

## Literatur-Rundschau

Esser, Frank; *Die Kräfte hinter den Schlagzeilen. Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich* (Alber-Reihe Kommunikation 23), Freiburg/München: Karl Alber Verlag 1998, 528 S., DM 68,00.

Als in Deutschland nach Kriegsende der Journalismus völlig neu aufgebaut werden mußte, kamen maßgebliche Impulse von den britischen Besatzern. Das gilt nicht nur für die Rundfunklandschaft, die sich in Anlehnung an die BBC konstituierte, sondern auch für die Printmedien. Denn die Engländer erteilten Lizenzen, wählten Herausgeber aus und setzten Maßstäbe für den Neuaufbau einer demokratischen Zeitungskultur. Präßt diese Zeit den Journalismus bis heute? Oder gibt es grundsätzlich andere Akzente, Einschätzungen und Arbeitsweisen? Was kann der deutsche vom britischen Journalismus lernen (und umgekehrt)?

In einer vergleichenden Studie, die vom Fachbereich Sozialwissenschaften der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz als Dissertation angenommen wurde, unternimmt es Frank Esser, sich diesen Fragen zu nähern. Theoretischer Ausgangspunkt ist die Journalismusforschung und darin die „Analyse jener Faktoren, die

das Selbstverständnis und das journalistische Handeln des Berufsstandes und der einzelnen Medienakteure bestimmen“ (21). Esser stellt seiner Untersuchung ein „Integratives Mehrebenen-Modell“ der Einflußfaktoren voran (27). In Anlehnung an das „Zwiebelschalenmodell“ der Journalismusforschung identifiziert er neben der (inneren) Individual-ebene, die den einzelnen Medien-schaffenden in den Blick nimmt, drei „äußere“ Ebenen, die im Journalismus wirken. Der internationale Vergleich soll klären, „ob wir es mit länderunabhängigen universell geltenden Phänomenen oder mit landesspezifischen Besonderheiten zu tun haben“ (23). Die Konsequenz wäre: Britischer Journalismus ließe sich nicht einfach importieren, denn die gesellschafts- und landesspezifischen Faktoren würden immer zu unterschiedlichen Entwicklungen führen.

Die Arbeit gliedert sich entsprechend des vorangestellten Modells in drei große Kapitel, die jeweils einem der äußeren Einflußfaktoren folgen. Nach einer Einführung zu Ziel und Methodik der Arbeit beschreibt der Autor im ersten Hauptteil die „*Einflüsse der Gesellschaftssphäre*“ (47-129), insbesondere die historisch-kulturellen Gegebenheiten im jeweili-

gen Land. Dabei stellt er heraus, daß England die Pressefreiheit schon lange kannte, als in Deutschland noch die absolutistische Kontrolle des Pressewesens selbstverständlich war. Aus dieser langen Demokratieerfahrung resultierte ein anderes Verständnis von Objektivität. Denn während in England sich die Presse früh verselbständigte, als weltanschaulich und parteipolitisch unabhängige Kraft begriff und die „Objektivität“ als zentralen Wert herausstellte, „überwog bei den meisten deutschen Journalisten das Bedürfnis nach Gesinnungstreue und Parteoyalität“ (82). Genau hier liegen auch die Gründe dafür, daß in Deutschland der Investigativ-Journalismus längst nicht so ausgeprägt ist wie in England. „Gemäß der journalistischen Tradition Großbritanniens nimmt die Faktenbeschaffung dort einen zentralen Stellenwert ein ... Angelsächsische Journalisten verstehen sich viel stärker als Anwälte der Öffentlichkeit, die auch vor Enthüllungen aus dem Intimleben eines Politikers nicht hältmachen“ (118f).

