

Peter Winterhoff-Spurk und Konrad Hilpert (Hg.), Medien und Ethik. Interdisziplinäre Vortragsreihe an der Universität des Saarlandes (Annales Universitatis Saraviensis, 7), St. Ingbert: Röhrig Universitätsverlag 1995, 182 S.

In dem vorliegenden Band sind sechs Vorträge zusammengefaßt, die sich aus unterschiedlichen Blickwinkeln mit der Thematik „Medien und Ethik“ befassen. Sie entstammen einer interdisziplinären Vortragsreihe an der Universität des Saarlandes, die das Ziel hatte, die beiden Bereiche Theologie, Psychologie und (Medien-)Pädagogik miteinander ins Gespräch zu bringen.

Für die theologische Sicht kommen *Konrad Hilpert* und *Ottmar Fuchs* zu Wort. Hilpert (Theologische Ethik) lenkt sein Augenmerk auf „Aspekte einer Ethik des Bildes“ (11-40). Ausgehend von den veröffentlichten Fotos im „Fall Barschel“ geht er der Frage nach, ob im Journalismus alles, was gezeigt werden kann, auch gezeigt werden darf und entwickelt im Hinblick darauf „Bausteine für eine Ethik des Bildes“. Danach müsse die ethische Bewertung der Verantwortbarkeit von Bildern den gesamten komplexen Vorgang des Bilderverstehens einbeziehen: die Bildinhalte, die Bildproduktion, die visuelle Kompetenz des Betrachters, die Situation der Wahrnehmung, die Möglichkeiten der Verwendung und schließlich die Wirkung. Erst in der Kumulation der ethischen Einzelbewertungen ergebe sich ein verantwortbares Gesamtbild.

Ottmar Fuchs (Praktische Theologie) wendet sich dem Spannungsfeld von „Kommunikation, Öffentlich-
 lichkeit und religiöser Botschaft“ zu (41-74). Auf dem Hintergrund der Tatsache, daß die komplexe gesellschaftliche und die kirchliche Öffentlichkeit längst nicht mehr deckungsgleich sind, fragt er, welche Aufgabe die Kirche im Kontext der Massenkommunikation habe. Seine Grundthese lautet: „Je mehr Christen und kirchliche Sozialgestalten ... uneigennützig (bezüglich der Aufrechterhaltung und Rekrutierung ihrer Institutionen) mit den Menschen und Lebensbereichen umgehen, desto überzeugender, einladender und attraktiver werden sie für suchende Menschen sein“ (53). Entsprechend formuliert Fuchs als Aufgaben kirchlicher Medienarbeit: diakonische Arbeit an den Medienschaffenden; Aufbau der Fähigkeit zur Hoffnung und zur Menschlichkeit für kirchlich Fernstehende; Anerkennung und Unterstützung von profanen Produktionen, die christliche Themen und Werte vermitteln; medienpädagogische Angebote, um die Menschen gegenüber den Einflüssen der Massenmedien zu stärken. Dieser uneigennützig Dienst an der Gesellschaft und an den Medien sei vordringlicher als das In-Dienst-Nehmen der Medien für die eigene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Aus psychologischer Perspektive referiert *Peter Winterhoff-Spurk* die einschlägigen Ergebnisse der empirischen Nutzungs- und Wirkungsforschung zu der stets aktuellen Frage der Gewalt im Fernsehen (75-94). Neben einem kompetenten und übersichtlichen Überblick bietet er auch reichhaltige Literaturhinweise.

Der Pädagoge *Peter Strittmatter* widmet sich der Alltagsfrage von Eltern: „Sollen Kinder Fernsehen?“ (95-125). Auch er skizziert zunächst die gängigen Forschungsergebnisse, bevor er zu den bleibenden Aufgaben einer sinnvollen Medienpädagogik kommt. Danach sei die Frage weder, *ob* Kinder fernsehen noch *wieviele* sie fernsehen. Die ausschlaggebende Frage sei vielmehr, *wie* Kinder fernsehen. Die Aufgabe sei deshalb, Kindern zu Fernsehkompetenz zu verhelfen, sie zu kritischen Zuschauern zu erziehen. Zur Veranschaulichung dieser These führt Strittmatter einige Forschungsprojekte mit Kindern im Vorschulalter an. Zudem bietet auch er einige weiterführende Literatur.

