

KURZ

BESPRECHUNGEN

**Claudia Cippitelli/
Axel Schwanebeck (Hrsg.):**

Die neuen Verführer? Rechtspopulismus und Rechtsextremismus in den Medien.
München 2004: Reinhard Fischer. 20,00 Euro, 287 Seiten.

Der Band versammelt die Beiträge der 22. Tutzinger Medientage zum Thema „Rechtspopulismus und Rechtsextremismus in den Medien“. Dabei geht der Blick über Deutschland hinaus nach Frankreich, Italien, in die Niederlande und nach Österreich. Daneben wird nicht nur auf die Berichterstattung der klassischen Medien über „rechte Gewalt“ und Rechtsradikalismus bzw. die Darstellung von „Rechten“ in Spiel- und Dokumentarfilmen eingegangen, sondern auch auf die Publizistik der „Neuen Rechten“. Mehrere Beiträge widmen sich rechtsextremistischen Inhalten im Internet. Insgesamt bietet der Band einen guten Überblick über das Thema. Wer tiefer einsteigen will, muss auf andere Publikationen verwiesen werden.

**Bundesverband Deutscher
Fernsehproduzenten BDF
e.V. (Hrsg.):**

Jahrbuch Directory 2004.
Berlin 2004: Vistas.
15,00 Euro, 280 Seiten.

Das Jahrbuch enthält einige Überlegungen zur Stellung des Produzenten im dualen Rundfunksystem, zu den Einschaltquoten des Fernsehfilms oder den Chancen des so genannten Zweitverwertungsmarktes für die Produzenten. Seine Bedeutung erhält das Buch jedoch als Nachschlagewerk, denn es beinhaltet die medienpolitischen Forderungen und die Satzung des Bundesverbandes Deutscher Fernsehproduzenten sowie ein Mitgliederverzeichnis. Nützlich.

**Karin Böhme-Dürr/
Susanne Keuneke (Hrsg.):**

Kommunikation in der Praxis. Gegenwart und Zukunft von Medienberufen. Berlin 2003: Vistas. 18,00 Euro, 324 Seiten.

In dem Band sind insgesamt 35 Beiträge von Autoren aus der Medienpraxis sowie der Medien- und Kommunikationswissenschaft versammelt, deren Ziel es ist, die Profile künftiger und gegenwärtiger Medienberufe aufzuzeigen. Denn, so formulieren die Herausgeberinnen in ihrem Vorwort: „Die Medienwirtschaft muss sich nun konsolidieren. Eines ist sicher: Publizistisch gut ausgebildete, praxiserfahrene, engagierte, kreative, kommunikations- und teamfähige Leute werden auch weiterhin hervorragende Chancen in den Medienberufen haben. Besonders gefragt werden diejenigen sein, die im Journalismus, im Internet-/Multimediabereich, in der PR-Branche, der Werbung und in der Medienforschung Profil zeigen“ (S. 9). Leider wurden hier einige nicht unbedeutende Tätigkeitsfelder (z. B. Fernsehproduzenten, Autoren oder Filmverleiher) nicht erwähnt. Insgesamt ist der Band eher journalistisch orientiert und beginnt daher folgerichtig mit einem Beitrag über die „Grundlagen für eine journalistische Laufbahn“. Neben zahlreichen Beiträgen, die sich dem Journalismus widmen, gibt es einige, die sich der Werbung und PR zuwenden, sowie ein paar wenige, die Berufe in der Medienforschung aufzeigen. Das Buch richtet sich hauptsächlich an angehende Studenten, die hier eine Fülle von Informationen finden. Aber auch der geneigte Leser aus der Medienpraxis erfährt hier einiges über die Zukunft seines Berufs.

Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) (Hrsg.):

SAEK. Sächsische Ausbildungs- und Erprobungskanäle. Auf dem Weg zur Medienkompetenz [Schriftenreihe der SLM, Band 11]. Berlin 2003: Vistas. 10,00 Euro, 220 Seiten m. 32 Abb./Tab.

