated and articulated budget, faculty, and administrative structure.

The chief executive officer of the institution seeking accreditation must invite a review of a distinctive unit as defined above. Sometimes the invitation may be to review the programs of an entire college or school. Other times the invitation may be to review two separate departments in one or more colleges. The Council will send a separate team to visit each of the units. The invitation must be to review the entire efforts of a distinct, identifiable administrative unit.

The visit team will examine all the educational activities that are carried on by the unit under review. The team will assess the quality of the unit as a whole in terms of its stated objectives and in the light of the specific standards of education outlined in this handbook. For all practical purposes, the Council will not evaluate Ph.D. programs or other graduate and undergraduate programs that are designed as preparation for academic careers or that provide non-professional education. It will assess only the ways in which such non-professional programs enhance or detract from professional programs in journalism and mass communications through their impact on the budget, curriculum, hiring of faculty, awarding of tenure, and the establishment of general policy regarding professional education.

For these reasons, it is imperative that an institution carefully evaluate each of the specialties and programs within the unit being proposed for accreditation and the relationships among them. A particularly weak specialty, an unfocused program, or an activity that draws an inordinate amount of resources away from quality professional education can jeopardize the accreditation of an entire unit.

The visiting team will evaluate only professional not research master's programs. Such graduate programs must be distinguished from the undergraduate professional programs by offering advanced rigorous courses. The majority of courses must be taught by graduate faculty.

C. Postponement of Accrediting Visits

The Council will not grant one-year postponements for purposes of convenience, scheduling, new buildings, internal review, or for a change of administrators. Postponements are not routinely given except under extraordinary circumstances.

The executive director has the authority to grant postponements for one year. If a request for a second year's postponement is made, the Council must approve it. If a postponement request is denied by the executive director, the school has 15 days after receipt of the letter to appeal the decision to the Council's Executive Committee.

If a postponement is approved, an asterisk will be placed beside a school's listing in the back of this booklet indicating that the school has a delay of its accreditation visit. July 1 of the year before a visit is scheduled is the deadline for requesting postponements. For example, schools who have re-accreditation visits during the 1994-95 academic year must request a postponement by July 1, 1993. Self-study materials are sent to schools in September of the academic year before the visit occurs.

D. The Spirit of Liberal Education

Each institution is free within broad limits to set its own objectives. Those objectives will vary with the nature of the institution, the resources available, and the character of the student body. However, such variance is limited, of necessity, by the ACEJMC accrediting standards and by the generally accepted philosophy of education in journalism and mass communications.

Historically, programs in this field have developed in relation to and in lively interaction with the traditional liberal arts and sciences. Proper education in journalism and mass communications is broad and general — not narrow and specialized. Practitioners must command the basic skills required by the specialized area in which they choose to work, but the practical component of their education must not be overemphasized, nor should it be allowed to crowd out and make marginal the liberal arts and sciences.

The traditional arts and sciences remain the solid basis of professional education for all of journalism and mass communications. The Council recognizes that fields like advertising and public relations require additional work in marketing and business administration. It also recognizes that broadcasting and broadcast instruction require production courses often taken outside the journalism and mass communications unit. Still, the Council emphasizes the liberal character of education for all who work in this field and the necessity to limit strictly practical courses in the curriculum, independent of where such courses originate.

Every student needs room for general electives and the opportunity to pursue strictly personal and/or avocational interests. Nonetheless, the Council is concerned about the tendency to dissipate the quality and pertinence of education by overindulgence in excessively specialized and excessively frivolous courses. Therefore, units should control carefully, within the limits of institutional policy, the total education of their students.

The spirit of liberal education has been expressed through a formula — that students take a minimum of 90 semester hours in courses outside the major area of journalism and mass communications, with no fewer than 65 semester hours in the liberal arts and sciences. Typically, a major in this field consists of about 30 semester hours in journalism and mass communications courses based on the typical 120 semester-hour degree. This is the desired and expected model for education in journalism and mass communications.

The character and quality of the non-journalism, non-mass communications portion of a student's program is of vital educational importance and should be monitored carefully by the unit.

Assurances that a college of liberal arts is taking care of general education without examination by and recommendations from the unit are not enough. The unit should endeavor through advising and prerequisites and by working with other units to ensure that a majority of a student's education is in academic disciplines that contribute to the development of a fund of substantial knowledge about the modern world.

E. Transfer Credit

The Council recommends that accredited schools accept for transfer from junior colleges no more than 12 semester hours (or equivalent) in journalism courses.

F. Human Rights and Opportunities

To improve journalism and mass communications education, more aggressive and accountable efforts to increase enrollment of minority students, to improve representation of minorities and females on faculties, and to build curricula that reflect American cultural diversity are essential.

The Council will ask units seeking accreditation to document their efforts, and the effectiveness of those efforts, to inform minority young people about careers in journalism and mass communications, and to recruit minority students and minority and female faculty members. The Council also will expect units to show evidence of good faith efforts to retain and graduate minority students once they are recruited. Good minority and female role model teachers and curriculum that includes for all students the contributions of minorities and females to journalism and mass communications in American culture are essential.

Programs seeking accreditation will be required to document a commitment to expanding opportunities for the study of journalism and mass communications and entry into the industry by members of groups who in the past, whether through discrimination or outmoded societal expectations, have not had adequate educational opportunities.

III. ACCREDITING STANDARDS

1. GOVERNANCE/ADMINISTRATION

Standard:

The chief administrative officer of the unit and administrative associates must provide intellectual, academic, and professional leadership to advance the cause of the unit — both within the university and to outside constituencies. Faculty control over basic educational policy must be demonstrated. The chief administrative officer of the unit must have the expressed confidence of the faculty and of the higher administration.

Explanation:

The journalism and mass communications unit should have an administrative structure and pattern of faculty governance that support its overall teaching, research, and service goals within the context of the institution which it is a part. Both the administrative operations and faculty involvement in governance should be organized to provide the strongest possible program for students in the unit and to advance the development of the purposes of the unit within its host institution. Students should be represented in governance as appropriate to the philosophy of the institution. Clearly defined structure and administrative operations well integrated with regular faculty governance are essential to the integrity of the academic unit.

Evidence:

- a. Effectiveness of the administration and the governance of the unit as shown in the self-study report.
- b. Position specifications for chief administrative officer and other administrators within the unit.
- c. Indication of how unit governance occurs through regular meetings of full faculty, committee activity, etc.
- d. Minutes of regular faculty meetings, committee reports, and other evidence of governance.
- e. Faculty responses to questions about their role, individually and collectively, in governance.
- f. Files showing how the most recent administrative and faculty appointments were made (search committee, etc.).
- g. Assessment of unit administrator by higher administration officials (liberal arts dean, provost, etc.).

2. BUDGET

Standard:

The budget must be flexible and adequate to provide a high level of quality in administration, instruction, facilities, equipment, support services, and other operating expenses for each area of study.

Explanation:

A sound quality educational program requires strong financial support. The journalism and mass communications unit should be supported fairly relative to other academic programs. The budget for the unit should reflect balance among the programs in faculty salaries, office and instructional space, availability of needed equipment, student financial assistance, faculty research and travel, library resources and other support services.

Evidence:

- a. The detailed budget of the unit.
- b. The specific allocation of funds, including salary ranges for administrators and for faculty by age, rank, gender, and race and all other specific records needed to assess adequacy of budget.
- c. Comparison of unit budget data with data obtained in surveys and studies of similar programs.
- d. Responses from unit and higher administrators to questions from the visiting team.
- e. Responses from faculty and staff to questions from the visiting team, especially with regard to salary and support for faculty and staff.
- f. Responses from students to questions from the visiting team, especially with regard to student financial assistance.

3. CURRICULUM

Standard:

The unit's curriculum must provide students with a solid opportunity to learn not only why and how to communicate but also what to communicate. This requirement calls for a reasonable balance between journalism and mass communications courses and courses in other disciplines, primarily in the liberal arts and sciences. Balance also should be provided between instruction in practical skills and in the more philosophical aspects of journalism and mass communications.

Graduate programs will concentrate on skills and other professional courses but they should not be limited to such courses.

Explanation:

Today's world is complex and fast-paced. To prepare students for such a world, a sound educational program should provide a broad exposure to the liberal arts and sciences, up-to-date instruction in the skills necessary to practice journalism and mass communications, and understanding of the role of the mass media as important social institutions.

Students, in the undergraduate program, must take a minimum of 90 semester hours in courses outside the major area of journalism and mass communications, with no fewer than 65 semester hours in the basic liberal arts and sciences. This requirement is based on 120 semester hours required for graduation. For schools on the quarter system, 131 quarter hours is equivalent to the 90 semester hours and 94 quarter hours is equivalent to 65 semester hours.

To ensure compliance with this standard, and to ensure accurate data, ACEJMC requires that each unit seeking accreditation or re-accreditation include in its self-study report the number of semester or quarter hours taken in non-journalism and mass communications and in liberal arts, sciences and social sciences by all members of each graduating class in the two years before the accreditation visit.