Der zweite Hauptteil beschreibt die „*Einflüsse der Medienstruktursphäre*“ (131-318), also die konkreten juristischen und ökonomischen Bedingungen, unter denen der Journalismus lebt. Dabei skizziert Esser zunächst die *Struktur des Pressemarktes* (131-178), die sich maßgeblich darin unterscheidet, daß der

deutsche Tageszeitungsjournalismus stark im Lokalen wurzelt, während der britische ganz auf London zentriert ist. Zudem sei auf der Insel die Parteilichkeit der Boulevardpresse und die Pressekonzentration größer. Auch das *Presserecht* (179-216) unterscheidet sich in wesentlichen Punkten. So gäbe es in England kein gesichertes Zeugnisverweigerungsrecht für Journalisten und die Regelungen zum Persönlichkeitsschutz seien sehr viel laxer. Das erlaube der Boulevardpresse „die gefahrlose Verletzung der Privatsphäre“ (215). Die unterschiedlichen gesetzlichen Bestimmungen führen auch zu unterschiedlichen *ethischen Standards* (216-245). So sei die Freiheit der Presse in England in den vergangenen Jahren so sehr mißbraucht worden, daß der Gesetzgeber Presserat und Berufsverbände zwang, differenzierte Selbstkontrollmechanismen einzurichten. Diese seien Bestandteil der Arbeitsverträge der Medien schaffenden und somit besser durchsetzbar als die des Presse rats in Deutschland. Abschließend untersucht Esser noch die *arbeitsrechtlichen Unterschiede* (246-277), die *Einflüsse der Gewerkschaften* (278-294) und die *Journalistenausbildung* (295-318) und kommt zu dem Fazit, daß gerade die medienstrukturellen Faktoren die journalistische Kultur eines Landes so sehr bestimmen, daß sich die für Groß-

britannien typischen Tendenzen „Sensationalismus, Parteilichkeit und rechercheorientierte Aggressivität in Deutschland nicht in vergleichbarem Maß herausbilden“ konnten (317).

Hauptteil drei untersucht die nach Ansicht des Autors häufig vernachlässigten „*Einflüsse der Institutionssphäre*“ (319-450), die deshalb so entscheidend seien, weil „die auf redaktioneller Ebene festgesetzten Normsetzungen und Normkontrollen am ehesten handlungsbestimmend für die einzelnen Medienakteure sind“ (317). Grundlage der Analyse sind Forschungen bei drei konkreten Tageszeitungen: der Koblenzer Rhein-Zeitung, der Birmingham Evening Mail und dem Wolverhampton Express & Star.

Im ersten Abschnitt bringt Esser die unterschiedliche Arbeitsorganisation auf das Schlagwort „*Arbeitsteilung vs. Ganzheitlichkeit*“ (319-360). Demnach gäbe es im britischen Pressebetrieb wesentlich mehr und enger definierte Berufsbilder (die detailliert beschrieben werden), während sich für den deutschen Redakteur bis heute ein „Allround-Tätigkeitsprofil“ durchgesetzt habe. Dies gelte auch innerhalb der schreibenden Zunft. So schreibe in England ein Reporter keine Kommentare, ein Nachrichtenmensch keine Features und ein Rechercheur schreibe gar nicht, sondern gebe die Ergebnisse an Nachrichtenverarbeiter weiter. Auch die Orga-

nisationsstruktur und Kompetenzverteilung (361-407) sowie die *Redaktionellen Arbeitsabläufe und Kontrollen* (408-450) unterscheiden sich erheblich. So durchläuft in Großbritannien jeder Beitrag „bis zu sieben Stationen, an denen der Text bewertet, kontrolliert, ergänzt, weiterverarbeitet, layoutet wird“ (455); das könne Qualität sichern. Im Ganzen sei Journalismus in Großbritannien weniger eine individuelle Leistung als ein Gesamtprodukt. „Journalismus ist - überspitzt gesagt - nicht das, was ein einzelner Mensch macht, sondern was das Medium im verbleibenden Handlungsspielraum zuwege bringt“ (479). In Deutschland dagegen betrachteten Redakteure jede Veränderung ihrer Werke als Afront. „Sie kämpfen für die möglichst uneingeschränkte Freiheit ihres Arbeits- und Kompetenzbereichs und verteidigen sie gegen Eingriffe des „Redaktionsapparates““ (480).

