



Obr. 1 Den otevřených dveří na výzkumu sdružení Archaia v okolí kostela sv. Jakuba v Brně. ■ Open day on the excavations at St. James church in Brno. ■ Tag der offenen Tür an der Forschungssstelle des Archaia-Verbandes in der unmittelbaren Umgebung der St.-Jakobs-Kirche in Brno. ■

Archeologické dědictví a veřejnost

Michal Bureš Archaia, Praha

V hodinách marxismu jsme se učili, že práce polidštila opici, nacistům se hodily nálezy, které je možno spojovat s germánským etnikem pro podporu jejích územních nároků, komunisté podporovali slovanskou archeologii, neboť potřebovali zdůraznit naše historické vazby na východ. Je-li možné archeologii využít k podpoře ideologických a politických argumentů, musí být možné využít jí k podpoře sebe samé. Je-li možné využít archeologii k propagandě, musí být možné ji využít také k propagaci! Bohužel negativní účelová řešení spatřují světlo světa většinou dříve než řešení konstruktivní a progresivní. Zatímco využití či zneužití archeologie nacionalismem známe minimál-

ně od 19. století, záměrné vzdělávání veřejnosti v archeologii je poměrně mladou disciplínou.

Jestliže se archeologie navenek prezentuje jako obor, který je předmětem úzké skupiny odborníků, jejichž výsledky jsou ku prospěchu zase této skupiny odborníků, pak veřejnost vnímá archeologii jako věc úzké skupiny archeologů a nikoliv jako věc veřejnou. Překvapivě tak platí, že jak obor komunikuje s veřejností, tak veřejnost obor vnímá. Proč však archeologie potřebuje, aby byla chápána jako věc veřejná a nikoliv jako zájem elity?

Odpověď na tuto otázku je výstižně formulována v tzv. maltské úmluvě, která zavazuje smluvní strany „realizovat



Obr. 2 Mohyla „Table-des-Marchands“ na poloostrově Locmariaquer v západní Francii opatřená v rámci návštěvnického areálu informační tabulí. ■ Burial mound “Table-des-Marchands” (France) with an information board as part of the visitor’s area. ■ Der im Rahmen des Besuchergeländes mit einer Informationstafel ausgestattete Grabhügel “Table-des-Marchands” auf der Halbinsel Locmariaquer (Westfrankreich). ■

vzdělávací aktivity s cílem zvyšovat a rozvíjet uvědomění veřejného mínění o hodnotě archeologického dědictví pro pochopení minulosti a o tom, co je pro toto dědictví hrozbou“ (CoE 1992). Význam popularizace vychází také z přesvědčení, že jakákoliv restriktivní legislativa na ochranu archeologických památek nutně ztrácí funkčnost v prostředí neinformované a k historickému dědictví lhostejné společnosti (Bureš – Kašpar – Vařeka 2000, 213).

Důležitým podnětem pro informování veřejnosti by měla být skutečnost, že v našem právním řádu jsou archeologické nálezy a památky veřejným statkem. Morální povinností archeologa tudíž je informovat veřejnost odpovídajícím způsobem tj. nejen občasnými výstavami a expozicemi v muzeích. Lidé jsou dnes zvyklí, že informace za nimi přicházejí, spíše než aby sami informace vyhledávali. Z těchto uvedených důvodů nelze považovat čas strávený informováním médií a veřejnosti za ztracený, a to i v případech, že media se s archeologickou informací nevyposaż-

dají podle archeologových představ. Je třeba si uvědomit, že taková informace není určena archeologické obci, ale nejširší veřejnosti. Bývá tedy často cennější dostat do povědomí veřejnosti to, že se v regionu provádějí archeologické výzkumy, že existuje cosi jako archeologická památková péče, nebo že v jejich obci byl učiněn významný archeologický nález, než přesnou informaci o datování takového zveřejněného nálezu (Bureš 2000, 41 – 42).

V archeologické obci nepochybně panuje shoda v tom, že povinností archeologů je vysvětlit svým kolegům co dělají a proč. To znamená zejména publikovat výsledky svých výzkumů a tím tyto výsledky zpřístupnit odborné veřejnosti. Již menší shoda panuje v tom, že tyto výsledky archeologické práce je třeba prezentovat i široké veřejnosti, tak aby je byla schopna pochopit a aby tak tato veřejnost, která ve svém důsledku a ve velké míře – byť většinou zprostředkovaně – hradí náklady těchto výzkumů, měla z výsledků archeologické práce alespoň duchovní prospěch. I když tedy

bezprostředním cílem většiny výzkumů je zodpovědět specifické otázky, základním účelem archeologie musí být poskytovat obecné veřejnosti možnost lepšího porozumění lidské minulosti. Je proto zapotřebí kvalitní popularizace – expozice na lokalitách i v muzeích, knihy, televize; ne každý archeolog je však připraven věnovat popularizaci čas, a jen pár z nich je schopno tuto činnost dělat dobře (*Renfrew – Bahn 1991, 481*).