Schließlich kommen zwei Praktiker zu Wort: *Thomas Kleist*, Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland, beschreibt die „Ordnungspolitischen Einwirkungsmöglichkeiten der Landesmedienanstalten im privaten Hörfunk und Fernsehen“ (125-149). Dabei zeigt sich, daß die tatsächlichen Einwirkungsmöglichkeiten sich auf die Verhinderung extremer Fehlentwicklungen (vor allem im Bereich Medienkonzentration, Jugendschutz und Werbung) beschränken müssen. Als verantwortliche Behörde für privatwirtschaftliche Unternehmungen befänden sich die Landesmedienanstalten „auf einer ständigen Gratwanderung zwischen der Rundfunkökonomie auf der einen Seite und der Rundfunkökologie auf der anderen Seite“ (147).

Den abschließenden Beitrag liefert *Manfred Buchwald*, lange Jahre Journalist in hochrangigen Positionen und nun Intendant des Saarländischen Rundfunks. Er behandelt „Ethische Aspekte der journalistischen Praxis“ (151-173) und möchte vor allem aufmerksam machen auf die sehr komplexe Mediensituation und darauf, „daß die Berufsethik des Journalisten in einem höchst filigranen Beziehungsgeflecht angesiedelt ist“ (157). Als Fallbeispiel greift Buchwald die Auswahl und Aufbereitung der Nachrichten heraus, die er aus seiner Tätigkeit als Chefredakteur der ARD-Tagesthemen gut kennt. Interessant ist bei diesem Beitrag, daß Journalistethik hier kein akademisches Schreibtischthema bleibt, sondern in praktischen Fällen Gestalt annimmt.

Wie die meisten Sammlungen von Vorträgen leidet das Buch darunter, daß alle Themen nur kurz angerissen werden können und wenig fundamental Neues bieten. Dennoch ist es eine angeregende Lektüre für alle, die sich in unterschiedlichen Fachbereichen mit dem Themenfeld Medienethik befassen.

Susanne Kampmann

Arthur Schütz, *Der Grubenhund. Experimente mit der Wahrheit* (ex libris kommunikation, 5), München: R. Fischer Verlag 1996, 192 S.

Daß die Wiederauflage von vergriffenen historischen Werken nicht nur ein Hobby für Wissenschaftsgeschichtler ist, zeigt die kommentierte Herausgabe des

„Grubenhundes“ von Arthur Schütz (Erstauflage: 1931). Der „Grubenhund“ ist eine Sammlung von „Experimenten“, die der Wiener Ingenieur und Fachschriftsteller Arthur Schütz (1880-1960) im ersten Drittel unseres Jahrhunderts durchführte. Ausgangspunkt war 1911 eine Wette mit Kollegen: ist es möglich, in der angesehenen „Neuen Freien Presse“ einen vollkommen unsinnigen Artikel über ein aktuelles Problem zu positionieren, der sich lediglich durch eine intelligent wirkende, in Wahrheit aber wilde Aneinanderreihung von Fachbegriffen auszeichnet. Das Experiment gelang, der Nonsense-Artikel erschien, der „Grubenhund“ war geboren. In den folgenden Jahren brachte Arthur Schütz immer wieder in verschiedenen Zeitungen solche „Grubenhunde“ zum Abdruck. Er schrieb über ovale Wagenräder und feuerfeste Kohlen, über Betonwürmer und Paraffinzündholzfabriken. Und die Redaktionen druckten die Machwerke ab, nicht als „Leserbriefe“ im heutigen Sinne, sondern als redaktionelle, teils sogar redigierte Beiträge.

Die heutige Neuherausgabe setzt sich aus verschiedenen Teilen zusammen. Nach einer Einführung in Leben und Person von Arthur Schütz (Walter Hömberg, 9-30) folgt die bebilderte Edition der Erstausgabe des „Grubenhunds“ (31-106). Darin hat Arthur Schütz seine Grubenhunde zusammengestellt und sein Vorgehen und seine Schlußfolgerungen gleichzeitig erläutert und kommentiert. Dieser Teil ist für den heutigen Leser in erster Linie ein amüsantes Lesebuch.