Welche Form des Journalismus besser oder erfolgreicher ist, mag Esser in der *Schlussdiskussion* (451-480) nicht entscheiden. Denn die „Kräfte hinter den Schlagzeilen“ seien so länder-typisch, daß die Presse aus der eigenen Tradition, aus ihren gesellschaftlichen Bedingungen und aus ihrem System heraus verstanden und beurteilt werden müsse. Der Blick auf den Nachbarn weite aber nicht nur den Horizont, sondern könne auch Anregungen ge-

ben für die eigene Weiterentwicklung.

Die Dissertation von Frank Esser ist eine informierte und gut aufgearbeitete Studie, die erkennen lässt, daß der Autor sich seine Kenntnisse über den (britischen) Journalismus nicht nur angelesen hat (Journalistik-Diplom in London). Einschlägige Journalismusforschungen rezipierend, beinhaltet das Buch eine große Informationsfülle, die auch für Insider Neues bereit hält. Auffällig ist der gute Sprachstil, der sich wohltuend von mancher anderer Dissertation unterscheidet. Die Arbeit ist zurecht mit dem Forschungsförderpreis der Universität Mainz ausgezeichnet worden und uneingeschränkt empfehlenswert.

Susanne Kampmann

Reichertz, Jo/Unterberg; Thomas (Hg.); *Telekulturen. Fernsehen und Gesellschaft*, Berlin: triad 1998, 255 S., DM 24,80.

Der Gasometer in Oberhausen ist nicht nur Menschen des Ruhrgebiets ein Begriff. Denn seit der mit 117,5 Metern höchste Gasometer Europas 1988 außer Betrieb gesetzt und in der Folge restauriert und zum kulturellen Zentrum umfunktioniert wurde, macht er regelmäßig durch erfolgreiche (industriegeschichtliche) Ausstellungen auf sich aufmerksam. Im Sommer 1997 fand an

diesem Ort die erste umfassende Ausstellung über die Kulturschichte des Fernsehens in Deutschland statt. Ihr Titel: „Der Traum vom Sehen. Zeitalter der Televisionen“. Begleitend zur Ausstellung (die im übrigen wegen ihres großen Erfolgs 1998 wiederholt wurde) fanden *media lectures* statt, Abendveranstaltungen in Kooperation von Gesamthochschule Essen, Landesanstalt für Rundfunk NRW und Gasometer Oberhausen, in denen Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Politik mit der interessierten Öffentlichkeit Fragen und Probleme der Fernsehkultur diskutierten. Diese Veranstaltungen sind in dem vorliegenden Band dokumentiert.

Der erste Abend - und damit das erste Kapitel der Dokumentation - steht unter dem Titel „*Gesellschaftliche Kultur und Fernsehen*“ (15-61). Darin skizzieren Thomas Unterberg (GH Essen), Dietrich Leder (Universität Köln) und Norbert Bolz (GH Essen) unter verschiedenen Gesichtspunkten die Auswirkungen des Fernsehens auf den einzelnen und sein Weltbild wie auf die Gesellschaft insgesamt. Als Praktikerin kritisiert Inge von Bönninghausen (WDR-Redakteurin), daß trotz der Zunahme der Sender die Aufklärungsfunktion, die den Medien in einer Demokratie zukomme, vernachlässigt werde. Im Abendprogramm finde sich überall Krimi, Spielfilm, Sport statt Kultur,

Wirtschaft, Politik; das könne nicht im Sinne der Zuschauer sein. Sie folgert: „Statt allmorgentlich auf Marktanteile zu starren, sollten Verantwortliche mit denjenigen reden, denen sie Programme anbieten. Dann müßten wir uns auch nach den Unzufriedenen umsehen, auch nach denen, die schon gar nicht mehr fern-sehen“ (53).