Z výše uvedeného vyplývá, že **vztah archeologie k veřejnosti** lze z obecného hlediska dělit dvěma způsoby. Vertikální členění je jednoduché a dělí se na vztah archeologie k odborné a laické neboli široké veřejnosti.

Horizontálně můžeme rozeznávat následující 4 úrovně:

- zveřejnění informace
- vzdělávání
- popularizace
- vztah ke klientovi

1. Zveřejnění informace

Odborné veřejnosti se informace předávají zejména formou jejich publikace či formou zveřejnění na odborném setkání, jakým byla třeba i břeclavská konference. Jedná se tedy o celou škálu monografií, článků v odborném tisku, ale také interních zpráv do kterých je třeba počítat i nálezové zprávy.

Klasické zveřejnění informace široké veřejnosti probíhá prostřednictvím médií. Patří sem tedy tiskové zprávy o probíhajících archeologických výzkumech, či jejich výsledcích, rozhlasové i televizní relace o aktuálních nálezech, či o aktuálních výsledcích archeologického projektu.

Širokou veřejnost lze informovat i přímo v terénu prostřednictvím

dnů otevřených dveří na archeologických výzkumech (**obr. 1**), informačními letáky, které jsou u výzkumu k dispozici, nebo informačními nástěnkami instalovanými v bezprostřední blízkosti probíhajícího výzkumu tak, aby návštěvník mohl jednak sledovat průběh archeologických prací a na stejném místě obdržel základní vysvětlení toho co sleduje. Specifickou variantou téhož jsou prohlídky na archeologickém výzkumu s průvodcem, či organizované exkurze a zájezdy s výkladem na více či méně prozkoumané a prezentovatelné lokality. Takové lokality též mohou být opatřeny za účelem informování široké veřejnosti informačními tabulemi (**obr. 2**), nezdědká uspořádanými do tzv. naučných stezek (**obr. 3**). K nim



Obr. 3 Naučná stezka propojující megalitické památky na lokalitě Kerzerho v oblasti Carnacu v západní Francii. ■ Megalithic monument at Kerzerho in France, the standing stones are connected by a thematic path. ■ Der die megalithischen Denkmäler bei Kerzerho verbindende Lehrpfad, Carnac-Gebiet, Westfrankreich. ■

mohou být vydány i informační tiskoviny, které si návštěvník může zakoupit či jinak pořídit a odnést si je domů, jakožto upomínku své návštěvy a stálý zdroj dalšího poučení.

Informace podávané veřejnosti jsou pokud možno co nejobjektivnější, interpretace jsou spíše střídme a jazyk sdělení je informativní nikoliv narativní a tón především oznamovací. Tím se pouhá informace liší od popularizace. Do způsobů informování široké veřejnosti tak náleží také klasické expozice a výstavy, ať již jsou instalovány přímo v muzeu, na archeologické lokalitě nebo v objektu postaveném na místě záchranného výzkumu, či na obecním úřadě obce v jejímž katastru archeologický výzkum proběhl, nebo jsou tyto expozice koncipovány např. jako putovní po školách.

2. Vzdělávání

Struktura **oborového vzdělávání** je zažitá a neoplyvá přílišnou rozmanitostí. Jsou to především různé stupně vzdělávání odborného dorostu (bakalářská a magisterská studia), vědecké vzdělávání (doktorská studia, aspirantury), či specifické specializační kurzy pro různé úrovně archeologických specialistů - tedy nejen pro vysokoškolsky vzdělané archeology, ale i např. pro středoškolské specialisty sloužící v archeologii (konzervátoři, terénní technici atp.).

