

Literatur-Rundschau

Christian Schicha/Carsten Brosda (Hg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, 580 Seiten, 49,95 Euro.

Schon der Blick in die 48 Titel umfassende kommentierte Auswahlbibliografie am Ende des Bandes verdeutlicht den hohen Stellenwert, den das Thema in den akademischen und berufsbezogenen Diskursen in den vergangenen 25 Jahren gewonnen hat. Medienethik nimmt im Kontext der global vernetzten Informationsgesellschaften unter den Systemethiken mittlerweile wohl neben Umweltethik den herausragenden Rang ein. Dafür spricht auch die Adelung der Informationsfreiheit zum elementaren Menschenrecht durch die Vereinten Nationen.

Der von Carsten Brosda und Christian Schicha herausgegebene Band versucht dieser Bedeutung des medialen Handelns durch die Beiträge von 37 renommierten Autorinnen und Autoren in umfassender Weise gerecht zu werden. Ihr Anliegen ist der Umriss und die Ausformung von Medienethik als angewandter Bereichsethik und Ausdruck angewandter Moralphilosophie. Das Projekt kann in summa als gelungen bezeichnet werden, auch wenn wir es nicht mit einem Handbuch, sondern einer klassischen Anthologie zu tun haben.

Das betrifft sowohl die Systematik des Bandes als auch die einzelnen, überwiegend sehr komplexen und anspruchsvollen Abhandlungen, die eine für Handbücher gewünschte schnelle Orientierung etwas erschweren.

Brosda und Schicha gliedern das Werk in sechs Hauptabschnitte. „Begründungen der Medienethik“ stellt zentrale philosophische und erkenntnistheoretische Zugänge und Perspektiven vor. Dies fällt äußerst positiv im Vergleich zu anderer medienethischer Literatur auf, geschieht doch hier die Begründung einer Systemethik auf dem Fundament philosophischer und epistemologischer Weltzugänge. Ethik erhält dadurch den grundlegenden Stellenwert, der ihr als praktische Philosophie seit Aristoteles zukommt, was vor Simplifizierungen schützt, die mit dem instrumentellen Denken in Wissenschaft und Praxis so leicht einhergehen.

Die Zusammenstellung der ethischen Grundpositionen fällt in diesem umfangreichen Abschnitt breit aus und erstreckt sich von individualethischen Ansätzen über konstruktivistische, systemtheoretische, diskursethische und theologische Perspektiven bis hin zu Cultural Studies und empirischen Zugängen. Die profunden Beiträge sind von hoher theoretischer Tiefenschärfe und schlagen einen gelungenen Bogen

zwischen erkenntnistheoretischer Positionierung und moralphilosophischer Reflexion. Der Reigen hätte seine Abrundung erfahren, wenn die Herausgeber etwa auch die für journalistisches Handeln so aussagekräftigen Ansätze der existentialistischen Ethik und der Verantwortungsethik (nach Hans Jonas) mit ins Blickfeld genommen hätten.

„Institutionen der Medienethik“ wendet sich den systemischen Komponenten des Mediensystems von der Redaktion über die Medienunternehmung bis zum Publikum zu und rückt auch die Formen der Selbstkontrolle in Deutschland mit in den Fokus. Der in dem Beitrag über „Zivilgesellschaft und Stiftung Medientest“ (Friedrich Krotz) vorgenommene Vorstoß, Medien und Zivilgesellschaft stärker aneinander zu binden und das Mediensystem nicht nur Staat und Wirtschaft zu überlassen, verdient Beachtung. Die Konkretisierung der Konzepte einer deliberativen und partizipativen Öffentlichkeit in dem Modell einer Stiftung Medientest mag in dieser Hinsicht wegweisend sein.

„Anwendungsfelder der Medienethik“ umgreift neben dem Journalismus auch PR, Werbung und Bildethik, „Spannungsfelder“ thematisiert die Beziehungsebenen zwischen Ethik und Profit, Ethik und Qualität sowie Ethik und Recht. Es bleibt die Frage, warum das Spannungsfeld „Ethik und Politik“ keine eigenständige Berücksichtigung gefunden hat, auch wenn es gleichsam als Hintergrundstrahlung in mehreren Beiträgen der Anthologie Präsenz zeigt.

Die „Beispiele medienethischer Grenzbereiche“ greifen gängige Ebenen der Auseinandersetzung um mediale Darstellungsformen und In-

halte auf. Es gelingt in diesem bunten Themenblock der Sprung in medienethisch reflektierte Genre- und Produktanalysen, was die Lektüre, trotz der Problematik einzelner Aspekte, fast schon unterhaltsam macht und vergessen lässt, dass eine Systematik hier nicht unbedingt erkennbar ist.

Länderprofile medienethischer Debatten und Mechanismen runden den Sammelband im Abschnitt „Länderperspektiven der Medienethik“ ab. Die hier für einzelne Länder und Regionen Europas und die Vereinigten Staaten von Amerika vorgestellten medien-systemischen Eigenheiten bieten einen kompakten, gleichwohl differenzierten, anspruchsvollen und hinreichenden Überblick. Für vertieftes Arbeiten äußerst hilfreich sind die jeweils ausführlichen und aktuell gehaltenen Bibliografien – was übrigens für den gesamten Sammelband gilt.

