

Literatur-Rundschau

Manfred Kops (Hg.): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in gesellschaftlicher Verantwortung. Anspruch und Wirklichkeit. Münster: LIT-Verlag 2003 (=Beiträge des Kölner Initiativkreises öffentlicher Rundfunk, Band 1), 153 Seiten, 12,90 Euro.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk, in Westdeutschland von den Besatzungsmächten nach dem Zweiten Weltkrieg gegründet und mit der deutschen Wiedervereinigung in Ostdeutschland eingeführt, war eine der bedeutendsten kommunikationspolitischen Innovationen der Nachkriegszeit. Der Konstruktion nach staatsfern und unabhängig, gleichwohl mit einer staatlichen Bestands- und Entwicklungsgarantie ausgestattet, dient er der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung und trägt damit als Medium und Faktor wesentlich zu einem Kommunikationsprozess bei, der für die Existenz einer freiheitlichen Demokratie existenziell ist.

Diese vom Bundesverfassungsgericht entwickelte Konzeption einer „dienenden Freiheit“ erfordert eine wechselseitige Verantwortung von Gesellschaft und Rundfunk. Wird sie in einer Rundfunklandschaft, in der die Qualitätsabsenkung der privaten Programme die Angebote von

ARD und ZDF anzustecken droht, und in der die Unabhängigkeit der Anstalten von Okkupationsgästen der politischen Parteien wie von zu großer Staatsnähe bedroht erscheint, noch der Grundidee entsprechend wahrgenommen?

Mit dem Zustand der Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in gesellschaftlicher Verantwortung beschäftigte sich ein Symposium des Kölner Initiativkreises öffentlicher Rundfunk am 27. Januar 2003 in Düsseldorf. Die regional aktiven Initiativkreise verstehen sich als Förderer, Befürworter, Verteidiger und konstruktive Kritiker der Public Service-Idee des Rundfunks. Referate des Verfassungsrechters Martin Stock und des Kommunikationswissenschaftlers Walter Hömberg, ergänzt durch Beiträge von Mitgliedern des Rundfunkrats des Westdeutschen Rundfunks, bildeten die Grundlage für eine Diskussion mit den Tagungsteilnehmern. Die Texte der Vorträge und der Aussprache sind in einem Tagungsband abgedruckt, der in der Reihe „Beiträge des Kölner Initiativkreises öffentlicher Rundfunk“ erschienen ist.

Stock sieht die Gefahr einer zunehmenden Ökonomisierung der Privatrundfunkfreiheit mit der Folge, dass eine sich entwi-

ckelnde Unternehmerfreiheit keine gesellschaftliche Kontrolle mehr braucht. Die Kontrolle der kommerziellen Programme durch die Landesmedienanstalten erscheint ihm ohnehin nicht wissam genug. Den öffentlich-rechtlichen Rundfunk fordert er auf, eine „qualitativ ansetzende wirksame Gegensteuerung“ gegen die Rolle des kommerziellen Rundfunks als Medium und Faktor von „Verdummung und kollektiver Verwahrlosung“ zu betreiben, mit Vorrang der Information und informierenden wie kulturellen Elementen auch in der Unterhaltung. Im Fall eines „medienpolitischen Politikverhaltens“, den er offenbar nicht für ausgeschlossen hält, und gegen den auch das Bundesverfassungsgericht nicht mehr ankomme, müsste das Publikum „als potenzielle zivilgesellschaftliche Wächterinstanz“ in Erscheinung treten, ohne dass klar ist, wie das geschehen soll.

Hömberg bescheinigt dem pluralistischen Kontrollmodell des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (Berufung der Mitglieder der Aufsichtsgremien durch die sie entsendenden gesellschaftlichen Gruppen), dass es sich insgesamt bewährt habe, trotz des Imageschadens, der durch das Verhalten des ZDF-Fernsehrats bei der letzten Intendantenwahl entstand. Er bedauert, dass die Hinzunahme unabhängiger Persönlichkeiten und die Notwendigkeit externer wissenschaftlicher Bera-

tung bisher kaum Resonanz gefunden hätten. Aus dem Kreis der Rundfunkratsmitglieder kam die Selbtkritik, nicht wenige gesellschaftlich relevante Gruppen hätten in den vergangenen Jahren „faktisch das Geschäft der Kommerziellen betrieben“. Wer sich in ein solches Aufsichtsgremium berufen lasse, müsse uneingeschränkt zur Grundkonstruktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stehen.

Zur Beantwortung der Frage, wie zum Schutz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks „ein Wächteramt der Zivilgesellschaft mit möglichst breiter bürger-schaftlicher Beteiligung“ (Stock) geschaffen werden könne, hat die Tagung den „Königsweg“ noch nicht gefunden. Die sich bildenden unabhängigen Initiativkreise, die die Public Service-Idee stärker in die Gesellschaft tragen wollen, die davon zu wenig weiß, sind ein erster Schritt.

