

## Literatur-Rundschau

Bernhard Pörksen/Wiebke Loosen/Armin Scholl (Hg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis. Festschrift für Siegfried Weischenberg. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, 747 Seiten, 79,90 Euro.

Dieses Buch fällt auf – zunächst natürlich, weil es teuer und schwer ist, dann aber vor allem, weil es mit dem bricht, was man von Festschriften normalerweise erwartet. Die Herausgeber haben es geschafft, nicht nur akademische Lehrer, Weggefährten und Schüler von Siegfried Weischenberg zur Mitarbeit zu bewegen, sondern eigentlich alle Kolleginnen und Kollegen, die in der Journalismusforschung Rang und Namen haben. Das ist auch deshalb bemerkenswert, weil es offenbar klare thematische Vorstellungen gab: Geliefert werden sollte nicht, was ohnehin in der Schublade lag und nirgendwo sonst gedruckt werden konnte, sondern das, was die Herausgeber wollten: einen Beitrag aus dem Kern des eigenen Arbeitsgebiets, zugespitzt auf die Paradoxien, die mit den Erwartungen an den Journalismus verbunden sind (Wirtschafts- vs. Kulturgut, Schnelligkeit vs. Sorgfalt, Nähe vs. Distanz, Interesse der Öffentlichkeit vs. Schutz der Privatsphäre).

Pörksen, Loosen und Scholl sind davon ausgegangen, dass Siegfried Weischenberg „ein Denken des Widerspruchs praktiziert“ und dass die „Aporien, Dilemmata und Widersprüche, die tief in die westliche Medienlandschaft eingelassen

sind“ (S. 14), Stoff genug für eine Festschrift liefern. Auch wenn sie selbst einräumen, dass der Begriff des Paradoxons von den Autorinnen und Autoren dann nicht einheitlich verwendet worden ist, kann sich das Ergebnis sehen lassen: 42 Beiträge, von denen viele den „state of the art“ zu den Themen liefern, die die akademische Journalismusforschung bewegen.

Wolfgang Donsbach schreibt über das journalistische Selbstverständnis, David H. Weaver über Journalismus in den USA und Günter Bentele (mit Howard Nothhaft) über das Verhältnis zur PR, Hans-Jürgen Bucher (mit Peter Schumacher) über Online-Journalismus, Elisabeth Klaus über Information und Unterhaltung und Jan Tonnemacher über Prognosen, Klaus Schönbach über die Zukunft der traditionellen Nachrichtenmedien, Uwe Hasebrink über das „multiple Publikum“, Barbara Thomaß über Ethik und Maja Malik über die „Selbstbezüglichkeit“ der Journalisten, Roger Blum über politischen Journalismus und Miriam Meckel über die „Symbolkommunikation des Terrorismus“. Es gibt eine Rubrik „Qualität und ökonomisches Kalkül“ (Klaus-Dieter Altmeyen, Stephan Ruß-Mohl, Vinzenz Wyss), empirische Studien (Hans Mathias Kepplinger und Marcus Maurer über die Berliner Korrespondenten, Jutta Röser über den Mediengewalt-Diskurs nach dem Erfurter Amoklauf sowie Walter Hömberg und Andreas Stumpf über einen Eichstätter Grubenhund), Theorie-Beiträge (Elena Esposito,

Alexander Görke, Michael Haller, Knut Hackethler, Matthias Kohring, Wiebke Loosen, Manfred Rühl, Siegfried J. Schmidt), Arbeiten zur Journalistenausbildung und zum Verhältnis zwischen Theorie und Praxis (Bernd Blöbaum, Bernhard Pörksen, Ulrich Pätzold, Günther Rager/Petra Werner) und einfach auch spannenden Lesestoff.

Hans J. Kleinsteuber hat Krimis analysiert, die von Journalisten geschrieben wurden, im Medienmilieu spielen und so eine Quelle für die Wissenschaft sind. Dieter Roß sieht die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in ein „selbstreferentielles Abseits“ driften und fordert vom Fach, nicht mehr ausschließlich „minimierte mediale Partikel“ zu untersuchen, sondern sich den „realen Problemen der Öffentlichkeit“ zu stellen (S. 636f., 646), und Wolfgang R. Langenbacher liefert Beispiele für seine These, dass Journalismus auch eine „Kulturleistung“ ist, die übersehen wird, wenn man sich wie die Systemtheoretiker „vor allem für organisatorische Routinen“ interessiert (S. 391).

Wenn der Rezensent die Texte, die wider den Stachel locken, hier besonders hervorhebt, liegt dies sicher auch daran, dass man so etwas in einer Festschrift nicht vermutet. Horst Pöttker beginnt seinen Beitrag über „Öffentlichkeit als Sisyphusarbeit“ gleich damit, dass er Journalismus nicht als System auffasst, sondern als Beruf, und fährt dann damit fort, dass er „zwischen publizistischer Qualität und ökonomischer Bedingtheit“ eigentlich keinen so großen Widerspruch sieht (S. 63, 65). Stephan Ruß-Mohl spricht gar von „(Schein-)Paradoxien“. Er verlangt von der Journalistik, endlich „die Brille des Ökonomen“ zu nutzen, und rechnet Siegfried

Weischenberg nicht nur zum „Establishment“ des Faches, das einen solchen Paradigmenwechsel verhindert, sondern wirft ihm genau wie Jürgen Habermas auch vor, „Zahlenwerk und Preis-Leistungsverhältnis“ der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten („eine teure Fehlkonstruktion“) nicht aufmerksam studiert zu haben (S. 102, 116, 119).

Natürlich wird der Jubilar in dem Mammutwerk zu seinem 60. Geburtstag auch gebührend gefeiert. Martin Löffelholz hat seine Vorarbeiten über den Journalismustheoretischen Diskurs genutzt und die Studien Weischenbergs jeweils hier verortet – für Fachhistoriker eine wahre Fundgrube. Dazu kommen „ein (wissenschaftliches) Porträt“, das die Herausgeber geschrieben haben, und ein ausführliches Interview mit Weischenberg. Thema: „Paradoxien der Journalistik“.