Der zweite Abend hatte das brisanteste Thema und wurde live vom Doku-Kanal „Phoenix“ übertragen: „*Kidz 'n' Crime*“ (65-110). Dieter Czaja (Jugendschutzbeauftragter bei RTL) und Kurt-Hennig Schober (Referent für Jugendschutz bei der Landesanstalt für Rundfunk NRW) schilderten die juristischen und praktischen Versuche im „Kampf für einen sauberer Bildschirm“ (69). Nach Meinung Margrit Lenssens (Universität Leipzig; redaktionelle Beraterin der ZDF-Kindersendung „Löwenzahn“) wäre „Fernsehgewalt“ kein Thema, wenn Kindersendungen den Wünschen der Kinder entsprechend produziert würden. „Kinder legen differenziertere Kriterien an ihre Helden an, als viele ProgrammacherInnen vermuten ... Wahre HeldInnen sollen Schwierigkeiten nicht nur mit den Fäusten, sondern auch mit dem Verstand lösen - mit Humor, Witz und List, raffiniert und unkonventionell, aber nicht gewaltsam ... ProgrammacherInnen sollten den Mut haben, an den Anliegen der Kinder orien-

tierte Gegenangebote zu machen“ (78f). Provokativ war der Vortrag von Jo Reichertz (GH Essen), insofern er die von Kindern geliebten und von Erwachsenen kritisierten „Power Rangers“ (RTL) als legitime Nachfolger von Rotkäppchen & Co interpretierte und folgert: „Audio-visuell dargestellte Errettungsmärchen wie die ‚Power-Rangers‘ und die darin eingelassenen aggressiven Handlungen schädigen nicht die soziale Entwicklung der Kinder, sie hemmen diese auch nicht, sondern sie helfen den Kindern dabei, mit aggressiven Impulsen schadensfrei umzugehen und Autonomie langsam aufzubauen - insofern gilt: Die Kinder der 90er Jahre brauchen auch (aber nicht nur) die Power Rangers“ (96). Die Dokumentation der anschließenden Diskussion zeigt, daß offensichtlich pädagogische Praktiker - Eltern nämlich - im Publikum saßen. Sie wiesen darauf hin, daß ihre Kinder keineswegs Kinder-, sondern Erwachsenenprogramme bevorzugten. Und der gutgemeinte Appell von Margrit Lenssen, „Gegenangebote“ zu schaffen, wurde schon durch die Nachfrage ausgehebelt, ob es für Eigenproduktionen denn überhaupt noch Geld gäbe. Antwort: „Traditionellerweise sind die öffentlich-rechtlichen Anstalten diejenigen, die selber Kinderprogramm produzieren. Gleichzeitig wird das immer schwieriger, weil die Kinderprogramme ... als erstes

unter Kürzungen zu leiden haben. Der Etat wird immer knapper“ (108).

Der dritte Abend kreiste um den *Einfluß der Medienforschung auf die Programme*, um die „*Macht der Quote*“ (114-144). Dabei zeigten sich wesentliche Unterschiede zwischen privater und öffentlich-rechtlicher Sicht. Denn während Thomas Windgasse (WDR-Medienforschung) die qualitative Forschung betonte, die das Ziel habe, „die Programmphilosophie des eigenen Senders möglichst optimal umzusetzen“ (120), gaben Birgit Guth (Mediaforschung Super RTL) und Christian Seifert (Mediaforschung ProSieben) zu, daß die reine Werbefinanzierung der Privaten zu einem großen Einfluß der Quote führe: „Die Werbeindustrie will wissen, wofür sie ihr Geld gibt, denn, kraß ausgedrückt, ist ein Fernsehsender nichts anderes als ein Transportmittel, das der Werbeindustrie Zuschauer zuführt“ (121).

Die beiden letzten Abende wandten sich der Zukunft zu. Beim Thema „*Interaktives Fernsehen*“ (148-178) diskutierten Franz Stollenwerk (FH Köln), Josef Schäfer (Geschäftsführer bei o.tel.o) und Erich Glaeser (Marketing-Direktor bei Silicon Graphics), wie die Idee einer Kombination von Fernsehen und Computer technisch und inhaltlich umsetzbar ist. Gisela Losseff-Tillmanns (FH Düsseldorf) wagt die demgegenüber banale Frage, ob

wir ein interaktives Fernsehen überhaupt brauchen und kommt zu dem etwas fatalistischen Schluß: „Interaktives Fernsehen wird wirklich nicht gebraucht. Und trotzdem wird sich das interaktive Fernsehen höchstwahrscheinlich durchsetzen“ (164).