This complete class census is necessary to prove compliance under the curriculum standard by at least 95 percent of the graduation classes in the two academic years before an accreditation visit.

The Accrediting Council will count courses taught outside of the journalism and mass communications unit the same as the university counts them. Also, no course taught in the journalism and mass communications unit may be considered in the liberal arts and sciences.

Students should be exposed to liberal arts and sciences content and concepts in their journalism and mass communications courses. However, it is important that they receive their instruction in general education and the liberal arts and sciences in departments primarily concerned with a given discipline. It is equally important that they receive such instruction from faculty members who have been educated in those disciplines and who continue to be active scholars in those areas of expertise.

The unit curriculum proper should be systematic and comprehensive. Students should receive rigorous practical training and demanding scholarly instruction. Courses should be offered in an order to ensure that students learn to gather, analyze, organize, synthesize, and communicate information in a format appropriate to their areas of specialization. Competence in English should be stressed everywhere, and demonstration of such competence should be a requirement for graduation. Theoretical instruction and practical laboratory experiences should be provided in the basic skills and writing, reporting, editing, visual communication, layout and design, and other fundamental techniques appropriate for such specialties as advertising, public relations, and broadcasting. Whatever the specialization, the skills work should be offered in a context of philosophical instruction in such areas as history, law, ethics, and mass communications theory. The unit should concentrate its professional courses in the last two years of a four-year program, and should not offer more than two-full-year professional courses (or equivalent) below the junior year.

Graduate programs, as indicated above, will concentrate on professional courses but they should not be limited to such courses.

Evidence:

a. The catalog, degree requirements, and outlines of courses demonstrating that students are receiving solid instruction in practical skills in addition to philosophical understanding of history, law, ethics, and communications theory.

b. Student interviews and records showing that majors are gaining a broad education through distribution requirements in the liberal arts and sciences.

c. Student interviews, course materials, and classroom visits showing that faculty integrate liberal arts content into journalism and mass communications courses properly and also stress how courses in other disciplines interrelate with assignments in journalism and mass communications.

d. Student interviews and catalog statements indicating that students are taking courses in logical order and that prerequisites are carefully thought out and adhered to so that a coherent educational process is ensured.

e. Course syllabi demonstrating systematic and comprehensive presentation of explanatory material through lectures, discussion, and laboratories providing rigorous practice in work skills.

f. Interviews with students showing that the faculty make an effort to keep students abreast of current thinking and trends through exposure to industry periodicals and to campus visitors.

g. Class visits, course assignments, and student interviews indicating that students are challenged to think critically about their respective disciplines in addition to mastering practical skills and concepts.

4. STUDENT RECORDS/ADVISING**Standard:**

Student records must be accurate and up-to-date and cover all major aspects of each student's education. A systematic and effective advising system must be maintained.

Explanation:

A systematic, orderly, up-to-date system of student record keeping and a well-organized and executed advising system are among the keys to a sound educational program. Units must maintain accurate enrollment records for the unit as a whole and all departments, programs, or specialties within it. They must carefully monitor and strictly enforce curriculum pre-requisites, requirements, and the order in which courses are taken. They must regularly review university distribution requirements, selection of electives, and all non-professional courses so that they fall within institution and unit regulations, as well as within the spirit of the accrediting process. Regular, individual advising at the unit and/or faculty level should occur each semester concerning both a student's program and other matters relating to career choice, placement, internships, etc.

Evidence:

a. Records kept in unit office.

b. Matching of curriculum requirements against transcripts, student and faculty reports, etc. giving special attention to compliance with the curriculum standard.

c. Student responses to questions from the visiting team concerning advising. If schools have professional academic advising, it should not eliminate student contact with faculty about academic and career advising.

5. INSTRUCTION/EVALUATION

Standard:

High standards in instruction must be maintained by every means available, and a regular program of evaluation must be undertaken for all teaching staff.

Explanation:

Quality instruction is crucial to effective education. Quality instruction should be encouraged in every way. The quality of instruction should be monitored carefully and deficiencies promptly corrected, insofar as possible. The unit administrator has a special responsibility for setting and maintaining high standards of teaching. Active professional development programs should be encouraged. Instruction should be evaluated and high standards of teaching set in both practical and academic courses and among both full-time and part-time faculty.

A student-teacher ratio of 15-1 in laboratory sections is recommended. Teaching loads in the units should be consistent with overall policy of the institution and should take account of the intensiveness of desirable student-teacher contact and the heavy load of effective papermarking in such courses.

Evidence:

- a. Classroom visits to assess the quality of instruction.
- b. Students' appraisal of the quality of their instruction and comparison of it with instruction in other parts of the university.
- c. Questionnaires and other instruments by which instruction is evaluated.
- d. Course syllabi and other materials distributed in the classroom.
- e. Professional development programs and workshops in teaching.
- f. The role of the unit administrator in discussions of teaching standards with faculty and other actions to encourage high quality teaching and to evaluate teaching.

6. FACULTY: FULL-TIME/PART-TIME

Standard:

Faculty must be academically and professionally qualified for their responsibilities, and full-time faculty must have primary responsibility for teaching, research, and service.

Explanation:

At the heart of a quality education in any field is the caliber of the faculty. All faculty must be academically and professionally qualified for their respective responsibilities. Practical expertise is highly valued for those teaching skills courses. Appropriate academic expertise is most desirable for those teaching courses such as law, history, public opinion, media effects, etc. The faculty for the graduate program must be qualified to teach at an advanced level.

Faculties should be comprised primarily of full-time personnel. Part-time faculty can make valuable supplementary contributions to a unit's overall program, but should not be expected to accept primary responsibility for the unit's curriculum or any substantial portion of it. When part-time faculty, including graduate students who serve as teachers-of-record, are employed, there shall be a written policy covering their selection, supervision and evaluation. It is also important that units have a written policy providing for out-of-class contact between students and part-time faculty.

Faculty should be expected to continue their growth throughout their careers, with appropriate emphasis placed on research productivity, scholarly writing, and professional activities.

Evidence:

- a. Faculty vitae showing teaching responsibilities, as well as growth and productivity in research, scholarship, and professional activities.
- b. Interviews with faculty members.
- c. Classroom visitations.
- d. Faculty course assignments for current and previous semesters.
- e. Qualifications of part-time faculty, including vitae, and the methods by which their teaching is evaluated and supervised.
- f. Faculty balance in terms of formal education, professional experience, age, gender, race, salary, and rank.

7. INTERNSHIPS AND WORK EXPERIENCE

Standard:

Quality experience in journalism and mass communications should be encouraged. Academic credit may be awarded only for carefully monitored and supervised experience in fields related to journalism and mass communications. Academic credit may be awarded for internships in fields related to journalism and mass communications, but should not exceed one semester course (or its equivalent) if the internship is away from the institution and, for the most part, supervised by media professionals rather than academics. Schools may have up to two semester courses (or their equivalent) at an appropriate professional organization where the institution can show ongoing and extensive dual supervision by the institution's faculty and professionals. Schools may have up to three semester courses (or their equivalent) at a professional media outlet owned and operated by the school where full-time faculty are in charge and where the primary function of the media is to instruct students.

Explanation:

Journalism and mass communications internships, practicums and student publications can add a significant and realistic component to a student's education. Innovative programs in this area of the curriculum are encouraged. Many schools allow academic credit for work on campus student or quasi-professional publications. To ensure fairness, faculty also can craft equally outstanding academic experiences at cooperating professional media. For that reason, the focus is on internships not in isolation, but in the larger framework of how they contribute to the quality of the education that students possess when they reach graduation. When academic credit is awarded for such experiences, the unit should develop a formally structured and supervised program monitored by a regular member of the academic staff. Supervision should include consultation with the organization or business offering the internship or practicum, specification of the duties to be undertaken, regular reports from a designated supervisor at the employing firm and from the student, and faculty visits to the site of the work. When students receive academic credit for student publication work, that work should be under the direct supervision of a regular member of the academic staff.

Evidence:

- a. The structure and supervision of work experience programs as described in the self-study report and interviews with students, faculty, and cooperating employers.
- b. Student interviews about the quality of their work experience.
- c. Credit for work experience on official student transcripts, whether the credit is given by the unit or by any other department of the university.

8. EQUIPMENT/FACILITIES

Standard:

The unit must have facilities and equipment in sufficient quantity and quality to carry out its stated educational objectives.

Explanation:

A professional program worthy of accreditation should have the equipment and facilities necessary for carrying out the educational mission that it has assigned itself. The library should have at least the standard books and current periodicals in the field, and its holdings should be not only accessible to, but used by, the students and faculty. Faculty members should have offices with sufficient privacy for their own study and for conferring with students. Laboratories should have ample space and equipment for efficient instruction. Students in print journalism, broadcasting, advertising, public relations, and other fields should have training in the use of the basic equipment that they will need in their careers.