Mimooborové vzdělávání směřující k široké veřejnosti může být sice rozmanité, ale tato rozmanitost je dána především menší zažitostí a jedná se tedy o různost danou spíše nepevností struktury. Vzdělávání se odlišuje od pouhého předávání informace tím, že předpokládá aktivní úlohu toho, kdo

informaci podává. Jedná se tedy většinou o kombinaci verbálního a vizuálního informování, které může být doplněno informací v podobě textu, přičemž verbální přenos informace je jednoznačně prioritním. Pro naše potřeby členění též považujeme za vzdělávání takové podávání informací, které je prezentováno jakožto tematicky i logicky uspořádaný soubor, který nemá jednorázový charakter a jedná se tudíž spíše o proces než o počín (**obr. 4**). Do mimooborového vzdělávání veřejnosti tak jednoznačně náleží různé přednáškové cykly, letní školy (*Bureš 1999*), tematické kurzy či programy, ať již jsou pořádány muzei, školami, vzdělávacími středisky či např. archeologickými parky.

3. Popularizace

Zatímco zveřejňování informací či vzdělávání, jakkoliv se může prolínat se sebou navzájem i s popularizací, se omezuje především na předávání objektivních informací či poznatků, popularizace musí obsahovat něco navíc, čím přitahuje co nejširší auditorium. Popularizace tedy musí přitahovat i toho, kdo se apriori nechce vzdělávat, ani nechce získávat nové informace. Musí být tedy atraktivnější než předchozí způsoby ovlivňování veřejnosti. Tou atraktivní složkou je zejména zábava.

Ve společnosti existuje jednoznačná náklonnost k archeologii, v tom smyslu, že archeologie byla od svých prvopočátků kopání mohyl a odhalování mumií součástí zábavy. Tuto zábavu je možno v současné době pojímat poněkud více vědeckým a vzdělávacím způsobem, ale stejně musí soutěžit s jinými populárními atrakcemi, pokud má archeologie nadále vzkvétat (*Ren-*



Obr. 4 Jedna z teoretických částí XII. ročníku letní mezinárodní školy archeologie, pořádaného sdružením Archaia v r. 2002. ■ One of the lectures of the XII International Summer School of Archaeology organised by Archaia. ■ Eine von theoretischen Vorlesungen des vom Archaia-Verband im Jahre 2002 veranstalteten 12. Jahrgangs der internationalen archäologischen Sommerschule. ■



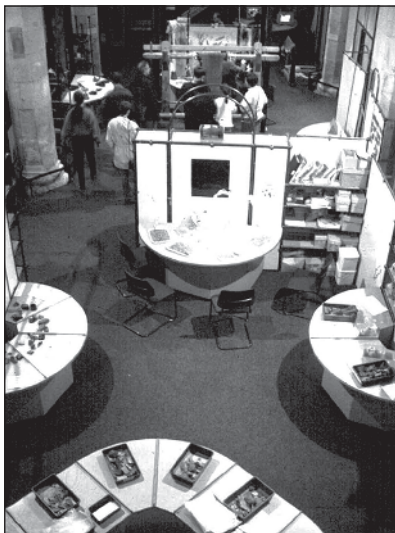
Obr. 5 Klasickou ukázkou archeologického parku je Beynac ve Francii vedený skupinou poučených entusiastů. ■ Beynac in France is a typical example of an archaeological park led by educated enthusiasts. ■ Beynac in Frankreich ist ein archäologischer Musterpark, den eine Gruppe guterzogener Enthusiasten verwaltet. ■

frew – Bahn 1991, 483). Návštěvnícky úspěšnější jsou tedy v současnosti ty muzejní expozice, které informace nejen podávají, ale i zpřístupňují co nejširšímu publiku různými, více či méně zábavnými formami. Jazyk populárních publikací je narativní, nebývá zatěžován poznámkovým a odkazovým aparátem, publikace jsou opatřeny ve velké míře grafickými přílohami, včetně barevných fotografií a odvážných rekonstrukcí. Stejně tak i jazyk verbálního sdělení je květnatější, použité teorie a hypotézy jsou odvážnější, přednes může hraničit až s hereckým vystoupením.

Kromě klasických forem popularizace, jakými jsou již zmíněné **populární texty nebo přednášky**, existuje celá řada dalších, z nichž většina je spojena právě s rekonstrukcí, experimentem či demonstrací a lze je označit pojmem **zážitkové prezentace**. Patří sem nepochybně rekonstrukce archeologických objektů přímo na lokalitách, různě pojaté archeologické parky (**obr. 5**), archeologická vzdělávací střediska, a různé jejich kombinace. Dále sem náleží též různé oddíly či tábory „experimentální“ archeologie ⁽¹⁾ a „oživlé“ památky, nejčastěji feudální sídla (hrady a tvrze), eventuálně histo-