Der kurze Essay von Walter Hömberg „Von Falschmeldungen und Medienfälschern“ (108-117) grenzt die „Grubenhunde“ sodann von Zeitungsenten und Nachrichtenfälschungen ab und macht auf bleibende Defizite im Journalismus aufmerksam.

Den Abschluß des Buches bildet das „Fachstichwort“ von Hans Wagner, in dem er unter dem Titel „Das Grubenhundgesetz: Die Rationalität der sozialen Orientierung“ (118-192) versucht, die historischen Erfahrungen zu systematisieren und auf die heutige Mediensituation zu übertragen. Dabei lautet seine Grundthese, daß es sich beim „Grubenhund“ nicht um „einmalige, zeit- und situationsbedingte Erscheinungen“ handelt, sondern um „typische Muster der Informationsverarbeitung“ (121), die heute noch Gültigkeit haben. Das Grundproblem im Journalismus sei, daß für die Übernahme von Informationen, sei es als Einzelinformation oder als ganzer Artikel, die *Quellenkriterien* vor den *Sachkriterien* rangierten. „Praktisch wird die Überprüfung der Herkunftsquelle in vielen Fällen der wichtigste, in manchen Fällen der einzige mögliche Schritt zur Wahrheitsprüfung sein“ (140). Doch wie funktioniert die „Quellenprüfung“? Vielfach nur über den „allgemeinen Eindruck“ einer schriftlichen Einsendung. Ausschlaggebend sei die „äußere Form“ der Information, die vorgebliche Qualifikation der Quelle (Titel, Beruf), sowie der „Redaktionsaffekt“ (135), die Frage nämlich, inwieweit die Information in das jeweilige Blatt „paßt“. Gesetzmäßig formuliert: die Quelle ist

umso glaubwürdiger, wenn die eingesandte Information sowie der Eindruck über den Informationsgeber „identisch (ist) mit der Welt- und Wertsicht des Blattes“ (135). Man glaube am meisten dem, von dem man glaube, er sei „einer von uns“. An diesem Punkt der Analyse des Grubenhund-Gesetzes geht Wagner über zu einer Kritik an der Gesinnungspresse überhaupt. „Die Presselandschaft, in welcher der Grubenhund wächst und gedeiht, ist eine mit exzessiv verwirklichter Partei- und Gesinnungspresse“ (149). Er werde gefördert, wenn sich Blätter als „Forum der Gesinnungsgenossen“ (153) verstünden und auf aktive Mitarbeit ihrer Leserinnen und Leser Wert legten. „Der Grubenhund-Erfolg hängt also an der Gesinnungsklammer“ (153).

Damit handelt es sich bei der Analyse von Hans Wagner keineswegs nur um eine Journalisten-Kritik. Die Kritik richtet sich gleichermaßen an „Jedermann“, denn „Jedermann“ folge in seiner eigenen Informationsverarbeitung genau diesem Gesetz, der „Rationalität sozialer Orientierung“. Und dies bestätige auch die moderne Mediennutzungsforschung. Besondere Relevanz gewinnt die Grubenhund-Kritik, wenn man auf die heutige „Krise der Gesinnungspresse“ schaut, die die Parteienpresse genauso betrifft wie die Kirchenpresse. Und nach der Lektüre des „Grubenhundes“ stellt man sich unwillkürlich die Frage, ob der schleichende „Abschied von der Gesinnungspresse“ eine ausschließlich zu bedauernde Tatsache ist.

Susanne Kampmann

KURZBESPRECHUNGEN

Guido Bröer, Journalismus als Lebensform. Wege aus der Fremdheit im journalistischen Alltag (agenda Medien, 2), Münster: Agenda-Verlag 1994, 111 S.