Evidence:

- a. Inspection tour of quarters and equipment.
- b. The evaluation made of the equipment and facilities in the self-study report.
- c. Observation of the adequacy, availability, and use made of equipment.
- d. Student responses to questions by the visiting team about the adequacy and accessibility of necessary equipment and facilities.
- e. Basic reference works in main library and unit reading room.
- f. Utilization of current periodicals by students in keeping abreast of the field.

9. FACULTY SCHOLARSHIP/RESEARCH/ PROFESSIONAL ACTIVITIES

Standard:

Units must have specific policies and take administrative actions to require faculty scholarship, research, and professional activities that go beyond the teaching function.

Explanation:

Journalism and mass communications educators have an obligation that goes beyond the classroom preparation of future practitioners. This obligation includes engaging in scholarship, research, and professional activities, as well as communicating the results of those activities, to other educators and to practitioners. Recognition should be given for both formal academic scholarship and for newspaper and magazine articles, books, and other contributions as a practitioner. Both types of contributions should be formally credited toward promotion and tenure. Such activities enhance the quality of classroom instruction by keeping faculty current, assisting practitioners in the execution of their responsibilities, and advancing the understanding of the role of journalism and mass communications in contemporary society. There should be some system of institutional support for these activities through grants, sabbaticals, leaves of absence, etc.

Evidence:

- a. The role of scholarship, research, and professional activities in promotion and tenure.

- b. Alerting of the faculty by the unit administrators opportunities to engage in scholarship, research, and professional activities.

- c. Discussions with faculty, examination of vitae, etc., showing that faculty have played an active role in professional organizations, engaged in research, and taken other steps to participate in scholarly or professional endeavors.

- d. Books and monographs, publications in scholarly journals, papers read at meetings, and articles in the trade and popular press demonstrating that the results of faculty scholarship have been brought to the attention of professional and research groups in communications fields both within and outside colleges and universities.

- e. Information from local and regional practitioners about the professional activities of the faculty.

10. PUBLIC SERVICE

Standard:

Unit records must indicate that the unit is providing a coherent, creative, state-of-the-art educational service to both the general public and to the journalism and mass communications industry. Regular evaluation of these programs must be undertaken.

Explanation:

A unit should assume an obligation to provide creative, state-of-the-art educational services to both the general public and to the journalism and mass communications industry on a continuing basis. Such public service activities should benefit the unit's educational program. The nature and content of such activities will, and should, differ as each unit emphasizes its particular philosophy and expertise in serving community needs. Activities might include lectures, seminars, demonstrations, conferences, short-courses, simulations, and other continuing education programs. Innovations in program content and in community outreach are important considerations in the interaction between units and the publics and industries that they serve.

Realizing that many of their students come from high schools or community colleges with some journalism course work and campus mass media experience, units should extend to those high schools and community colleges whatever assistance they are able to give. This assistance may include refresher workshops for teachers, workshops for minority and other high school students, encouragement of secondary and community college journalism programs to diversify their faculties and student bodies by race and ethnicity, special enrichment programs involving new technology for high school and community college students, joint efforts to safeguard student First Amendment rights, strong certification programs for teachers, on-campus journalism days, publications assistance, and/or help in maintaining journalism as a credit-bearing academic subject in high schools and community colleges.

Evidence:

- a. Records showing specific objectives of each public service program and the performance against these objectives.
- b. Comments by practitioners and other publics regarding participation in these public service programs.
- c. Content, creative experimentation, innovation, modernization, frequency of offerings, and the scope of public service programs.
- d. Evaluations from alumni and community media leaders.

e. Records indicating involvement in assisting area high schools and community college mass media teachers and their students.

11. GRADUATES / ALUMNI

Standard:

A unit must assess regularly the experience of its graduates who seek work in journalism and mass communications and incorporate that assessment into its program evaluation process.

Evaluation:

A unit should provide its graduates who seek employment in journalism and mass communications with a distinct advantage in their first employment and with a depth of educational experience that contributed positively to their career development.

Recent graduates and all other alumni play an important role in assessing the progress and development of the unit. With a good set of records on recent graduates, the unit can determine the kinds of jobs received after graduation, the salaries received, how well the degree program prepared the student for the first job. From the rest of the alumni files, the unit continually can receive firsthand information about how degree requirements meet job expectations.

Evidence:

- a. Alumni responses to questions provided in the self-study report.
- b. Alumni records.
- c. Indication in the self-study report on method of maintaining alumni records.
- d. Utilization of alumni in educational and public service programs, including placement, internships, fund-raising, etc.

12. MINORITY AND FEMALE REPRESENTATION

Standard:

Units must make effective efforts to recruit, advise, and retain minority students and minority and women faculty members for their intended career paths. They also must include in their courses information about the major contributions made by minorities and women to the disciplines covered in the unit.

In course offerings across the curriculum, units also must help prepare students to understand, cover, communicate with, and relate to a multi-cultural, multi-ethnic, multi-racial, and otherwise diverse society.

The unit's curriculum must reflect -- and student interviews and classroom activity and course syllabi should verify -- that the curricula components of Standard 12 are achieved. The contributions of women and minorities to journalism and mass communications must be integrated throughout the unit's program. Students also should learn to understand and relate to the areas of interest to women and minorities in a multi-cultural, multi-ethnic, multi-racial, and otherwise diverse society. Units are encouraged to take innovative and creative approaches to exposing students to minority voices and issues.

In reviewing this standard, the Council will take into consideration the geographical location of each unit, its special mission, resources, and the population its parent institution serves. But units should prepare students for professional work in a diverse society.

The Council is committed to respecting the autonomy of units with special missions. Such units are expected to meet this standard's requirements on faculty and students except where those requirements contradict specific institutional missions.

When the term "minority" is used to refer to students or faculty, the definition of that term is intended to be the same as the one used by the federal government.

Explanation:

Racial and ethnic minorities constitute an increasing percentage of the population, but they are vastly underrepresented in American journalism and mass communications student bodies and faculties and among practitioners. Women constitute a majority of the population, but they are underrepresented on journalism and mass communications faculties. Aggressive efforts by journalism and mass communications educators can help correct this imbalance.

Preparing students to work in occupations protected by the First Amendment carries with it a basic obligation to see that the total environment -- the faculty, the student body, and course content -- is strongly supportive of the need for America's journalism and mass communications industries to reflect a better representation of the populations they serve.

Evidence:

Units must present written plans of their own on which to base their efforts to recruit, retain, and advance women and minorities into the unit's faculty and into the unit's student bodies. (The date of acceptance of the plan by the unit must be noted pursuant to the 1990 required date for having such a plan. It is important to have the plan in place as far in advance of the visit as possible.) The plans should be concrete, with measurable goals, and they should operate regardless of whether the university has its own plan. (If the full university or entity of which the unit is a part has its own plan, that also should be reported in the unit's self-study.)

Units should promote course offerings of academic vigor across the curriculum that help prepare students to understand, cover, communicate with, and relate to a multi-cultural, multi-ethnic, multi-racial, and otherwise diverse society. Contributions of women and minorities to journalism and mass communications are to receive recognition throughout the unit's program. Course syllabi, assignments, and other course materials may be used as documentation.

Units' plans should document the number and percent of minority students currently enrolled and enrollment for the previous two years. They also should detail the units' efforts to recruit and retain minority students, and the number and percent of those students who were graduated at each commencement for the last three years.

Units' plans must ensure that searches are conducted in a fashion so that minorities and women are considered for employment as faculty members. As part of the unit's report, yearly, comparative data must be provided for the last three years, recording all efforts in this area.

For compliance with this standard, units must show that they have made substantial, good-faith efforts to find and recruit minority and women faculty and enhance their opportunities to earn promotion and tenure. Even if offers were not accepted, units must show where offers were made to such candidates. Units must fully document these efforts in their self-study.

If units hire adjunct faculty members, a diligent effort must be made to hire minority and women professionals.

LIST OF ACCREDITED PROGRAMS

Unit Accreditation: "Unit," "College," "School," "Department" or "Division" in the following listings indicates the unit has availed itself of the opportunity for evaluation of the entire journalism unit (college, school, department, division, etc.)

The listings for the schools tell what degrees the unit offers. The Council does not list sequences because of unit accreditation.

ACEJMC does not accredit programs leading to the doctor of philosophy degree, which is considered a research (and not a professional) degree.

Listings are organized as follows: the name and location of the institution, the journalism unit and its specific address, if any, the unit administrator, and the most recent date of accreditation. Accreditation evaluations normally are made by ACEJMC at six-year intervals. An asterisk (*) beside a school's listing indicates that the school has been granted a delay of its accreditation visit.

ACEJMC does not rate units or put them in any rank order. The listing of a unit as accredited identifies those units that have been judged by ACEJMC to meet its standards. That judgment is rendered after a penetrating self-study by the faculty and administration of the unit and an independent evaluation of the unit by peer educators and practitioners.