Dietrich Schwarzkopf

Helmut Scherer/Daniela Schlütz:
Das inszenierte Medienereignis.
Die verschiedenen Wirklichkeiten
der Vorausscheidung zum Eurovi-
sion Song Contest in Hannover
2001. Köln: Herbert von Halem
2003, 160 Seiten, 16,00 Euro.

Immer dann wenn im Zusammenhang mit Medienereignissen von Inszenierungen die Rede ist, kann man skeptisch werden. Denn

meist kommt dabei nicht mehr heraus als diffuses Gedankengut über die Ohnmacht der Zuschauer angesichts der Inszenierungsmacht der Medien. Und wer so etwas hört oder liest, hat eigentlich nur noch den Eindruck: Das hatte ich doch schon mal irgendwo gehört. Dieses Gefühl des Überdrusses beschleicht einen im Falle des vorliegenden Bandes nur beim Haupttitel, der so oder so ähnlich oft genug durch die Programme wissenschaftlicher Verlage geistert. Doch schon beim Untertitel wird man hellhörig: Sollten sich die Autoren tatsächlich die Mühe gemacht haben, nicht einfach auf Basis vorhandener Literatur die Inszenierungsgewalt der Medien zu behaupten? Wurde in der Tat ein Ereignis in der Multiperspektivität betrachtet, die es ausmacht? Und ist es womöglich gelungen, diese im besten Sinne empirische Prüfung allzu oft wiederholter Theorieversatzstücke auf eine Weise zu betreiben, die auf die Theoriebildung Rücksicht nimmt?

Selbst solche hoch gesteckten Erwartungen kann der vorliegende schmale Band, hervorgegangen aus einem „Werkstattseminar“ am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater in Hannover, erfüllen. Das Team um Scherer und Schlütz leistet einen wesentlichen Beitrag zur Überprüfung der Praktikabilität bekannter Theoriemodelle.

Die Ausgangsthese sei hier zitiert, weil sie für die Beurteilung des Ansatzes von Bedeutung ist. Der Untersuchung liegt die Überlegung zugrunde, „dass die Medien zwei Arten von Realitätskonstruktion erbringen: symbolische und konkrete. Symbolisch erschaffen Medien Realität, indem sie über Umweltereignisse berichten und sich in dieser Berichterstattung an ihren medienspezifischen Selektions- und Darstellungsregeln orientieren. Das mediale Abbild ist also kein Spiegelbild der Wirklichkeit, sondern eine symbolische Realität eigener Art. Daneben konstruieren die Medien aber auch in konkretem Sinne Realität, indem sie konkrete Ereignisse in ihrem Ablauf und ihrer Gestalt beeinflussen. Beide Konstruktionsebenen wirken zusammen, wenn die Medien über die Realität berichten, die sie konkret mitgestaltet haben“ (S. 8f.).

Sicher ließe sich darüber streiten, ob die hier vorgenommene Trennung nicht nur rein analytisch ist: Ist die „konkrete“ Konstruktion nicht vielleicht die direkte Folge der symbolischen? Oder umgekehrt: Muss das Ereignis um der konkreten Realisierung willen nicht gar symbolisch rekonstruiert werden? Doch beide Blickrichtungen sprechen nicht gegen die analytische Trennung, erlaubt diese doch erst Einzelbetrachtungen bestimmter Sichtweisen und Inszenierungsverfahren –

zunächst ceteris paribus, dann in der Wechselwirkung.

Dass es sich bei einem Medien-event wie dem Eurovision Song Contest, der Anfang bis Mitte der Neunzigerjahre auch noch ein Mindestmaß an Attraktivität eingebüsst zu haben schien und erst durch die Überformung der Darstellungen der letzten Jahre wieder an Attraktivität in der Zuschauergunst gewonnen hat, um ein besonders gut gewähltes Beispiel handelt, damit war zu rechnen. Es ist so - und das wäre ebenso gut als Ausgangsthese formulierbar gewesen -, dass es sich um einen artifiziellen Event handelt, der einzig und allein an den Erfordernissen der telemedialen Ausstrahlung orientiert ist. Damit geht es also eigentlich gar nicht so sehr um das Was, sondern um das Wie, um die Technik der Inszenierung, die begleitend aufgenommen und dann vom Ende bzw. von verschiedenen Enden (oder Lesarten) aus rückwärts gelesen wird.

Und bei der Frage nach der Analyse des Wie kann man dem Projektteam nur Respekt zollen. Es ist gelungen, sich einen empirischen Analyserahmen zu schaffen, der für die Beobachter ebenso handhabbar wie zweckdienlich gewesen zu sein scheint. Auf jeden Fall kommen die einzelnen Analyseschritte angenehm unprätentiös daher und hemmen keineswegs den Lesefluss, wie einem das bei so manch spitzfindig em-

pirisch argumentierenden Text schon begegnet ist.

