

KURZBESPRECHUNGEN

**Sissi Pitzer/
Ingrid Scheithauer (Hrsg.):**
*20 Jahre nach dem Urknall.
Zur Zukunft des privaten
Rundfunks.* Berlin 2004:
Vistas. 15,00 Euro,
134 Seiten.

In dem Band sind die Beiträge eines Symposiums vom Juni 2004 in Mainz dokumentiert. Neben einem Beitrag von Kulturstaatsministerin Christina Weiss zu Programmentwicklung, Öffentlichkeitswandel und kultureller Identität kann der Leser ein Interview mit Ministerpräsident Kurt Beck sowie Beiträge zum Medien-Europa und zur digitalen Technik nachlesen. Informativ ist der Beitrag von Tonio Kröger zu neuen Werbeformen. Das Highlight des Buches findet sich am Ende: ein Gespräch zwischen Helmut Thoma und Jürgen Doetz: „Die Männer der ersten Stunde.“

Torsten Maurer:
*Fernsehnachrichten und
Nachrichtenqualität. Eine
Längsschnittstudie zur
Nachrichtenentwicklung in
Deutschland.* München
2005: Verlag Reinhard
Fischer. 22,00 Euro,
330 Seiten m. Tab.

Im Mittelpunkt dieser Studie, die als Dissertation an der Freien Universität Berlin verfasst wurde, steht die Frage, wie sich die Qualität von Nachrichten in den Programmen der großen Free-TV-Anbieter ARD, ZDF, RTL und Sat.1 über einen Zeitraum von neun Jahren entwickelt hat. Als Kriterien für Qualität wertet der Autor die in der Journalismusforschung üblichen Kategorien Vielfalt und Relevanz sowie journalistische Professionalität. Letztere zeigt sich in den Eigenschaften Ausgewogenheit, Neutralität, Richtigkeit und Vollständigkeit. Warum das Kriterium Aktualität nicht berücksichtigt wird, bleibt ein Geheimnis. Die Ergebnisse sind wenig überraschend. So wird politischen Nachrichten in ARD und ZDF mehr Bedeutung beigemessen als bei der privaten Konkurrenz. Die konkrete journalistische Arbeit unterscheidet sich jedoch kaum. Die Rahmenbedingungen der Programme sind entscheidend für die inhaltlich-thematische Qualität der Nachrichten.

**DVB Multimedia Bayern
(Hrsg.):**
*Merging Media – Potenziale
und Konsequenzen der
Digitalisierung. Dokumen-
tation der Medientage
München 2004.* Berlin 2005:
Vistas. 28,00 Euro,
299 Seiten m. Abb.

Die Vorträge und Diskussionen der letztjährigen Medientage in München sind in diesem Band dokumentiert. Für die geeigneten Leser dieser Zeitschrift sind besonders die beiden Vorträge von Jürgen Doetz und Wolf-Dieter Ring zum Thema „Jugendmedienschutz heute – zu wenig oder zu viel Selbstkontrolle“ empfehlenswert. Es dürfen vorher Wetten abgeschlossen werden, wer zu wenig und wer zu viel Selbstkontrolle sieht. Über die im letzten Jahr heiß diskutierte Schönheits-OP-Sendung fand ein Podiumsgespräch statt, das hier ebenso zusammengefasst wiedergegeben wird wie die anderen Gespräche zu Themenfeldern wie Medienpolitik, Medienkompetenz, Werbung, Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Multimedia und Internet.

Gernot Gehrke (Hrsg.):
Netzwerke zur Medienkompetenzentwicklung – Erfolgsfaktoren und Handlungsoptionen. München 2004: kopaed. 14,80 Euro, 112 Seiten.

Im Auftrag der nordrhein-westfälischen Staatskanzlei führte das Europäische Zentrum für Medienkompetenz in Marl einen Workshop durch, um die unterschiedlichen Netzwerke, die allein in Nordrhein-Westfalen an der Entwicklung von Medienkompetenz arbeiten, an einen Tisch zu bringen. Im Zentrum der Beiträge steht die Leistungsfähigkeit von Netzwerken und die Frage: „Netzwerke – Königswege zur Kompetenz?“ Der Plural zeigt an, dass es den Königsweg nicht gibt, sondern viele Wege zu Medienkompetenz führen.

