

Medien im Buch

Autor(en): **Schulz, Peter**

Objektyp: **BookReview**

Zeitschrift: **Zoom : Zeitschrift für Film**

Band (Jahr): **39 (1987)**

Heft 11

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Peter Schulz

Fakten und engagierte Meinungen

Zur Reihe Mediaprint

Regelmässig erscheinende Publikationen zu Medienfragen im weitesten Sinn haben in der deutschen Schweiz noch keine lange Geschichte. Das *Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg* hat (seit 1969) in der «grossen weissen Reihe» und (seit 1979) in der «kleinen blauen Schriftenreihe», gegen dreissig wissenschaftliche Arbeiten zu aktuellen und grundsätzlichen Medienthemen publiziert. Den Veröffentlichungen aus Freiburg vergleichbar sind die ebenfalls seit über zehn Jahren erscheinenden Schriftenreihen «Communicatio Publica» und «Diskussionspunkte» aus dem *Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich*. Ist vieles aus diesen Reihen, nach Inhalt und Sprache, durchaus nicht nur einem wissenschaftlich orientierten Leserkreis zugänglich, so bleiben diese Veröffentlichungen mit ihren kleinen Auflagen dennoch einem breiteren Publikum unzugänglich.

1981 hat der *Sauerländer Verlag* mit einer langsam vorangehenden Reihe (bisher sechs Titel) die «Beiträge zur Kommunikations- und Medienpolitik» begonnen. Betreut wird die Publi-

kation von dem Medienjuristen Franz A. Zölch sowie dem Leiter des zum Eidgenössischen Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED) gehörenden Radio- und Fernsehdienstes, Armin Walpen. Hatte der erste Band, zum 60. Geburtstag von Oskar Reck erschienen, noch einen allgemeinen Anspruch, so sind die Folgebände eher auf einen kleineren Leserkreis ausgerichtet (zum Beispiel Band 2: Peter Hunziker, Horst Willi Schors, Lokales Bürgerfernsehen. Die Wil-Studie, 1983; Band 5: Markus Kutter, Verändert hat sich trotzdem nichts. Reflexionen zur Medienrevolution, 1984, vgl. ZOOM 6/85, S. 30–32; Band 6: Oskar Reck: Die Presse schreibt, macht und wird Geschichte, 1986).

Ebenfalls im Sauerländer Verlag ist 1986 der erste Band einer neuen Reihe «Schriften zur Medienpraxis» erschienen. Herausgeber ist das Medienbildungszentrum Luzern. Die beiden Ausbilder Jürg Häusermann und Heiner Käppeli tragen Regeln und Beispiele für eine radio- und fernsehgerechte Rhetorik zusammen. Das Buch ist aus langjähriger Erfahrung der Autoren in der Ausbildung Radio und Fernsehen DRS entstanden. Die Reihe wird fortgesetzt.

Deutlich von diesen Erzeugnissen abgehoben präsentiert sich, aus dem Lenos Verlag, Basel, die *Reihe Mediaprint*. Seit 1980 hat sie es auf neun Titel gebracht. Das Besondere an dieser Reihe sind: eine Fülle von anderweitig nur schwer zugänglichen Fakten und eine für den Leser stets klar deklarierte Meinung der Herausgeber und Autoren zur jeweils behandelten Sache. Hier wird kontinuierlich und unzweideutig ein Beitrag zur medienpolitischen Auseinandersetzung in unserem Land geleistet. Schon das Vorwort zum ersten Band macht klar:

Die Reihe wird herausgegeben vom Lenos Verlag und der Schweizerischen Journalisten Union (SJU). Die SJU, eine Sektion des Verbandes des Personals öffentlicher Dienste (VPOD) und damit dem Schweizerischen Gewerkschaftsbund angeschlossen, will, gemäss ihren Satzungen, «die sozialen, wirtschaftlichen, beruflichen und kulturellen Interessen ihrer Mitglieder wahren und fördern» und tut dies in jeder ihr geeignet erscheinenden Form, zum Beispiel eben auch durch die Reihe Mediaprint. Der Leser wird in keinem Band der Reihe über diesen Standort der Autoren im ungewissen gelassen, den einen zur Freude, den andern zum Leid.

Kommerz auf Megahertz?

Der Einstieg in die Reihe hätte 1980 nicht besser und eindeutiger sein können als mit dem zum Schlagwort gewordenen Titel: «Kommerz auf Megahertz?». Die freien Journalisten Walo von Büren und Jürg Frischknecht schrieben ihr Buch vor dem Inkrafttreten der Verordnung für lokale Rundfunkversuche (RVO). Die Radioszene war in Bewegung geraten. Schawinski trieb sein Unwesen vom «Pizzo Groppera» aus, und viele kleine Privatsender schlugen den PTT-Fahndern manches Schnippchen. Wenn inzwischen vieles in diesem Band schon Radiogeschichte geworden ist, so ist es immer noch eine Fakten-Fundgrube. Die Grundsatzfragen lauteten: Wieviel Monopol, wieviel Privatisierung, wieviel Werbung für wen? Oder: SRG-Monopol versus Lokalradio, was ist medienpolitisch, medienwirtschaftlich und medienkulturell sinnvoll? Diese Fragen sind noch immer gestellt.