Wie die *Zukunft der Medien und die Medien der Zukunft* aussehen war abschließend Thema einer facettenreichen Podiumsdiskussion (182-221) mit Wolfgang Clement (damals Wirtschaftsminister und jetzt Ministerpräsident von NRW), Jörn Klamroth (Programmdirektor WDR), Bernd-Peter Lange (Europäisches Medieninstitut), Norbert Schneider (Landesanstalt für Rundfunk NRW), Helmut Thoma (RTL) und Ewald Walgenbach (CLT-UFA).

Der vorliegende Dokumentationsband ist aufwendig als Zwei-farldruck gestaltet. Viele Bilder und ein „Rundgang durch die Ausstellung“ (227-249) vermitteln einen lebendigen Eindruck über das Gesamtkonzept. Die Vorträge sind meist anschaulich und gut lesbar. Ihr Anspruch ist nicht der wissenschaftliche Fortschritt, sondern die Vermittlung von fundierter Basisinformation an die interessierte Öffentlichkeit. Insofern eignet es sich in erster Linie als „medientheoretisches Lesebuch“.

Susanne Kampmann

Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen IZI (Hg.); Fernsehen und Jugend. Eine Bibliographie internationaler Fachliteratur 1990-1997, bearbeitet von N. Späth, P. Löhr und R. Hagemeister, München: IZI 1998, 186 S.

Die Bibliographie umfaßt 535 Titel (Monographien, Sammelbände, Zeitschriftenartikel), von denen die überwiegende Mehrheit in Deutschland bzw. den USA erschienen ist. Die Zusammenstellung entstammt eigenen Recherchen, aber auch dem Zugriff auf verschiedene Online-Datenbanken sowie auf die CD-ROMs „Medienpädagogik 1997 - Text und Materialsammlung“ und „ISM '97 Informationssystem Medienpädagogik“. Die hier in gedruckter Form vorliegende Bibliographie wird ihrerseits Teil der CD-ROM ISM '98; sie wird zu beziehen sein bei der Bonner Bundeszentrale für politische Bildung, Referat Medienpädagogik und Neue Medien.

Die Literatur wurde in zwölf Themen-Kapitel systematisiert, wobei jeder Titel genau einem Kapitel zugeordnet wurde. Angegeben sind neben den üblichen bibliographischen Angaben auch Schlagworte, der Publikationstyp (z.B. Dokumentation, Kongressbericht) und ein Beigabenvermerk (z.B. Tabellen, Literatur, Illustrationen). Folgende Themenschwerpunkte sind zu finden: Allgemeine

Literatur (in einführender und umfassender Weise); Fernsehnutzung (Dauer, Motivation, Präferenzen); Fernsehwerbung (Bewertung durch und Wirkung auf Jugendliche); Gewalt, Horror, Pornographie (Inhaltsanalysen, Rezeption, Wirkung); Jugendkultur (besonders Jugendsendungen); Medienarbeit (praktische Medienprojekte); Mediennutzung (alters- und geschlechtsspezifische Präferenzen, Dauer, Motivation, Auswirkungen auf das Freizeitverhalten); Medienpädagogik; Mediensozialisation (zum fernsehen und durch Fernsehen); Mediawirkung; Musikprogramme und Videoclips (besonders MTV und VIVA).

Da jeder Titel nur einem Kapitel zugeordnet ist, obwohl sie oft mehrere Themen berühren, sind die ausführlichen Register am Ende des Bandes sehr hilfreich. Neben dem Personenregister (Autoren, Mitarbeiter, persönliche Herausgeber) sind auch korporative Urheber oder Herausgeber dokumentiert. Das Schlagwortverzeichnis ist ebenfalls ausführlich, wobei die Herausgeber auf „Super-Schlagworte“ wie „Fernsehen“ und „Jugendlicher“, denen endlose Zahlenkolonnen folgen, wohl hätten verzichten können.