Auf der Basis von Kepplinger, Schulz und Lang wird eingangs der theoretische Bezugsrahmen geklärt, anschließend wird - umgänglich - der Begriff des Medienereignisses selbst kurz reflektiert. Das Ergebnis: Beim Eurovision Song Contest haben wir es mit einem (nach Boorstin) „medieninszenierten Pseudomedienereignis“ zu tun, womit nicht nur die generelle Orientierung an Medienerwartungen angesprochen wird, sondern auch die Tatsache, dass die Berichterstattung über das Ereignis selbst schon wieder hohen Nachrichtenwert besitzt. Wir sprechen also von ineinander verschachtelter Selbstreferenzialität.

Das Mehrmethodendesign lässt exemplarisch am Kapitel zu den PR-Akteuren ablesen, in dem die einzelnen Positionierungen der Künstler nach Typen geordnet, die Berichterstattung über die Kandidaten, Leitfadeninterviews mit den PR-Beratern etc. verbunden wurden. Akribisch wird der gesamte Prozess von der Geschichte der Vorausscheidungen über die unterschiedlichen Präsentationsoptionen, die journalistische Aufarbeitung und Vorberichterstattung, die Instruktion des Saalpublikum vor dem Ereignis bis zur Nachberichterstattung in seine Einzelteile zerlegt - und das auf eine Art und Weise, die beim Lesen Spaß macht. Fazit: So

muss eine Verbindung von Literaturstudie und empirischer Studie sein: kompakt und lesbar. Ein Musterstück nicht nur fürs Proseminar. Schade eigentlich, dass man sich dafür - wie das Scherer und Schlütz im Vorwort tun - gegenüber einer allzu empirischen Ausrichtung in den Kommunikationswissenschaften geradezu entschuldigen muss.

Lars Rademacher

Edith Dörfler/Wolfgang Pensold:
Die Macht der Nachricht. Die Geschichte der Nachrichtenagenturen in Österreich. Herausgegeben von Wolfgang Vyslozil, Geschäftsführer der APA-Austria Presse Agentur. Wien: Molden Verlag 2001, 592 Seiten, 36,10 Euro.

Der Titel „Die Macht der Nachricht“ weckt beim Leser eigentlich falsche Erwartungen. Der Schwerpunkt dieses dicken Werkes besteht nämlich darin, zu zeigen, dass die österreichische Presseagentur beinahe ein Jahrhundert lang Spielball der wechselnden politischen Machthaber war. Diese fürchteten, dass die Verbreitung von (bestimmten) Nachrichten ihrer Macht und ihrem Einfluss schaden könnte. Deshalb kontrollierten sie die Nachrichtenversorgung über das „K und K“ (kaiserlich-königliches) Telegraphen-Korrespondenz-Bureau (1849-1918/1922), die Amtliche Nachrichtenstelle

ANA (1922-1938) und das nationalsozialistische Deutsche Nachrichtenbüro DNB (1938-1945).

1927 wurde vergeblich versucht, ANA unter Beibehaltung des politischen Einflusses der Regierung die juristische Form einer privatrechtlichen Einrichtung zu verleihen. Der Vorschlag wurde jedoch zurückgezogen, so dass „die altbekannte Janusköpfigkeit“, wie die zweischneidige Haltung treffend bezeichnet wird, bestehen blieb. Die amtliche Nachrichtenstelle „erfüllt als Organ des Bundeskanzleramts wie zu Monarchiezeiten hoheitsrechtliche Aufgaben, arbeitet aber als Nachrichtenagentur, die ihren Abonnementen verpflichtet ist, auch nach ökonomischen Gesichtspunkten“, lautet die Schlussfolgerung (S. 327f.). Durch diese Zweischneidigkeit setzte sich die alte Situation fort. Das historische Ereignis des Anschlusses, der als Wiedervereinigung Österreichs mit dem Deutschen Reich angesehen wurde, bedeutete sofort das Ende von ANA als offizieller Nachrichtenagentur eines souveränen Staates. Unweigerlich zerbrach dabei selbst der Januskopf.

Es war eine gute Idee des Geschäftsführers der APA-Austria Presse Agentur, Wolfgang Vyslozil, das Ergebnis der Untersuchung über hundertfünfzig Jahre Nachrichtenversorgung durch Nachrichtenagenturen in Österreich dem Gedenken an Alfred

Geiringer (1911-1996) zu widmen. Nachdem Geiringer 1938 emigriert war, kehrte er 1945 im Dienst der Weltnachrichtenagentur Reuters nach Wien zurück. Er wird durch die Widmung in dem sorgfältig edierten Buch als derjenige geehrt, der APA 1946 als privatwirtschaftlich organisiertes Unternehmen in Besitz der österreichischen Zeitungen hat gründen lassen. Damit sorgte er dafür, dass Österreich in einem entscheidenden Moment in seiner Geschichte endlich eine nationale, vom Staat unabhängige Nachrichtenagentur bekam. Für die Glaubwürdigkeit der Nachrichtenversorgung in diesem von den vier Alliierten besetzten Gebiet war dies ein strategischer Zug von nicht zu unterschätzender Bedeutung.

