

*John C. Merrill, The Dialectic in Journalism. Toward a Responsible Use of Freedom, Louisiana State University Press 1989*

John C. Merrill kann mit gutem Recht als ein Nestor unter denjenigen amerikanischen Medienwissenschaftlern gelten, die sich im Journalismus mit Ethikfragen befaßt haben. Ein akademisches Leben lang hat er die Philosophie des Journalismus zu seinem besonderen Thema gemacht. Als praktizierender Redakteur und Journalist hat er seine Laufbahn begonnen, wie es bei den meisten Medienwissenschaftlern an amerikanischen Hochschulen der Fall ist. Die längste Zeit, von 1964 bis 1979, verbrachte er als Lehrer und Journalistenausbilder in Missouri. Dort an der University of Missouri, School of Journalism befindet sich die älteste Einrichtung ihrer Art in den Vereinigten Staaten, die Praxis und Theorie im Journalismus verbindet. Ihre Graduierten haben keine Mühe, Stellenangebote von den besten Redaktionen im Land zu erhalten. Bis zu seiner Emeritierung vor einigen Jahren war John C. Merrill dann Professor und Direktor der School of Journalism an der Louisiana State University in Baton Rouge.

Merrills jüngstes Buch trägt den Titel „The Dialectic in Journalism. Toward a Responsible Use of Freedom“. In diesem Band legt der Wissenschaftler eine Lebens- und Erfahrungsbilanz aus vielen Jahren eines engagierten Nachdenkens über die Phänomene des Journalismus in unserer Zeit vor. Es ist ein sehr amerikanisches Buch in der bekenntnishaften Offenheit, mit der Standpunkte und Ansichten aus der eigenen Vergangenheit vorgetragen und revidiert werden. Amerikanisch ist es vor allem auch in der moralischen Zielvorgabe, wie hier „Freiheit“ und „Ethik“ (Ver-

antwortung) zusammengebunden werden, damit daraus ein „guter Journalismus“ hervorgeht.

Aus der Vielzahl früherer Veröffentlichungen von John C. Merrill ragen zwei markante hervor, mit denen er sich national und international einen Namen gemacht hat. 1974 brachte er seinen Band „The Imperative of Freedom. A Philosophy of Journalistic Autonomy“ heraus, der den Autor als einen eingefleischten Individualisten ausweist in der militanten Auseinandersetzung mit einer Denkschule, die sich nach dem II. Weltkrieg in den USA am Konzept der „Social Responsibility“ orientierte und den Journalismus kollektiv und demokratisch in die Pflicht zu nehmen suchte, um den Auswüchsen des Machtanspruchs zu begegnen.

Merrill sympathisiert mit der Pflichtethik *Kants*. Ethik ist für ihn gemäß dem Kategorischen Imperativ eine personbezogene und individuelle Kategorie im Dualismus mit Pflichten den anderen gegenüber. Falsch wäre es, das Handeln des Journalisten primär aus seiner Sozialpflichtigkeit zu erklären und dabei zu übersehen, daß das Ethos zuerst im Selbstsein und in der Selbstverantwortung begründet sein muß. Was der Journalist hervorbringt, ist Ausdruck seiner Subjektivität und davon schlechterdings nicht abzutrennen. Was der Journalist kommuniziert, ist letzten Endes identisch mit dem, was er ist. So treten bei Merrill die Aspekte der Selbstdisziplinierung, der Selbstkontrolle und Selbststeuerung nach vorn, die nicht aus dem Geist eines Gesetzes herrühren, sondern aus dem Geist einer Moralität, die ein ganzes Leben zu tragen vermag. Weil sie ihrem Lebensplan oft gleichgültig gegenüberstehen, weil sie es aufgegeben haben, bewußt unter Alternativen das „summum bo-

num“ zu wählen, können Journalisten häufig auch in ihrem Arbeitsbereich nichts Gutes hervorbringen, sondern sie verbleiben in der Meute unter Preisgabe der Authentizität und Individualität.