*Michael Meyen, München*

Bernhard Stiegler: Die Logik der Sorge. Verlust der Aufklärung durch Technik und Medien. Aus dem Französischen von Susanne Baghestani. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag 2008 (= edition unseld, Band 6), 191 Seiten, 10,00 Euro.

Der französische Philosoph Bernard Stiegler veröffentlicht seit Mitte der 90er Jahre in dichter Folge, u. a. zu Fragen der individuellen und gesellschaftlichen Veränderungen durch die neuen Medientechnologien. Seit letztem Jahr werden seine Texte nun auch ins Deutsche übersetzt. Aktuell, wenngleich nicht vollständig, erschien seine neueste Publikation „Pendre Soin. De la jeunesse et des générations“, wörtlich „Sorge tragen. Für die Jugend und die Generationen(abfolge)“. Der deutsche Titel ist irreführend. Denn um

„Logik“ geht es, wenn überhaupt, dann jedenfalls nicht im deduktiven oder induktiven Sinn, sondern es geht um ein bestimmtes Konzept von Verantwortung. Verantwortung wird verstanden als ein „Sorge-System“, wie z.B. auch solche Institutionen demokratischer Staatsverfassung, die der Ausbildung und Erziehung dienen, vor allem also Schulen. Sie seien „Bezugsrahmen des Individualisationsprozesses“ (S. 92). Der Sorge-Begriff wird im Heideggerschen Verständnis verwendet und meint am ehesten Fürsorge. Sie entsteht laut Stiegler aus „Aufmerksamkeit“, aus verinnerlichter, psychisch formierter „Achtsamkeit und Anerkennung“ (S. 32), die wiederum zu individueller und gesellschaftlicher Verantwortung führt. Dieses Denken ist Kant geschuldet, und es konstatiert den dramatischen Rückgang der Errungenschaften der Aufklärung in der heutigen Zeit: „eine beispiellose historische Regression“ (S. 42). Auslöser seien die omnipräsenten neuen Medientechnologien. Insofern hat der zweite Teil des deutschen Buchtitels seine Berechtigung.

Im Zentrum steht die These, dass wir es zunehmend mit einer unkontrollierten bzw. lediglich an Kapitalinteressen orientierten Entwicklung des Mediensektors zu tun haben, deren Auswirkungen zur Zerstörung der menschlichen Aufmerksamkeit führen. Dies geschieht langsam und betrifft insbesondere die nachwachsenden Generationen, deren rechtzeitige neurologische Prägung durch die Schrift, das Buch und das Lesen bzw. verhindert wird. Schrift, Buch und Lesen gelten auch als grundlegende Voraussetzungen für den von Kant apostrophierten „Ausgang des Menschen aus seiner selbstverschuldeten Unmündigkeit“, also für die Herausbildung von Ver-

nunft, Urteilsvermögen und kritischem Bewusstsein. Historisch ist das unbestritten. Aber die zumeist auf kurze Zeitintervalle und eindeutige Ursache-Wirkung-Relationen fixierte empirische Forschung findet dafür keine repräsentative Bestätigung – oder kann sie infolge ihrer Methodologien nicht finden.

Immerhin dürfte die Bedeutung frühkindlicher Prägungen inzwischen unumstritten sein, auch die neurophysiologische Forschung geht davon aus. Es handelt sich dabei um die so genannte Synaptogenese des Gehirns, die Formung der synaptischen Schaltkreise und Entwicklung der Hirnstrukturen. Inzwischen ist offenbar eine signifikante Veränderung von Hirnstrukturen jüngerer Menschen nachweisbar, jedenfalls argumentiert Stiegler mit diesen Erkenntnissen: „Anhand der zerebralen Bildgebung lässt sich beobachten, wie tief greifend die Synaptogenese durch die zeitgenössischen Medien modifiziert worden ist. Sie haben eine Umgebung geschaffen, in der die Gehirne jüngerer, in der Umgebung der rich-media lebenden Generationen anders strukturiert sind als die Gehirne der vorangehenden Generation“ (S. 36f.).

Als Symptome dieser Strukturveränderungen gelten vor allem die Aufmerksamkeitsdefizitstörungen, die immer öfter diagnostiziert werden. „So fällt es diesen jungen Gehirnen zunehmend schwer, die sogenannte deep attention zu erreichen“ (S. 37), also die längere Konzentration insbesondere auf das Lesen und Verarbeiten längerer Texte in Büchern. Denn über das Buch, so Stiegler, vollzieht sich „die Psychotechnik der Aufmerksamkeitsformierung“ (S. 34), und „das Publikum der Leserwelt konstituiert die mündige Gesellschaft“ (S. 50). Die

mündige Gesellschaft wiederum sei verantwortungsbewusst, wie der mündige Mensch, und sie trage Sorge für die nachfolgenden Generationen. So sollte sich der Kreis schließen. Stattdessen bewirke das „Syndrom der Hyperbeanspruchung der Aufmerksamkeit durch die neuen Medien“ (S. 144), dass die psychischen Grundvoraussetzungen für die Entwicklung von Mündigkeit, Verantwortung und Sorge zerstört werden und dass „ganze Bereiche des neurologischen Apparats verschwinden“ (S. 154).

Wie ist nun mit solchen Befunden zu verfahren? Stimmen sie überhaupt? Man sollte nicht vorschnell urteilen. Die Aufmerksamkeitsdefizitstörungen vieler junger Menschen sind evident und die Defizite ihrer Lesekompetenz ebenfalls. Gäbe es genug großzügig finanzierte, langfristig angelegte Forschungsprojekte zu diesen und angrenzenden Problemen, wer weiß, was herauskäme! Die Medienindustrie und die mit ihr kooperierende Politik würden das jedenfalls nicht finanzieren. Was gäbe es überhaupt für Alternativen? Stiegler hält sich da fast völlig zurück. Außerdem ist er Philosoph und arbeitet in gänzlich anderen Denksystemen als die empirischen Wissenschaften oder gar die Politik. Die Philosophie ist eine extrem wort- und begriffsbehaftete Disziplin, die auf hoher Abstraktions-ebene und oft hermetisch operiert, für Fachfremde sehr häufig unverständlich. Diese Konstellation wird zusätzlich verschärft, wenn es sich um übersetzte philosophische Texte handelt. So sollte im vorliegenden Fall die Lektüre großzügig erfolgen, das Anregende weitergedacht und das Unverständliche und sich Wiederholende überflogen werden.