Wer sich mit Medienethik in Forschung und Lehre beschäftigt, sei es als Dozent oder Student, oder wer sich auch nur einen Überblick über dieses spannende und spannungsgeladene Feld verschaffen möchte, dem sei das von Carsten Brosda und Christian Schicha herausgegebene „Handbuch Medienethik“ mit Nachdruck empfohlen. Es repräsentiert einen anspruchsvollen Weg zwischen wissenschaftlicher Fundierung und praktischer Orientierung. Jeder Beitrag kann für sich gelesen und verstanden werden, bietet hinreichende Orientierung und begriffliche Schärfe. Die dafür notwendige und den Band durchziehende Redundanz, was medienethische Grundverständnisse und Schlüsselbegriffe betrifft, ist somit gewünscht.

Claus Eurich, Dortmund

Hannelore Bublitz: Im Beichtstuhl der Medien. Die Produktion des Selbst im öffentlichen Bekenntnis. Bielefeld: Transcript Verlag 2010, 236 Seiten, 25,80 Euro.

Der Titel lässt auf den ersten Blick eine Neuauflage der bekannten Gedankengänge vermuten, wonach massenmediale Praktiken quasi religiöse Funktionen übernommen haben, die säkulare Beichte defizitären Charakter trägt und dabei exhibitionistische wie voyeuristische Triebe befriedigt. Die Paderborner Soziologin Hannelore Bublitz knüpft hieran an, kommt jedoch zu anderen Schlussfolgerungen. Anders als prominente Medienkritiker wie Richard Sennett („Die Tyrannei der Intimität“) oder Umberto Eco („Der Verlust der Privatsphäre“) nähert sie sich dem Phänomen öffentlicher Bekenntnisse in den Massenmedien zunächst einmal aus einer analytischen Perspektive, ohne vorschnell zu (ver-)urteilen. So geht sie davon aus, dass sich das menschliche Subjekt in Talkshows, Internetforen und anderen Formen massenmedialer Selbstinszenierungen selbst auf die Spur kommt und der Mensch seine Identität dadurch in einem lebenslangen Prozess bildet. Die öffentliche Selbstoffenbarung werde zum „Ort der Selbsterzeugung“ in einem dynamischen „Profil“, das zu schaffen ist und zugleich per Mausklick wieder gelöscht werden kann.

Im teils metaphorischen Sinn bezieht Bublitz den Begriff des Beichtstuhls „auf das Spiel von Verhüllung und Enthüllung“, wobei an die Stelle des Beichtvaters und seiner Macht die kontrollierende, massenmediale Öffentlichkeit getreten sei. Die Entgrenzung von Privatsphäre und Öffentlichkeit reflektiert die

Autorin jedoch nicht primär unter dem Aspekt der Gefährdung persönlicher Freiheiten und der Offenbarung intimer Gefühlsregungen; sie bildet vielmehr den Hintergrund für die konstatierte „Produktivität der öffentlichen Manifestation des Subjekts“.

In der längeren Einleitung und den theoriegeleiteten Kapiteln I bis IV entfaltet die Autorin ihre Kernthese argumentativ, wenngleich gelegentlich etwas redundant, und problematisiert fragwürdig gewordene Gegenüberstellungen – zum Beispiel jener durch Habermas idealisierten („bürgerlichen“) Öffentlichkeit zur Privatheit – wie vermeintlich eindeutige Begriffe. So entzieht sie das „exhibitionistische“ wie das „voyeuristische“ Begehren der sexuellen Konnotation und stellt ihm neutral die Strategie gegenüber, „sich mit dem Begehren nach Präsenz und dem auf andere geworfenen Blick seiner sozialen Existenz zu vergewissern“ (S. 10). Auch der Gedanke einer subjektlosen, panoptischen Blickmacht der Massenmedien verliert für Bublitz seine Bedrohlichkeit im Sinne eines Wächter-Gefangenen-Modells. Sehen und Gesehenwerden erscheinen vielmehr als „ineinander verschränkte Perspektiven einer Praxis der Selbstprüfung und -entäußerung, die in der extensiven Aus- und Beleuchtung des Subjekts zugleich den Anderen [...] im Blick hat und damit die Bereitschaft impliziert, sich von denen kontrollieren zu lassen, die man selbst kontrollieren will“ (S. 27).

Kapitel V verortet den skizzierten Gedankengang empirisch anhand des analysierten Materials mehrerer Folgen der populären WDR-Talkshow „Domian“. Den kathartischen Gewinn für jene Menschen,

die sich dieser Art von Selbstinszenierung unterziehen, sieht die Autorin in der möglichen „psychischen Hygiene eines Subjekts, das der Bestätigung und Vergewisserung seines Selbst im anonymen medialen Kanal bedarf“ (S. 33). Anders als es Kulturkritiker oftmals monieren, führten diese Selbstinszenierungen im Übrigen keineswegs zu einem Werteverfall, vielmehr pochten der Moderator und sein Publikum „auf unhinterfragte Normierung und die Einhaltung von Normen und Werten“ (S. 122).