Das Vorwort von Vyslozil bietet eine ausgezeichnete, breit angelegte Einführung unter dem Motto: „Um zu verstehen, wer wir sind und wohin wir gehen, müssen wir wissen, woher wir kommen.“ Der Herausgeber verdeutlicht die Engpässe, mit denen Nachrichtenagenturen im Allgemeinen und APA im Besonderen bis zum heutigen Tag konfrontiert werden.

Es folgt der Text von Dörfler und Pensold. Beide Autoren studierten Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Wien mit dem dort so gut vertretenen Schwerpunkt Kommunikationsgeschichte. Sie verdienen aus zwei

Gründen Lob: Erstens bringen sie die Geschichte von APA und ihren Vorgängern in einen politischen und soziokulturellen Zusammenhang. Das ist nicht leicht, denn es geht um hundertfünfzig Jahre industrielle und post-industrielle Gesellschaft. Zweitens konfrontieren die Autoren den Leser mit internationalen Aspekten ihres Themas. Das Buch gibt einen Überblick über die jüngste Literatur zur Entwicklung der internationalen Nachrichtenagenturen, und auch die Ergebnisse gründlicher Archivforschung fließen in den Text ein. Dadurch werden einige überraschende „Minithemen“ bearbeitet.

So liest ein Niederländer gern über die „Gruppe 39“, einen Zusammenschluss von Nachrichtenagenturen kleinerer, blockfreier Staaten, der in der europäischen Situation der Jahre 1938-39 gegründet wurde. 1938 erkannten Vertreter der Allianz von Nachrichtenagenturen, der so genannten „Agences Alliées“, während einer Zusammenkunft in Oslo das Risiko der sich abzeichnenden Zweiteilung der Welt. Einerseits bildeten faschistische und nationalsozialistische Tendenzen eine Gefahr für verantwortungsvolle Berichterstattung. Andererseits gab es Nachrichtenagenturen, die dem rigiden Objektivitätsstreben der kommerziell-liberalen Tradition anhingen. Ein Mittelweg schien den Vertretern der kleinen, neutralen Länder, zu denen

auch die Niederlande gehörten, wünschenswert. Die Vertreter der so genannten „Oslo-Staaten“ beschlossen, einander zu helfen, um im Kriegsfall nicht abhängig von den Nachrichtenagenturen der kriegsführenden Parteien zu sein.

Auf Seite 380 wird die Rolle des damals noch in Amsterdam ansässigen „Algemeen Nederlands(ch) Persbureau“ (ANP), behandelt, das 1934 als nicht gewinnorientierte nationale Presseagentur Eigentum der gesamten niederländischen Tagespresse war. Im Herbst 1939 ergriff ANP aufgrund der in Oslo ein Jahr zuvor getroffenen Absprachen die Initiative, die Entscheidung der europäischen Presseagenturen, mit denen sie sich bezüglich Zielsetzung und Arbeitsweise verbunden fühlte, für einen dritten Weg, zu konkretisieren. Um eine kritisch-neutrale Berichterstattung zu garantieren, wurde ein unabhängiger Nachrichtenaustausch eingerichtet, an dem sich die Nachrichtenagenturen von Norwegen, Schweden, Dänemark, Belgien, Luxemburg und den Niederlanden beteiligten. So wurde am 15. Februar 1940 der Gemeinschaftsdienst mit einem Zentralbüro beim ANP in Amsterdam gegründet, wo alle Nachrichten herein kamen und von dort aus an die Mitglieder der Gruppe 39 weitergeleitet wurden. Die niederländische Postverwaltung sorgte für die Ausstrahlung des Materials

über einen Sender in Kootwijk. Die Agentur, der neutralen Schweiz schloss sich diesem Bündnis nicht an, wohl aber die ungarische Agentur MTI. Diese Aufnahme war allerdings umstritten, da Ungarn nicht als demokratisches Land angesehen wurde.

Dörfler und Pensold stellen einen Zusammenhang zwischen der Idee der Gruppe 39 und dem Ersten Weltkrieg her, wenn sie schreiben: „Der Versuch der Neutralen, sich aus der internationalen Propagandamaschinerie herauszuhalten, ist wohl eine der Lehren des Ersten Weltkrieges“ (S. 380). Danach folgen die Gründe, warum die Initiative nur kurze Zeit zu Ergebnissen führen konnte: „Die Zusammenarbeit der kleinen Agenturen der Neutralen wird dann so lange fortgesetzt, bis sie selbst Opfer der nationalsozialistischen Eroberungspolitik werden. Ein definitives Ende findet der Dienst, als im Mai 1940 holländische Soldaten den Sender Kootwijk sprengen, damit er nicht in die Hände der einrückenden deutschen Truppen falle.“

APA hat ihr 55-jähriges Bestehen im Jahr 2001 nicht nur dazu genutzt, das hier vorgestellte Buch herauszugeben, in dem auch die Vorgeschichte der österreichischen Nachrichtenagentur ausführlich behandelt wird. Mit einem Hinweis auf die Eckdaten 1849, 1946 und 2001 kam das selbe Thema am 18. September

2001 in Wien bei einer Tages- und Abendveranstaltung mit dem Titel „Wie die APA meldet ... Der Weg zur Unabhängigkeit“ auf die Tagesordnung. Die Welt erschütternden Vorkommnisse des 11. September in den Vereinigten Staaten führten jedoch zu einem Verzicht auf die Jubiläumsfeierlichkeiten.