Der Band versammelt Beiträge, die sich mit den Hörfunk- und TV-Ausbildungs- und Erprobungskanälen befassen. Zu Beginn werden von den Medienwissenschaftler Ralf Vollbrecht einige grundsätzliche Überlegungen zu Bürgermedien angestellt, bevor die Konzeption und Entwicklung der Sächsischen Ausbildungs- und Erprobungskanäle dargestellt wird. Es folgen Beiträge, die sich mit dem Inhalt und der Qualität, der Ausbildung und der Nutzung der Kanäle auseinandersetzen. Die zwölf Kanäle stellen sich einzeln vor, Teilnehmer berichten von ihren Erfahrungen. Abgerundet wird der Band mit einem Ausblick des Geschäftsführers des SAEK-Förderwerks, Otto Altdorfer, der die zukünftige Rolle der Kanäle im so genannten Informationszeitalter beleuchtet. Der Untertitel des Bandes: *Auf dem Weg zur Medienkompetenz* suggeriert, dass dies eines der Ziele der Kanäle sei. Doch praktisches Tun fördert nicht auch gleich Kompetenz. Dennoch ist der Band ein nützliches Werkzeug für alle, die sich mit dem Thema „Ausbildungs- und Erprobungskanäle“ und deren Sinn und Zweck befassen.

DVB Multimedia Bayern (Hrsg.):

Umbruch und Neuorientierung im Medienmarkt: Woher kommt das Wachstum der Zukunft? Dokumentation der Medientage München 2002. Berlin 2003: Vistas. 25,00 Euro, 264 Seiten m. 105 Abb.

In dem Buch sind einige der Beiträge zu den Münchner Medientagen 2002 zusammengefasst. Der Nähe zu den Alpen ist wahrscheinlich geschuldet, dass hier auch „Gipfelveranstaltungen“ dokumentiert sind. Die Beiträge verteilen sich auf sechs Bereiche: Medienpolitik, Werbung, Film, Fernsehen, Hörfunk und Internet. Viel Neues erfährt man nicht, da die Beiträge häufig an der Oberfläche bleiben. Das Buch hat eher dokumentarischen Wert.

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (Hrsg.):

Privater Rundfunk in Deutschland 2003. Jahrbuch der Landesmedienanstalten. Berlin 2003: Vistas. 25,00 Euro, 472 Seiten m. 158 Abb.

Das Jahrbuch der Landesmedienanstalten ist immer wieder ein Lesegenuss. Optisch ansprechend aufbereitet, bietet es die wichtigsten Informationen zum privaten Rundfunk in Deutschland, von den Landesmedienanstalten über den privaten Hörfunk und das private Fernsehen bis hin zu den Bürgermedien. Wer das Buch alljährlich aufmerksam liest, kann die Trends und Tendenzen in den Fernseh- und Hörfunkprogrammen ebenso verfolgen wie die Forschungsprojekte, die von den Landesmedienanstalten in Auftrag gegeben wurden. Ein unverzichtbares Nachschlagewerk.

Peggy Valcke/Wouter Hins/Reinhard Ellger:

Fernsehen im Breitbandkabel. Ein Rechtsvergleich. Die Regulierung in Belgien, Großbritannien, den Niederlanden und den USA. Vier Rechtsgutachten im Auftrag der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK). Berlin 2003: Vistas. 62,00 Euro, 344 Seiten m. 19 Abb.

In dem Buch werden die rechtlichen Regelungen zum Fernsehen im Breitbandkabel verglichen. Ausführliche Berichte aus Belgien, Großbritannien, den Niederlanden und den USA stellen die Regulierung in den Ländern umfassend dar. In einem knappen Absatz werden dann noch einmal die Unterschiede und Gemeinsamkeiten herausgearbeitet. Die noch knapperen Einschätzungen und Folgerungen für das deutsche Recht kommen zu dem Schluss: „Dem Rechtsvergleich sind keine Lösungsansätze zu entnehmen, die das vorhandene deutsche Modell in diesen Punkten der Weiterverbreitung verbessern könnten“ (S. 329). Als Problem wird die Verflechtung zwischen Kabelnetzbetreibern und Programmanbietern gesehen, die von der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich berücksichtigt werden sollte. Auch auf die Elektronischen Programmführer sollte geachtet werden.

Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V. (VPRT) (Hrsg.):

Basisfakten – Fernsehen 2003. Fakten – Daten – Informationen. Berlin 2004: Vistas. 20,00 Euro, 90 Seiten m. 43 Abb./Tab.

Das Vorwort von Ingrid M. Haas sagt alles, was nötig ist: „Wir haben für Sie die wichtigsten Zahlen und Daten aus unserer Branche zusammengestellt, so ausführlich wie nötig und so übersichtlich wie möglich“ (S. 3). Ein Buch, nicht nur für Zahlenfetischisten, denn das umfangreiche Glossar am Ende erweist sich als sehr nützlich.