**Jo Groebel/
Gernot Gehrke (Hrsg.):**

Internet 2002. Deutschland und die digitale Welt. Internetsnutzung und Medien-einschätzung in Deutschland und Nordrhein-Westfalen im internationalen Vergleich. Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Band 46. Opladen 2003: Leske+Budrich. 45,50 Euro, 334 Seiten m. Tab.

Jan Schmidt:

Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden. München 2005: Verlag Reinhard Fischer. 22,00 Euro, 308 Seiten m. Abb.

Wolfgang Schill/Jürgen Linke/Dieter Wiedemann (Hrsg.):

Kinder & Radio. München 2004: kopaed. 16,80 Euro, 238 Seiten m. Abb. u. Tab.

BLM (Hrsg.):

BLM-Symposium Medienrecht 2002. Die Trennung der Werbung vom „übrigen Programm“. BLM-Schriftenreihe, Band 76. München 2004: Verlag Reinhard Fischer. 15,00 Euro, 149 Seiten m. Abb.

Die Studie zur Internetsnutzung mit dem Schwerpunkt auf den sogenannten Offlinern stammt aus dem Jahre 2002. Die Daten dürften sich folglich bereits wieder geändert haben. Der Band schließt mit einem Maßnahmenkatalog „zur Förderung der digitalen Teilhabe“. Hier ist nach Ansicht der Autoren die Politik gefordert. „In den verschiedenen Politikbereichen sind zusätzliche Maßnahmen für verbesserte Struktur- und Rahmenbedingungen ebenso erforderlich wie ein kontinuierliches internationales Benchmarking zur Überprüfung nationaler und regionaler Entwicklungen und Wirkungen. Hintergrund ist die Einsicht, dass der Erwerb von Kompetenz für den Einzelnen wie auch ihre Entwicklung in Institutionen und Organisationen einen entsprechenden gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Rahmen benötigt“ (S. 311). Dazu soll auch das Vertrauen in E-Commerce und E-Government verstärkt werden.

Die vorliegende Studie zeigt anhand mehrerer Beispiele (öffentlichen Internetszugängen in Bamberg, bayerischen Bürgernetzen, dem Bürgernetz in Bamberg und dem Tourismusportal bamberg.info), dass sich die theoretischen Annahmen vom Verschwinden des Raumes und des globalen Dorfes durch das Internet als einseitig erweisen. „Entgegen mancher Vermutungen hat das globale Informations- und Kommunikationsnetzwerk nicht dazu geführt, dass der Nahraum an Bedeutung verliert. Stattdessen existiert eine Vielzahl von lokalbezogenen Onlineangeboten, auf die eine große Zahl der Nutzer zugreift“ (S. 10). Es gelingt dem Autor auf eindrucksvolle Weise, mit Vorurteilen aufzuräumen und eine nüchterne Perspektive auf die Bedeutung des Internets zu liefern.

Das Buch versammelt die Beiträge einer Tagung zum Thema „Kinder und Radio“, die im Jahr 2003 in Berlin stattfand. Grundlegend wurde dabei Radio für Kinder als eine medienpädagogische Aufgabe angesehen. Die Beiträge zur Sicht auf das Radio aus der pädagogischen Praxis und der Perspektive von Hörfunkwerkstätten für Kinder überwiegen. Daneben finden sich grundlegende Informationen zur Radionutzung der Kinder in Deutschland und den USA. Schließlich werden die Chancen für ein bundesweites Kinder-radio diskutiert, einem „Ki.Ka“ für die Ohren. Das bestehende Radioangebot für Kinder wird im Anhang dokumentiert. Der Band liefert zuverlässige Informationen und interessante Positionen zu einem häufig vernachlässigten Thema.

Die Beiträge stammen zwar aus dem Jahr 2002, haben aber an Aktualität nichts eingebüßt. In Anbetracht der jüngsten Schleichwerbung-Debatte kann man im Beitrag von Axel Beater noch einmal die Leitlinien zur Trennung von Programm und Werbung nachlesen. Dort heißt es: „Werbung im Programm muss stets unzulässig sein, wenn der Sender dafür vom Hersteller des umworbenen Produkts eine Gegenleistung erhält oder infolge kostenloser Leistungen Aufwendungen erspart“ (S. 133). Allerdings sind die Grenzen zwischen erlaubter und nicht erlaubter Werbung fließend. Das Recht bedarf eben immer der Interpretation.