*Verena Blaum, Eching*

Jürgen Wilke (Hg.): Journalisten und Journalismus in der DDR. Berufsorganisation – Westkorrespondenten – „Der Schwarze Kanal“. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag 2007 (=Medien in Geschichte und Gegenwart, Band 23), V, 313 Seiten, 39,90 Euro.

„84 lfm, unbearbeitet“ lautete der Vermerk auf der Akte des „Verbandes der Journalisten der DDR“ (VDJ) auf der Homepage des Bundesarchivs, als die Mainzer Publizistikstudentin Julia Martin mit den Recherchen zu ihrer Magisterarbeit begann. Damit legt die Autorin erstmals eine Untersuchung über den VDJ vor, die sich auf die Auswertung der dazu vorhandenen Archivquellen stützt. Diese Studie ist eine von Dreien, die von Jürgen Wilke betreut, bewertet und schließlich für die vorliegende Buchveröffentlichung bearbeitet wurden und die verschiedene Aspekte der Journalisten und des Journalismus in der DDR ins Visier nehmen.

Ein Berufsverband in einem totalitären System ist Teil des Lenkungssystems. Welche Aktivitäten der Verband entfalten konnte, dokumentiert die Verfasserin. Mit dem Austritt des Verbandes aus dem FDGB war er zum Erfüllungshelfen und Befehlsempfänger der SED geworden. Gewerkschaftliche Kompetenzen hatte er nicht mehr, auf die Personalpolitik in den Medien kaum ein Mitspracherecht. Zu den zugewiesenen Aufgaben gehörte, sich um die Weiterbildung der berufstätigen Journalisten sowie um die Ausbildungsregelung derjenigen zu kümmern, die nicht von der universitären Ausbildung an der Sektion Journalistik an der Karl-Marx-Universität erfasst worden waren. Doch auch dabei hatte der Verband nicht viel zu melden: Zwar

beschloss er eine Volontärordnung, die Umsetzung erfolgte jedoch in den Redaktionen. Dort hatte der Verband weder Rechte noch Sanktionsmöglichkeiten, um die Einhaltung der Ausbildungsordnung zu kontrollieren bzw. zu überprüfen. Für die Journalisten in der DDR hatte der Verband eine geringe Bedeutung, da andere Einrichtungen größeren Einfluss auf sie nahmen als ihre Berufsorganisation.

Großes Ansehen erwarb sich der Verband in der DDR dagegen auf einer anderen Ebene: bei der Aus- und Fortbildung von Journalisten aus der Dritten Welt, die mit der Gründung der Schule der Solidarität, später das „Internationale Institut für Journalistik Berlin“ (IIJB), institutionalisiert wurde. Darüber hinaus entsandte der Verband journalistisches Lehrpersonal in Dritte-Welt-Länder. In dieser Arbeit sah die SED eine „langfristige politische Investition“. Das IIJB existiert bis heute, Hauptauftraggeber ist inzwischen das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit. Aufgabe ist weiterhin die Ausbildung von Journalisten in der Dritten Welt.

Während es zur ersten Untersuchung an Sekundärliteratur mangelte, befasst sich Denis Fengler mit einer Thematik, die schon wiederholt aus unterschiedlichen Perspektiven auf der Basis verschiedener Quellenmaterialien dargestellt wurde: den Westkorrespondenten in der DDR. Die Studie basiert neben Originaldokumenten und Akten aus dem Funktionsapparat der DDR vor allem auf Leitfadeninterviews, die mit sechs ehemaligen Westkorrespondenten, die für verschiedene Zeitungen sowie auch für Hörfunk- und Fernsehanstalten und für die Deutsche Presseagentur gearbeitet haben: Karlheinz Baum

von der „Frankfurter Rundschau“, Hans-Jürgen Fink vom Deutschlandfunk, Joachim Jauer vom Zweiten Deutschen Fernsehen, Helmut Jennerjahn von der Deutschen Presseagentur, Helmut Löhhöfel von der „Süddeutschen Zeitung“ und Peter Nöldechen von der „Westdeutschen Allgemeinen Zeitung“. Untersucht hat der Autor die Arbeit der bundesdeutschen Korrespondenten sowie die Auswirkungen ihrer Berichterstattung in der Zeitspanne zwischen 1972 – dem Beginn des Korrespondentenaustausches im Gefolge des deutsch-deutschen Grundlagenvertrages – bis zur Wiedervereinigung im Jahr 1990.

Seine Ergebnisse bestätigen bereits Bekanntes, wie z. B., dass deren Berichterstattung nicht nur zur Information der bundesdeutschen Bevölkerung beitrug, sondern natürlich auch die DDR-Bevölkerung erreichte und sich damit eine Art Gegenöffentlichkeit zu den offiziell vermittelten sozialistischen Realitätsschablonen bildete. Damit trugen die Korrespondenten durch ihre Berichterstattung auch zu einem Erstarken der sich Ende der Achzigerjahre herausbildenden Opposition in der Bürgerrechtsbewegung und Kirche bei. Aufgrund der subjektiven Erfahrungen kommt es zu zusätzlichen Differenzierungen und Belegen als Ergänzung zu den schon vorliegenden Studien. Generell schwierig war es für die Korrespondenten, die Gesellschaft in der DDR in all ihren Verästelungen darzustellen, da ihnen nur Teileinblicke gewährt wurden. Daher waren sie zuweilen auch der Kritik der Schönfärberei oder der Unkenntnis ausgesetzt. Der ehemalige Pfarrer Rainer Eppelmann sieht z. B. die Reisekorrespondenten als Journalisten, die wie „die Blinden von der Farbe“

reden. Für jeden der befragten Journalisten war die Berichterstattungssituation jedoch ein individueller Lernprozess, der alleine bewältigt werden musste, ohne Vorgabe von Verhaltensregularien.