Der verkaufte Leser

Im gleichen Jahr erscheint «Der verkaufte Leser» von Ueli Haldimann (Mitautor des Buches: «Die unheimlichen Patrioten – Politische Reaktion in der Schweiz»). Haldimann ist überzeugt, dass die Presse zur «Meinungsbildung beizutragen habe», wirft ihr aber vor, dass



sie zum «Werbeträger verkümmere». Hier finden sich die Fakten zur leidvollen Geschichte des «Tages Anzeigers», dem Inserate aus der Automobilbranche gestrichen worden waren, weil gewisse Artikel zu Autofragen gewissen Autokreisen nicht genehm waren. Anschaulich werden Beispiele eingebracht, aus denen hervorgeht, wie Auftraggeber Inserate mit PR-Artikeln geschickt zu koppeln wissen und wie oft auch für den Leser unklar bleibt, was in der Zeitung Werbung/PR und was redaktionelle Eigenleistung ist. Haldimann legt glaubwürdig dar, dass die geschilderten Beobachtungen keine Einzelfälle sind, sondern nur logische, aber fatale Auswirkungen der ökonomischen Abhängigkeit von Zeitungen und Zeitschriften darstellen, die heute in der Schweiz

in der Regel zu drei Vierteln oder mehr von der inserierenden Wirtschaft finanziert werden.

Eine deformierte Gesellschaft

Die dritte und umfangreichste Veröffentlichung (342 S.) holt zum medienpolitischen Rundumschlag aus. Rund 15 Autoren referieren, analysieren, reflektieren und kommentieren verschiedenste Fragen der Schweizer Medienlandschaft zu Beginn der achtziger Jahre. Da wird die Kapitulation der Politiker vor den Neuen Medien beklagt, der Funktionswandel der Presse in der Schweiz nachgezeichnet, der Aufstieg und Niedergang der Arbeiterpresse bedacht, die Lokalberichterstattung der «Basler Zeitung» auseinanderdividiert, Erlebnisse und Erfahrungen mit dem journalistischen Berufsmisverständnis mitgeteilt, Auseinandersetzungen mit SRG-Hierarchien wachgerufen und so weiter. Am Ende resümiert der Basler Professor für Philosophie und Politik, Arnold Künzli, den Konflikt zwischen der Freiheit des Wortes und den Zwängen der Ökonomie. Nicht alles ist von gleicher Qualität



nach Form und Inhalt. Nicht alles hat gleiches Gewicht. Da findet sich das pointierte Glossierte für den Tag neben dem Nachdenklichen auf Zeit. Das Dossier über die «Schweizer und ihre Massenmedien» ist 1981 kurz vor dem Bericht der Expertenkommission für eine Medien-Gesamtkonzeption erschienen. Die kritische Bestandsaufnahme gibt zu bedenken, wieviel in der Schweizer Medienpublizistik noch aufzuarbeiten wäre.

Handbücher über Recherchieren und Freie Journalisten

Nach soviel Medienpolitik in der Reihe, folgen zwei Bände mit sichtlich anderem Zielpublikum. Die Bände fünf und sechs, «Recherchieren» (Michael Haller), und «Handbuch Freie Journalisten» (Peter Knechtli, Hrsg.), zielen auf den Kreis der Berufsgenossen. Hallers Buch ist auch als Band 7 der Reihe «Praktischer Journalismus» im Verlag Oelschläger, München, erschienen und in diesem Frühjahr in zweiter Auflage bei Lenos. Der Autor hat den Inhalt seines Buches verdaubarer und anschaulicher gestaltet, wird den neuen Hilfsmitteln (z. B. Computereinsatz) gerecht und berücksichtigt die neuesten Wandlungen im Medienrecht. Als einziges Werk der Reihe trägt es auch deutschen und österreichischen Verhältnissen Rechnung, vor allem im medienrechtlichen Teil.