Mit dieser Anthropologie und Ethik in ihrer klassischen Strenge als Deontologie konnte Merrill in einer pragmatischen Umwelt nicht populär werden. Seine Orientierung an den Kardinaltugenden der antiken Philosophie wirkte im journalistischen Alltagsgeschäft wie ein Fremdkörper. Das berühmte Motto der New York Times „All the news that's fit to print“ wollte Merrill nicht hinnehmen, lag doch darin die Ermächtigung für den Journalisten, nur dasjenige zu veröffentlichen, was ihm „fit“ dünkte, ebenso wie er darüber entschied, was eine Nachricht sei, was nicht. Moralphilosophisch sucht Merrill deshalb die Bindung des einzelnen an eine innere Loyalität zur Wahrheit und Wahrhaftigkeit zu bewirken. Die Beteuerungen, die man in den USA als „Press Codes“ oder journalistisches Credo, feierlich eingerahmt, über den Schreibtisch hängt, haben nach Merrill nur einen rein dekorativen Charakter, solange die Ethik nicht in der Person und Existenz von Journalisten ihre Verwurzelung gefunden hat. Aber auch damit bleibt Merrill ein einsamer Rufer in der Wüste von Gleichgültigkeit, Geschäftemacherei und branchenorientiertem Zynismus, wenngleich in den USA die Attacken gegen den Mißbrauch von Pressefreiheit sehr viel schärfer ausfallen als hierzulande und ein Wissenschaftler wie Merrill schon von dorthier nicht ohne Resonanz bleibt.

Die heute weit verbreitete relativistische Position schmückt sich nach Merrill zu Unrecht mit der Aura des Individualismus. Sie ist eigentlich

überhaupt keine moralische Position, sondern das Gegenteil davon. Mit seinem Buch „Existential Journalism“ vom Jahre 1977 hat Merrill den Versuch unternommen, eine Art existentialistische Metaphysik für den Journalismus zu entwerfen. Seinem Modell des „Existential Journalism“, orientiert an den Philosophien eines *Sartre*, *Camus*, *Heidegger* oder *Kierkegaard*, setzt er nun endgültig das Modell eines „Dialectical Journalism“ gegenüber. Das letzte Kapitel seines ebenso eindrucksvollen, von dem Philosophen S. Jack Odell mitherausgegebenen Bandes „Philosophy and Journalism“ vom Jahre 1983 versieht er mit der Überschrift „Journalism and its Raison d'Etre“. Die Auseinandersetzung kreist um das Wahrheits- und Objektivitätspostulat und um die geistig-kulturellen Zukunftsperspektiven des Journalismus in den freien und pluralistischen Gesellschaften. Fast resignierend enden die Überlegungen mit der Feststellung: „More questions than answers“. Das Aporetische ist nicht mehr zu leugnen, die Phänomene sind philosophiebedürftig, wenn das Unternehmen Journalismus in der Moderne nicht ins Sinnlose abdriften soll. Bedrohlich ist, daß die Warum-Fragen, die Merrill stellt, im praktischen Journalismus völlig untergehen, geschweige daß es zu Antworten und Orientierungen käme, wohin die Reise geht.

„The Dialectic in Journalism“ ist nun Fortsetzung und vorläufiger Schlußpunkt in dem Versuch des Amerikaners John C. Merrill, den eigenen Erfahrungshorizont im Journalismus in eine dauerhafte Auseinandersetzung mit den Theoremen europäischer Philosophie einzubringen. Auffallend ist eine gewisse Unbekümmertheit im Umgang mit solchen Theoremen, die man auch europäi-

schen und deutschen Medienwissenschaftlern wünschen möchte, die vielfach Philosophie für eine „Krankheit“ zu halten scheinen und sich in einen wertblinden Empirismus und Positivismus eingemauert haben. Merrill betrachtet die Philosophie als ein Bergwerk, und er bricht sich an Gestein heraus, was ihm tauglich vorkommt zur Errichtung seines Theoriegebäudes. Das Abschiednehmen vom radikalen Typ der journalistischen Autonomie, dem er sich selbst einmal verschrieben hat, bewerkstelligt er nun mit Hilfe der Hegelschen Dialektik. Er diagnostiziert den Journalismus im Hinblick auf seine Widersprüche und Gegensätzlichkeiten, die er in neuen Thesen und Synthesen aufgehoben sieht, die dann ihrerseits den Prozeß vorantreiben. Ein prozeßhaftes Denken erscheint ihm für den Journalismus angemessener als ein Denken in Entweder-Oder-Kategorien – entweder Objektivität oder Subjektivität, entweder absolute oder relative, situationsbezogene Maximen, entweder De-Regulation oder Kontrolle von Pressemacht. *Heraklit, Plato, Aristoteles, Hegel* vor allem, aber auch der Begründer der Allgemeinen Semantik, *Alfred Korzybski*, dienen als „Steinbruch“ ohne alle wissenschaftstheoretischen Skrupel. Dazu kommt der angelsächsische Kulturhintergrund von *Lockes, Miltons, Mills und Jeffersons* Freiheitsdenken in dem Bestreben, alle Freiheit und Freiheiten an Ethik und Verantwortung zu binden, um somit die Extreme ideologischer Positionen zu vermeiden. Die Denkfigur der Paradoxie ist Merrill bei der Begründung seines dialektischen Journalismus hilfreich, wobei er an den amerikanischen Philosophen *Sidney Hook* „The Paradoxes of Freedom“ (Berkeley 1967) anknüpft. Merrill hält seine auf Mäßigung und Konvergenz bedachte Position eines dialektischen