Mit der in der Bundesrepublik Deutschland wohl bekanntesten Sendung aus der DDR beschäftigt sich der dritte Beitrag von Marc Levasier in diesem Sammelband: dem „Schwarzen Kanal“ von Karl-Eduard von Schnitzler, der wegen seiner manipulativen journalistischen Methoden und Techniken als „Sudel-Ede“ etikettiert wurde. Der Autor nutzte als Quellen die im Deutschen Rundfunkarchiv in Potsdam befindlichen 50 000 Manuskriptseiten der Sendung, die über nahezu drei Jahrzehnte von 1960 bis 30.10.1989 eine feste Größe im Propagandaarsenal der SED war. Ausgewertet hat Levasier mit der Methode der historischen Quellenanalyse ein zentrales Thema, das über die gesamte Laufzeit der Sendung von Bedeutung war: die Auseinandersetzung um die Berliner Mauer. Die Berichterstattung zu dieser Thematik orientierte sich an der offiziellen SED-Propaganda. Der Autor dokumentiert an zahlreichen Beispielen, dass anfangs der Mauerbau als „Grenzsicherungsmaßnahme“ bezeichnet wurde, sich später zum „antifaschistischen Schutzwall“ entwickelte und zudem als Beitrag des Sozialismus zum Erhalt des Friedens präsentiert wurde.

Welche deutschen und internationalen Akteure in der Berichterstattung des „Schwarzen Kanals“ vorkamen, wertete der Verfasser mit Hilfe der Datenbank des Deutschen Rundfunk Archivs aus: Auf Platz 1 bei den Deutschen kam Franz Josef Strauß, Adolf Hitler auf Platz 2. Die am häufigsten international er-

wähnte Person war Ronald Reagan. Lenin belegt nur den 4. Platz. Mit der Rezeption der Sendung schließt Levasiers Untersuchung: Die Sehbeteiligung ging über die Jahrzehnte konsequent gegen Null. Lag sie schon Ende der Sechzigerjahre bei nicht gerade hohen 14,5 Prozent, so ging sie in der zweiten Hälfte der Achtzigerjahre auf unter 5 Prozent zurück. Am 1. Mai 1989 erreichte die Sendung gar nur mehr 0,5 Prozent der Zuschauer.

Alle drei Studien sind Beiträge zur Aufarbeitung der DDR-Vergangenheit, im Speziellen der deutsch-deutschen Beziehungen. Mit ihnen erhält die DDR-Forschung neue Impulse. Jürgen Wilke ist es als Verdienst anzurechnen, dass er in der von ihm herausgegebenen Reihe „Medien und Geschichte der Gegenwart“ seinen Absolventinnen und Absolventen die Möglichkeit zur Veröffentlichung ihrer Forschungsergebnisse gibt.

*Renate Hackel-de Latour, Eichstätt*

Joachim Meisner/Gloria von Thurn und Taxis: Die Fürstin und der Kardinal. Ein Gespräch über Glauben und Tradition. Herausgegeben von Johannes Marten. Freiburg im Breisgau: Herder Verlag 2008, 192 Seiten, 19,95 Euro.

„Die bloße Prominenz von zwei Gesprächspartnern rechtfertigt noch lange kein Buch“ (S. 7). Da hat Johannes Marten, der Herausgeber von „Die Fürstin und der Kardinal“, schon Recht. Die Bekanntheit seiner Hauptfiguren und ein Titel, der nach dem eines Disney-Musicals klingt, können nicht das einzig Attraktive an einem Buch sein. Da es sich mit dem Interview von Gloria von Thurn und Taxis mit Joachim Meisner einer journalistischen Darstellungsform

bedient, sollte es auch journalistischen Kriterien gerecht werden. Zu allererst muss es sich an den so genannten Nachrichtenfaktoren messen lassen, die darüber entscheiden, ob etwas überhaupt berichtenswert ist. Schon 1922 nannte der amerikanische Wissenschaftler Walter Lippmann neben Prominenz die Faktoren Nähe, Konflikt und Überraschung.

Zumindest hinter einem der zusätzlichen Faktoren kann man bei „Die Fürstin und der Kardinal“ ein Häkchen machen, hinter der Nähe des Themas zum Publikum. Das Buch handelt von der katholischen Kirche und dem katholischen Glauben, und fast jeder dritte Deutsche ist Katholik. Die Faktoren Überraschung und vor allem Konflikt kommen dagegen viel zu kurz. Nicht mal ein Ansatz von Kritik ist zu finden. Gloria von Thurn und Taxis führt ihr Interview nicht investigativ, sondern affirmativ. Die Fürstin macht sich dem Kardinal mit ihren Fragen und Kommentaren zur Schwester im Geiste. Ergebnis ist eine Art Katechismus in Gesprächsform. Eine Unterweisung in den Grundfragen des christlichen Glaubens in der Tradition des 1555 von Petrus Canisius in Wien herausgegebenen Werkes „Summa doctrinae christianae“, das aus 213 Fragen und Antworten bestand und für Studenten gedacht war. Assiiert von Gloria von Thurn und Taxis doziert Joachim Meisner über Marien- und Reliquienverehrung, Wallfahren, Kirchensteuer, Sterbehilfe, Ehe, Pille, Abtreibung, Stammzellenforschung, die Hölle und das Fegefeuer.