Beide Handbücher, jenes von Haller sowie das der Autorengemeinschaft mit Peter Knechtli, erweisen sich als echter Leitfaden für Anfänger und Fortgeschrittene, festangestellte und freie Journalisten. Haller entfaltet ein reiches Bild der Recherchearbeit, der Recherchierverfahren und der Recherchiertechniken.

niken. Vor allem unterlässt er es nicht, an ausgewählten Beispielen aus der Praxis, seine Theorien zu bestätigen. Am Ende seiner Ausführungen steht ein gewichtiges Kapitel zur «Journalistischen Kompetenz». Diese stellt sich nur ein, wenn handwerkliches Vermögen, die Fähigkeit zur Reflexion und ein klares Rollenverhalten sich verbinden. Recht hat er. Knechtli Wegweiser, ironischerweise auch den Verlegern empfohlen, gibt anhand vieler Beispiele, belegt, praktische Ratschläge für den Alltag des Journalisten: zur Arbeitsorganisation, zu Rechtlichem und Technischem.

Festschriften zu «Blick» und «Klartext»

Ein ganz anderes Gesicht haben Band sieben und Band neun: «Blick – Immer dabei» (Hrsg. Jürg Bürgi) und «Ein Chaos wollen wir nicht» (Hrsg. Max Jäggi). Es gehört zum «Gespür» der Autoren und Herausgeber der Reihe «Mediaprint», dass sie sich – sie sind ja auch Journalisten – an der Aktualität orientieren. Beim «Blickbuch» ist dies das 25jährige Jubiläum der auf- lagestarken Boulevardzeitung. Keine «Fest-Schrift», kein «Geburtstags-Geschenk» für den «Ringier»-Verlag, heisst es im Vorwort. Zunächst wird «Rückblick» gehalten, die Geschichte des Boulevardblattes aufgerollt. Auf über zwanzig Seiten folgt ein «Durchblick», eine inhaltsanalytische Untersuchung von Michael Haller. Schliesslich beleuchten im «Rundblick» verschiedenste Autoren unterschiedliche Blick-Themen: das Verhältnis zum Fernsehen, die Kampagne gegen Tempo 100, der Klatsch, die sauberen Miesen und so weiter. 40 Statements von Freunden und Gegnern ergänzen den Band. Der



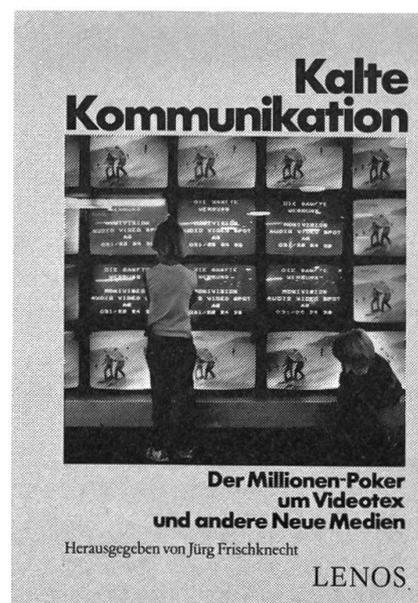
grössten Tageszeitung der Schweiz wird kritisch, bissig, augenzwinkernd Respekt gezeigt. Selbst Chefredaktor Übersax erhält das Wort. Ein Buch, dem man sich auch in der medienpädagogischen Szene Leser wünschen möchte.

Band neun erinnert den Leser daran, dass die SJU nicht nur die Reihe Mediaprint herausgibt. Die SJU veröffentlicht auch die Medienzeitschrift «Klartext» (kürzlich wurde der fünfte Geburtstag gefeiert). Etwas vom Besten im «Klartext» sind die «Gespräche». 18 solcher grosser Interviews mit Medienprominenten (Leo Schürmann, Michael Ringier, Hans W. Kopp) sind zusammengestellt. Hier wird über alles sinniert, was medienpolitisch bedeutsam ist, aktuell und über den Tag hinaus. Trotz klarer Fragen bleibt manches im Dunkel. Dennoch: ein informatives, auch teilweise amüsantes Lesebuch.

Kalte Kommunikation

Im Herbst 1985, zum Abschluss des PTT-Betriebsversuches mit Videotex, gibt Jürg Frischknecht ein kritisches Dossier über den «Millionen-Poker um Videotex

und andere Neue Medien» (Untertitel) heraus. Zehn Autoren begeben sich auf die Spuren der neuen Informations- und Kommunikationstechnologie. Im Vordergrund steht die Auseinandersetzung mit Videotex. Das in einer Einführungsphase stehende neue Medium, ohne allzu viele Anbieter und Anwender, wird in einen weiteren Zusammenhang hineingestellt. Die längerfristig drohende «Kalte Kommunikation» (Titel) via Bildschirm, via Telefon, via Datenbank zerstört die zwischenmenschliche «warme Kommunikation». Sie bringt schwerwiegende Probleme mit dem Datenschutz und wird zum gefährlichen Jobkiller. Beklagt wird von den Autoren die Ohnmacht der Medienpolitik sowie das Ungenügen der sogenannten «Wissenschaftlichen Begleitforschung». In einem ausgezeichnet dokumentierten Beitrag stellt Matthias Loretan die Frage nach der Relation zwischen den Interessen der Arbeitswelt und den Interessen der Wirtschaft. Er fragt nach der Vermittlungsfunktion des Staates. Wieviel freier Markt, wieviel sozialstaatliche Intervention ist sinnvoll? Die gut abgestützte Analyse endet in der «Horrorvision» einer zukünftigen, totalen



Medienwelt, in dieser Form doch wohl als Menetekel zu verstehen. Der letzte Teil des Bandes geht auf die neuesten, kommunikationstechnischen Entwicklungen bei den PTT und die tristen Perspektiven auf dem Medienmarkt Basel ein.