Journalismus für vereinbar mit den Verhältnissen eines demokratischen Pluralismus. Merrill meint, wer eine geschlossene Autonomie im journalistischen Handeln anstrebe, müsse alle anderen aus dem Kreis seiner Selbstverwirklichung ausschließen und sollte besser den journalistischen Beruf überhaupt nicht ergreifen. Der Wille zur Anpassung und Selbstbegrenzung müsse in einem gewissen Maß vorausgesetzt werden. Nur so könne der „ethical journalist“ mit dem verantwortlich handelnden „free journalist“ identisch werden. Freiheit und Verantwortung erscheinen als konstitutive Elemente eines authentischen Journalismus, der sich aus freien Stücken begrenzt und bindet.

Das hört sich alles recht abstrakt an und abgehoben vom konkreten Leben. Die Not solcher Ethik ist bekannt und liegt im Allgemeinen ihres Anspruchs. Die Paradoxien, die Merrill im Auge hat, sind auch schwerlich am einzelnen Fall festzumachen, sie durchziehen im Prinzip das Ganze und bedürfen daher einer philosophischen Deutung. Zum Beispiel, den Medien wird in einer demokratischen Verfassungsordnung abverlangt, sie hätten die Bürger urteilsfähig zu machen und daher mit verlässlichen Informationen zu versorgen, damit solche Urteilsfähigkeit überhaupt zustande kommt. Andererseits gewährt die Verfassung den Medien eine Freiheit, die sich von der Zuverlässigkeit und Qualität der Informationen, die unter ihrem Schutz verbreitet werden, weitgehend emanzipieren und somit absolut setzen kann. Die Medien und ihre handelnden Personen können für die schlechte Qualität ihrer Produkte nicht haftbar gemacht werden. Vor dieses Dilemma sieht sich der Deutsche Presserat, der außer seinen Rügen keine Sanktionen

besitzt, tagtäglich gestellt, wenn eingehende Beschwerden geprüft werden. Vor wem verantworten sich denn überhaupt die Medien heute nach dem Fortfall aller „Ethik“, der von vielen behauptet wird, oder nach deren kompletter Relativierung gemäß postmoderner Beliebigkeit?

Treibt man das Denken über die Möglichkeit ethischer Postulate heute auf die Spitze, muß die Antwort angesichts der Zerrissenheit unserer Lebensverhältnisse immer negativer ausfallen. Gerade an diesem Punkt fragt Merrill vermittelnd nach der Weisheit der Goldenen Mitte, nach einer Lebens- und Journalismuserfahrung, der ein Zuviel ebenso schädlich vorkommt wie ein Zuwenig, in der Ausbalancierung einer negativen Freiheit gegen eine positive.

Der Akzent liegt auf der Wahl und dem Wählen-Können, und im Zentrum stehen nicht die Systeme, Ismen und Ideologien, sondern die einzelnen Personen. Früher pflegten wir dafür mit dem Begriff „Charakter“ zu operieren, der heute altmodisch erscheint. Nichts anderes bezeichnet der Prototyp, den *Albert Camus* zur Beschreibung des Journalisten heranzieht, wenn er die Frage stellt: Was ist ein guter Journalist? Unter dem obwaltenden Zynismus könnte diese Frage heute mancherorts schon fast als Zumutung empfunden werden. Camus antwortet, ein guter Journalist respektiere die eigene Person in gleichem Maße wie die Freiheit des anderen, womit seine Publikumsbindung hergestellt ist. Ein guter Journalist, meint Camus, respektiere die Wahrheit, er habe Ideen und richte seine besondere Aufmerksamkeit auf das soziale Wohlergehen, er suche im eigenen Handeln der Verantwortung nicht auszuweichen und bleibe wachsam

gegenüber den Verstrickungen und Verkürzungen des Tagesgeschehens. Die geistige Reife verlangt Realismus und Mäßigung, und für Camus sind dies Voraussetzungen eines guten Journalismus.