DazwischensindimmerwiederAnekdoten gestreut, Privates mit dem Potenzial zur Überraschung. Meisner erzählt etwa, wie sehr ihn der frühe Tod seines Vaters traf und

dass er statt Priester auch gerne Deutschlehrer geworden wäre. Er berichtet von einem schicksalsträchtigen Vieraugengespräch mit Joseph Ratzinger am Ende des Vorkonklaves und davon, dass er während seiner Zeit als Bischof von Berlin (1980 bis 1988) von seinen eigenen Mitarbeitern für die Stasi ausspioniert wurde. Doch sobald das Gespräch auf solche Punkte kommt, versäumt Gloria von Thurn und Taxis nachzufragen: Wie fühlt es sich an, derart verraten zu werden? Hat Meisner die Spitzel jemals zur Rede gestellt, nachdem er aus seiner Stasi-Akte von ihnen erfuhr? Ist er jetzt verschlossener gegenüber Mitarbeitern?

Alles in allem hätte das Interview spannender sein können. Hat „Die Fürstin und der Kardinal“ trotzdem das Zeug zum Best- oder zumindest Goodseller? Der Medienkarriere des Buches nach zu urteilen schon. Die Fürstin und der Kardinal rauschen nur so durch den Blätterwald. Für große, werbeträchtige Berichte in „Bunte“, „Bild“ & Co. scheint Prominenz allein doch schon zu reichen. In fetten Lettern titelt „Bild“: „Kölns strenger Kardinal Meisner machte im Interview mit Fürstin Gloria ein überraschendes Geständnis – „Ich bin ein paarmal verliebt gewesen.“ Auch einer der Punkte, über die man gerne mehr erfahren hätte.

Kurz danach sind die beiden bei Sandra Maischberger eingeladen. Und mit strittigen Äußerungen von Gloria von Thurn und Taxis nimmt die Medienkarriere des Buches weiter ihren Lauf. Homosexualität, sagt sie, sei „contra naturam“, da helfe nur „viel Beten“. Und Kondome seien nicht das richtige Mittel gegen Aids. „Was Aids verhindert, ist, wenn man weniger schnackelt.“ Wieder sind die Boulevardblätter voll: mit

Kritik an der Fürstin, Vergleichen zu der Talkshow „Friedman“ vom 9. Mai 2001, in der sie auch schon sagte, „Afrika hat Probleme nicht wegen fehlender Verhütung. Da sterben die Leute an AIDS, weil sie zu viel schnackseln. Der Schwarze schnackselte gerne.“ Und sie sind voll mit Hinweisen auf das Buch.

Haben sie etwas gebracht? Genau einen Monat nach dem Talkshow-auftritt von Joachim Meisner und Gloria von Thurn und Taxis steht „Die Fürstin und der Kardinal“ beim Internet-Buchhändler Amazon auf Verkaufsrang 24 214. Dieter Bohlen jüngstes, gleich teures Werk „Der Bohlenweg. Planieren statt sanieren“ belegt Platz 14. Der Musiker scheint wohl prominenter zu sein als Meisner und von Thurn und Taxis zusammen. Aber um es noch einmal mit Johannes Marten zu sagen: Prominenz allein rechtfertigt noch lange kein Buch.

*Thomas Weber, Hamburg*

Chris Anderson: *The Long Tail* – Der lange Schwanz. Nischenprodukte statt Massenmarkt. Das Geschäft der Zukunft. München: Carl Hanser Verlag 2007, 287 Seiten, 19,90 Euro.

Was ist eigentlich am E-Commerce, also am elektronischen Handel via Internet, das Besondere? Wieso klagen Beteiligte über die Wertschöpfungskette des klassischen Einzelhandels – je nach Größe und Geschäftsfeld – mehr oder minder laut, während im Internet immer wieder kleine Startups Erfolg haben und aus den Startups von vor zehn Jahren mittlerweile börsennotierte Branchenriesen geworden sind – sofern sie nicht mit dem Platzen der „Dot-Com-Blase“ vor einigen Jahren in der Versenkung verschwunden sind?

Chris Anderson gibt hierauf mit seinem Buch zwar keine umfassende Antwort, aber doch eine Reihe interessanter und teilweise origineller Hinweise. Die Entstehungsweise ist dabei ebenfalls eng mit dem Internet verknüpft: Über ein Blog hat Anderson, Chefredakteur der Zeitschrift „Wired“, in der er seine Idee 2004 erstmals vorstellte, seine These zur Diskussion gestellt und weiter zum vorliegenden Buch entwickelt, das inzwischen auch als Paperback in Deutschland erschienen ist.

Der im Deutschen etwas seltsam anmutende, direkt übersetzte Titel bezieht sich auf den rechten Teil einer klassischen (Verkaufs-) Kurve in Form einer Hyperbel (nach anfangs steilem Abfall nach rechts lang auslaufend, ohne die x-Achse zu berühren) – nach Anderson ein zentrales Bild für die Chancen des E-Commerce.

Die originelle Grundidee lässt sich wie folgt zusammenfassen: Der elektronische Handel (E-Commerce), sowohl mit digitalen wie mit realen Gütern, zeichnet sich durch eine Reihe von Unterschieden im Vergleich zum klassischen Groß- und Einzelhandel aus. Vor allem hat der traditionelle Handel per se die Bestseller (Bücher), Hits (Musik) und Blockbuster (Film/DVD) im Fokus, da diese als sofortige Erfolgsmaßgebliche Umsätze generieren. Alle anderen so genannten Nischenprodukte bringen für den traditionellen Handel aufgrund der hohen Lagerhaltungs- und Vertriebskosten keine Gewinne und werden daher schnell ausgelistet, wenn sie es denn überhaupt jemals in die Regale geschafft haben.

Die Internet-Ökonomie funktioniert aus mehreren Gründen jedoch völlig anders, sodass die Nischen-

produkte in ihrer Gesamtheit einen höheren Marktwert haben als die Megaseller: Zunächst einmal ist die Reichweite der Produktwerbung quasi unbegrenzt. So ist das Prinzip der lokal und kapazitiv beschränkten Werbung und damit eine Grundlage des bloß lokalen Vertriebs aufgehoben. Hinzu kommen die im Vergleich zur klassischen Ökonomie ungleich geringeren Kosten für Angebot und Werbung, d. h. die Kosten zur Erreichung der Nischen sinken drastisch, weshalb sich eine (weitere) Ausweitung des Angebots lohnen kann. Dabei wird zwar die Nachfragekurve flacher, aber in der Summe aller Nischenprodukte in den einzelnen Märkten übertreffen diese dennoch die wenigen Bestseller am steilen Beginn der Kurve.