Bei aller nüchternen Deskription bezieht die Autorin an einigen Stellen dann doch eine – gelegentlich vermisste – kritische Position. Etwa dann, wenn sie die Überforderung durch die Devise „alles ist möglich“ kritisiert und die „daraus entstehende Unsicherheit der Identität und die Unfähigkeit, aus den zahllosen Optionen auszuwählen“ (S. 123) beim Namen nennt. Freilich verschwimmt im Buch an manchen Stellen das grundlegendere Thema der Selbstinszenierung im Internet mit der speziellen Wahrnehmung des Phänomens der Talkshow. Auch kommt es an einigen Stellen – trotz erklärter Absage an kulturkritische Allianzen – zu übertreibenden Dramatisierungen. Etwa dann, wenn behauptet wird, unter den individualisierten Bedingungen moderner Gesellschaften sei die Selbstvergewisserung „kaum mehr über familiäre und freundschaftliche Nahbeziehungen zu haben, weil sie entweder fehlen, selbst gestört sind oder aber mit individuellen Problemen nicht belastet werden können“ (S. 134). Hier wären empirische Bezüge zur medialen und familiären Sozialisation hilfreich gewesen.

In theologischer Perspektive birgt die soziologische Analyse

produktive Anfragen. So lässt sich das anhand der Sendung „Domian“ analysierte Beispiel für „eine gelungene Selbstsorge“ als Anfrage an die kirchliche Seelsorge-Praxis und deren Reflexion in der Poimenik einordnen. Aufschlussreich ist die Beobachtung, Domian agiere quasi als Beichtvater, der dem Gegenüber dessen Schuld verzeihe und ihm die Absolution erteile. Ohne vorschnell einem Kontrastierungsmodell verfallen zu wollen, kommt ein Theologe zudem nicht darum herum, das „Programm einer permanenten Selbstprüfung und Selbstüberbietung“, bei dem das im Werden begriffene Subjekt „permanent an sich und an seinem Eindruck auf andere arbeitet“ (S. 24), mit der Botschaft von der Rechtfertigung der menschlichen Existenz auch ohne (massenmediale) Leistung zu konfrontieren. Damit steht das von der Autorin konstatierte Modell einer permanenten Selbsterschaffung des Menschen im Internetzeitalter in deutlicher Spannung zur Schöpfungstheologie.

Die Überlegungen von Hannelore Bublitz mögen zunächst einmal weniger populär sein, als es bei den erklärten Medien- und Kulturkritikern der Fall ist. Leichter ist es sicherlich, zum Beispiel mit Ulrich Greiner von der „Zeit“ in die Klage einzustimmen über die „krampfhaften Zuckungen einer Gesellschaft, die sich (in den Medien) planvoll entblößt“ (S. 7). Dass differenziertere Betrachtungen wie jene des vorliegenden Buches in der Medienöffentlichkeit weniger Gehör finden, ist zu bedauern, lässt sich jedoch auch mit dem streng soziologischen Stil erklären, welcher der Lektüre einiges abverlangt.

Daniel Meier, Erlangen

Christian Wessely/Alexander D. Ornela (Hg.): Religion und Mediengesellschaft. Beiträge zu einem Paradoxon. Innsbruck, Wien: Tyrolia-Verlag 2010 (= Theologie im kulturellen Dialog, Band 20), 320 Seiten, 27,00 Euro.

Im vorliegenden Sammelband haben sich 23 Autorinnen und Autoren (17 davon Theologen oder Religionspädagogen) der Thematik „Religion und Medien“ angenähert. Das Sammelwerk resultiert aus der im Wintersemester 2008/09 an der Universität Graz veranstalteten Vorlesungsreihe „Religion in der Mediengesellschaft“, erweitert durch zusätzliche Beiträge.

Das erste Problem bei der Lektüre des Bandes ist der Titel: Die Herausgeber definieren im Vorwort ihren Medienbegriff so weit, dass selbst der Mensch ein Medium ist. Demnach wäre dann jede aktuelle und vergangene Gesellschaft eine „Mediengesellschaft“. Dazu passt, dass zum Beispiel der Beitrag des Neutestamentlers Christoph Heil über Mündlichkeit und Schriftlichkeit bei Homer und in der Spruchquelle Q ein historisches Thema behandelt. Allerdings ist der Begriff „Mediengesellschaft“ dann obsolet, weil damit keine bestimmte Gesellschaft mehr bezeichnet wird. Außerdem wird für den Leser nicht deutlich, worin das im Untertitel angesprochene Paradoxon genau besteht. Wenn – wie in Bernhard Körners Beitrag „Wird Gott in den Medien zum Götzen“ – die göttliche Offenbarung als ein mediales Ereignis bezeichnet wird, bedeutet das ja, dass Religion und Medien eben kein Widerspruch sind.