ALABAMA

UNIVERSITY OF ALABAMA, Tuscaloosa, AL 35487-0172; College of Communication (205)348-5520; Edward Mullins, dean. FAX: 205-348-6213. B.A. Communication; M.A. Communication. (1991)

ALASKA

UNIVERSITY OF ALASKA ANCHORAGE, 3211 Providence Drive, Anchorage, AK 99508; Department of Journalism and Public Communications (907)786-1506; Sylvia Broady, chair. FAX: 907-786-6117. B.A. Journalism. (1990)

UNIVERSITY OF ALASKA FAIRBANKS, 18 Bunnell, Fairbanks, AK 99775-0940; Department of Journalism and Broadcasting (907)474-7761; Bruce Smith, head. B.A. Journalism. (1991)

ARIZONA

ARIZONA STATE UNIVERSITY, Tempe, AZ 85287-1305; Walter Cronkite School of Journalism and Telecommunication (602)965-5011; Douglas A. Anderson, director. FAX: 602-965-7041. B.A. Journalism; B.A. Broadcasting; M.M.C. Mass Communication. (1987)

UNIVERSITY OF ARIZONA, Tucson, AZ 85721; Department of Journalism (602)621-7556; Jim Patten, head. FAX: 602-621-7557. B.A. Journalism; M.A. Journalism. (1988)

ARKANSAS

ARKANSAS STATE UNIVERSITY, State University, AR 72467; Department of Journalism (501)972-2468; Joel Gambill, chair. B.S. Journalism; M.S. Journalism, M.C. Journalism. (1991)

UNIVERSITY OF ARKANSAS, FAYETTEVILLE, Fayetteville, AR 72701-1201; Department of Journalism (501)575-3601; Patsy Watkins, acting chair. B.A. Journalism; M.A. Journalism. (Provisional 1992)

UNIVERSITY OF ARKANSAS, LITTLE ROCK, Little Rock, AR 72204; Department of Journalism (501)569-3250; E.J. Friedlander, chair. B.A. Journalism; M.A. Journalism. (1992)

CALIFORNIA

CALIFORNIA STATE UNIVERSITY, Fresno, CA 93740-0010; Department of Journalism (209) 278-2087; Schyler Rehart, chair. FAX: 209-278-6758. B.A. Journalism; M.A. Mass Communications. (1990)

CALIFORNIA STATE UNIVERSITY, Fullerton, CA 92634-9480; Department of Communications (714)773-3517; Terry Hynes, chair. B.A. Communications; M.A. Communications. (1991)

CALIFORNIA STATE UNIVERSITY, Long Beach, Long Beach, CA 90840; Department of Journalism (310)985-4981/5568; Frank Wylie, chair. FAX: 310-985-1740. B.A. Journalism. (1991)

CALIFORNIA STATE UNIVERSITY, Northridge, CA 91330; Department of Journalism (818) 885-3135; Tom Reilly, chair. FAX: 818-885-3638. B.A. Journalism; M.A. Mass Communication. (1991)

HUMBOLDT STATE UNIVERSITY, Arcata, CA 95521; Department of Journalism (707)826-4775; Mark A. Larson, chair. FAX: 707-826-5555. B.A. Journalism. (1988)

SAN DIEGO STATE UNIVERSITY, San Diego, CA 92182; Department of Journalism (619)594-6635; Glen Broom, chair. B.A. Journalism; M.S. Mass Communications. (1991)

SAN FRANCISCO STATE UNIVERSITY, 1600 Holloway Avenue, San Francisco, CA 94132; Department of Journalism (415)338-1689; Betty Medsger, chair. FAX: 415-338-7057. B.A. Journalism; M.A. Interdisciplinary Special Master's. (1990)

SAN JOSE STATE UNIVERSITY, San Jose, CA 95192-0055; Department of Journalism and Mass Communications (408)924-3240; Kenneth Blase, chair. FAX: 408-924-3229. B.S. Journalism; B.S. Advertising; B.S. Public Relations; M.S. Mass Communications. (1990)

UNIVERSITY OF CALIFORNIA, 121 North Gate Hall, Berkeley, CA 94720; Graduate School of Journalism (510)642-3383; Tom Goldstein, dean. FAX: 510-643-9136. M.J. Journalism. (1988)

UNIVERSITY OF SOUTHERN CALIFORNIA, University Park, Los Angeles, CA 90089-1695; School of Journalism (213)740-3914; William Woestendiek, director. FAX: 213-740-8624. B.A. Journalism; M.A. Journalism. (1987)

COLORADO

COLORADO STATE UNIVERSITY, Fort Collins, CO 80523; Department of Technical Journalism (303)491-6310; James K. VanLeuven, chair. FAX: 303-491-2908. B.A. Technical Journalism; B.A. Agricultural/Natural Resources Journalism; M.S. Technical Communication. (1987)

UNIVERSITY OF COLORADO, Campus Box 287, Boulder, CO 80309; School of Journalism and Mass Communication (303)492-4364; Willard D. Rowland, Jr., dean. FAX: 303-492-0969. B.S. Journalism; M.A. Journalism. (1987)

DISTRICT OF COLUMBIA

HOWARD UNIVERSITY, Washington, DC 20059; Department of Journalism (202)806-7855; Clint Wilson, chair. B.A. Journalism. (1992)

Department of Radio-TV-Film (202)806-7927; Bishetta Merritt, chair. FAX: 202-483-5352. B.A. Broadcast Production and Telecommunications Management. (1992)

THE AMERICAN UNIVERSITY, Washington, D.C. 20016-8017; School of Communication (202)885-2058; Sanford J. Ungar, dean. FAX: 202-885-2099. B.A. Communication; M.A. Journalism and Public Affairs; M.A. Public Communication; M.A. Film and Video. (1991)

FLORIDA

FLORIDA A&M UNIVERSITY, Tallahassee, FL 32307; Division of Journalism (904)599-3718; James E. Hawkins, director. FAX: 904-561-2399. B.S.J. Journalism. (1988)

FLORIDA INTERNATIONAL UNIVERSITY, North Miami, FL 33181; School of Journalism and Mass Communication (305)940-5625; J. Arthur Heise, dean. FAX: 305-956-5203. B.S. Communication, M.S. Mass Communication. (1991)

UNIVERSITY OF FLORIDA, Gainesville, FL 32611-2084; College of Journalism and Communications (904)392-0466; Ralph Lowenstein, dean. FAX: 904-392-3919. B.S. Journalism; B.S. Advertising; B.S. Telecommunication; B.S. Public Relations; M.A. Mass Communication. (1988)

UNIVERSITY OF MIAMI, Coral Gables, FL 33124-2030; School of Communication (305)284-2265; Edward J. Pfister, dean. FAX: 305-284-3648. B.S.; B.F.A.; M.A.; M.F.A. (1992)

UNIVERSITY OF SOUTH FLORIDA, Tampa, FL 33620; School of Mass Communications, 4202 E. Fowler -- C151040 (813)974-2591; Donna L. Dickerson, director. FAX: 813-974-5911. B.A. Mass Communications; M.A. Mass Communications. (1989)

UNIVERSITY OF WEST FLORIDA, 11000 University Parkway, Pensacola, FL 32514-5751; Department of Communication Arts (904)474-2874; Churchill L. Roberts, chair. FAX: 904-474-3337. B.A. Communication Arts; M.A. Communication Arts. (1987)

GEORGIA

UNIVERSITY OF GEORGIA, Athens, GA 30602; Henry W. Grady College of Journalism and Mass Communication (706)542-1704; J. Thomas Russell, dean. FAX: 706-542-4785. A.B.J. Journalism; M.A. Journalism; Master of Mass Communication. (1988)

HAWAII

UNIVERSITY OF HAWAII AT MANOA, Honolulu, HI 96822; Department of Journalism (808)956-8881; Lowell D. Frazier, chair. FAX: 808-956-5396. B.A. (1992)

ILLINOIS

EASTERN ILLINOIS UNIVERSITY, Charleston, IL 61920; Department of Journalism (217)581-6003; John David Reed, chair. FAX: 217-581-2923. B.A. Journalism (1988)

NORTHERN ILLINOIS UNIVERSITY, DeKalb, IL 60115; Department of Journalism (815)753-1925; Daniel Riffe, chair. FAX: 815-753-1824. B.A. Journalism; B.S. Journalism; M.A. Journalism. (1991)

NORTHWESTERN UNIVERSITY, Fisk Hall, Evanston, IL 60208; Medill School of Journalism (708)491-5091; Michael C. Janeway, dean. FAX: 708-491-3956. B.S.J. Journalism; M.S.A. Integrated Advertising/Marketing Communications; M.S.J. Journalism. (1987)

SOUTHERN ILLINOIS UNIVERSITY AT CARBONDALE, Carbondale, IL 62901; School of Journalism (618)536-3361; Walter Jaehnig, director. FAX: 618-453-1992. B.S. Journalism; M.A. Journalism; M.S. Journalism. (1989)