Die Bibliographie dürfte vor allem jenen nützlich sein, die sich wissenschaftlich mit dem Thema „Jugend und Fernsehen“ befassen. Hinweise erhalten aber auch Lehrer oder Mitarbeiter in der

Jugendarbeit, die praktische und kreative Medienprojekte in ihre Tätigkeit einbeziehen wollen.

*Das Buch ist kostenlos zu beziehen beim: IZI, Rundfunkplatz 1, 80335 München.*

*E-mail: IZI@brnet.de.*

*Homepage: <http://www.izi.de>*

*SuK*

Halefeldt, Elke; *Unterwegs zur Medienkompetenz. Die medienpädagogische Landschaft der Bundesrepublik Deutschland*, Köln: KIM 1998, 157 S., DM 24,80.

Kinder und Jugendliche zur „Medienkompetenz“ zu erziehen, das ist mindestens seit den 90er Jahren erklärtes Ziel der Bildungspolitik. In die Pflicht genommen werden dabei vor allem die allgemeinbildenden Schulen. Sie sollen - nachdem in manchen Ländern ein neues Schulfach „Medien(kunde)“ erwogen, dann aber abgelehnt wurde - in einem „integrierten Konzept“ Fragen und Probleme der Medien in die bestehenden Unterrichtsfächer einbeziehen. Dabei sollen im wesentlichen vier Kompetenzen vermittelt werden: Die Kompetenz Medien und Medieninhalte *auszuwählen, zu verarbeiten, zu beurteilen* und schließlich mit Medien *gestalterisch umzugehen*.

Elke Halefeldt hat zwischen Ende 1995 und Anfang 1998 in der Zeitschrift „Funkkorrespon-

denz“, die vom Katholischen Medieninstitut herausgegeben wird, in sechzehn Aufsätzen die medienpädagogischen Ansätze der einzelnen deutschen Bundesländer vorgestellt. Diese Aufsätze liegen nun, ergänzt durch eine Einleitung und Literaturhinweise, gesammelt vor. Ausgehend von administrativen Erlassen der Kultusministerien oder Schulbehörden, versucht sie einen Überblick über die jeweiligen medienpädagogischen Initiativen. Die Bandbreite reicht von eher allgemeinen Appellen (z.B. Bremen), die die Gefahr mit sich bringen, „daß Medienerziehung weitgehend ins Belieben der einzelnen Lehrkraft bzw. des einzelnen Lehrerkollegiums gestellt bleibt“ (52) über Kooperationen mit außerschulischen Institutionen (z.B. Brandenburg) mit dem Ziel, „aktive Medienarbeit als Mittel der Verzahnung von Schule und Freizeit“ (46) zu konstituieren bis zu technisch ambitionierten Modellprojekten wie das Berliner Modell „Comenius“ (vgl. 40f), in dem Schulen miteinander durch Glasfasernetz verbunden sind und Unterrichtsmethoden wie die „Videokonferenz“ eingeführt wurden.

In der hier vorliegenden Zusammenstellung der Artikel fällt als Defizit auf, was für die Einzelveröffentlichungen wohl eher unerheblich war: Die theoretischen oder praktischen Versuche der Bundesländer sind so unterschiedlich strukturiert, daß dem

Leser jede Vergleichsmöglichkeit fehlt. Bis auf die in mehreren (nicht allen!) Artikeln wiederkehrenden Zahlenangaben über die Medienausstattung der Schulen im jeweiligen Bundesland haben die Aufsätze keine wiederkehrende Struktur, sondern verbleiben im Summarischen. So bleibt beispielsweise unklar, welche Bedeutung die Medienerziehung für das Bundesland im Ganzen hat. Ist es eine „Breitenbewegung“, die in jeder Schule Fuß gefaßt hat oder erschöpft sie sich in Vorzeige-Projekten? Wie sind die Perspektiven? Welche Geldmittel stellt welches Land (in Zukunft) bereit, um Schulen technisch auszurüsten und Lehrer zu qualifizieren? Für die Buchveröffentlichung wäre ein systematisierender Artikel, der die Linien zusammenführt und Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausstellt, sinnvoll gewesen. So bleibt das Buch ein Überblick, der, wie die Autorin selbst schreibt, schon jetzt in Kauf nimmt „der schnellen Entwicklung der medienpädagogischen Landschaft hinterherzuhinken“ (8).