Das Konzeptproblem des Bandes setzt sich in der Strukturierung fort. Das Religiöse ist laut Vorwort kein Nischenproblem in der medialen Kommunikation. „Was drückt diese Präsenz des Religiösen also über

unsere Gesellschaft, ihre Werte, Ziele, Hoffnungen und Vorstellungen vom guten Leben aus?“ (S. 7) Dies ist laut den Herausgebern die zentrale Fragestellung des Bandes, der die Autoren nachgehen (was nicht für jeden Text stimmt). Zwar ist den Herausgebern Recht zu geben, dass angesichts des weiten thematischen Felds die Antworten bruchstückhaft bleiben müssen. Dies erklärt aber nicht, warum die insgesamt 20 Beiträge ohne weitere Untergliederung einfach aneinander gereiht werden. Angesichts der angesprochenen Schwierigkeit, das ganze Themenfeld abzudecken, verwundern inhaltliche Überschneidungen: Gleich zwei Beiträge beschäftigen sich mit volkstümlicher Musik. Vier Beiträge untersuchen Kinofilme, wobei in zwei davon die „Star Wars“-Doppeltrilogie (mit-)thematisiert wird.

Einzelbesprechungen der Beiträge sind an dieser Stelle nicht möglich. Daher kommen hier nur ausgewählte Aspekte zur Sprache. Die Mehrheit der Texte des Bandes beschäftigen sich mit spezifischen Fragestellungen: von der medialen „Verwertung“ der Mormonen bis zu einer Gegenüberstellung von Platons Höhlengleichnis mit den Filmen der „Matrix“-Filmtrilogie; von der problematischen Engführung der Scharia als „islamisches Strafrecht“ in der Medienberichterstattung bis zu einem protokollierten Gespräch über die Verbindung von Theater, Religion und Dramaturgie.

Veronika Feiner verbindet zum Beispiel in ihrem in mancher Hinsicht herausragenden Text praktische und theologische Fragen nach der Teilnahme an Gottesdiensten, die im Internet übertragen werden, mit einer Untersuchung der Nutzung von solchen „Internetgottesdiensten“ der Pfarre Hartberg (Diözese Graz-

Seckau). Theresia Heimerl kündigt im Titel ihres Beitrags zwar allgemein „Religiöse Themen und Motive im populären Film“ an, beschränkt sich dann aber weitgehend auf die Analyse von Fantasy-Filmen („Harry Potter“, „Star Wars“, „Herr der Ringe“). Florian Reinthaler stellt in seinem Aufsatz die in ihrer Verallgemeinerung wohl kaum haltbare These auf, dass es Nutzern von „Social-Software“-Anwendungen (Facebook etc.) um eine „Vergötzung“ ihrer Selbst als erhofftes Ende einer Sinnlosigkeit geht. Sein sehr spekulativer Text, der aus einer Zusammenstellung allgemeiner Internetnutzungsdaten und sozialphilosophischer sowie theologischer Überlegungen besteht, bleibt aber einen empirischen Nachweis schuldig – er wäre wohl auch sehr schwer zu erbringen.

Insgesamt ist der Bogen des Bandes so weit gespannt, dass in ihm alles Mögliche bis hin zu aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht „exotischen“ Themen Platz finden konnte. Diese ausgefallenen Beiträge erscheinen zwar interessant: Da ist Herbert Hrachovec' analytische Gegenüberstellung von Heiligen, „Übermenschen“ und Avataren oder Anneliese Felbers Text über das vieldeutige Satorquadrat. Und Eckhard Nordhofen versucht die Geschichte des Monotheismus als Geschichte von Medienwechseln zu skizzieren: zum Beispiel vom Kultbild zur Schrift (Bildersturm) oder „vom Gottesmedium der Schrift zum Gottesmedium Fleisch oder Mensch“ (S. 201). Gemeint ist die Menschwerdung Gottes in Jesus Christus. Doch wie passen diese Texte in ein Buch, das gesellschaftlichen Fragen nachgehen will? Damit wird zumindest für den Rezensenten die grundlegende thematische Vieldeutigkeit des Buchkonzepts sichtbar.

Die Herausgeber heben zwar hervor, dass sich unter den Autorinnen und Autoren neben Theologen auch Vertreter anderer Disziplinen befinden, z. B. Philosophen, Techniker, eine Musikwissenschaftlerin, eine Dramaturgin. Kommunikationswissenschaftler, Filmwissenschaftler oder andere mit Medien befassete Fachleute fehlen jedoch. Das Buch bleibt von den Theologen dominiert. Zuletzt: Das Endlektorat des Buches hätte aufmerksamer durchgeführt werden können. Besonders auffällig: Gleich der Autor des ersten Beitrags im Band (Matthias Müller) fehlt im Autorenverzeichnis.

Heinz Niederleitner, Traun/Linz

Siegfried Krückeberg: Die Hörfunkarbeit evangelischer Kirchen in Europa zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Erlangen: Christliche Publizistik Verlag 2008 (= Studien zur Christlichen Publizistik, Band XVI), 368 Seiten, 24,00 Euro.