UNIVERSITY OF ILLINOIS AT URBANA-CHAMPAIGN, 810 S. Wright St., Urbana, IL 61801; College of Communications (217)333-2350; Kim Rotzoll, dean. B.S. Advertising; B.S. Media Studies; B.S. Journalism including Broadcast Journalism; M.S. Advertising; M.S. Journalism including Broadcast Journalism. (1989)

INDIANA

BALL STATE UNIVERSITY, Muncie, IN 47306; Department of Journalism (317)285-8200; Earl L. Conn, chair. FAX: 317-285-7997. B.A. Journalism; B.S. Journalism; M.A. Journalism; M.A. Public Relations. (1992)

INDIANA UNIVERSITY, Bloomington, IN 47405; School of Journalism (812)855-9249; Trevor R. Brown, dean. FAX: 812-855-0901. B.A.J.; M.A. Professional; M.A. Research. (1990)

IOWA

DRAKE UNIVERSITY, Des Moines, IA 50311; School of Journalism and Mass Communication (515)271-3194; Michael R. Cheney, dean. FAX: 515-271-3977. B.A. Journalism and Mass Communication; M.A. Mass Communication. (1987)

IOWA STATE UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY, Ames, IA 50011; Department of Journalism and Mass Communication (515)294-4340; J. Thomas Emerson, chair. FAX: 515-294-5108. B.A. Journalism and Mass Communication (including Electronic Media Studies); B.A. Advertising; B.S. Journalism and Mass Communication; M.S. Journalism and Mass Communication. (1992)

UNIVERSITY OF IOWA, Iowa City, IA 52242; School of Journalism and Mass Communication (319)335-5821; Kenneth Starck, director. FAX: 319-335-2951. B.A. Journalism; B.S. Journalism; M.A. Professional. (1992)

KANSAS

KANSAS STATE UNIVERSITY, Manhattan, KS 66506; A.Q. Miller School of Journalism and Mass Communications (913)532-6890; Carol Oukrop, director. FAX: 913-532-7309. B.S. Journalism; B.A. Journalism; M.S. Mass Communication. (1990)

UNIVERSITY OF KANSAS, Lawrence, KS 66045; William Allen White School of Journalism and Mass Communications (913)864-4755; Mike Kautsch, dean. FAX: 913-864-5318. B.S. Journalism; M.S. Journalism. (1992)

KENTUCKY

MURRAY STATE UNIVERSITY, Box 2456, University Station, Murray, KY 42071; Department of Journalism and Radio-TV (502)762-2387; Robert H. McGaughey III, chair. FAX: 502-762-6335. B.A.; B.S. Journalism, Advertising, Public Relations and Radio-TV; M.A.; M.S. (1992)

WESTERN KENTUCKY UNIVERSITY, Bowling Green, KY 42101; Department of Journalism (502)745-4143; Jo-Ann Huff Albers, head. FAX: 502-745-5387. B.A. Public Relations; B.A. Advertising; B.A. Photojournalism; B.A. Print Journalism. (1992)

UNIVERSITY OF KENTUCKY, Lexington, KY 40506; School of Journalism (606)257-7811; David Dick, director. FAX: 606-257-7818. B.A. Journalism; B.S. Journalism. (1990)

LOUISIANA

LOUISIANA STATE UNIVERSITY, Baton Rouge, LA 70803;anship School of Journalism (504)388-2336; John Maxwell Hamilton, director. B.A.J. Journalism; M.J. Journalism. (1991)

MARYLAND

UNIVERSITY OF MARYLAND, College Park, MD 20742; College of Journalism (301)405-2383; Reese Cleghorn, dean. FAX: 301-314-9166. B.A. Journalism; M.A. Journalism. (1992)

MICHIGAN

MICHIGAN STATE UNIVERSITY, East Lansing, MI 48824-1212; School of Journalism (517)355-1520; Stan Soffin, director. FAX: 517-336-1244. B.A. Journalism; M.A. Journalism. (1990)

MINNESOTA

ST. CLOUD STATE UNIVERSITY, St. Cloud, MN 56301-4498; Department of Mass Communications (612)255-3293; Amde-Michael Habte, chair. FAX: 612-654-5337. B.S. Mass Communications; M.S. Communication Management. (1987)

UNIVERSITY OF MINNESOTA, Minneapolis, MN 55455-0418; School of Journalism and Mass Communication (612)625-9824; Daniel Wackman, director. FAX: 612-626-7755. B.A. Journalism-Professional Program; B.A. Journalism-Mass Communication Program; M.A. Mass Communication. (1989)

MISSISSIPPI

JACKSON STATE UNIVERSITY, Jackson, MS 39217; Department of Mass Communications (601)968-2151; Doris E. Saunders, chair. FAX: 601-968-2553. B.S. Mass Communications. (1991)

UNIVERSITY OF SOUTHERN MISSISSIPPI, Hattiesburg, MS 39406-5121; Department of Journalism (601)266-4258; Arthur Kauf, chair. FAX: 601-266-4263. B.A. Journalism; B.A. Advertising. (Provisional 1992)

UNIVERSITY OF MISSISSIPPI, University, MS 38677; Department of Journalism (601)232-7146; Don Sneed, chair. FAX: 601-232-5703. B.A. Journalism; B.S.J. Journalism; M.A. Journalism. (1987)

MISSOURI

UNIVERSITY OF MISSOURI-COLUMBIA, Columbia, MO 65205; School of Journalism, Box 838 (314)882-4821; Dean Mills, dean. FAX: 314-882-4823. B.J. Journalism; M.A. Journalism. (1987)

MONTANA

UNIVERSITY OF MONTANA, Missoula, MT 59812; School of Journalism (406)243-4001; Charles E. Hood, dean. FAX: 406-243-4353. B.A. Journalism; B.A. Radio-Television; M.A. Journalism. (1987)

NEBRASKA

UNIVERSITY OF NEBRASKA, Lincoln, NE 68588-0127; College of Journalism (402)472-3044; Will Norton, dean. FAX: 402-472-8597. B.J. Journalism; M.A. Journalism. (1992)

NEVADA

UNIVERSITY OF NEVADA-RENO, Reno, NV 89557-0040; Donald W. Reynolds School of Journalism (702)784-6531; James K. Gentry, dean. FAX: 702-784-6656. B.A.; M.A. (1990)

NEW MEXICO

UNIVERSITY OF NEW MEXICO, Albuquerque, NM 87131; Department of Communication and Journalism (505)277-5305; Everett M. Rogers, chair. B.A. Journalism; B.A. Communication; M.A. Communication. (1991)

NEW YORK

COLUMBIA UNIVERSITY, New York, NY 10027; Graduate School of Journalism (212)854-4150; Joan Konner, dean. FAX: 212-854-9323. M.S. Journalism. (1989)

NEW YORK UNIVERSITY, 10 Washington Place, New York, NY 10003; Department of Journalism and Mass Communication (212)998-7980; Mitchell Stephens, chair. FAX: 212-995-4148. B.A. Journalism; M.A. Journalism; M.A. in Journalism and Caribbean-Latin American Studies; M.A./M.B.A. joint degree in Journalism and Business; M.A. in Journalism & French; M.A. in Journalism & Biology; M.A. in Science & Environmental Reporting. (1992)

SYRACUSE UNIVERSITY, Syracuse, NY 13244; S.I. Newhouse School of Public Communications (315)443-2301; David Rubin, dean. FAX: 315-443-3946. B.S. Public Communications; M.A. Public Communications; M.S. Public Communications. (1992)

NORTH CAROLINA

UNIVERSITY OF NORTH CAROLINA, Chapel Hill, NC 27599-3365; School of Journalism and Mass Communication (919)962-1204; Richard R. Cole, dean. FAX: 919-962-0620. A.B. Journalism; M.A. Journalism. (1991)

OHIO

BOWLING GREEN STATE UNIVERSITY, Bowling Green, OH 43403; Department of Journalism (419)372-2076/2077; Laurence Jankowski, chair. FAX: 419-372-8600. B.S. Journalism; M.A. Mass Communication. (Provisional 1992)

KENT STATE UNIVERSITY, Kent, OH 44242-0001; School of Journalism and Mass Communication (216)672-2572; Timothy D. Smith, acting director. FAX: 216-672-4064. B.A. Journalism and Mass Communication; B.S. Journalism and Mass Communication; M.A. Journalism and Mass Communication. (1991)

OHIO STATE UNIVERSITY, Columbus, OH 43210-1107; School of Journalism (614)-292-6291; Pamela Shoemaker, director. FAX: 614-292-3722. B.A. Journalism; M.A. Journalism. (1990).

