

Kurz b e s p r e c h u n g e n

Horst Weißleder/Ernst Edelmann/Hendrik Danz/Michael Richter/Volker Jecht:

Analoger und Digitaler Rundfunk im Kabelnetz. Studie zur Einspeisung von analogem und digitalem Hörfunk und Fernsehen ins Kabelnetz. (Schriftenreihe der MSA 4). Berlin 2001: Vistas. 10,00 Euro, 103 Seiten m. Tab.

Der Band setzt sich aus technischer Perspektive mit der analogen und digitalen Verbreitung von Hörfunk und Fernsehen im Kabelnetz auseinander. Es geht u. a. um die Qualitätsbeurteilung des PAL-TV-Signals, denn dort muss „bei der Diskussion des Signal-Rausch-Verhältnisses (meist signal noise ration SNR genannt) [...] unbedingt zwischen dem HF-seitigen und dem videoseitigen SNR unterschieden werden“ (S. 16). Im Mittelpunkt stehen Pegelrechnung und Signaldynamik. Insgesamt wird festgestellt: „Digitalsignale erzeugen ein größeres Störleistungsniveau als Analogsignale“ (S. 87). Daraus werden Empfehlungen zur Reduktion der Störungen abgeleitet.

Georgios Gounalakis/Meinhard Heinze/Dieter Dörr:
Urhebervertragsrecht. Verfassungs- und europarechtliche Bewertung des Entwurfs der Bundesregierung vom 30. Mai 2001. Berlin 2001: Vistas. 20,00 Euro, 279 Seiten.

Der Band enthält drei juristische Kommentare zum Entwurf des neuen Urhebervertragsrechts, die es im Hinblick auf das Verfassungsrecht, auf das Arbeitsrecht und auf das Europarecht bewerten. Ergänzend ist der Vorschlag der Medienwirtschaft vom April 2001 dokumentiert.

Deutsche Welle (Hrsg.):

„Sagt die Wahrheit: Die bringen uns um!“ Zur Rolle der Medien in Krisen und Kriegen. Berlin 2001: Vistas. 15,00 Euro, 157 Seiten.

In dem Buch sind 15 Beiträge versammelt, die sich aus verschiedenen Perspektiven mit der Kriegsberichterstattung auseinandersetzen. Im Mittelpunkt stehen der Golfkrieg, der Tschetschenienkrieg sowie Kriege und Krisen in Osttimor, Eritrea und der Balkanregion. Neben Praxisberichten von Journalisten gibt es auch wissenschaftliche Beiträge, z. B. die beiden sehr lesenswerten Aufsätze von Martin Löffelholz zu den Bedingungen der Kriegsberichterstattung im Zeitalter globaler PR und von Michael Kunczik zu den Stereotypisierungen in Feindbildern. Für interessierte Leser sehr hilfreich ist die Auswahlbibliografie am Ende des Buches.

Volker Gehrau:

Fernsehgenres und Fernseh-gattungen. Ansätze und Daten zur Rezeption, Klassifikation und Bezeichnung von Fernsehprogrammen. München 2001: Verlag R. Fischer. 20,00 Euro, 297 Seiten m. Tab.

Die umfangreiche Studie bietet nicht nur einen Überblick über den Stand der theoretischen Diskussion zu Gattungen und Genres in Film und Fernsehen, sondern in einem empirischen Teil wird der Frage nachgegangen, wie kurze Fernsehausschnitte von Zuschauern eingeordnet werden und welche Rolle dabei Genrebegriffe spielen. Gehrau kann zeigen, dass immer dann, wenn die Zuschauer nicht den genauen Titel der Sendung oder der Serie wissen, sie Genrebezeichnungen wie Krimi, Thriller, Komödie etc. oder eine Mischung aus Genre- und Gattungsbezeichnungen verwenden, z. B. Erotikfilm, Kriegsfilm, Liebesfilm (S. 213ff.). Die Bezeichnungen und Klassifikationen des Publikums sind in der Regel einfacher als die der Wissenschaftler, Ökonomen oder der Medienpolitiker. Die Studie von Gehrau gehört sicherlich zu den wichtigsten, die in den vergangenen Jahren im Bereich der Medienforschung durchgeführt wurden.

DLM (Hrsg.):

Konzentrationskontrolle im Rundfunk und wettbewerbliche Fusionskontrolle. Dokumentation des Fachgesprächs der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten). Berlin 2001: Vistas. 12,00 Euro, 97 Seiten.

Das Buch enthält vier Beiträge, die sich mit rechtlichen Aspekten der Medienkontrolle und den Positionen der Landesmedienanstalten auseinandersetzen. Daneben sind die Diskussionen zu den Vorträgen abgedruckt. In diesem Sinne hat der Band dokumentarischen Wert.

Karl-Ulrich Kuhlo/Hubertus Gehrsdorf:

Gerichts-TV. Die Rechtslage nach der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts. 2. LFR-Kolloquium Medienrecht, März 2001. Berlin 2001: Vistas. 10,00 Euro, 34 Seiten.

In dem Band geht es nicht, wie der Titel vielleicht vermuten ließe, über den Boom der Gerichtsshows, sondern um die Möglichkeit der Fernsehberichterstattung aus dem Gerichtssaal bei laufenden Verfahren. Die Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts wird hier vom Aufsichtsratsvorsitzenden des Senders n-tv und von einem Juristen kommentiert.