Auch bei dem Philosophen *Karl Jaspers*, dessen Wortmeldungen nicht immer bequem waren und den Merrill als einen weiteren Gewährsmann zitiert, gehen die Ausführungen nicht über das Allgemeine hinaus. Jaspers meint, die Journalisten müßten ein Gefühl für Ehre entwickeln. Sie bildeten heute „eine Kaste mit eigener Ethik“ und übten geistige Herrschaft „über alles“ aus. Die moderne Welt sei ohne das Werk der Medien überhaupt nicht mehr denkbar. Gefährdung komme vor allem aus der Unterwerfung an die Niveaus der Massenkultur, wo hoffnungslos alles preisgegeben werde, solange es dem eigenen Vorteil diene. „Der Journalist kommt dem Ideal des Universalmenschen nahe. Wie keiner sonst kann er die Spannung und Wirklichkeit des Tages in sich aufnehmen und über sie reflektieren. Er kann sich in das Innerste der Zeit begeben, wo ihre Seele zu entdecken ist. So wird sein eigenes Schicksal mit dem seiner Epoche identisch. Der Journalist warnt vor den Nichtigkeiten der Zeit und kann sich nicht zufriedengeben mit dem, was den Mehrheiten Befriedigung verschafft.“

Es kommt zu einem Priester- und Prophetenbild in der Überzeichnung eines Ideals. Der graue Alltag sieht anders aus, in dem die Ideale versanden und die Systeme das Kommando übernommen zu haben scheinen. Macht und Ohnmacht des Journalismus liegen nah beieinander. Wie können wir den Orientierungsverlust wettmachen?

Fixpunkte wie Vernunft, Wirklichkeit, Wahrheit, Fairneß, Glaubwürdigkeit (credibility) bleiben unverzichtbar, verstrickt in der „Dialektik“ von Erfahrung und Praxis. John C. Merrill rät zur Mäßigung und zu einem Realismus jenseits von Resignation und Anarchie. Er rät zum Denken und Reflektieren über die Phänomene des Journalismus, dessen umfassende Natur zunimmt und deshalb nur in einem umfassenden Horizont zu bedenken ist, wie ihn seit jeher die Philosophie mit ihrer Unterdisziplin der Ethik geliefert hat. Merrills Plädoyer für den Brückenschlag zwischen Philosophie und Journalismus ist weithin noch eine ungewohnte Sache. Übung und Experiment sind nötig auf diesem Feld, wobei die Anstrengung des Denkens nicht erspart bleibt. Daß uns heute solche Versuche aus Amerika, der Neuen Welt, erreichen, ist kein Zufall. Nirgendwo erlangten bisher Presse- und Medienmacht – denken wir an das Fernsehen im US-Alltag – eine solche Allmacht und Allgegenwart wie dort. Das Land könnte uns auch hier um einige Ellen voraus sein, im Guten wie im weniger Guten. Ethik des Journalismus? Wir stehen noch ganz am Anfang.

*Hermann Boventer*

*Pieter ter Keurs u. Dirk Smidt* (Hg.), *The Language of Things. Studies in Ethnocommunication*, Leiden: Rijksmuseum voor Volkenkunde 1990, 208 Seiten.

Die „Sprache der Dinge“ steht im Mittelpunkt dieser Ausgabe der „Mitteilungen des Reichsmuseums für Völkerkunde“ in Leiden (Nr. 25). Das Buch veröffentlicht jetzt Texte zur Verabschiedung von Prof. Adrian Gerbrands, die bei einem Symposium zum gleichen Thema 1984 präsentiert

wurden. Gerbrands war seit 1966 Professor für Kulturanthropologie an der Universität Leiden. Aus seinen Erfahrungen als Museumsdirektor war er immer besonders darum bemüht, die Sprache der Dinge, d. h. der Objekte einer Kultur zu verstehen. Daraus entwickelte er dann seinen Begriff der „Ethnokommunikation“. Ethnokommunikationsforschung ist nach ihm „the study and analysis of non-verbal communication in non-western sign systems“ (S. 47).

Dabei geht er von folgenden Überlegungen aus: Kommunikation zwischen Personen ist sowohl bewußt als auch unbewußt. Bewußte Kommunikation ist die Weitergabe von Wissen und Erfahrungen, während unbewußte Kommunikation sich ausdrückt in Raumanordnungen, künstlerischen Ausdrucksformen, Körperkontakten usw. Unbewußte Kommunikation wird erlernt innerhalb einer Kultur, ähnlich wie man eine Sprache lernt. Unbewußte Kommunikation „is at the very heart of a cultural system“, und sie garantiert den Zusammenhalt einer Kultur als Kommunikationssystem, ebenso wie die betreffende Kultur Formen und Ausdrucksweisen dieser Kultur bestimmt. Daraus erwächst als zweite Voraussetzung die Unterscheidung zwischen verbaler und nichtverbaler Kommunikation, der weiter als dritte Voraussetzung die Unterscheidung zwischen dem Verhalten als solchem und der Verwirklichung dieses Verhaltens („materialization or the physical outcome“) in Gegenständen und deren Anordnung oder Neuordnung folgt.