Am Frühstückstisch wird die Tageszeitung durchgeblättert, auf dem Weg ins Büro oder bei der Hausarbeit Radio gehört, zwischendurch wird ein wenig im Internet gesurft und abends der Fernseher eingeschaltet für die Nachrichten: Die Medien sind über den ganzen Tag hinweg präsent. Umso wichtiger ist es, dass auch die Kirchen ihren Platz in dieser Medienwelt finden und ihre Botschaften nach journalistischen Maßstäben aufbereiten und nutzergerecht transportieren. Wie die evangelischen Radioprogramme in Europa dieser Aufgabe nachkommen, welche Zielgruppen sie erreichen und welchen Beitrag sie für den europäischen Integrationsprozess leisten, das untersucht die vorliegende Habilitationsschrift von Siegfried Krückeberg.

Herzstück dieser Arbeit ist die vom Autor durchgeführte Befragung von mehr als 100 Kirchen und kirchlichen Gemeinschaften in Europa zu ihren Aktivitäten im Hörfunk. Untersucht wurden zum Beispiel Produktionsbedingungen und Wege der Finanzierung, Sendeformen und -zeiten, Inhalte sowie Zielgruppen. Der Verfasser stellt z. B. fest, dass nur sehr wenige kirchliche Hörfunkredaktionen auch die Hörerschaft unter 14 Jahren berücksichtigen. Lediglich in Island bemüht sich die Kirche, mehr Sendungen für Kinder anzubieten. Die Auswertung der Befragung ist im Vergleich zu den anderen Kapiteln leider etwas kurz gehalten.

Aufschlussreich sind die anschließenden Vorschläge Krückebergs, um die inhaltliche Gestaltung von kirchlichen Sendeelementen zu verändern, damit Kirche eben nicht aus dem Programm fällt, sondern sich dem Formatradio und seinen Zielgruppen anpasst und sich so letztendlich besser positionieren kann. Er zeigt in diesem Zusammenhang die Möglichkeit auf, „dass evangelische Sendungen ein gewisses Gegengewicht innerhalb der religiösen Kultur eines Landes anbieten, indem sie in Ländern mit einem kirchenferneren Publikum religiöses Wissen weitergeben [...] und in Ländern mit einer bestimmten dominierenden Kultur für eine stärkere Beachtung und den Respekt für religiöse Minderheiten werben, um so auch im Hörfunk zum Vorbild für ein pluralistisches Miteinander in Europa zu werden wie es dem Selbstverständnis der meisten evangelischen Kirchen in Europa entspricht“ (S. 230).

Der Verfasser schlägt für Kooperationsmöglichkeiten in der evangelischen Hörfunkarbeit Europas vor, eine Arbeitsgemeinschaft kirchlicher Redaktionen aus verschiedenen Län-

dern zu gründen, Förderpreise für osteuropäische Journalisten auszusprechen oder mehr mit den orthodoxen Kirchen zusammenzuarbeiten.

Sehr ausführlich und profund ist der theoretische Teil dieser Arbeit. Zu Beginn setzt sich der Autor mit dem Begriff „Europa“ auseinander und stellt dar, welchen Stellenwert die unterschiedlichen Kirchen insbesondere die evangelischen Kirchen in diesem geographischen, politischen und wirtschaftlichen Gebilde einnehmen. Ihre Position ist u. a. „die Weitergabe der Botschaft des Evangeliums, also der Grundlage für das christliche Handeln“ (S. 47).

Er plädiert dafür, das Besondere der Verkündigung in den Medien mehr herauszuarbeiten und stimmt mit Erwin Koller und Roland Rosenstock überein, auf den Begriff „Verkündigung“ im Bereich der Radioarbeit ganz zu verzichten. „Weil hier kein gemeinsamer Horizont des Glaubens vorausgesetzt werden könne, so Koller, solle man in den Sendungen lieber über Christen und ihren Glauben berichten oder Menschen zu Wort kommen lassen, die selbst von ihren Überzeugungen erzählen“ (S. 270).

Den europäischen Integrationsprozess zu fördern und voranzutreiben, schreiben sich die evangelischen Kirchen neben der Evangelisierung als wichtige Aufgabe zu. „Um jedoch effektive Netzwerke zu bilden, sind die Kommunikationsstrukturen der evangelischen Kirchen in Europa noch erheblich zu verbessern“ (S. 61). Doch immerhin hätten sie das Potential dazu: Laut der Erhebung von Krückeberg sind die evangelischen Kirchen in 24 Ländern Europas im Hörfunk aktiv – bei öffentlichen und privaten Sendern oder durch

die Gründung eigener kirchlicher Sender.