OHIO UNIVERSITY, Athens, OH 45701; E.W. Scripps School of Journalism (614)593-2590; Ralph S. Izard, director. FAX: 614-593-2592. B.S.J. Journalism; M.S.J. Journalism. (1989)

OKLAHOMA

OKLAHOMA STATE UNIVERSITY, Stillwater, OK 74078-0195; School of Journalism and Broadcasting (405)744-6354; Marlan D. Nelson, director. FAX: 405-744-7936. B.S. and B.A. Journalism; B.S. and B.A. Radio-TV; M.S. Mass Communication. (1990)

UNIVERSITY OF OKLAHOMA, Norman, OK 73019; H.H. Herbert School of Journalism and Mass Communication (405)325-2721; David Dary, director. FAX: 405-325-7565. B.A.J. Journalism; M.A. Journalism. (1991)

OREGON

UNIVERSITY OF OREGON, Eugene, OR 97403; School of Journalism (503)346-3738; Arnold H. Ismach, dean. FAX: 503-346-3660. B.A. Journalism; B.S. Journalism; M.A. Journalism; M.S. Journalism. (1988)

PENNSYLVANIA

PENNSYLVANIA STATE UNIVERSITY, 201 Carnegie Bldg., University Park, PA 16802; School of Communications (814)863-1484; Terri Brooks, dean. FAX: 814-863-8044. B.A. Journalism; B.A. Film/Video; B.A. Advertising; B.A. Broadcast/Cable; B.A. Mass Communications; M.A. Advertising; M.A. Mass Communications; M.F.A. Film/Video; M.J. Journalism. (1989)

TEMPLE UNIVERSITY, Philadelphia, PA 19122; Department of Journalism (215)787-7433; David Womack, chair. FAX: 215-787-6641. B.A. Journalism; M.J. Journalism. (1989)

SOUTH CAROLINA

UNIVERSITY OF SOUTH CAROLINA, Columbia, SC 29208; College of Journalism and Mass Communications (803)777-4105; Judy VanSlyke Turk, dean. FAX: 803-777-4103. B.A. Journalism; M.A., M.M.C. Journalism. (1987)

SOUTH DAKOTA

SOUTH DAKOTA STATE UNIVERSITY, Brookings, SD 57007; Department of Journalism and Mass Communication (605)688-4171; Richard W. Lee, head. FAX: 605-692-6388. B.S. Journalism; B.A. Journalism; M.S. Journalism. (1988)

TENNESSEE

EAST TENNESSEE STATE UNIVERSITY, Johnson City, TN 37614-0002; Department of Communication (615)929-4308; Charles Roberts, chair. B.A. Mass Communications; B.S. Mass Communications. (1988)

MEMPHIS STATE UNIVERSITY, Memphis, TN 38152; Department of Journalism (901)678-2401; Dan Lattimore, chair. FAX: 901-678-3299. B.A. Journalism; M.A. Journalism. (1989)

MIDDLE TENNESSEE STATE UNIVERSITY, Murfreesboro, TN 37132; College of Mass Communication (615)898-2813; Edward Kimbrell, dean. FAX: 615-898-5682. B.S. Mass Communications; B.S. Recording Industry Management. (1987)

UNIVERSITY OF TENNESSEE, Knoxville, TN 37996-0332; College of Communications (615)974-3031. Dwight Teeter, dean. FAX: 615-974-3896. B.S. Communications; M.S. Communications. (1987)

TEXAS

TEXAS A&M UNIVERSITY, College Station, TX 77843-4111; Department of Journalism (409)845-4611; Charles Self, head. FAX: 409-845-5408. B.A. Journalism; B.S. Journalism; B.S. Agricultural Journalism. (1992)

TEXAS CHRISTIAN UNIVERSITY, P.O. Box 32930, Ft. Worth, TX 76129; Department of Journalism (817)921-7425; Anantha S. Babbili, chair. FAX: 817-921-7133. B.A. Journalism; B.S. Journalism; M.S. Media Studies. (1992)

TEXAS TECH UNIVERSITY, Lubbock, TX 79409; School of Mass Communications (806)742-3385; Roger Saathoff, director. FAX: 806-742-0585. B.A. Journalism; B.A. Advertising; B.A. Public Relations; B.A. Telecommunications; B.A. Photocommunications. (1992)

UNIVERSITY OF NORTH TEXAS, Denton, TX 76203-5278; Department of Journalism (817)565-2205; Richard Wells, chair. FAX: 817-565-4659. B.A. Journalism; B.S. Journalism; M.A. Journalism; M.J. Journalism. (1992)

UNIVERSITY OF TEXAS, Austin, TX 78712; Department of Journalism (512)471-1845; Wayne Danielson, chairman. FAX: 512-471-7979. B.J. Journalism; M.A. Journalism. (1991)

UTAH

BRIGHAM YOUNG UNIVERSITY, Room E509, Harris Fine Arts Center, Provo, UT 84602; Department of Communications (801)378-6143; David P. Forsyth, chair. FAX: 801-378-4730. B.A. Communications; M.A. Communications. (1991)

UNIVERSITY OF UTAH, Salt Lake City, UT 84112; Department of Communication LCB204 (801)581-5324; James A. Anderson, chair. FAX: 801-581-3007. B.S. Mass Communication; B.A. Mass Communication; M.S. Mass Communication; M.A. Mass Communication. (1986)

VIRGINIA

VIRGINIA COMMONWEALTH UNIVERSITY, Richmond, VA 23284; School of Mass Communications (804)367-1260; Thomas Donohue, director. FAX: 804-367-8599. B.S. Mass Communications; M.S. Mass Communications. (1988)

WASHINGTON AND LEE UNIVERSITY, Lexington, VA 24450; Department of Journalism and Mass Communications (703)463-8432; Hampden H. Smith, head. FAX: 703-463-8024. B.A. (1989)

WASHINGTON

UNIVERSITY OF WASHINGTON, DS-40, Seattle, WA 98195; School of Communications (206)543-2660; Edward P. Bassett, director. FAX: 206-543-9285. B.A. Journalism; M.A. Journalism; M.C. Journalism. (1990)

WEST VIRGINIA

MARSHALL UNIVERSITY, Huntington, WV 25755; W. Page Pitt School of Journalism and Mass Communications (304)696-2360; Harold Shaver, director. FAX: 304-696-3333. A.B. Journalism; M.A.J. Journalism. (1991)

WEST VIRGINIA UNIVERSITY, Morgantown, WV 26506-6010; Perley Isaac Reed School of Journalism (304)293-3505; Emery L. "Pete" Sasser, dean. FAX: 304-293-3072. B.S.J. Journalism; M.S.J. Journalism. (1992)

WISCONSIN

MARQUETTE UNIVERSITY, Milwaukee, WI 53233; College of Communication, Journalism and Performing Arts (414)288-7133; Sharon M. Murphy, dean. FAX: 414-288-5227. B.A. Advertising, Broadcast and Electronic Communication, Public Relations; B.A. Journalism; M.A. Advertising, Broadcast and Electronic Communication, Journalism, Public Relations. (1992)

UNIVERSITY OF WISCONSIN-EAU CLAIRE, Eau Claire, WI 54702-4004; Department of Journalism (715)836-2528; Henry Lippold, acting chair. FAX: 715-836-2380. B.A. Journalism; B.S. Journalism. (1991)

UNIVERSITY OF WISCONSIN-MADISON, Madison, WI 53706; Department of Agricultural Journalism (608)262-1464; Marion Brown, chair. FAX: 608-265-3042. B.S. Agricultural Journalism; M.S. Agricultural Journalism; B.S. Family and Consumer Journalism; M.S. Family and Consumer Journalism. (1987)

UNIVERSITY OF WISCONSIN-OSHKOSH, Oshkosh, WI 54901-8696; Department of Journalism (414)424-1042; Gene Hintz, chair. FAX: 414-424-7317. B.A. Journalism; B.S. Journalism. (1986)

UNIVERSITY OF WISCONSIN, River Falls, WI 54022; Department of Journalism (715)425-3169; J. Michael Norman, chair. FAX: 715-425-3304. B.A. Journalism; B.S. Journalism. (1989)

MEMBER ASSOCIATIONS:**From the Industry:**

American Advertising Federation, Wally Snyder, president, 1400 K Street, NW, Suite 1000, Washington, DC 20005. 202-898-0089.

American Society of Magazine Editors, Marlene Kahan, executive director, 575 Lexington Ave., New York, NY 10022. 212-752-0055. FAX: 212-888-4217.

American Society of Newspaper Editors, Lee Stinnett, executive director, P.O. Box 17004, Washington, DC 20041. 703-648-1144. FAX: 703-620-4557.

Associated Press Managing Editors Association, Bob Ritter, APME president, Gannett News Service, 1100 Wilson Blvd., Arlington, VA 22209. 203-276-5898. FAX: 203-558-3815.

California Newspaper Publishers Association, Jack Bates, executive director, 1311 I Street, Suite 200, Sacramento, CA 95814. 916-443-5991; FAX: 916-443-6447.

Inland Press Association, Ray Carlsen, executive director, 777 Busse Highway, Park Ridge, IL 60068. 708-696-1140; FAX: 708-696-2463.

National Association of Broadcasters, Edward O. Fritts, president, 1771 N Street, NW, Washington, DC 20036. 202-429-5300. FAX: 202-429-5410.