Die Reihe «Mediaprint» fällt, wie gesagt, durch gut recherchierte Beiträge auf. Die Meinungen der Autoren drücken sich eben so klar aus. Langweilig wird es einem bei der Lektüre selten. Dazu kommen noch zwei Vorteile: Die Bücher sind lesefreundlich gestaltet und haben einen angemessenen Preis. ■

Thomas Christen

Tex Avery

Patrick Brion: Tex Avery. Aus dem Französischen. Herrsching am Ammersee 1986, Schuler, 175 S., Fr. 71.80.

Ein grossformatiges, mit vielen Farbaufnahmen ausgestattetes Buch, gestaltet von Patrick Brion, der bereits vor vielen Jahren dem französischen Fernsehpublikum in der unter seiner Verantwortung stehenden, aussergewöhnlichen Programmreihe «Cinéma de minuit» von FR3 diesen Meister des Zeichentrickfilms nähergebracht hatte. Mittlerweile hat dieser verrückte Anarchist des amerikanischen Animationsfilms, dessen Werke weniger ins Kinderprogramm gehören, auch bei uns eine immer grösser werdende Fangemeinde gefunden, und dies wird wohl auch einer der Gründe sein, weshalb Brions Avery-Buch, in Frank-

reich schon ein Klassiker, nun auch in deutscher Übersetzung herausgegeben wurde. Brion bespricht darin nicht nur Film für Film, sondern gibt auch Einblicke in Arbeitsweise und -stil von Avery und seinem Team, indem verschiedene Werkzeichnungen oder Skizzen angeführt werden. Der eigentliche Wert liegt aber im hervorragend ausgewählten und reproduzierten Bildmaterial, das Nichtkenner von Averys Filmen wirklich neugierig macht und Fans einen genaueren Einblick ermöglicht. Glanzstück ist dabei die Wiedergabe der gesamten Szenenfolge von «King-Size Canary» (1947). Es bleibt eigentlich nur zu hoffen, dass Averys Kabinettstückchen auch bei uns dort zu sehen sein werden, wo sie hingehören: im Kino. ■

Kurz notiert

Die besten Tonbildschauen gesucht

we. Erneut – diesmal etwas ausserhalb des üblichen Terminplans – veranstaltet der Schweizerische Verband für Auftragsfilm und Audiovision (AAV) seinen Wettbewerb «Die besten Tonbildschauen des Jahres». Zur Teilnahme eingeladen sind alle Schweizer AV-Produzenten mit ihren im Lauf des Jahres 1986 fertiggestellten Spitzenproduktionen. Die Schauen müssen bestimmten Vorführbedingungen entsprechen (Einwandschauen mit maximal vier Projektoren, festgelegte Hardware-Systeme). Anmeldeformulare und Teilnahmebedingungen vermittelt: Condor Audiovisuals, Restelbergstr. 107, 8044 Zürich (Tel. 01/361 96 12). Anmeldeschluss ist der 19. Juni.

Forum der Leser

Lob

Für Ihre fundierten Beiträge, in denen Sie sich ebenso informativ wie anregend mit den religiösen Sendungen des Fernsehens DRS befassen (ZOOM 7/87), danke ich Ihnen bestens. In diesen Dank schliesse ich ausdrücklich auch Ihre kritischen Äusserungen ein. Denn sie sind vorgetragen auf der Grundlage des Respektes jenen gegenüber, die das religiöse Programm gestalten und verantworten. Das gibt der Kritik eine weiterführende Wirkung. Im Rahmen meiner Möglichkeiten setze ich mich selbstverständlich dafür ein, das religiöse Programmangebot zu verbessern. Ich hoffe, dass Fortschritte gelingen. Für Ihre weitere Unterstützung bin ich Ihnen sehr verbunden.

Alex Bänninger, Chef der Abteilung Kultur und Gesellschaft beim Fernsehen DRS

... und Tadel

Zur Rezension über «Zeitgeist» in ZOOM 7/87

Ich finde es verletzend, dass Urs Jaeggi es nicht bei «ketzerischer» Kritik bewenden lassen kann, sondern mir vorwerfen muss, ich habe keine «professionelle Voraussetzung» für