Das kleine Buch von Guido Bröer ist eine vehemente Medienkritik, vorgetragen von einem idealistischen Jung-Journalisten. Es ging hervor aus seiner Diplomarbeit am Institut für Journalistik der Universität Dortmund und wurde für die Veröffentlichung weitgehend von wissenschaftlichem und empirischem „Ballast“ befreit. Übrig bleibt nicht nur die Kritik an der „Haben-Orientierung“ der meisten Journalisten, sondern außerdem der Versuch, eine neue Journalistenethik zu entwerfen. Bröer nennt diese Ethik einen „Seins-orientierten Journalismus“, der wesentlich von einem neuen journalistischen Selbstverständnis getragen sein müsse. Er konstatiert „einen Bedarf für einen Journalismus, der Menschen als Menschen annimmt und nicht nur als Themen, der von Menschen gemacht wird, die sich in ihrem Beruf selbst als Menschen begreifen und nicht nur als Rolle“ (80). In diesem Sinne müsse der Journalismus sich vom Beobachter-Status verabschieden und statt dessen ein echtes „Inter-esse“, ein Dabeisein-Wollen erkennbar werden lassen. Erst dann sei – und das hält Bröer für wünschenswert – der Journalismus nicht mehr nur ein Beruf, sondern eine Lebensform. Bröer selbst nennt seinen Entwurf eine „Utopie“, und Claus Eurich, der ein kurzes Vorwort zu dem Buch geschrieben hat, lobt diese Utopie als „undogmatisch,

wunderbar einseitig, spannend“ (8).

S. K.

Wolfgang Flieger, Die TAZ. Vom Alternativblatt zur linken Tageszeitung (Forschungsfeld Kommunikation, 2), München: Ölschläger-Verlag 1992, 338 S.

Als die TAZ im April 1979 von mehr als zwei Dutzend Gruppen und Initiativen aus dem Spektrum der politischen Linken gegründet wurde, war sie ein Pilotprojekt mit ungewisser Zukunft. Wolfgang Flieger geht in seiner sozialwissenschaftlichen Dissertation der Frage nach, wie sich dieses Projekt bis zu Beginn der 90er Jahre entwickelt hat. Neben einem theoretischen Teil (17-95) über Medientheorien, neue soziale Bewegungen und die Alternativpresse bietet er einen deskriptiven Teil (97-198), in dem er die äußeren Voraussetzungen der TAZ (Gründung, rechtliche Struktur, Auflagen usw.) beschreibt. Im empirischen Teil (199-288) untersucht Flieger inhaltsanalytisch die politische Berichterstattung der TAZ und vergleicht sie mit der der FAZ. Ideenleitendes Interesse ist dabei die Frage, inwieweit die TAZ ein „Alternativblatt“ geblieben ist, bzw. inwieweit sie sich anderen überregionalen Tageszeitungen angepaßt hat. Die Antwort auf diese Frage bleibt ambivalent. Flieger konstatiert zwar ein bleibendes eigenes Profil, das sich in Themenschwerpunkten und sprachlichen Stilmitteln ausdrückt, erkennt aber gleichzeitig den Willen, sich zu einer Art „linken FAZ“ zu entwickeln. Um dieses Ziel zu erreichen, müsse

die TAZ aber, so die Meinung des Autors, einige immer noch vorhandene journalistische und formale Mängel beheben (vgl. S. 288).

S. K.

Gero Kalt (Hg.), Schlecht informiert. Wie die Medien die Wirklichkeit verzerren. Eine Fallsammlung (Medienkritische Reihe, 3), Frankfurt: IMK 1992, 338 S.

Wer schon immer der Meinung war, man dürfe der Berichterstattung der Medien nicht glauben, der sieht sich nach der Lektüre dieser Fallsammlung bestätigt. Fachjournalisten und Experten aus verschiedenen Bereichen haben wichtige Medienveröffentlichungen nachrecherchiert und über achtzig Fälle herausgegriffen, die nachweislich einseitig, diffamierend, verzerrend oder schlicht falsch sind. Das Buch ist gegliedert in die Fachbereiche Politik, Wirtschaft und Wissenschaft/Umwelt/Medizin und ist eine Zusammenstellung von Erstveröffentlichungen im Fachinformationsdienst „Medienkritik“ des Instituts für Medienentwicklung und Kommunikation in Frankfurt. Auch wenn die kritisierten Fälle inzwischen zeitlich nicht mehr aktuell sind, zeigt die Fülle der Beispiele und die Unterschiedlichkeit der Themen doch ein Defizit im Journalismus, das wohl bis heute Gültigkeit hat. Deshalb bietet dieses Buch auch im Nachhinein eine mitunter verblüffende Lektüre.

S. K.

Die Vierte Gewalt. Fragen an die Medien (mm transparent), Aachen: MM-Verlag 1994, 233 S.