Am 13. und 14. Mai des Folgejahres lud APA ihre Gäste allerdings erneut nach Wien zu einem Symposium mit dem Thema „Die vielen Gesichter der Wirklichkeit. Werte im Nachrichten(agentur)-Journalismus“ ein. Kommunikationswissenschaftler, die sich intensiv mit Entwicklung und aktueller Problematik der internationalen Nachrichtenversorgung beschäftigt haben, sowie Insider aus internationalen Nachrichtenagenturen hielten Vorträge. Die meisten Vorträge wurden in einer dem „Nachrichtenjournalismus“ gewidmeten Themenummer der Zeitschrift „Medien & Zeit“ publiziert („Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart“, 16. Jg. 2001, Nr. 4). Zusammen mit dem Buch beweisen die gedruckten Texte des Symposiums, dass eine Nachrichtenagentur als Medienunternehmen auch im Zeitalter der Digitalisierung auf angemessene Weise Verantwortung für seine Vision der Bedeutung von Nachrichten für die Gesellschaft, die gesellschaftlichen Institutionen und insbesondere die Medien übernehmen kann.

Unbehagen im eigenen Kreis über das Preis-Leistungsverhältnis von APA führte vor 20 Jahren zu einer strategischen Unternehmensplanung: Der Unternehmensplan „APA '88“. 1984 schloss sich APA der European Press Photo Agency (EPA) an, was dem Fotojournalismus einen starken Impuls gab. Außerdem wurde ein vollelektronisches EDV-System installiert, so dass ab 1988 die Online-Datenbank entwickelt werden konnte. 1995 begab sich APA mit dem für private Nutzer gedachten APA-Net auf den Informationshighway des Internets. Kurz gesagt: Der Austria Presse Agentur ist es gelungen, investierend und innovativ ein neuer Typ Informationsagentur zu werden.

Das Buch beinhaltet zwar ein Namensregister, aber keine Literaturliste. Über die zugrunde gelegten Veröffentlichungen informieren 396 Fußnoten, die in einigen Fällen in Verbindung mit bestimmten Textteilen Anknüpfungspunkte für weitere Forschung bieten. Als Standardwerk über die Entwicklung der Nachrichtenversorgung durch eine in Wien ansässige österreichische Nachrichtenagentur ist der Band unverzichtbar – auch für Wissenschaftler, die andere europäische Agenturen erforschen wollen.

Joan Hemels

Christian Schicha/Carsten Brosda (Hg.): Medien und Terrorismus. Reaktionen auf den 11. September 2001. Münster: LIT-Verlag 2002, 201 Seiten, 20,90 Euro.

„Es ist nichts mehr, wie es war.“ Das war einer der am häufigsten gebrauchten Sätze in den Tagen nach den Attentaten auf das World Trade Center in New York und das Pentagon in Washington am 11. September 2001. In der Folge wurde zum einen das Ende der sog. Spaßgesellschaft prognostiziert, zum anderen prägen Slogans wie „War on America“ bis heute die massenmediale Berichterstattung. Christian Schicha und Carsten Brosda haben vor diesem Hintergrund einen interdisziplinären Sammelband publiziert, dessen Schwerpunkt auf der kritischen Analyse der Medienberichterstattung über die Anschläge liegt. Darüber hinaus werden die Konsequenzen des Kriegseinsatzes in Afghanistan problematisiert.

Das Buch ist zugleich Band 4 der LIT-Reihe „ikö-Publikationen“, die vom „Institut für Informations- und Kommunikationsökologie“ in Dortmund herausgegeben wird, als dessen Vorstandssprecher Herausgeber Schicha fungiert. Die breite publizistische und wissenschaftliche Debatte nach 9/11 wurde zum Anlass genommen, aus der Perspektive von Medienethik, Journalistik, Politikwissenschaft, Philosophie,

aber auch der journalistischen wie politischen Praxis selbst diesen - menschheitsgeschichtlich betrachtet - ersten „Krieg der Symbole“ zu untersuchen und den zahlreichen Diskursen, die sich in den Monaten nach dem beispiellosen Angriff auf die Zivilgesellschaft entwickelten, eine analytische Form zu geben.