Ähnlich wie E. T. Hall und andere Autoren versteht Gerbrands Kulturen als Zeichensysteme, die sich in ihren Gegenständen verwirklichen. Während ursprünglich der Ausdruck „Ethnokommunikation“ für die An-

wendung moderner Kommunikationstechniken in ethnologischer Forschung wie etwa den Gebrauch von Foto, Film, Tonband und Video gebraucht wurde, wird er hier auf die non-verbalen Kommunikationsformen nichtwestlicher Kulturen angewandt. Man darf aber dabei nicht stehen bleiben. In einer interdisziplinären Sicht ist „Ethnokommunikation“ nicht auf non-verbale Kommunikation und die Gegenstände nichtwestlicher Kulturen beschränkt. Ethnokommunikation beschäftigt sich in einer weiteren Sicht mit den Mitteln, Strukturen, dem Fluß und dem Kontext der Kommunikation in gegebenen Kulturen. Ziel der Ethnokommunikation im kommunikationswissenschaftlichen Sinne ist es, alle Mittel, die von einer Kultur zur Kommunikation gebraucht werden, zu erfassen, sie in ihrem Gebrauch und ihrer Zusammengehörigkeit, d. h. in ihrer Struktur zu erfassen und auch den Kommunikationsfluß innerhalb solcher Strukturen zu verfolgen. Des weiteren müßten die Einflüsse des sozialen und kulturellen Umfeldes auf solche Kommunikationsvorgänge untersucht werden, wie etwa die Bedeutung des Wertesystems (Values) für Kommunikationsvorgänge. Im Grunde geht es der Ethnokommunikation also darum, eine Übersicht über das gesamte Kommunikationsnetz einer Kultur zu bekommen, ähnlich wie es Kincaid in seinen Untersuchungen zur „network analysis“ vorgeschlagen hat.

Außer dem zentralen Beitrag von Prof. Gerbrands selbst enthält das Buch aus Leiden vor allem Beiträge mit ethnographischen Beschreibungen aus Neuguinea, Indonesien und Peru, sowie generelle Beiträge zum Leben und Schaffen des Anthropologen aus Leiden.

*Franz-Josef Eilers*

*Wolfgang Jousen*, Massen und Kommunikation. Zur soziologischen Kritik der Wirkungsforschung (VCH), Weinheim 1990, 221 Seiten

Seit einigen Jahren wird die Geschichte der Medienwirkungsforschung in kommunikationswissenschaftlichen und medienpädagogischen Veröffentlichungen einer grundsätzlichen Kritik unterzogen. Gegenüber der bisher vorherrschenden Vorstellung, nach der isolierbare Medieninhalte auf mehr oder weniger unvorbelastete und passiv rezipierende Medienkonsumenten treffen, wird heute verstärkt auf das vielschichtige Beziehungsgeflecht zwischen komplexen Medioumwelten und den je verschiedenen biographisch-lebensweltlichen Einbindungen der Rezipienten verwiesen, die die Vorstellung von linearen 'Medienwirkungen' zunehmend entwerfen.

In diesem Zusammenhang hat W. Jousen jetzt eine prätentiose theoretische Studie vorgelegt, der trotz ihres hohen Preises (96,— DM) viele Leser zu wünschen sind. In einer fundierten soziologischen Theoriediskussion werden die kultur- und gesellschaftstheoretischen Prämissen der bisherigen Wirkungsforschung dargestellt, um ihre begrifflichen Defizite offenzulegen und zukunftssträchtige Perspektiven einer soziologischen Wirkungsforschung aufzufinden.

Zunächst (7-57) wird der „zentrale massentheoretische Bezug der Massenkommunikationsforschung“ (7) rekonstruiert, denn von ihm sind die (kaum thematisierten) Hintergrundannahmen der entstehenden Wirkungsforschung abhängig. Die im ausgehenden 19. Jh. und im frühen 20. Jh. aufkommenden (und heute nicht weniger aktuellen) Theorien der 'Massengesellschaft' und der 'Massen-

kultur' diagnostizieren die Entwicklungsprozesse der Moderne als Verlust bzw. Erosion vorgegebener Sozialformen und dauerhafter, Sinn und Orientierung vermittelnder Institutionen. Ohne sie kann das aus traditionellen Bindungen freigesetzte, verhaltensunsicher und hilflos gewordene Individuum nur noch ein atomisiertes Massendasein führen, das wesentlich von den Illusionen der Massenmedien beeinflusst wird.

In diesem kulturpessimistisch-verfallstheoretisch akzentuierten Grundzug kommen so gegensätzliche politische Positionen wie die aristokratisch orientierte Kulturkritik konservativer Intellektueller wie *Le Bon*, *Ortega y Gasset* u. a., eher liberal-pluralistisch orientierte Positionen (*Lederer*) und die Kulturkritik der *Frankfurter Schule* überein. Die glänzend geschriebene Rekonstruktion dieser verschiedenen Positionen, die sich nicht nur auf historische Rückblicke beschränkt, sondern auch aktuelle soziologische Positionen (z. B. U. Becks Individualisierungsthese) einer kritischen Prüfung unterzieht (122ff.), bildet m. E. denn auch das wertvollste Element dieses Buches.