Medienkritik ist in allen Fachbereichen beliebt, manchmal sogar bei den Medien selbst. Das Buch „Die Vierte Gewalt“ versucht, in Form eines „Lesebuchs“ hochrangige Medienvertreter selbstkritisch zu Wort kommen zu lassen. Im ersten Teil antworten sechs bekannte Journalistinnen und Journalisten (K. Adam, FAZ; F. Nowotny, WDR; B. Sichtermann, Die Zeit; P.C. Martin, BILD; Th. Kießling, Rhein. Merkur; H. Thoma, RTL Plus) auf vierzehn Fragen bzw. Thesen, die ihnen vorgelegt wurden. Das Spektrum der Fragen reicht von der Rolle der Medien in der Gesellschaft („Vierte Gewalt“, „Gewissen der Nation“) über ethische Fragen bis hin zu ganz praktischen Aspekten (Nachrichtenauswahl; Unterhaltungsfernsehen; Unterschiede Privatfunk – Öffentlich-Rechtliche Anstalten).

Der zweite Teil präsentiert „Essays“ zu verschiedenen Medienthemen, wobei die Texte der bekannteren Autorinnen und Autoren meist Übernahmen aus früheren Veröffentlichungen sind. In erster Linie greifen die Essays Sachprobleme auf (z.B. Juristische Aspekte der Pressefreiheit; Perspektiven der Tageszeitung; Deutscher Presserat; Medienkonzentration). Auch das Verhältnis von Kirche und Medien rückt in den Blick: Kardinal Carlo Martini ist mit zwei Texten vertreten (Quelle: „Einschaltung. Ein Kardinal im Gespräch mit den Medien“). Den Part des kirchlichen Medienkritikers übernimmt Guido Horst, der frühere Redakteur der deutschen

Ausgabe der Zeitschrift ‚Trenta Giorni‘, der die „Fehlentwicklung im Verhältnis von Kirche und Medien“ skizziert. An seinem Beitrag wird deutlich, wie sehr das Buch konservativ-katholische Interessen verfolgt. So führt er beispielsweise die eher negative mediale Berichterstattung über den Weltkatechismus zurück auf innerkirchliche Kritik, der sich „die Medien“ dann angeschlossen hätten. „Das Heruntermachen des neuen Glaubenskompandiums besorgten zum großen Teil Professoren, die ihre Beauftragung von der katholischen Kirche haben“ (174). Zudem seien die Medien unfähig oder unwillig, den tieferen Sinn kirchlicher Verkündigung zu erfassen und reduzierten Glaubensinhalte auf ethische Fragen. „Die Kampagne gegen den Weltkatechismus war eine Kampagne gegen den übernatürlichen Charakter der Kirche und gegen die Begriffe der Sünde, der Gnade und der Vergebung“ (180).

Insgesamt lohnen, aus Sicht der Rezensentin, die im ersten Teil präsentierten, teilweise interessanten Antworten von Medienpraktikern auf kritische Fragen die Anschaffung des Buches nur bedingt.

S. K.

Andrew und Juliet Quicke, Hidden Agendas. The Politics of Religious Broadcasting in Britain 1987-1991, Virginia Beach (USA): Dominion Kings Grant Publication Inc. 1992, 276 S.

Der Band ist in erster Linie eine historisch-juristische Arbeit. Die Autoren haben sich daran bege-

ben, neuere britische Rundfunkgesetze und -verordnungen daraufhin zu überprüfen, welcher Status religiösen Beiträgen zugewiesen wird, welche Kirchen angesprochen werden und wie die Verantwortlichkeiten geregelt sind. Berücksichtigt werden auch die gesellschaftlichen Diskussionen, die zu den gesetzlichen Entscheidungen geführt haben. Dabei spielt eine veränderte religiöse Situation, die längst nicht

mehr vergleichbar ist mit derjenigen in den „Gründertagen der BBC“, eine wichtige Rolle. Gerade im Hinblick darauf, daß der deutsche Rundfunk dem britischen Rundfunksystem solche Errungenschaften wie die regelmäßigen kirchlichen Verkündigungssendungen verdankt, ist eine Kenntnisnahme der veränderten Rundfunkpolitik Großbritanniens sicher lohnend.

S. K.