Der Ort des Geschehens wäre nicht besser zu wählen gewesen: Nirgendwo sonst arbeiten so viele Journalisten - und dort, wo die meisten und weltweit größten Medienkonzerne ihre Zentralen unterhalten, existieren die global schnellsten und effizientesten Übertragungskanäle. Den Terroristen ist es somit gelungen, in kürzester Zeit eine weltweite Öffentlichkeit herzustellen, die Angst und Schrecken über den Ursprungsort der Attacke hinaus über den gesamten Planeten zu tragen imstande war. Das Leitmedium Fernsehen wurde dabei ungwollt zum Komplizen der furchtbaren Bilder instrumentalisiert. Das zeigen deutlich die Zahlen der Wirkungsforschung: Nach einer Repräsentativstudie der TU Ilmenau waren fast 70 Prozent der bundesdeutschen Bevölkerung ab 16 Jahren innerhalb von 60 Minuten (!) über die Terrorattacken informiert.

Die Realtime-Bilder der brennenden WTC-Türme, die von den Medien weltweit transportiert wurden, sind in diesem Zusammenhang als die wichtigsten Waf-

fen der Attentäter anzusehen, denn tausende Fernseh- und Radiostationen sowie Nachrichtenagenturen mussten in einer bestimmten Form darüber berichten. „Die Bilder blockierten in ihrer visuellen Wucht für Stunden, wenn nicht Tage, jede weitere Auseinandersetzung mit dem Geschehen und damit auch jede journalistische Orientierungsleistung“, so die beiden Herausgeber in der Einleitung des Sammelbandes.

Bernhard Debatin geht in seinem Beitrag zur „Symbolik des Terrors“ einer medienethischen Perspektive nach. Daniela Klimke deutet die „Dramaturgie des Anschlags“ auf der Basis eines Modells der Theatralität. Der Leipziger Journalistik-Professor Michael Haller misst dem Journalismus die Aufgabe einer orientierenden Ordnungsmacht bei, die die einzelnen „Puzzlestücke“ der Visualisierung der Anschläge zu reihen und zu bewerten hätte. Die strukturelle Überforderung v.a. des TV-Journalismus kritisiert anschließend Carsten Brosda, während der politische Redakteur der „Süddeutschen Zeitung“, Hans Leyendecker, die bisweilen wenig reflektierte Terror-Berichterstattung anprangert.

Sascha Werthes, Ricard Kim und Christoph Conrad fragen nach den Herausforderungen für die internationale Krisenkommunikation des 21. Jahrhunderts. Christian Schicha beschäftigt sich

in seinem Beitrag mit der Relevanz politischer symbolischer Inszenierungen im Kontext der Al Quaida-Attentate. Die Symbolik und visuelle Komponente der Medienberichterstattung über 9/11 hat auch Franz Josef Röll im Visier.

Den Abschluss des Buches bilden Analysen zu den Reaktionen in den USA (Beiträge von A. Gros, I. Stafp und S. Walther) sowie Darstellungen und Fragen nach mangelnden Differenzierungen im interkulturellen Diskurs (das vielbemühte Schlagwort vom „Kampf der Kulturen“; Th. Meyer), der Warnung vor dem Aufbau von wechselseitigen Feindbildern (Heinz Fiedler, ehem. Botschafter), dem Bekenntnis zu journalistischer Qualität (Interview mit Al Jasira-Chef Ibrahim Helal) sowie zur Legitimation von „Gegen-Terror“ im Kampf gegen den global tätigen Terrorismus (G. Meggle, U. Steinhoff).

Insgesamt spiegelt der Band zahlreiche Aspekte der Beschäftigung mit dem Kernthema Terror bzw. Terrorismus in den Bereichen Journalismus, Medien, symbolische Politikinszenierungen, Ethik sowie im Spannungsverhältnis zwischen Islam und westlicher Welt wieder und zeigt eine Reihe von brisanten Problemfeldern auf. Die Herausgeber waren nicht nur um eine hohe inhaltliche Qualität der einzelnen Beiträge bemüht, sondern es ging ihnen auch um die Ausgewogen-

heit der Standpunkte (d.h. Darstellung der Reaktionen in den USA, Interview mit Ibrahim Helal etc.). Nicht nur diese Herangehensweise macht die Publikation zu einem wichtigen Buch, dessen Lektüre dazu beiträgt, so manche Leerstellen im Diskurs rund um die Legitimation von Terror und Gegengewalt zu füllen.

Rudi Renger

Kurt Weichler: Redaktionsmanagement. Konstanz: UVK Medien 2003 (= Praktischer Journalismus, Band 51), 262 Seiten, 24,90 Euro.

Die Reihe „Praktischer Journalismus“ hat sich bereits seit vielen Jahren als Platz für praxisorientierte Lehrbücher positioniert. Auch der vorliegende Band präsentiert sein Thema in einer leicht verständlichen, gut lesbaren Art und Weise, mit einer guten Orientierung an der redaktionellen Praxis. In zwölf Abschnitten behandelt Weichler zunächst grundsätzliche Themen des Redaktionsmanagements und anschließend die fünf Aspekte eines erfolgreichen Redaktionsmanagements: die Frage des Qualitätsmanagements, Redaktionsmarketing, Redaktionsmanagement, Kostenmanagement und Technikmanagement.