Eine Voraussetzung für die Kostensenkung ist zum einen eine „Demokratisierung der Produktionsmittel“ (S. 63), d. h. die Einbeziehung von nutzergenerierten Inhalten, wie sie z. B. unter dem Schlagwort „Web 2.0“ diskutiert wird. Durch die steigende Menge verfügbarer Inhalte wächst wiederum die Chance, dass auch für Interessenten kleiner Nischenmärkte ein interessantes Angebot existiert. Dies ist möglich durch die sinkenden Kosten digitaler Produktionsmittel in vielen Medienbereichen, die auch (semi-)professionellen Ansprüchen genügen und so eine „Pro-Am-Ära“ der Zusammenarbeit zwischen Profis und Amateuren auf verschiedenen Gebieten ermöglichen.

Eine zweite Voraussetzung ist die „Demokratisierung des Vertriebs“: Mit Hilfe von „Aggregatoren“ wie Ebay oder Amazon kann jeder Produkte anbieten, so dass die vielfältigen Markt-Nischen besser auffindbar werden – der Long Tail wird „dicker“.

Schließlich spielen „Filter“ eine Rolle, die dazu beitragen, dass die Suchkosten reduziert werden und sich die Nachfrage entlang der Absatzkurve nach rechts verlagert – der Tail wird länger. Solche Filter können Urheber von Empfehlungslisten oder Rezensionen sein, aber auch datenbankbasierte Hinweise auf ähnliche Produkte oder Werbung der Form „Kunden die dies kauften, kauften auch ...“.

Wie bei den ersten beiden Voraussetzungen des Long Tail findet auch hierbei eine Verschiebung von den meist professionellen „Vorabfiltern“ (Redakteure, Talentscouts, Marketingexperten etc.) zu den „nachträglichen Filtern“ wie Blogs, Listen, Empfehlungen usw. statt, wobei letztere wiederum häufig von anderen Konsumenten und damit Amateuren stammen. Dabei spielen Rückkoppelungseffekte eine große Rolle, die wie beim viralen Marketing funktionieren – nur dank Internet entgrenzt und damit wirkmächtiger als jede konventionelle Mund-zu-Mund-Propaganda.

Anderson zufolge hat damit das Internet die Voraussetzung für eine Abkehr von der Diktatur des Massengeschmacks geschaffen, und zwar durch die Ermöglichung „unbegrenzter Regalfläche“ und damit der Distinktion durch Verfeinerung des individuellen Geschmacks in immer mehr fragmentierte Nischen. Diese Überlegung wendet er auch auf das bisherige Leitmedium Fernsehen an, das „immer noch im Zeitalter der beschränkten Regalfläche“ (S. 235) lebt und dem er daher mittelfristig die Ablösung durch IPTV und andere Distributionsformen und Formate voraussagt, die mehr Wahlfreiheit und Verfügbarkeit bei optimierter Auffindbarkeit der Inhalte ermöglichen.

Die Schreibweise des Buches ist durchweg vor- bis populärwissenschaftlich, mit zahlreichen Wiederholungen und Redundanzen, was aber in Verbindung mit einer lockeren, bildhaften Sprache eine entspannte Lektüre ermöglicht.

Allerdings wirken die Kapitel lose und nahezu beliebig aneinander gereiht. Auch ein Ende oder Fazit fehlt. Insgesamt sind die wesentlichen Gedanken in den ersten Kapiteln enthalten; die Ausdifferenzierungen und Ergänzungen danach enthalten etliche Wiederholungen und Längen, die ohne Verlust der Lesbarkeit zu kürzen wären.

Inhaltlich ist zunächst einmal die nicht ganz konsequent durchgeführte Unterscheidung zwischen digitalen und analogen Gütern anzuführen; zwar funktionieren einige Prinzipien des Long Tail in beiden Welten, aber für den E-Commerce gelten aus betriebswirtschaftlicher Sicht doch andere Prinzipien und darauf basierende Geschäftsmodelle (Reintermediation oder Disintermediation bei E-Retailing etc.) als beim klassischen stationären oder halbstationären Handel.

Der ideologiebehafteten Vorstellung, dank Internet „aus einer Welt der Knappheit in eine Welt des Überflusses“ (S. 21) zu kommen, kann nur anhängen, wer sich noch nie über das Faktum der digitalen Spaltung Gedanken gemacht hat. Denn das (soziologische wie medienpädagogische) Problem der Zugangs- und Mitwirkungschancen blendet Anderson zwangsläufig völlig aus. Denn immer noch bleibt gut ein Drittel zumindest aller Deutschen ab 14 Jahren dem Internet aus unterschiedlichen Gründen fern – und für diese finden dann all die Entwicklungen, die Anderson beschreibt, schlicht nicht statt.

Nur ganz am Rande thematisiert Anderson ein weiteres Kernproblem: Je größer das Internet wird und je mehr Menschen sich an den unterschiedlichen Diensten des Netzes beteiligten, desto größer wird der Anteil an Desinformation – durch Informationsüberfluss einerseits ebenso wie durch Nicht-Information.

Der wiederholte Verweis des Verfassers auf die Relevanz von Filtern ist zwar richtig, führt aber letztlich am Kern des Problems vorbei, wenn seine Hauptbeispiele zugleich die bekanntesten Quasi-Monopolisten Amazon, Ebay und Google sind. Das große Rauschen abseits dieser „Haupttrampelpfade“ zu durchschauen ist das eine Problem; die drohende Informations-Oligarchie dieser großen Datensammler ein weit größeres, das der Autor aber ebenfalls nicht thematisiert.

Neben diesen grundsätzlichen Kritikpunkten bleibt es das Verdienst Andersons, als Insider ein Buch zur Internetökonomie geschrieben zu haben, das auch von Normalsterblichen zu verstehen ist, und damit eine originelle Idee und einen Teil ihrer Implikationen der Diskussion zugänglich gemacht zu haben.