Die gelungene soziologische Kritik einer vom „Massengesellschafts-Paradigma“ geprägten Wirkungsfor schung, für die „das massentheoretisch angeleitete Stimulus-Response Modell trotz vielfältiger Erweiterungen und Redefinitionsversuche“ stets die „zentrale Kontinuitätslinie“ (92) bildete, macht deutlich, „daß diese auf Konzepte zurückgreift, die durch die gesellschaftliche Entwicklung in den fortgeschrittenen industriellen Gesellschaften fraglich geworden sind, sofern sie in der Vergangenheit tatsächlich jemals Gültigkeit beanspruchen konnten“ (95).

Um eine weiterführende Perspektive für einen „möglicherweise tragfähigeren soziologischen Wirkungsansatz“ zu gewinnen, will Joußen „die soziologische Diskussion des Verhältnisses von 'Individuum' und 'Gesellschaft' zu Beginn des Jahrhunderts“ (95) nachzeichnen. Dabei wird allerdings nicht deutlich, warum er auf Konzepte des frühen 20. Jh. zurückgreifen zu müssen meint, um Perspektiven für eine Theorie der Massenkommunikation unter den Bedingungen der Gegenwart zu gewinnen.

Im Anschluß an die soziologischen Arbeiten von *Georg Simmel* (110ff.) will Joußen die Parallelität von Vermassung und Individualisierung in der Moderne verdeutlichen, denn bei Simmel (nur bei ihm?) tritt „neben die Einsichten in die Deprivationswirkungen das gleichzeitig individualitätsfördernde Potential“ (148) der Moderne mit ihren spezifischen Lebensformen in den Blick.

Die „dialektische Beziehung zwischen Individualisierungs- und Vergesellschaftungstendenzen in der Moderne“ (110, 149) fungiert bei Joußen als „Basis für eine soziologische Forschungsperspektive ..., ... die soziale 'Wirkung' von Massenkommunikation zu analysieren vermag“ (150). Als diese soziale Wirkung macht er in Analogie zu Simmels 'Philosophie des Geldes' (1. Aufl. 1900) die spezifische 'Formwirkung' der Massenkommunikation aus. Für Simmel löst das Medium Geld in der entwickelten Geldwirtschaft einerseits die frühere Unmittelbarkeit der Beziehungen zwischen Personen auf und etabliert distanzierte, nämlich geldvermittelte Sozialbeziehungen. „Durch diese Mediatisierung gelingt es gleichzeitig, die vorher gültige raum-zeitliche Gebundenheit von Beziehungen aufzulösen.

Distanzierung ist damit andererseits Bedingung für die Genese qualitativ neuartiger Verbindungen zwischen Individuen und Dingen“ (114), wobei eine solche Distanzierung für Simmel (zumindest in Joußens Interpretation Simmelscher Soziologie!) auch „zur Chance einer modernen Persönlichkeitsbildung“ (113) führt, die sich „als aktive Abgrenzungsleistung und Identitätsbestimmung des einzelnen Individuums“ (ebd.) darstellt.

Parallel zur Formwirkung des Geldes besteht die Bedeutung der Massenkommunikation für Joußen primär nicht im Transport von Inhalten, sondern in der Verflüssigung und Dynamisierung der „sozialen Kreise“ (Simmel), mit denen sich das Individuum konfrontiert sieht. Während das traditionelle Individuum in relativ festen sozialen Kontexten eingebunden war und entsprechend 'vergesellschaftet' wurde, entfallen unter den Bedingungen moderner Kommunikation raum-zeitliche Begrenzungen. Dadurch eröffnet sich dem Einzelnen ein breites Feld der Selbst- und Fremdverortung, wobei die „Orientierung und Verhaltenssicherheit in einer komplexen sozialen 'Umwelt' damit tendenziell zu einer Leistung des modernen Individuums selbst“ (154) wird.

In dieser Perspektive einer '*virtuellen Vergesellschaftung*' durch Massenkommunikation fungieren die Medieninhalte nicht mehr als Stimuli in einem linear-kausalen Wirkungszusammenhang, sondern „als selektive Zuordnungen des Individuums zu bestimmten sozialen 'Informations-Kreisen'“ (155).