National Association of Black Journalists, Dorothy B. Gilliam, vice president/print, Box 17212, Washington, DC 20041. 703-648-1270.

National Association of TV Program Executives Educational Foundation, Lewis Klein, president, Gateway Communications, Inc., Suite 237, One Bala Plaza, Bala Cynwyd, PA 19004. 215-664-4400. FAX: 215-664-5499.

National Conference of Editorial Writers, Cora B. Everett, executive secretary, 6223 Executive Blvd., Rockville, MD 20852. 301-984-3015. FAX: 301-231-0026.

National Newspaper Association, Tonda F. Rush, president and chief executive officer, 1627 K St., NW, Washington, DC 20006. 202-466-7200. FAX: 202-331-1403.

National Press Photographers Association, Charles Cooper, executive director, 3200 Croasdaile Drive, Suite 306, Durham, NC 27705. 919-383-7246. FAX: 919-383-7261.

Newspaper Association of America, Cathleen Black, president and chief executive officer, The Newspaper Center, 11600 Sunrise Valley Drive, Reston, VA 22091. 703-648-1000. FAX: 703-620-4557.

Public Relations Society of America Incorporated, Colleen McDonough, director of educational affairs, 33 Irving Place, New York, NY 10003-2376. 212-460-1466. FAX: 212-995-0757.

Radio-Television News Directors Association, David Bartlett, president, 1000 Connecticut Avenue, N.W., Suite 615, Washington, DC 20036. 202-659-6510. FAX: 202-223-4007.

Southern Newspaper Publishers Association, Reg Ivory, executive director, Box 28875, Atlanta, GA 30358. 404-256-0444. FAX: 404-252-9135.

Women in Communications Inc., Roni Posner, executive director,
2101 Wilson Blvd., Suite 417, Arlington, VA 22201. 703-528-4200
FAX: 703-528-4205

From the Schools:

American Academy of Advertising, Pat Stout, AAA President,
CMA 7.142, Department of Advertising, University of Texas, Austin,
TX 78712. 512-471-1101. FAX: 512-471-7018.

Association for Communication Administration, James Gaudino,
executive director, 5105-F Backlick Road, Annandale, VA 22003.
703-750-0533. FAX: 703-914-9471.

**Association of Black College Journalism and Mass
Communication Programs**, James Dodson, Jr., executive director,
P.O. Box 310, Howard University, Washington, D.C. 20059. 202-
806-7690.

**Association of Schools of Journalism and Mass
Communication**, Jennifer McGill, executive director, 1621 College
Street, University of South Carolina, Columbia, SC 29208. 803-777-
2005. FAX: 803-777-4728.

**Association for Education in Journalism and Mass
Communication**, Jennifer McGill (see above).

Broadcast Education Association, Louisa A. Nielsen, executive
director, 1771 N Street NW, Washington, DC 20036. 202-429-5355.

ACCREDITING COMMITTEE

Don E. Schultz
Chair, Accrediting Committee
Professor
1813 Hinman Avenue
Medill School of Journalism
Northwestern University
Evanston, IL 60208
708-491-2059 (FAX: 708-491-5925)
(Term as chair expires: 1993; term as member expires 1993))

Carol Reuss
Vice Chair, Accrediting Committee
Professor and Associate Provost
School of Journalism and Mass Communication
University of North Carolina
Chapel Hill, NC 27599-3365
919-962-1570 (FAX: 919-962-1593)
(Term as Vice Chair expires: 1993)
(Term as Member expires: 1994)

Douglas A. Anderson
Director
School of Journalism & Telecommunication
Arizona State University
Tempe, AZ 85287-1305
602-965-5011 (FAX: 602-965-7041)
(Term expires: 1993)

Caesar Andrews
Executive Editor
Rockland Journal-News
200 North Route 303
West Nyack, NY 10994
914-578-2400 (FAX: 914-578-2477)
(Term expires: 1995)

Don Flores
President and Publisher
Iowa City Press-Citizen
1725 N. Dodge St.
Iowa City, IA 52244
319-337-3181 (FAX: 319-339-7342)
(Term expires: 1995)

Tom Goldstein
Dean
Graduate School of Journalism
University of California, Berkeley
Berkeley, CA 94720
510-642-3383 (FAX: 510-643-9136)
(Term expires: 1993)

David V. Hawpe
Editor
The Courier-Journal
525 W. Broadway
Louisville, KY 40202
502-582-4011
(Term expires: 1994)

Terry Hynes
Chair
Department of Communications
California State University
Fullerton, CA 92634-9480
714-773-2640/3517 (FAX: 714-773-2209)
(Term expires: 1995)

Joan Konner
Dean
Graduate School of Journalism
Columbia University
New York, NY 10027
212-854-3571 (FAX: 212-854-9323)
(Term expires: 1995)

Robert G. McGruder
Managing Editor/News
Detroit Free Press
321 W. Lafayette Blvd.
Detroit, MI 48231
313-222-6821 (FAX: 313-222-5981)
(Term expires: 1994)

Sherrie Mazingo
Associate Professor and
Chair, Broadcast Sequence
School of Journalism
University of Southern California
University Park
Los Angeles, CA 90089-1695
213-740-3914/3916 (FAX: 213-740-8624)
(Term expires: 1994)

Will Norton
Dean
College of Journalism
University of Nebraska, Lincoln
Lincoln, NE 68588-0127
402-472-3044 (FAX: 402-472-8597)
(Term expires: 1995)

Maggie Rivas
Border Bureau Chief
The Dallas Morning News
310 North Mesa, Suite 608
El Paso, TX 79901
915-532-4408
(Term expires: 1993)

Patricia Thompson
Suburban Editor
San Jose Mercury News
750 Ridder Park
San Jose, CA 95190
408-920-5099
(Term expires: 1993)

Gail Baker Woods
Chair, Department of Advertising
University of Missouri, Columbia
Box 838
Columbia, MO 65205
314-882-6818 (FAX: 314-882-4823)
(Term expires: 1993)

ACCREDITING COUNCIL

Robert H. Giles
President, ACEJMC
Editor and Publisher
The Detroit News
615 Lafayette Blvd.
Detroit, MI 48226
313-222-2247 (FAX: 313-222-2599)
Representing ASNE

Richard R. Cole
Vice President, ACEJMC
Dean
School of Journalism and Mass Communication
University of North Carolina
Chapel Hill, NC 27599-3365
919-962-1204 (FAX: 919-962-0620)
Representing ASJMC (term expires 1993)

Jo-Ann Huff Albers
Head
Department of Journalism
Western Kentucky University
Bowling Green, KY 42101
502-745-4143 (FAX: 502-745-5387)
Representing WICI

Douglas A. Anderson
Director
School of Journalism & Telecommunication
Arizona State University
Tempe, AZ 85287-1305
602-965-5011 (FAX: 602-965-7041)
Representing ASJMC (term expires 1994)

Malcolm Applegate
Vice President & General Manager
Indianapolis Star & News
307 N. Pennsylvania
Indianapolis, IN 46204
317-633-9135
Representing IPA

Tony Atwater
Chair
Department of Journalism and Mass Media
Rutgers University
New Brunswick, NJ 08903
908-932-8567
Representing AEJMC (term expires 1993)

David Bartlett
President
Radio-Television News Directors Association
1000 Connecticut Avenue, NW, Suite 615
Washington, DC 20036
202-659-06510 (FAX: 202-223-4007)
Representing RTNDA

Robert Blanchard
Chairman
Department of Communication
Trinity University
715 Stadium Drive
San Antonio, TX 78212
512-736-8113 (FAX: 512-736-8100)
Representing ACA

Elliott E. Brack
Associate Publisher
Gwinnett Extra of Atlanta Journal-Constitution
6455 Best Friend Road
Norcross, GA 30071
404-263-3993 (FAX: 404-263-3003)
Representing SNPA

Raymond L. Carroll
Department of Telecommunication and Film
University of Alabama
Tuscaloosa, AL 35487-0152
205-348-6350/348-8661 (FAX: 205-348-6213)
Representing BEA

Jerry Ceppos
Managing Editor
San Jose Mercury News
750 Ridder Park Drive
San Jose, CA 95190
408-920-5456 (FAX: 408-298-1966)
Representing APME

Gene Chamberlin
Newspaper Consultant
1809 Third Street
Brookings, SD 57006
605-692-6826
Representing NNA

J. William Click
Chair
Department of Mass Communication
Winthrop University
Rock Hill, SC 29733-0001
803-323-2121 (FAX: 803-323-2347)
Representing ASJMC (term expires 1995)

Peggy Dotson
875 Mayfair Road
Akron, OH 44303
216-864-6790
Public Member (term expires 1994)

King Durkee
Director of Educational Services
Copley Newspapers
Box 1530
La Jolla, CA 92038
619-454-0411 (FAX: 619-454-5014)
Representing CNPA

Sandra Eisert
Art Director, WEST Magazine
San Jose Mercury News
750 Ridder Park Drive
San Jose, CA 95190
408-920-5795 (FAX: 408-984-5546)
Representing NPPA