Um die unterschiedlichen Konzepte der evangelischen Hörfunkarbeit in 24 Ländern Europas verständlich zu machen, widmet der Verfasser ein Kapitel der Geschichte des Hörfunks. Am 25. November 1923 ging bei der Berliner Radiostunde zum ersten Mal der Pfarrer der Berliner Melancthon Kirche auf Sendung. Seitdem ist viel passiert. Sehr detailliert schildert er für die einzelnen Länder die technischen Fortschritte, den Weg zur öffentlichen und staatlichen Nutzung des Radios, die Entwicklung der dualen Systeme, den Trend zur Formatierung von Radioprogrammen sowie unterschiedliche Modelle der Finanzierung. Die stärksten Aktivitäten im privaten Hörfunk zeigen die Kirchen in Nordeuropa, der Schweiz und Deutschland.

Sein Fazit: „Vergleicht man die [...] beschriebenen Radiolandschaften der einzelnen Länder mit den Aktivitäten der evangelischen Kirchen im Hörfunk, so fällt auf, dass viele Kirchen ihre Möglichkeiten nur im öffentlichen Bereich weitgehend ausschöpfen“ (S.191).

Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Hörfunkaktivitäten der evangelischen Kirchen Europas sind in dieser Studie erstmals umfassend und systematisch dargestellt, analysiert und reflektiert worden.

Nicole Stroth, Freiburg

Leif Kramp/Stephan Weichert: Die Meinungsmacher. Über die Verwahrlosung des Hauptstadtjournalismus. Hamburg: Hoffmann und Campe 2010, 304 Seiten, 20,00 Euro.

Sie werden „Horde“ oder „Meute“, Wegelagerer, Schmeißfliegen, Leitwölfe, Alphetiere, zur Abwechslung

auch Rädelsführer, Dracula-Journalisten oder blutsaugende Hohepriester genannt. Die Rede ist von den Hauptstadtjournalisten der Berliner Republik. Sie sind die Hauptdarsteller in dem Buch der Hamburger Medienkritiker Leif Kramp und Stephan Weichert.

Die Darstellung schwankt zwischen einem nostalgischen Blick auf Bonn, wo die Lektüre des Provinzblatts Bonner „Generalanzeiger“ und der Besuch der Bundespressekonferenz noch Pflicht waren und dem Staunen des Berlin-Touristen über „Prominentenpartys und Galadinner in Berlin Mitte“, wo die Alphetierchen des Hauptstadtjournalismus „mit Politikern, Wirtschaftsbossen, Spin Doctors und Lobbyisten an weiß gedeckten Tischen Austern schlürfen und teure Bordeaux-Jahrgänge verkosten“. Das ist Medienkritik mit der platten Nase und nicht die Analyse, die der Hauptstadtjournalismus verdient.

Beim sehnsuchtsvollen Rückblick auf das Bonner Ambiente wird gern übersehen, dass Adenauer einen kleinen Kreis auserlesener Journalisten beim Tee auf seine Linie einschwor; aber es war auch die Zeit, in der politisch missliebige Kollegen angeschwärzt und Wohlverhalten mit Zahlungen aus dem Reptilienfonds des Bundespresseamtes vergolten wurde. Angesichts solcher Zustände kann der Bürger sich glücklich schätzen über einen Hauptstadtjournalismus, der sich nicht gefällig in Parteizirkeln sortiert, sondern der unter Hinnahme gelegentlichen Austernschlürfens mit jedem redet, aus dem sich etwas herauspressen lässt, ein Journalismus, der unberechenbar und meinungsstark ist.

Dass in den Verlagen angesichts sinkender Leserzahlen und abstürzender Anzeigenerlöse die

schwäbische Hausfrau regiert, dass Redaktionsetats gekürzt und Redakteurstellen nicht wieder besetzt werden, trifft alle Ressorts, nicht nur die Hauptstadtbüros. Dies zu beklagen ist angemessen, aber es setzt keinen neuen Akzent in der kritischen Analyse der Parlaments- und Regierungsberichterstattung. Auch das Beschwören von „Meinungskartellen“, eines generellen Mangels an Durchblick und der Verweis auf Medienkampagnen, die zwischen den Verlagshäusern verabredet werden, ist nicht mehr als eine Reprise der medienkritischen Debatten seit 1968.

Ominöse Meinungskartelle, so Kramp und Weichert, führten zu einer „Beweiräucherung des Status quo“; „politische Richtungsdebatten“ kämen nicht auf, „gesellschaftliche Aufklärung“ bliebe auf der Strecke. Falsch: Die Heftigkeit, mit der die Medien die Bundesregierung angesichts der Schulden- und der Euro-Krise zu einer Neubestimmung ihrer politischen Leitlinien drängten und in der sie über Rettungsschirme für die Banken und für Griechenland stritten, führt die These vom „Meinungskartell“ ad absurdum. Die Zeitungen befetzten sich untereinander.

Für die immer wieder aufgewärmte Legende von verabredeten Kampagnen zwischen den Medienhäusern weiß das Autorenduo auch nur die Allianz zwischen FAZ, Springer-Verlag und „Spiegel“ gegen die Rechtschreibreform anzuführen – und die ist, so gestehen Kramp und Weichert, „grandios gescheitert“. Nun ist das Scheitern einer Kampagne, die überdies null Komma null mit dem Hauptstadtjournalismus zu tun hat, nicht gerade ein Beleg für eine erfolgreiche Kampagnenpolitik der Berliner Journaille.