Joußen tritt damit in inhaltliche Nähe zu den eingangs erwähnten Bemühungen, die Wirkungsforschung stärker an die sozialen Kontexte und

lebensweltlichen Biographien der Medienrezipienten anzubinden. Er endet aber dort, wo die Suche eigentlich erst beginnen müßte: beim Aufweis der „Modifikation von Bewußtsein und Verhalten als 'Formwirkung' der massenkommunikativen 'virtuellen Vergesellschaftung'“ (156) durch eine technisch vermittelte Medienwirklichkeit.

Durch welche Prozesse und aufgrund welcher Voraussetzungen die Menschen aber in der Lage wären, die 'Chancen zur modernen Persönlichkeitsbildung' real zu nutzen, ohne massifizierenden oder verblendenden Gefahren der Medienwirklichkeit zu erliegen, wird nicht thematisiert. Hier wäre den von vielen Menschen praktizierten kreativ-eigenständigen Formen der Rezeption und des Umgangs mit Medien theoretisch nachzugehen und deren Verankerung in biographischen Kontexten, sozialen Umwelten und milieuspezifischen Resistenzpotentialen aufzuweisen. Dafür wäre aber eine Auseinandersetzung mit gegenwärtigen soziologischen Theorien des Alltagshandelns wohl verheißungsvoller gewesen als der Rekurs auf Simmels nicht konsistent ausgearbeitete Theorie der Moderne; zumal um deren Interpretation und Bedeutung gegenwärtig (in der durch das Erscheinen der 24bändigen Werkausgabe auslösten Simmel-Renaissance) unter den Gelehrten nicht wenig gestritten wird.

*Hermann-Josef Große-Kracht*

*Gabriele Braun*, Massenmedien und Gesellschaft. Eine Untersuchung über die institutionelle Ordnung eines Kommunikationsprozesses freier Meinungsbildung, Tübingen 1990 (J. C. B. Mohr (Paul Siebeck)), 167 Seiten



Bekanntlich ist das sachkundige und auf wechselseitigen Erkenntnisgewinn zielende Gespräch zwischen Ökonomie und Soziologie nicht eben alltägliche Praxis. Nicht selten stehen sich diese Disziplinen eher fremd und verständnislos gegenüber.

Wenn sich deshalb eine wirtschaftswissenschaftliche Dissertation (bei E. Hoppmann, Freiburg) unter dem Titel „Massenmedien und Gesellschaft“ im ersten Teil ausdrücklich „kommunikationswissenschaftlichen und kommunikationssoziologischen Erklärungsansätzen“ (7-54) zuwendet, besteht Hoffnung, einen dieser seltenen sachhaltigen Dialoge vor sich zu haben.

Der mit den soziologischen Theoriediskussionen ansatzhaft vertraute Leser wird jedoch bitter enttäuscht; stellenweise gar von heftigem Kopfschütteln erfaßt: Braun beginnt ihre Abrechnung mit der Kommunikationssoziologie mit einem „Überblick“ (7-25), dessen Gliederung im wesentlichen nur die Gliederung von M. Kuncziks (nicht: Kunczyk!) Monographie 'Kommunikation und Gesellschaft' (1984) reproduziert. Was Kunczik auf über 200 Seiten überblickartig darzustellen versuchte, meint Braun auf 19 Seiten zutreffend und ausreichend zusammenpressen zu können, wobei obendrein auf die Darstellung der jeweiligen Positionen kaum Mühe (und Platz) verwandt wird. Stattdessen sehen sich die (nicht wirklich) behandelten Autoren (Merton, Parsons, De Fleur, Luhmann, Habermas, Reimann, Etzioni u. a. – weniger hätte hier mehr sein können!) nicht selten schon im zweiten Absatz einer pauschalierenden und durch wenig Problembewußtsein gekennzeichneten Verurteilung ausgesetzt. Stereotyp wird ihren Überlegungen in schlimmster positivistischer Manier

„Vagheit“, „utopischer Charakter“, „mangelnde empirische Überprüfbarkeit“ und „fehlende analytische Ergiebigkeit“ vorgeworfen. Daß sich der Wissenschaftsbegriff des Kritischen Rationalismus im Bezug auf die Geistes- und Sozialwissenschaften in den letzten 20 Jahren bedeutend vorsichtiger zur Geltung bringt, ist der Autorin, die sich gleich zu Beginn zu einer „empirisch-informativen Wissenschaft“ (5) bekennt, offensichtlich entgangen.

Dementsprechend verwundert es auch nicht, wenn die Autorin (in Anlehnung an Karl-Dieter Opps und Victor Vanbergs Thesen zum angeblichen Gegensatz von individualistischer und kollektivistischer Soziologie und zur möglichen Reduzierbarkeit von Soziologie auf Psychologie) in ihrer „Kritik“ (29ff.) kaum verhohlen die Existenzberechtigung der soziologischen Disziplin insgesamt bestreitet; schließlich leide diese Disziplin mit ihrer 'soziologistischen Haltung' bis heute an Begriffsrealismus, Methodenmonismus, Kollektivismus und beträchtlicher Toleranz gegenüber unpräzisem Sprachgebrauch (36f.).