Denn dass die Möglichkeiten des Internet unsere Informationsbeschaffung und -aufnahme ebenso wie unser Verhalten in den Bereichen Konsum und Unterhaltung nachhaltig beeinflusst haben und noch absehbar weiter verändern werden, steht wohl völlig außer Zweifel. Und das hat dann wiederum auch Auswirkungen auf die kirchliche beziehungsweise kirchennahe Medienschaft – insofern gilt es, die Thesen des Verfassers durchaus kritisch zu diskutieren.

*Andreas Büsch, Mainz*

Michael Kinnen: Gott in Einsdreißig – „Fides et Radio“. Der Verkündigungsauftrag der katholischen Kirche im Privatrado. Ostfildern: Schwabenverlag 2008 (=Reihe Zeitzeichen, Band 21), 266 Seiten, 35,00 Euro.

Der Titel von Michael Kinnens Veröffentlichung zum Engagement katholischer Bistümer im privaten Rundfunk leitet sich aus der persönlichen Erfahrung des Autors ab: Für kommerzielle Sender, die in der Regel kirchliche Beiträge aufgrund gesetzlicher Vorgaben (Drittsendungsrecht) ausstrahlen müssen, wirken diese oftmals als Hemmschuh in der von ihnen angestrebten Durchhörbarkeit des Programms. Durch die Limitierung der Dauer von Wortbeiträgen auf eine Minute und dreißig Sekunden versuchen diese Sender, dem vermeintlichen „Abschaltfaktor Wort“ zu begegnen. Diesem Zeitdiktat unterliegen auch kirchliche Rundfunkredakteure, sobald sie bei diesen Sendern Programm machen, auch dann, wenn sie von den Bistümern angestellt sind. Dadurch steht die katholische Privatfunkarbeit in einer Spannung zwischen dem eigenen, aus einem theologischen Begründungszusammenhang abgeleiteten Anspruch und dessen Umsetzbarkeit in der Realität: Die ganze Kirche kann eben nicht in Einsdreißig abgebildet werden!

Um diese Spannung zu verdeutlichen, arbeitet Kinnen in seiner im Jahr 2007 am Fachbereich Katholische Theologie der Johann Wolfgang Goethe-Universität in Frankfurt am Main eingereichten Dissertation in einem ersten Teil die Grundlagen katholischer Hörfunkarbeit auf. Beginnend bei soziologischen Voraussetzungen, für die der Autor auch die Sinus-Milieu-Studie aus dem Jahr 2005 heranzieht, über die

Rechtslage gelangt er schließlich zu einer bibel-theologischen Begründung der Privatfunkarbeit, die er in verschiedenen Verlautbarungen zu den „Sozialen Kommunikationsmitteln“, in systematisch-fundamentaltheologischen Ansätzen sowie in religionspädagogischen Reflexionen umgesetzt sieht.

Der so definierte Anspruch an die katholische Privatfunkarbeit wird bei dem Verfasser zum Soll-Stand, an dem sich der Ist-Stand messen lassen muss. Besondere Spannungsfelder sieht der Autor in vielfach als gegensätzlich empfundenen Begriffspaaren, darunter Qualität und Quantität, sendespezifischer Form (Format) und Inhalt, Kommerz und Selbstlosigkeit, Privatheit des Glaubens und Öffentlichkeit der Medien. Dabei scheut Kinnen nicht davor zurück, den in der öffentlichen Wahrnehmung erfolgten Bedeutungsverlust von Kirche als moralischer Instanz aufzuzeigen, zumal die Medien in der öffentlichen Wahrnehmung über weite Strecken an die Stelle der Kirche getreten sind. Zu Recht verweist der Autor auf die unterschiedlichen Interessen der ungleichen Partner Privatfunk (Gewinnmaximierung) und Kirche (Verkündigung des Evangeliums).

Keinesfalls sieht Kinnen in den durch die Sender vorgegebenen Rahmenbedingungen jedoch ausschließlich unüberwindbare Hürden für kirchliche Interessen. Im Gegenteil: Anhand einer Art „persönlicher Checkliste“ können die kirchlichen Programmierer selbst die Kirchlichkeit ihrer Beiträge messen. Damit lassen sich mögliche Abweichung vom Soll-Stand prüfen. Dem Autor geht es um Bewusstseins-schärfung für ein deutliches katholisches Profil, nicht etwa um eine Polarisierung. Denn Kinnen stellt

in seinen Ausführungen klar, dass das Streben nach der als „Soll“ vorgegebenen Norm in der Praxis wünschenswert ist und intendiert sein sollte, aber nicht immer vollständig erreichbar ist.

Kinnens Arbeit mündet in vier Qualitätskriterien, nach denen die kirchliche Verkündigung im Privatfunk, soweit nicht bereits geschehen, zukünftig ausgerichtet werden kann. Dazu gehören eine stärkere Profilbildung der bzw. durch die an der kirchlichen Verkündigung beteiligten Redakteure (Kinnen spricht von Profilierung), eine stärkere Personalisierung, bei der kirchliche Experten als „Weggefährten des Glaubens“ für Radiohörer präsenter als bisher auftreten, sowie eine Professionalisierung in den Bereichen Theologie/Homiletik, Journalismus und Kommunikationswissenschaften, die es den Programmachern ermöglicht, spezifizierte Angebote auch für neue Felder medialer Verkündigung (vgl. Internetradio, Podcast etc.) zu entwickeln. Kriterium Nummer vier ergibt sich nahezu aus den ersten Dreien, setzt jedoch mehr als kirchliche Initiativen voraus: Wenn die kirchlichen Programmacher bzw. ihre Angebote im obigen Sinne wachsen, also ein deutlich erkennbares Profil ausweisen, an Professionalität gewinnen und konkrete mediale Angebote machen können, dann könnte eine neue Partnerschaft zwischen Privatfunk und Kirchen entstehen.