Die real existierende Wirklichkeit gibt über den Hauptstadtjournalis-

mus besser Auskunft als das gepflegte Vorurteil. Zur Wirklichkeit gehören die entlarvenden Politikerportraits von Markus Feldenkirchen im „Spiegel“, die scharfzüngigen Befragungen in den Frühsendungen des Deutschlandradios, die detailversessenen Analysen des Politikbetriebs von Günter Bannas und die geschliffenen Kommentare in FAZ, „Süddeutscher Zeitung“ und „Tagesspiegel“.

In der gängigen Kritik am Hauptstadtjournalismus ist viel von gestern. Auch die These von der erfolgreichen Medienstrategie der Kanzlerin und ihrer „Friede-Springer-Connection“ hat sich seit Euro-Krise und Köhler-Rücktritt als Legende erwiesen. Merkel hat nicht die DM wieder eingeführt, wie ihr einige Autoren empfahlen, und sie hat auch in den Zeitungen des Springer-Verlags kein publizistisches Lob für die Berufung für Christian Wulff zum Präsidentschaftskandidaten einheimen können. Das Gegenteil war der Fall. Was einmal mehr beweist: Die Hauptstadt-Leitwölfe haben einen eigenen Kopf und einen ausgeprägten Instinkt für Wählerstimmungen. Im Falle der Kandidaten-Auswahl für das Schloss Bellevue haben sie im Gegensatz zu Merkel den Überduss der Wähler an einer kleinkarierten Parteientaktik auf Anhieb erkannt. Der Rücktritt Köhlers hat diesen Sprengsatz zur Explosion gebracht. Merkel kann die Medien nicht lenken. Das konnten auch Adenauer und Schröder nicht. Kohl war klug genug, es gar nicht zu versuchen.

Der angeblich so hektische Hauptstadtjournalismus ist manchmal ziemlich verschlafen. Es dauerte eine Woche, bis die Alphatiere in Köhlers Deutschlandradio-Interview die Passage zum Einsatz der Bundeswehr entdeckten, die schließlich Anlass für seinen Rücktritt war. Es dauerte

eine weitere Woche bis zur Erkenntnis, dass seine Äußerung zu den Auslandseinsätzen der Bundeswehr der schriftlich niedergelegten Strategie der Bundesregierung entsprach.

In diesem Fall waren die Blogger schneller. Sie stießen die Medien auf Köhlers Radiointerview. Und sie legen täglich zu an Kenntnisreichtum und Tempo. Kramp und Weichert haben recht: Blogger können die professionelle Arbeit von Journalisten vielfältig bereichern. Sie senden gelegentlich ein Wecksignal, wenn das Alphanter gerade im „Grill Royal“ Austern oder im „Einstein“ Cappuccino schlürft. – „Herr Ober, bitte zahlen! Der Hauptstadt-Blogger wartet schon!“

Ernst Elitz, Berlin

Andreas Bernard: *Vorn*. Roman. Berlin: Aufbau Verlag 2010, 249 Seiten, 16,95 Euro.

Tobias Lehnert ist ratlos. Er hat gerade ein Literaturstudium in München abgeschlossen, den Mief der Universität hinter sich gelassen. Nun füllt sein studentisches Leben zwischen Hardcore-Konzerten und Reisen mit seiner Freundin Emily ihn nicht mehr aus. Aus einer Laune heraus beschließt er, sich mit einem Artikel über den Mythos des Flippers als Journalist zu versuchen – und ergattert prompt einen Job bei dem angesagten Jugendmagazin „Vorn“. Tobias wähnt sich am Ziel seiner Träume, denn das Magazin lebt am Puls der Zeit, ist eine „Instanz in Fragen des Pop-Geschmacks“ (S. 42). Er lernt die „Vorn“-Redakteure, schillernde Idole einer ganzen Generation, kennen und taucht ein in die oberflächliche Welt der Pop-Literatur. Der junge Redakteur ist fasziniert von der Schreibweise seiner Kollegen,

die sich mit den einfachen Dingen des Alltags beschäftigen und so ihr Publikum erreichen.

Mit der realen Welt hat die „Vorn“-Redaktion tatsächlich aber nicht viel zu tun: Die Gespräche kreisen einzig und allein um das Magazin oder oberflächliche Fragen des Geschmacks. Außenstehende sind unerwünscht im Kosmos der „Vorn“-Redakteure. Aus dem bodenständigen Studenten Tobi, der nebenbei in einem Flüchtlingsheim jobbt, wird innerhalb kürzester Zeit der abgehobene, gutverdienende Anzugträger Tobias, der eine Abneigung gegen abgekürzte Namen hegt und seine Abende in Münchner Szene-Bars verbringt. Dieser neue Tobias, der in seiner Euphorie für den Journalismus und seine neuen Bekanntschaften zunächst gar nicht merkt, welche Kluft sich zu seinem alten Leben auftut, fällt tief. Er hat kaum noch Zeit für Emily, die dem neuen Lebensstil ihres Freundes immer skeptischer gegenüber steht und mit seinen Kollegen nichts anzufangen weiß. Als er sich leidenschaftlich in Sarah, eine Praktikantin mit Modelmaßen und „vollendete Repräsentantin seines Mädchentyps“ (S. 167), verliebt, verliert Tobias Emily ganz – und damit seinen letzten Halt.