SuK

Karasek, Hellmuth; *Das Magazin*, Roman, Reinbek: Rowohlt 1998, 429 S., DM 45,00.

Denken „Spiegel“-Redakteure in erster Linie an Sex, und wenn schon nicht daran, dann an Alko-

hol? Auf diese Gedanken bringt Hellmuth Karasek fast zwangsläufig die Leser seines Buches „Das Magazin“, das vorgibt, einen Blick in die Redaktion des „Spiegel“ zu leisten, der ja bis vor wenigen Jahren konkurrenzlos als „das“ Nachrichtenmagazin in Deutschland galt. „Das Magazin“ versteht sich als Schlüsselroman, doch es ist überhaupt kein Roman; dafür fehlen Handlung und Dramaturgie.

Karasek tischt bei diesem offenbar schnell geschriebenen und ebenso leicht konsumierbaren Werk vor allem reihenweise Anekdoten auf, Klatsch und Tratsch aus der „Spiegel“-Redaktion, wie sie angeblich in den 70er und 80er Jahren, zu Zeiten der Waldheim- und der Barschel-Affäre, war. Und so kommt sich der Leser über weite Strecken wie ein Voyeur vor, der die „Spiegel“-Redakteure aus der Sicht von Karaseks alter ego Daniel Doppler betrachtet. Ähnlichkeiten mit einem Schlüsselroman hat das Buch nur insofern, daß viele der handelnden Personen leicht identifizierbar sind: Mit Schwab etwa ist der frühere Chefredakteur Erich Böhme gemeint, mit Länge sein Kollege Johannes K. Engel, mit Walter Lenk der jetzige „stern“-Chefredakteur Werner Funk, Albert Kahn ist Rudolf Augstein und so weiter ...

Karasek, früher Ressortleiter Kultur beim „Spiegel“, der das Magazin im Unfrieden verließ, hat

eine vielfach vulgäre Wortwahl, und er bleibt nur bei oberflächlichen Dingen hängen. Schade. Denn wie es in der „Spiegel“-Redaktion zugeht, darüber hätte man wirklich gerne einmal mehr gewußt. Blaß bleiben auch die Hauptfiguren. Wenn es über den Verleger „Albert Kahn“ alias Rudolf Augstein lapidar heißt: „Er war von nichts abhängig gewesen. Von nichts. Nicht einmal von seinem Glauben ...“, dann wirft dies weitere Fragen auf.

Vermutlich wird „Das Magazin“, auch dank guter Vermarktung und eines bekannten Autors, ein Bestseller. Verdient hat das Buch es nicht. Das Beste an ihm war die wirklich witzig-ironische Einführung von Herbert Riehl-Heyse zur Buchpremiere am 10. September im Innenhof des Hamburgischen Museums für Geschichte.

hav

aus dem Blickwinkel engagierter Christen.

Die „Issues“ sind eine Sammlung von Texten des allzu jung 1995 gestorbenen Jesuiten Joseph Naidu. Seit seiner Zeit als Theologiestudent war er mit Leib und Seele der kirchlichen Kommunikation verschrieben. Er gründete das „Karnataka Media Centre“ der Jesuiten in Bangalore, war viele Jahre Sekretär der katholischen Medienorganisationen Unda und OCIC für Asien und war weit über den kirchlichen Bereich hinaus als Gesprächspartner geschätzt. Texte und Notizen, die zum Teil in Zeitschriften und Zeitungen veröffentlicht wurden, aber auch bisher unveröffentlichte Texte sind in diesem posthum veröffentlichten Büchlein zusammengefaßt. Themen wie „Christian Communication: A vision for Asia“, „Education and the Mass Media“, „Religious Education encounters media technology“, „Does Religion make News?“ oder „Using the media to promote values“ zeigen einige der Themenbereiche, die Naidu anspricht. Die Texte zeigen ihn als jemanden, der tiefer geht und versucht, christliche Verantwortung und Botschaft nicht nur an der Oberfläche oder nur im Blick auf Techniken zu sehen. Die Beiträge stammen aus den Jahren 1991 bis 1995, sind aber leider nicht einzeln datiert. Man hätte sich jeweils eine kurze Notiz zu Ort und Zeit der Veröffentlichung

Naidu, V. J.; *Issues in the Media*, Bangalore: Media Centre 1997, 71 Seiten.

