

Claudia Mast (Hg.): Handbuch der Journalistenausbildung

Remagen-Rolandseck: Rommerskirchen 1996, 536 S.,

ISBN 3-926943-47-5, DM 39,80

'Viele sind berufen, doch nur wenige auserwählt', so könnte das Motto dieses von der Hohenheimer Lehrstuhlinhaberin für Journalistik zusammengestellten und der „Ruhrgas AG“ gesponsorten Informations- und Nachschlagewerkes lauten. Denn im gleichen Maße, wie die Anzahl der Aus- und Weiterbildungseinrichtungen innerhalb der letzten Dekaden sprunghaft gewachsen ist, steigert sich auch das Interesse der Berufsanfänger und -umsteiger an diesem Erwerbszweig und damit auch die Qualifikationsansprüche der Arbeitgeber. Der mit dem „Odi-um des Spektakulären, Einflußreichen und Aufregenden“ (S.10) verbundene vermeintliche Traumberuf des medialen Nachrichtenmultiplikators und Meinungsmachers hat sich, so das Fazit der Publizistik-Professorin Mast, zu einer handwerklichen Dienstleistungstätigkeit gewandelt, die heutzutage mehr bodenständige Managementfähigkeiten und kommunikatives Geschick denn rein stilistische und rhetorische Begabung erfordert. Obwohl es keinen 'Königsweg' zum Erfolg in den Medien gibt, nicht geben sollte, sind abgeschlossenes Studium (möglichst in einem 'harten' Fachgebiet) mit Auslandserfahrung und ein anschließendes Volontariat oder der Besuch einer Journalistenschule noch die beste Grundlage, aus dem Wust von Bewerbungen bei den Verlagen und Rundfunkanstalten herausgepickt zu werden.

Beim Run auf die Stellen setzen sich Generalisten mit kreativer Lernfähigkeit und Technikverständnis durch, die zudem über breite Sachkompetenz und hohe Belastbarkeit verfügen; so mag es nicht verwundern, wenn mehrfach in den vor-

gestellten Buchbeiträgen erfolgreicher Standesvertreter erwähnt wird, daß die durchschnittliche Lebenserwartung in diesem Beruf bei der eines Schankwirts liegt (knapp über Sechzig).

Den Auftakt der besinnlich-humorvollen Darstellungen teilweise recht verschlungener Karriereverläufe im ersten Teil bilden die Einsichten eines Veteranen des Metiers, der sich seinen Weg in die Chefredaktion auf heute untypische Weise bahnte: mit 'nur' einer kaufmännischen Ausbildung und soliden Fußballkenntnissen. Des weiteren werden Einblicke in das termingeplagte Agenturwesen gegeben, der steinige Werdegang eines Illustriertenmachers beschrieben und Ansichten einer begeisterten Radio-Moderatorin vermittelt.

Bei dieser insgesamt ergiebigen *tour d'horizon* des Mediengeschäfts, mit zusätzlichen Tips für angehende PR-Agenten und On-Line-Redakteure sowie arbeitsrechtlichen und finanztechnischen Hinweisen, sticht allein der alberne und unverdaulich-krause Text der ZDF-Journalistin Nina Ruge negativ hervor. Die gelernte Germanistin und ehemalige Studienrätin versteigt sich bei der Darstellung ihrer abenteuerlichen Erfolgsstory derart in sprachliche Kapriolen und profilheischende Großspurigkeit („Ich muß MACHEN können – und das so gut wie möglich“, S.90), daß man sich hier doch sachlich fundiertere Auskunft gewünscht hätte.

In dem anschließenden, wirklich erschöpfenden Überblick zu den Ausbildungsgängen aller Medienbereiche in Deutschland kann sich vor allem der akademisch vorgebildete Leser gut zurechtfinden, da die Systematik der Abschnitte an wissenschaftliche Publikationen erinnert und sich nicht auf den ersten Blick erschließt. Adressen und Ansprechpartner von Organisationen und Fachverbänden sowie Preise und Auszeichnungen der Branche sind im Schlußteil beigelegt. Abgerundet wird dieses, in seiner Art wohl bislang einzigartige Kompendium mit einer kommentierten Bibliographie, die den Zugang zu einem vertiefenden Studium der professionellen Möglichkeiten bzw. Fertigkeiten erleichtert.

Wegen seines kompakten und extensiven Informationsgehalts findet dieses Handbuch sicher breite Resonanz und gute Aufnahme, wobei nicht nur Medienaspiranten bei der beruflichen Entscheidungsfindung, sondern auch Redaktionen und Ausbildungsstätten von dessen Gebrauch profitieren dürften.

Ralph M. Bloemer (Bonn)