Der erste Teil behandelt diese Aspekte aus der Sicht des Autors, der zweite Teil vertieft diese Fragen anhand von zehn Interviews

mit verschiedenen leitenden Redakteuren aller Mediengattungen. Abschließend stellt der Autor verschiedene Möglichkeiten der Aus- und Weiterbildung vor, die der Vermittlung des eingeforderten Managementwissens dienen, und er ergänzt seine Ausführungen mit einem kurzen Glossar.

Ausgangspunkt des Werkes ist das gewandelte Funktionsverständnis von Redaktionsleitern und Chefredakteuren. Sie sind heutzutage in erster Linie Manager. Die klassische Rolle des Publizisten werde immer mehr zurückdrängt. Folglich müssen die Redaktionsmanager auch Managementtechniken aller Art beherrschen, was in der Praxis nach Meinung von Weichler immer noch zu sehr verweigert wird. Dadurch könnten Kaufleute strukturelle Entscheidungen alleine fällen, ohne Rücksicht auf publizistische Notwendigkeiten. Die leitenden Redakteure würden also sehr kurzsichtig ihre eigene Handlungsfreiheit einengen, mit dem Hinweis darauf, dass Redaktionsmanagement gar nicht ihre Aufgabe sei.

Mit dieser Verweigerung ginge eine zweite unnötige Verweigerung einher, nämlich die fehlende Bereitschaft, ihr Produkt an den Marktbedingungen auszurichten. An Stelle eines „elitären Qualitätsverständnisses“ (S. 40) müsse ein Dienstleistungsverständnis treten, das die Nutzerinteressen stärker beachtet. Kurz gesagt:

„Der Kunde ist König“ (S. 21). Redaktionsmarketing sei allerdings nur ein Element der Marktorientierung. Daneben trete auch das Bewusstsein für - in Abhängigkeit vom jeweiligen Medium definierte - redaktionelle Qualität und eine sorgfältige, moderne Gestaltung des Mediums. Dieser mangelhafte Kenntnisstand in Sachen Redaktionsmanagement sei aber bereits in einer ungenügenden Aus- und Fortbildung begründet, bei der hohen Bedeutung des Faktors Personal ein aus Sicht des Autors gravierendes Defizit.

Weichler verkennt auch nicht, dass neben den inzwischen inhaltlich deutlich erhöhten Anforderungen auch die moderne Technik zusätzliche Ansprüche an Redaktionsberufe stellt. Viele Arbeitsschritte, die früher von Mitarbeitern im Bereich der Druckvorstufe bzw. der Sende-technik wahrgenommen wurden, finden sich inzwischen in den Redaktionen selber. So schön es sein kann, das Entstehen des Produktes vom Anfang bis zur eigentlichen Produktion zu begleiten, so stark fordert es die Beteiligten in der Beherrschung von Redaktionssystemen und sonstigen hilfreichen Technik-Angeboten.

Der Autor lässt regelmäßig viele Hinweise und Tipps einfließen, die als Anregung zum Weiterdenken verstanden werden können. Schön im Sinne von Nutzwert und Anwendungshilfe wäre es aller-

dings gewesen, wenn er in den Abschnitten zum Kostenmanagement und zur Mitarbeiterführung noch weitergehende Hilfen gegeben hätte. So wäre es sicher interessant, ein Musterblatt für die Vorbereitung von Mitarbeitergesprächen und zur Vereinbarung von Jahreszielen beizugeben. Auch wäre es hilfreich, wenn Journalisten mit einfachen Sätzen die Funktion und den Aufbau eines Betriebsvergleichs erläutert bekämen, um darauf aufbauend ihre eigene Kostenstruktur sachkundig hinterfragen oder ein Redaktionsbudget erstellen zu können.

Trotz der benannten Schwächen legt Weichler ein Werk vor, das zu lesen und anzuwenden allemal lohnt.

Steffen Hillebrecht

Zentrum für Medien Kunst Kultur im Amt für Gemeindedienst der Ev.-Luth. Landeskirche Hannover / Kunstdienst der Evangelischen Kirche Berlin (Hg.): Kirchenräume – Kunsträume. Hintergründe, Erfahrungsberichte, Praxisanleitungen für den Umgang mit zeitgenössischer Kunst in Kirchen. Ein Handbuch. Münster: LIT-Verlag 2002 (=Ästhetik – Theologie – Liturgik, Band 17), 384 Seiten, 15,90 Euro.