Roberge, Gaston; *Communication Cinema Development. From Merosity to Hope*, New Delhi: Manohar Publishers 1998, 217 Seiten.

Trotz verschiedener Titel haben diese beiden Bücher eines gemeinsam: sie bieten Essays und Überlegungen zur gesellschaftlichen Kommunikation in Asien

bzw. Entstehung der einzelnen Beiträge gewünscht.

Gaston Roberge ist kanadischer Abstammung, war aber seit 1961 in Indien bis er neuerdings zum Kommunikationssekretär beim Generalat der Jesuiten in Rom ernannt wurde. Er ist Gründer und langjähriger Leiter des Kommunikationszentrums „Chitrabani“ in Kalkutta und einer der wenigen christlichen Publizisten Asiens, die philosophisch und theologisch reflektieren, was in den verschiedenen Medien, vor allem im Film, ausgedrückt wird. Die in diesem Buch in fünf Abschnitten gesammelten Texte beschäftigen sich im wesentlichen mit den drei Bereichen Kommunikation, Film und Entwicklung und deren Beziehungen zueinander, wobei dem Film der größte Raum gegeben wird. Dies ist keine systematische Darstellung, sondern eine Sammlung von Texten, die offensichtlich bei verschiedenen Gelegenheiten entstanden oder durch bestimmte Lektüre angeregt wurden. Wie immer bei Roberge fordern auch diese Texte tieferes Nachdenken. Als einer der Pioniere des Films in Asien ist er überzeugt: „*Cinema will change, but its function in society, it seems to me, will endure, namely, to articulate the collective thought of a human group at a given time*“ (Einleitung).

Franz-Josef Eilers

Srampickal, Jacob/Botelho, Jude/Kanchan, Ray (Ed.); *Media Education in India. Emerging Trends and Perspectives*, New Delhi: NISCORT 1997, 238 Seiten.

Medienerziehung ist im deutschsprachigen Raum schon seit den sechziger Jahren Thema von Studien, Büchern und Zeitschriften. In anderen Teilen der Welt ist „Media Education“ als die Erziehung zum kritischen Gebrauch der Massenmedien relativ neu. Diese Veröffentlichung des neu gegründeten katholischen „National Institute of Social Communication Research and Training“ (NISCORT) in Verbindung mit dem Kommunikationsbüro der Katholischen Bischofskonferenz in India (CBCI) ist eine erste Zusammenfassung und Übersicht über solche Bemühungen in Indien und darüber hinaus. Der Band sammelt Beiträge von 23 verschiedenen Autoren, die offensichtlich zum Teil als Referate, Skizzen oder Dokumente auf verschiedenen Tagungen geboten wurden. Einer Einführung in die geschichtliche Entwicklung der menschlichen und gesellschaftlichen Kommunikation folgt eine Klarstellung der Begriffe. Die Rolle, der Einfluß und die Herausforderungen der Medien heute werden dann ebenso abgehandelt, wie Strategien, Stufen der Medienerziehung, Erfahrungen und Fragen der Forschung. In einem eigenen Abschnitt werden dann aber über

Indien hinaus auch Erfahrungsberichte aus anderen Ländern der Ersten und der Dritten Welt geboten. Die Beiträge sind im allgemeinen recht kurz und mehr Erfahrungsberichte aus und für die Praxis als akademisch fundierte Darstellungen mit bibliographi-

schen Angaben, die man sich besonders bei Keval Kumars Beitrag über Studien zur „Media Education“ gewünscht hätte. Allerdings gibt es im Anhang eine Auswahlbibliographie.

*Franz-Josef Eilers*