R. Ferrell Ervin
Chair
Department of Mass Communication
Southeast Missouri State
Cape Girardeau, MO 63701
314-651-2241 (FAX: 314-651-5967)
Representing ASJMC (term expires 1994)

David Ferguson
453 Sheridan Road
Winnetka, IL 60093
708-441-6418 (FAX: 708-256-8954)
Representing PRSA

Dorothy Gilliam
Columnist
The Washington Post
1150 15th St. NW
Washington, DC 20071
202-334-7266 (FAX: 202-334-5547)
Representing NABJ

Pam Johnson
President and Publisher
The Ithaca Journal
123 W. State Street
Ithaca, NY 14850
607-272-2321 (FAX: 607-273-3019)
Representing NAA

Ralph Johnson
Editorial Director
The Toledo Blade
541 Superior Street
Toledo, OH 43660
419-245-6000 (FAX: 419-245-6191)
Representing NCEW

Lewis Klein
President
Gateway Communications, Inc.
Suite 237, One Bala Plaza
Bala Cynwyd, PA 19004
215-664-4400 (FAX: 215-664-5499)
Representing NATPE Educational Foundation

W. Ronald Lane
Professor and Assistant Head of Advertising and Public Relations
School of Journalism and Mass Communications
University of Georgia
Athens, GA 30602
404-542-5042
Representing AAF

Marshall Loeb
Managing Editor
Fortune
Room 1638
1271 Avenue of the Americas
Time-Life Building
New York, NY 10020
212-522-2457 (FAX: 212-246-3375)
Representing ASME

Ruth B. Love
President
Ruth Love Enterprises, Ltd.
1366 Turk Street
San Francisco, CA 94115
(office) 415-931-5778 (home) 415-635-2657
Public Member (term expires 1995)

Betty Medsger
Chair
Department of Journalism
San Francisco State University
San Francisco, CA 94132
415-338-2663(FAX: 415-771-4598)
Representing ASJMC (term expires 1995)

Willard (Wick) D. Rowland, Jr.
Dean
School of Journalism and Mass Communication
Campus Box 287
University of Colorado
Boulder, CO 80309
303-492-4364 (FAX: 303-492-0969)
Representing ASJMC(term expires 1993)

Robert M. Ruggles
Dean
School of Journalism, Media and Graphic Arts
Florida A&M University
Tallahassee, FL 32307
904-599-3379 (FAX: 904-561-2399)
Representing ABCJMCP

Charles E. Sherman
Senior V.P., Television
National Association of Broadcasters
1771 N Street, NW
Washington, DC 20036
202-429-5361 (FAX: 202-775-3516)
Representing NAB

Pamela Shoemaker
Director
School of Journalism
Ohio State University
Columbus, OH 43210-1107
614-292-6291 (FAX: 614-292-3722)
Representing AEJMC(term expires 1994)

C. Zoe Smith
Associate Professor
and Chair of Editorial Department
School of Journalism
University of Missouri, Columbia
Columbia, MO 65205
314-882-3732/0860 (FAX: 314-882-9002)
Representing AEJMC (term expires 1995)

Patricia A. Stout
Associate Professor
Department of Advertising, CMA 7142
The University of Texas
Austin, TX 78712-1092
512-471-1101 (FAX: 512-471-7018)
Representing AAA

Judy VanSlyke Turk
Dean
College of Journalism and Mass Communications
University of South Carolina
Columbia, SC 29208
803-777-4105
Representing AEJMC (term expires 1995)

Robert Wedgeworth
Interim University Librarian
University of Illinois at Urbana-Champaign
230 Library
1408 West Gregory Drive
Urbana, IL 61801
217-333-0790 (FAX: 217-244-0398)
Public Member (term expires 1993)

Executive Director:
Susanne Shaw
Executive Director
Stauffer-Flint Hall
University of Kansas
Lawrence, KS 66045
913-864-3973 or 913-864-4755
FAX: 913-864-5225

QUANTITY ORDERS

Up to 10 copies of this booklet will be supplied free on request from schools and educational organizations. Please send large, postage-paid, addressed envelope to the Executive Director.

11 - 100	75 cents each
101 - 500	60 cents each
500 -	50 cents each

Bilaga 3

PLANNING
FOR
CURRICULAR
CHANGE
IN
JOURNALISM
EDUCATION

**Project on the Future
of Journalism
and Mass Communication
Education**

School of Journalism
University of Oregon

Executive summary

The Future Project is a study of the present status and future direction of learning and the advancement of knowledge in the field of journalism and mass communication within the realities of American higher education. It is assumed that journalism/mass communication schools should be integrated into a college or university where the essential elements of general education are provided by other schools and departments. We agree with the national accreditation standard wherein students take up to 25 percent of their work in journalism and mass communication and 75 percent in the arts and sciences.

The project also operated under the assumption that two principal goals of the journalism/mass communication unit should be the promotion of literacy and the fostering of freedom of expression. The realization of these goals, of course, constitutes a contribution to the university generally.

We believe that journalism and mass communication are central to the functioning of contemporary society and that therefore providing an understanding of journalism and mass communication must be central to the mission of the university. We further believe that the journalism and mass communication unit must be the principal focus of the university's teaching, research and service activity in this field, because journalism/mass communication schools and the discipline have the strongest and most comprehensive traditions in these areas.

The general state of journalism and mass communication education is dismal. It is a field grossly underfunded, even when compared with other university departments, schools and colleges. Journalism/mass communication units have large, sometimes massive, enrollments, and tiny, overworked faculties, again by standards of the university generally. These units rarely play a major role in the governance of the university and rarely provide persons for the top cadre of leadership.

On matters of structure: We have concluded that the journalism/mass communication unit should ideally be a freestanding professional school reporting to the highest level of university leadership, not subsumed in a liberal arts college structure unless that is the clear preference of a local institution. (The University of Oregon already has this independent structure.)

On the changing mission of the journalism/mass communication unit: At present, undergraduate education is the highest priority, with graduate education sec-

ond. Service courses to the rest of the university, once an important contribution to general education, have diminished greatly. Research, public service and continuing education are highly valued, if somewhat secondary in importance, at most schools. In the future it is likely that undergraduate education will be de-emphasized somewhat and that continuing education, especially midcareer programs, will be accorded more importance. Graduate education will likely continue at the same or slightly accelerated pace.

On curricular change: The rapid infusion of new knowledge and pace of technological change will push journalism/mass communication schools away from industry-oriented sequence programs and toward more generic mass communication study. Highly specialized approaches will continue in the final year of a student's program and be extended into graduate and continuing education. Conceptual and craft courses will merge in many instances. Some programs may be realigned along competence and knowledge lines with specific instruction in literacy, visual literacy and computer literacy along with information-gathering; and conceptual courses (media and society, media economics, etc.) will be organized as linchpins to the liberal arts. Specific professional courses need to be organized in coherent modules that have specific outcomes for training stated well in advance and over which students can be tested for competency. Students leaving the university should have personal assessments from faculty that provide them with a suggested continuing education plan to meet their specific needs and deficiencies.

All courses should have a five-year review rule wherein course outlines and plans are submitted voluntarily to outside referees to ask whether the course includes the best of new knowledge, is responsive to technological change and is calibrated to social needs.

On technology matters: The journalism/mass communication unit should organize its technology instruction and education in harmony with other such instruction in the university and should clearly distinguish communication technology issues from the role of technology in society generally. That educational function should be within the purview of other units. Students should get conceptual instruction in the impact and influence of communication technology in society as well as specific hands-on instruction in areas related to entry-level work.

They should also get an overview of the uses of computers and other technology in the communication field. Schools should especially give instruction in data-base use. A technology laboratory for computer-assisted instruction and other uses is proposed.

On faculty and staffing: A faculty member should be capable of intellectual, academic and professional leadership. The most prevalent pattern now and in the future is the scholar/teacher with modest professional experience. There should be room for the professional teacher who comes from the media professions as well. Both the scholar/teacher and the professional teacher should be given clear direction about productivity demands and expectations. There should be greater use of professionals in residence and short-term appointments and more opportunity for scholars with little professional experience to get greater exposure to industry experience.

On the clientele: The principal clientele should be "the field" itself, that is, promotion to society through students of the study of mass communication as a central field of knowledge. There must be

clear recognition of student consumerism, especially the pattern of increasing enrollments in all of the communication fields. This should be monitored and attuned to the needs of society, and students should be given information and guidance about employment possibilities. Principal users of the journalism/mass communication programs will continue to be undergraduate and graduate students with increasing numbers of midcareer and other continuing education users from industry and the profession. A strong effort should be made to develop more service courses for general university students who are not majors in the journalism/mass communication fields.

On other issues: The journalism/mass communication field needs a strategic plan nationally and a strategic plan on every campus if it is to escape its present state and begin to take its rightful place in American higher education.

Knowing and understanding the mass media in American society are critical needs for all citizens and especially for those who will staff and direct the communication professions.