Als eine von mehreren Alternativen, die sich nicht gegenseitig ausschließen müssen, verweist Kinnen auch auf die Möglichkeit zu kirchlicher Verkündigung über konfessionelle Rundfunksender (u. a. Domradio, Radio Horeb). Kinnens „Gott in Einsdreißig“ gibt einen Einblick in die Problematik kirchlichen Privat-

funkengagements heute, zeigt die Spannweite auf, innerhalb der sie im Sinne kirchlicher Verkündigung gelingen kann, aber auch ihre Grenzen. Darüber hinaus eröffnet die Arbeit einen Blick auf die Rundfunkarbeit der katholischen Kirche in der Zukunft. *Klaus Depta, Fulda*

Ramona Vauseweh: Onlineseelesorge. Zur Präsentation von Seelsorge- und Beratungsangeboten im World Wide Web. Erlangen: Verlag Christliche Publizistik 2008 (=Studien zur Christlichen Publizistik, Band 25), 615 Seiten, 25,00 Euro.

Wer sich beruflich mit medialer Seelsorgearbeit beschäftigt, setzt an die von Ramona Vauseweh im Fachbereich Evangelische Theologie der Universität Erlangen-Nürnberg eingereichte Dissertation die Erwartung, dass die bisher vorliegenden Erfahrungen weiter erforscht, Ergebnisse zusammengestellt und wegweisende nächste Schritte beschrieben werden. Dazu kommt es in dieser Studie leider nicht. Die Autorin recherchierte nicht gründlich genug die vorhandene Fachliteratur zur Internetseelesorge. Allein im deutschsprachigen Raum (von englischen Ausarbeitungen ist so gut wie gar nichts zu finden) fehlen wichtige Veröffentlichungen. Einige von zahlreichen Literatur-Beispielen, die unbedingt in ihre Überlegungen mit einbezogen hätten werden müssen, sind: Wolfgang Weber, *Evangelisierung und Internet*, 1999; Elisabeth Rossbauer, *Seelsorge im Internet*, 2000; Sherry Turkle, *Leben im Netz*, 1998; oder auch Michael Belzer, *Komm@Sieh*, 2003.

Diese Oberflächlichkeit setzt sich im zweiten Kapitel über 90 Seiten in der Begriffsbestimmung von „Seel-

sorge“ fort. Die eklatanten Unterschiede in der Auffassung dessen, was unter „Seelsorge“ zum einen in der katholischen, zum anderen in der evangelischen Kirche in Deutschland verstanden wird, arbeitet sie nicht heraus. Denn Seelsorge in der katholischen Welt ist nicht nur die Sorge um die akute Krisenbewältigung, also die Beratung im engeren Sinne. Und es ist aus katholischer Sicht einfach falsch, wenn die Autorin behauptet „die Seelsorge hat einen Perspektivwechsel vollzogen, nicht mehr Glaubensdimensionen spielen die Hauptrolle, sondern menschliche Nöte und Krisen“ (S. 67). Kein katholischer Diözesanbischof – derjenige, der das Ganze der Seelsorge in seinem Bistum verantwortet – würde dem zustimmen. Seelsorge hat sich in der katholischen Kirche eben gerade nicht, wie von Vauseweh behauptet, von „ihrer traditionellen Ausrichtung auf die Gemeinde gelöst“. Übrigens: Diese Differenzen in der jeweiligen Seelsorge-Auffassung sind auch der Hauptgrund dafür, dass es über die Telefonseelsorge-Kooperation hinaus so gut wie kein ökumenisches Seelsorge-Angebot im Netz gibt, das von beiden Kirchenleitungen (EKD und DBK) verantwortet wird.

Die Folgen aus dieser „Gleichmacheri“ sind dann beträchtlich: Die anschließende Bewertung über die Seelsorge-Angebote im Netz berücksichtigen diese fundamental unterschiedliche Zielsetzung der verantwortlichen Seelsorge-Einrichtungen der Kirchen nicht. Das „Seelsorge-Personal“, das die Autorin befragt oder als solches einstuft, ist von den beiden Großkirchen ganz unterschiedlich angesehen. Seelsorger in der katholischen Kirche sind in erster Linie geweihte Priester – in der evangelischen Kirche sieht das

ganz anders aus. Die Autorin indes kennt lediglich „Anbieter“: Ob Selbsthilfegruppen für Essstörungen, Aidsaufklärung, Autismushilfen in Berlin oder Anti-Mobbing-Netzwerk, ob Bistumsseiten der Diözese Hildesheim, Eichstätt oder München. Alles sind Seelsorger, alles sind Seelsorge-Einrichtungen.

Die Verfasserin hätte gut daran getan, von „Beratung“ statt von „Seelsorge“ zu sprechen. Dann wären ihre Ergebnisse durchaus hilfreich. Einen Beitrag zur weiteren Klärung notwendiger und wichtiger inhaltlicher Kriterien für ein gutes Beratungsangebot im Netz liefert die Untersuchung dann, wenn man von ihrem Anspruch weggeht und formuliert: Dargestellt wird das gegenwärtige Spektrum von Beratungsangeboten im deutschsprachigen Raum. Hier hat Vauseweh die so wichtige grundlegende Methoden-Arbeit eindeutig vorangetrieben, die im so schwierig zu fassenden, weil nur als permanent in Bewegung befindlichen Kommunikationsraum Internet ganz neue methodische Ansätze erforderlich sind.

Untersucht wurden beispielsweise aufgefundene Sites von unterschiedlichsten deutschsprachigen Beratungs-Angeboten im Netz mittels E-Mail-Fragebogen sowie mit Hilfe direkter Bewertungen nach inhaltlichen und formalen Kategorien. Die „Brille der Nutzer“ war dabei das Leitmotiv des Vorgehens der Autorin – nicht die strukturelle oder (kirchen-)politische Stellung des jeweiligen Anbieters im Gesamtspektrum der vertretenen Institutionen.

Allein diese daraus gewonnenen allgemeinen Empfehlungen sind hilfreich für jeden Anbieter nicht nur solcher „seelsorglich anmutender“ Sites.

*Michael Belzer, Frankfurt am Main*