Obr. 6 Mladí účastníci programu „Oděv a oděvní doplňky dávné minulosti“ Archeologického parku Liboc pracují v zahloubené stavbě z 1. poloviny 13. století rekonstruované podle výsledků archeologického výzkumu na horizontálním tkalcovském stavu zkonstruovaném zejména podle dochované ikonografie. Pro umocnění zážitku jsou navíc oblečeni do „dobového“ oblečení. ■ Young participants of the “Ancient clothes” program working on a horizontal loom constructed according to iconographic evidence, in a sunken building from the 1st half of the 13th century based on a find from excavations in Prague. ■ Junge Teilnehmer des Programms “Bekleidung und Kleidungsergänzungen der längst vergangenen Vorzeit” des archäologischen Park Liboc arbeiten im nach der archäologischen Forschung rekonstruierten vertieften Bau aus der ersten Hälfte des 13. Jahrhunderts am horizontalen Webstuhl, der besonders nach erhaltener Ikonographie rekonstruiert wurde. Sie sind zeitgemäss bekleidet, um das Erlebnis zu erhöhen. ■



Obr. 7 Archaeological Resource Centre zřízené v odsvěceném kostele v centru Yorku představuje sofistikovanou formu archeologického vzdělávacího střediska. ■ Visitors to the Archaeological Resource Centre in York, UK, are allowed to work on the separation of environmental samples. ■ Das in einer entweihten Kirche errichtete Archaeological Resource Center in der Mitte von York stellt eine hochkultivierte Form des archäologischen Erziehungszentrums dar. ■



Obr. 8 V rámci programu „Archeologie jako detektivka“ v Archeologickém parku Liboc je cvičný hrob s latexovou kostrou po preparaci též zdokumentován. ■ Participants of another program at the Archaeological Park Liboc in Prague called “Archaeology as a thriller” simulating the excavation of a prehistoric inhumation. ■ Teilnehmer des Programms “Archäologie als Detektivroman” simulieren die Präparierung eines vorzeitlichen Skelettgrabs im Archäologischen Park Liboc. ■

rická jádra měst. Popularizační může být přirozeně i muzejní či jiná expozice, naplňuje-li znaky popularizace, tj. že je více narativní než popisná, více interpretuje a rekonstruuje, přičemž interpretace i rekonstrukce přesahují rámec nejstřízlivějšího vědeckého pojetí.

Stálým problémem s jakým se popularizace potýká, je konflikt zájmů mezi tím, co by mělo být sděleno a tím, co chce být slyšeno, viděno resp. prožito, tedy tím co veřejnost chce a tím co by měla chtít (Pearson 1997, 229). Ji-

nak řečeno, jedná se o konflikt mezi zábavou a vzděláním. Je úkolem právě popularizace, aby tento konflikt řešila, přičemž v jejím rámci právě nejzranitelnější jsou z tohoto pohledu zážitkové prezentace. **Archeologické parky** či archeologické skanzeny, které většinou prezentují stavební rekonstrukce a činnosti s těmito rekonstrukcemi a jejich užíváním spojené (**obr. 6**) mají většinou vysoký vzdělávací potenciál, i když i zde se nacházejí případy vyložené zábavných forem. Ještě na vyšší

⁽¹⁾ V příspěvku je záměrně použito termínu „experimentální archeologie“, jako tradičního, široce používaného obecného termínu nejen pro vědecký experiment, ale také pro prezentace a demonstrace v archeologii.

vzdělávací úrovni se zhusta nacházejí **archeologická vzdělávací střediska (obr. 7)**, která populární formou přibližují samotnou archeologickou práci, využívajíce bohaté simulace odborné archeologické práce: simulace exkavace, preparace, dokumentace (**obr. 8**), laboratorního ošetření nálezů, environmentální separace, vědeckého experimentu a částečně i vyhodnocení nálezů či archeologických situací zejména pomocí počítačových interaktivních programů. Ty se však často mohou ocitnout na hranici nezájmu veřejnosti, právě proto že od návštěvníků vyžadují již vysokou motivaci k získávání nových informací. Nabízí se zde tedy kombinace archeologického parku se vzdělávacím střediskem. Takovým pokusem je i Archeologický park Liboc (*Bureš – Kašpar – Vařeka 2000, 215; Turek 1999a,b*). Na druhé straně spektra především zábavou s určitým výchovným nebo vzdělávacím aspektem jsou různé dětské **oddíly či tábory „experimentální“ archeologie (obr. 9)**, i když pozitivní přínos pro archeologii je v některých případech mimořádný (*Červinka 1999*). Spíše diskreditací historie a jejího poznání často končí případy „oživlých“ památek, zvláště je-li jejich účel jiný než poznání památky samotné (různá vinobraní, keltské slavnosti, historické průvody, atd.). Na druhou stranu odborně i pedagogicky zvládnuté oživení památky (např. kostýmní představení dětí na hradě, inscenující a rekonstruující skutečnou historickou událost) může mít i multioborový vzdělávací efekt.