Seit Beginn der achtziger Jahre hat das Interesse an der zeitgenössischen bildenden Kunst in

den Kirchen stark zugenommen. In kurzer Zeit entstanden Begegnungsorte für Gegenwartskunst und Kirche in Berlin, Hamburg, Köln, Lübeck und Stuttgart. International beachtete Tagungen des Deutschen Evangelischen Kirchenbautags sorgten ebenso für Aufmerksamkeit wie Ausstellungen des Marburger Instituts für Kirchenbau und kirchliche Kunst der Gegenwart. Schließlich wurden auf einer Akademietagung 1999 in Loccum die diversen Erfahrungen mit Kunst und Künstlern im Kirchenraum, grundsätzliche Wahrnehmungen „religiöser“ Räume sowie Gemeindekonzeptionen, die künstlerischen Aktivitäten zugrunde liegen, mit Kunstbeauftragten, Pastorinnen und Pastoren, Kirchenvorständen, Künstlerinnen und Künstlern, Vertretern von Museen und Stiftungen ausgiebig erörtert. Herausgekommen ist ein umfassendes, an der Praxis orientiertes Grundlagenbuch, das die wichtigsten Impulse, Informationen und Hintergründe des Expertengesprächs zusammenfasst.

Federführend für den Kundienst Berlin und das Medien-, Kunst- und Kulturzentrum der Ev.-Lutherischen Landeskirche Hannover haben Manfred Richter und Klaus Hoffmann die theologischen, spirituellen, ästhetischen und kunstspezifischen Einsichten und Schlussfolgerungen für gemeindliche und kirchenpädagogische Handlungsentwürfe zu-

sammengestellt. Mit dem Handbuch liefern sie nun wertvolle und längst überfällige Impulse für einen professionellen „Umgang mit den vielfältigen Sprachen der Künste im Spielraum Kirche“ (S. 24).

In sechs Großkapiteln – „Der gebaute Kirchenraum“, „Künste im Kirchenraum“, „Handlungskonzepte“, „Finanzierungsmodelle“, „Hinweise“ und „Dokumente“ – spannen die beiden Herausgeber einen vornehmlich pragmatischen Bogen über das inzwischen füreinander weithin aufgeschlossene, neue Verhältnis von Kirche und Gegenwartskultur. Kirchenräume werden (rezeptions-)ästhetisch als „lesbare Zeichen“, als „elementare Texte“ vorgestellt, „in denen sich das Evangelium körperlich bemerkbar macht“ (S. 56). Theologisch bedeuten sie Orte der Erinnerung, Orte gegen das Vergessen, die die Geschichte der Gemeinden (auch die der Einzelnen) mit der Geschichte Gottes und der Glaubensgeschichte verbinden und so „Geschehenes aufbewahren in immer neuer Vergegenwärtigung“ (S. 60).

Die 38 Beiträge des Bandes überzeugen durch profunde Sach- und Detailkenntnis. Hervorheben möchte ich die Aufsätze von Horst Schwebel („Evangelium und Raumgestalt“), Reinhard Lambert Auer („Der gestaltete Raum“) und Martin Benn/Mar-
kus Zink („Raumgestalt als Verkündigung“) im Grundlagenteil

des Handbuchs. Einen jeweils eigenen Blickwinkel auf das Gesamtthema offerieren die Erfahrungsberichte zu den verschiedenen Künsten im Kirchenraum: zur Bildenden Kunst, Musik, Literatur sowie zu Tanz/Theater und Film.

Die Begegnung der Kirchen mit der Gegenwartskunst bliebe oberflächlich und gefährdet, wenn nicht der bestmögliche Qualitätsstandard dieser Begegnung gesucht würde. Unter der Überschrift „Kunst und Gemeindekonzepte“ liefern Michael Kranzusch („Das Verhältnis von Kunst und Kirche“) und Klaus Hoffmann („Kirchen als Kulturore“) „Kriterien für einen gelingenden Dialog“ sowie „Bedingungen und Ziele kirchlicher Kunst- und Kulturarbeit“.

Hier wird denn auch die Zielgruppenfrage kirchlicher Kunst- und Kulturangebote gestellt und auf deren milieuspezifische Ein-

bindung verwiesen. Die Organisation kirchlicher Kunst- und Kulturveranstaltungen zeige häufig ein „Defizit an Professionalität (...): in der Konzeptbildung und der Kunstvermittlung, (...) in der Öffentlichkeitsarbeit, in der Finanzakquisition“ (S. 266). Qualifizierungsmaßnahmen und Beratung seien erforderlich. Konsequent sind daher die ausführlichen praktischen Hinweise, Checklisten, Literaturangaben, Adressen und Dokumente in den letzten Kapiteln des Buches, die wertvolles Material für die inhaltliche Beschäftigung in Gemeindegremien oder anderweitige Beratungsprozesse enthalten.

Auch wer grundsätzlich an Anregungen und Hilfestellungen hinsichtlich einer qualifizierten Auseinandersetzung mit Fragen des Ästhetischen in der Kirche interessiert ist, findet in diesem Handbuch eine Fülle brauchbarer Informationen und Hinweise.

Ludger Verst