Volker Lilienthal:

Sendefertig abgesetzt. ZDF, SAT.1 und der Soldatenmord von Lebach. Berlin 2001: Vistas. 17,00 Euro, 147 Seiten m. Abb.

Der Journalist Volker Lilienthal rekonstruiert in diesem Buch die Geschichte der Sendeverbote für die filmische Aufarbeitung des so genannten Soldatenmords von Lebach. Bereits 1973 konnte einer der Straftäter beim Bundesverfassungsgericht ein Sendeverbot für ein ZDF-Dokumentarspiel durchsetzen. 1996 wiederholt sich der Fall, als eine Folge der Sendereihe *Verbrechen, die Geschichte machten* zum Fall Lebach erneut verboten wird. Der Band gibt einen erhellenden Einblick in ein Stück deutscher Fernsehgeschichte und die Hintergründe der Sendeverbote. Eine spannende Lektüre.

Klaus-Dieter Felsmann (Hrsg.):

4. Buckower Mediengespräche. Neue Medien – neues Lernen? München 2001: Kopaed. 12,20 Euro, 191 Seiten m. Abb.

Alljährlich finden im schönen Buckow die von Klaus-Dieter Felsmann organisierten Mediengespräche statt, deren Ziel es ist, Wissenschaftler, Medienpädagogen und Medienpraktiker miteinander ins Gespräch zu bringen. In dem Band sind die Beiträge des Treffens aus dem Jahr 2000 versammelt. Dazu zählt u. a. auch ein Aufsatz des Gurus der Computerkritik, Joseph Weizenbaum. „Kreatives Umgehen mit dem Computer verlangt Reife“ (S. 14) ist sein Credo. Die 24 Beiträge sind größtenteils lesenswert und vereinen theoretische und juristische Überlegungen mit (medien)pädagogischen Erfahrungsberichten und der Reflexion medienpädagogischer Praxis.

Michael Kunczik/Astrid Zipfel:

Publizistik. Ein Studienhandbuch. (UTB für Wissenschaft 2256 M). Köln u. a. 2001: Böhlau. 27,90 Euro, 549 Seiten m. Tab. u. Abb.

Dieses Handbuch wendet sich an Studentinnen und Studenten der Publizistik und des Journalismus. Es gibt einen umfassenden Überblick über Theorien, Methoden und Gegenstände des Fachs – vom Zusammenhang von Medien und Politik über Journalisten und ihr Berufsfeld, die Berufsethik des Journalismus, den Agenda-Setting-Ansatz bis hin zur Diskussion um eine neue Weltinformationsordnung und internationale Medienkonzerne. Eine gelungene Einführung für alle am Fach Interessierten.

Stefan Aufenanger/Mike Große-Loheide/Uwe Hasebrink/Claudia Lampert:

Alkohol, Fernsehen, Jugendliche. Programmanalyse und medienpädagogische Praxisprojekte. (Schriftenreihe der HAM 21). Berlin 2001: Vistas. 23,00 Euro, 407 Seiten m. Tab. u. Abb.

In Filmen, Serien, Talk-Shows, vor allem aber in der Werbung wird Alkohol konsumiert. Die vorliegende Studie ging der Frage nach, in welchen sozialen Kontexten Alkohol im Fernsehen konsumiert und wie er dramaturgisch eingesetzt wird sowie welches Image Alkohol dabei erhält. Es zeigte sich, dass Alkohol zwar sehr präsent ist, aber „die Omnipräsenz von Alkohol im Fernsehprogramm zu relativieren ist: In den meisten Szenen ergibt sich der Alkoholbezug daraus, dass Alkohol oder mit Alkohol verbundene Accessoires im Bild zu sehen sind, ohne dass der Gang der Handlung oder das behandelte Thema davon in erkennbarer Form beeinflusst wird“ (S. 184). Generell wird festgestellt, dass die Allgegenwart von Alkohol im Fernsehen zeigt, dass er integraler Bestandteil des Alltags ist. In einem weiteren Teil werden Medienprojekte aus der Suchtprävention vorgestellt (Jugendliche drehten Filme zum

Thema „Alkohol“) und resümiert, dass „die Projektarbeit zu einer kritischeren Haltung gegenüber den positiven Images von Alkohol und zu einer stärkeren Differenzierung der eigenen Positionen“ führte (S. 268). Interessant ist auch die Rezeptionsstudie zur Wahrnehmung von Alkohol im Fernsehen durch Jugendliche. Dabei konnte festgestellt werden, „dass die befragten Jugendlichen allgemein gesehen recht gut mit dem Thema Alkohol, sowohl bezogen auf ihre Lebenswelt als auch auf das Fernsehen, umzugehen wissen. Im Alltag spielt Alkohol zwar eine besondere Rolle im Freundeskreis, aber die Jugendlichen kennen doch die Grenzen und Gefahren“ (S. 317). Insgesamt stellen die Autoren fest, dass – nicht nur aus Gründen der Suchtprävention – die ständige Präsenz von Alkohol öfter zum Thema gemacht werden sollte, und zwar in allen gesellschaftlichen Bereichen. Das Projekt „Alkohol im Fernsehen“ zeigt, wie sinnvoll es ist, Programmanalysen mit medienpädagogischen Projekten und Rezeptionsstudien zu verbinden. Ein beispielhaftes Projekt mit sehr differenzierten Ergebnissen.