Zvláště u popularizace vystupuje do popředí důležitost toho, komu je archeologie prezentována, tedy charakteristika auditoria. Obecnější členění dělí auditorium na tu část, která má skuteč-

ný zájem dozvědět se něco o minulosti, na druhou a větší část, která tento zájem nemá, a třetí, která je tvořena dětmi, jejichž zájem ještě není ustálený (*Pearce 1997, 236*). Ve členění auditoria je však možno postupovat do ještě většího detailu a dělit jej na dospělé a děti, se vzděláním a bez vzdělání, domácí a zahraniční. Není ovšem důležité jen to komu se prezentuje, ale i to co se konkrétně prezentuje a rovněž kdo prezentaci realizuje. Všechna uvedená hlediska se v různých mírách uplatňují i v ostatních způsobech prezentace archeologie. Je rozdíl realizuje-li výstavu archeolog nebo pedagog. Jestliže expozici připravuje archeolog, bude se snažit aby byla co nejpřesnější a nabídne různá řešení problému. Bude-li expozici realizovat pedagog, bude se snažit aby předkládaný příběh byl co možná nejpochopitelnější a pro diváka nejstravitelnější. Vzniká zde riziko rozdílu mezi tím, co o archeologii přesně víme a tím, co předkládáme jako vzdělávací příběh. Toto riziko nemá jednoduché východisko a proto je třeba sledovat účel. Účelem popularizace není sdělit absolutní pravdu o archeologii, ale předat cílové skupině co nejvíce informací. V popularizaci se hledisko cílové skupiny musí vážit více, neboť účelem popularizace je zaujmout co nejširší segment společnosti. V ostatních případech je to spíše otázka marketingu.

4. Vztah ke klientům

Většina firem obchodního světa má více či méně podrobně rozpracovaný svůj vztah ke svým zákazníkům stávajícím i potenciálním. Potenciálním zákazníkem může být téměř každý. Tvorba „image“ firmy směrem k veřejnosti, potenciálním zákazníkům, se

často skrývá pod dalším anglickým termínem „public relations“, či zkráceně „PR“. Oddělení pro styk s veřejností mají i úřady a veřejné instituce, svůj vztah k veřejnosti si v některých případech budují i organizace, které se zabývají archeologií. Zatímco v komerčním světě je cílovou skupinou zákazník, v neziskovém sektoru, do kterého náleží z větší části i archeologie, je příjemce služeb či produktů nejčastěji nazýván „klientem“ (*Plamínek-Svatoš-Hledíková-Babouček-Jandáková-Zetěk 1996, 155*). Archeologie má dvě skupiny klientů. Tou první je celá společnost (chránit i zkoumat archeologické památky je jasně deklarovaným celospolečenským zájmem) a její aktivní segmenty (zájemci o historii, návštěvníci muzeí, odborníci, atd.). Druhou skupinou jsou stavebníci, při jejichž stavebních záměrech se realizují

záchranné archeologické výzkumy a kteří tyto archeologické operace hradí. Jakkoliv i oni jsou součástí veřejnosti, objem finančních prostředků, který z jejich soukromých zdrojů nikoliv bezdůvodně plyne do archeologie, je řádově mnohokrát vyšší než prostředky, které na archeologii prostřednictvím daní dává běžný daňový poplatník. Reflexy vztahu archeologie k první skupině klientů se zabývají všechny předchozí kapitoly tohoto příspěvku. Archeologové by však měli věnovat pozornost i specifickým vztahům k druhé skupině klientů, i když se tím ocitají daleko více než v předchozím případě na pomezí komerčního světa.

Na závěr jen velmi stručně: jestliže platí, že veřejnost potřebuje archeologii pro pochopení minulosti, pak archeologové potřebují takovou veřejnost, která pochopit minulost chce.