Andreas Bernards Debütroman „Vorn“ handelt vom Erwachsenwerden in den 1990er Jahren, vom Sich-Verlieren und Sich-Wiederfinden und von der Zerbrechlichkeit der Liebe. Vor allem aber handelt er von dem abgehobenen Lebensstil und der Oberflächlichkeit der „Vorn“-Redakteure, die, wie Stars gefeiert, sich immer mehr von den realen Problemen der Gesellschaft entfernen. Aber wie soll ein solcher Journalist noch den Nerv seiner Leser treffen?

Wie sein Protagonist ist auch Andreas Bernard Redakteur, arbeitet für das „Magazin“ der „Süddeut-

schen Zeitung“. Begonnen hat er seine Karriere Mitte der neunziger Jahre beim „Jetzt“-Magazin, das damals noch in gedruckter Form erschien und Kultstatus erlangte. Unübersehbar dient es als Vorlage für „Vorn“. Dementsprechend enthält auch die Geschichte des Tobias Lehnert autobiografische Züge. Ein wenig Nostalgie schwingt wohl mit in den Anekdoten aus dem Nachtleben, das die jungen Journalisten damals erleben. Partys mit Popsternen und nächtelange Diskussionen über die Frage „Blur oder Oasis?“ (S. 101), die darüber entscheidet, ob eine Person angesagt ist oder nicht, sind der Mittelpunkt dieses Lebensgefühls. Tobias Lehnert hebt nach und nach ab, die Arbeit bei „Vorn“ verschafft ihm „fast ein erhabenes Grundgefühl“ (S. 44). Immerhin legt er nun jeden Meter im Taxi zurück und bekommt jederzeit einen Tisch in einer angesagten Münchner Bar.

Auf Dauer sind die Gesprächsthemen in Bernards Roman ermüdend. Wenn über mehrere Seiten diskutiert wird, ob man einen Menschen sympathisch finden darf, obwohl man seine Art zu schreiben nicht mag, wünscht man sich dringend einen kritischen oder wenigstens ironischen Kommentar des Autors. Ebenso, wenn ein Redakteur in der affektierten redaktionsinternen Sprache bekannt gibt, ein Kollege von der „Woche“ biete einen „sogenannten Essay über Trip-Hop an“ (S. 108). Doch der Autor lässt das oberflächliche Gerede seiner Protagonisten unkommentiert – bis zur Schmerzgrenze.

Die Wende im Roman kommt ziemlich spät und ziemlich plötzlich: Nachdem er von Emily und seiner neuen schmollmündigen Freundin Sarah verlassen wurde, merkt Tobias, dass seine Art zu leben schizophren ist. Er stellt fest, „die letzten Jahre im Wider-

spruch gelebt zu haben, in zwei unvereinbaren Sphären“ (S. 179). Sein Leben mit Emily, die er immer wieder vor seinen Kollegen verleugnet hat, steht zu sehr im Gegensatz zum Kosmos des „Vorn“-Magazins. Auf diese Erkenntnis folgt der Zusammenbruch: Tobias kapselt sich von seinem Berufsmilieu ab und beginnt, seine Weltsicht zu hinterfragen.

Der Schreibstil des Autors macht es bis zum Schluss schwer, sich mit dem Protagonisten zu identifizieren. Zu theoretisch wirkt er, zeigt zu wenig Gefühl. Bernard hält den Leser auf Distanz, lässt ihn das Geschehen in der Redaktion und in Tobias' Leben nur von außen betrachten, ihn bestenfalls an der Oberfläche kratzen. In wenigen Szenen kommt man der Hauptperson etwas näher, etwa, wenn er im Supermarkt vor den Dosen mit Gummischnullern steht und sich über deren Zauber in der Kindheit Gedanken macht. So richtig warm wird man bis zum Schluss nicht mit ihm. Auch die unangepasste und sozial engagierte Emily, die den Gegenpol zu Tobias' Affektiertheit darstellt und eigentlich eine große Rolle in seinem Leben spielt, bleibt seltsam blass.

Es gibt tiefgründigere Romane als „Vorn“. Dafür ist er eine Hommage an das Lebensgefühl der neunziger Jahre, an eine Zeit, in der Journalisten noch wie Stars gefeiert wurden. Heute ist das kaum nachvollziehbar und umso interessanter, auch wenn das Gefühl bei Andreas Bernard manchmal auf der Strecke bleibt. Zugleich ist „Vorn“ das Porträt eines jungen Mannes, der auf der Suche nach seiner Bestimmung beinahe sich selbst verliert. Das Buch liefert eine unterhaltsame Erzählung über ein spezielles journalistisches Milieu und über die Pop-Kultur vergangener Jahre.

Anna Riemann, Eichstätt