Obr. 9 Letní tábory s názvem „Sedm dní ve středověku“ pořádané sdružením Archaia v Experimentálním středisku Villa Nova v Uhřínově pod Deštnou jako vyvrcholení celoročních vzdělávacích kurzů Archeologického parku Liboc, snad původně neměly být, ale nakonec byly především prázdninovou zábavou. ■ The original aim of the summer camp called “Seven days in dark ages” was perhaps different, but at the end it was mostly holiday entertainment. ■ Die vom Archaia-Verband im Experimentälzentrum Villa Nova bei Uhřínov veranstalteten Sommerlager sind der Höhepunkt der ganzjährigen Erziehungskursen. ■

Literatura

Bureš, M 1999: Letní mezinárodní škola archeologie, Archeologické rozhledy 51, s. 883 – 884.

Bureš, M. 2000: Nástin problematiky managementu v současné archeologii, Archaeologia Iuvenis VI/1, s. 32 – 42.

Bureš, M. – Kašpar, V. – Vařeka, P. 2000: Archäia – nestátní archeologický ústav: Metody a přístupy, in: Badania archeologiczne na Górnym Śląsku i ziemiach pogranicznych w 1996 roku, Katowice, s. 204 – 220.

CoE 1992: European Convention on the Protection of the Archeological Heritage, European Treaties No. 143, Article 9/1, Council of Europe, Strasbourg.

Červinka, J. 1999: 20 let oddílu experimentální archeologie Mamuti, Archeologické rozhledy 51, s. 568 – 572.

Pearce, S. 1997: Museum Archaeology, in: Hunter, J. – Ralston, I. (eds): Archaeological Resource Management, Bridgend, s. 232 – 243.

Pearson, M. P. 1997: Visitors Welcome, in: Hunter, J. – Ralston, I. (eds): Archaeological Resource Management, Bridgend, s. 225 – 232.

Plamínek, J. – Svatoš, V. – Hledíková, J. – Babouček, P. – Jandáková, P. – Zetěk, J. 1996: Řízení neziskových organizací, Praha.

Renfrew, C. – Bahn, P. 1991: Archaeology: Theories, Methods and Practice, Thames and Hudson.

Turek, J. 1999a: Den středověké textilní výroby v archeologickém parku v Liboci, Archeologické rozhledy 51, s. 190 – 191.

Turek, J. 1999b: Archeologický park v Liboci v roce 1999, Archeologické rozhledy 51, s. 892 – 893.

Summary

Archaeological Heritage and the Public

Currently archaeology is no more an interest of archaeologist only and therefore has to interact with the wider public. Archaeology is financed from public sources, it needs to protect and efficiently preserve endangered archaeological monuments. None of this can happen without an informed public which is not indifferent to the archaeological heritage, understands the threats to it and the reasons why we have to protect it. This contribution divides the relationship between archaeology and public vertically into the relationship between archaeology and professionals and archaeology and non-professionals. Horizontally there are four main levels identified: publication, education, popularisation and relationship to the client. Each of the categories has its own target groups, specific means of communication and ways to achieve its aims. The categorisations mentioned above should lead towards a greater clarification of archaeological terminology and at the same time to more effective ways of influencing the general public.

Archäologisches Erbe und die Öffentlichkeit

Die gegenwärtige Archäologie ist mehr als Fachinteresse der Archäologen und deswegen ist es für diese Wissenschaft nötig, auf die breite Öffentlichkeit zu wirken. Archäologie braucht aus öffentlichen Quellen zu schöpfen, sie braucht die bedrohten archäologischen Denkmäler zu schützen und effektiv retten. Dafür ist die gut informierte Öffentlichkeit notwendig, für welche die archäologische Erbschaft wichtig ist und die fähig wäre zu begreifen, was dieses Erbe bedroht und warum ist es nötig, dieses Kulturerbe vor allen Bedrohungen zu schützen. Der Beitrag gliedert die Beziehung zwischen Archäologie und Öffentlichkeit vertikal auf die Beziehung der Archäologie zum Fach- und zum Laienpublikum. Horizontal unterscheidet der Autor 4 Ebenen: Veröffentlichung einer Information, Erziehung, Popularisierung und Beziehung zu einem Kunden. Jede von diesen Kategorien hat ihre eigene Zielgruppe, ihre spezifischen Kommunikationsmittel mit Empfängern und eigene Methoden, die zum Erreichen der bevorzogenen Zielen dienen. Das Streben, die erwähnten Kategorien zu definieren, sollte nicht nur zur Lösung jeder terminologischen Ungewissheiten inmitten des Faches, sondern auch zu einer mehr effektiven Wirkung auf konkrete Segmente der Öffentlichkeit beitragen.