Auch die Klassiker der modernen Geistesgeschichte (Descartes, Comte, Hobbes, Rousseau, Hegel) sind vor G. Braun nicht sicher, tragen sie doch die Schuld für eine „rigoros rationalistische Haltung“, die dazu führt, „daß der überwiegende Teil der 'mainstream'-Soziologie den methodischen Kollektivismus akzeptiert, dessen sozialphilosophische Wurzeln im Positivismus Comtes und dem Idealismus Hegels liegen“ (34).

Durchaus folgerichtig (wenn auch wenig einsichtig) gelangt die Autorin am Ende des ersten Teils zu dem vorhersehbaren Ergebnis, daß „bei nüchterner Betrachtung die theo-

retische Durchdringung des Zusammenhangs von Kommunikation und Gesellschaft noch in ihren Anfängen steckt“ (53).

Um dieses Desiderat auszugleichen, bemüht sich Braun im zweiten Teil (55-145) um „eine wirtschaftswissenschaftliche Erklärung“ sozialer Systeme und institutionellen Wandels. Unter dem Titel eines „individualistischen“ (59ff.) und „antirationalistischen“ (71ff.) Ansatzes umreißt sie in Anlehnung an die klassisch-ökonomischen Überlegungen von Adam Smith und inspiriert durch die Arbeiten des liberal-konservativen Wirtschaftstheoretikers F. A. von Hayek die Entstehung und Entwicklung sozialer Systeme und gesellschaftlicher Institutionen.

Im Gegensatz zur „Instrumentalthese sozialer Institutionen“, derzufolge „Institutionen bestimmte gesellschaftliche Funktionen im Hinblick auf bestimmte (konkrete) gesellschaftliche Ziele haben“ (73), zielt Braun auf „eine Analyse spontaner, endogener Entstehung von Ordnung, des Phänomens der Selbstregulierung sozialer Prozesse“ (75), in deren Zentrum das Modell des selbstorganisierenden Systems (80-86) steht.

Allerdings wird dieses – durchaus überzeugend dargelegte – Modell nur aus wirtschaftstheoretischer Perspektive entfaltet, wo es vor allem „zur Beschreibung real ablaufender Marktprozesse“ (87) zur Anwendung kommen soll. Warum aber für diese systemtheoretische Rekonstruktion sozialer Prozesse an keiner Stelle auf die soziologischen Arbeiten Luhmanns (und auf dessen ‘Autopoiesis’-Begriff) zurückgegriffen wird, bleibt unverständlich, denn schließlich umfassen soziale Prozesse und selbstregulierende Systeme einen wesentlich

umfangreicheren Phänomenbereich als den des ökonomischen Marktgeschehens.

Mit dem Instrumentarium einer solchen ökonomischen Systemanalyse wendet sich Braun dem Prozeß der gesellschaftlichen Meinungsbildung (92ff.) im allgemeinen und der Rolle des Rundfunks (102ff.) im besonderen zu. Einen grundsätzlichen Unterschied zwischen Informations- und Gütermärkten bzw. zwischen publizistischen und ökonomischen ‘Warenangeboten’ will sie dabei nicht gelten lassen (105). Eine besondere öffentliche Aufgabe der Medien wird dementsprechend nicht zugestanden (107). Programmacher und Medienanbieter unterscheiden sich somit durch nichts von anderen Warenproduzenten und Anbietern am Markt. Braun entwickelt hier ein engagiertes Plädoyer für eine offene, wettbewerbsorientierte Rundfunkordnung. Mit einer Vielzahl von ökonomisch-statistischen Überlegungen will sie deutlich machen, daß gängige Argumente für das öffentlich-rechtliche Rundfunkwesen (umfassende Informations- und Aufklärungsaufgabe, Garantie der Meinungsvielfalt, Sicherung von Minderheitenprogrammen etc., vor allem auch die Vorstellung von ‘Marktversagen’ (113-140)) keineswegs so überzeugend sind, wie sie auf den ersten Blick erscheinen.

Vielmehr ist nach Braun – im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der unter Parteienproporz und starkem Einfluß von Interessenverbänden leidet und deshalb mitunter „in die Nähe der Zensur“ (149) gerät – erst ein rein marktwirtschaftlich organisiertes Rundfunksystem (vgl. das Konzept eines ‘free market place of ideas’) dem Prozeß des freien Meinungswettbewerbs in einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaft

wirklich angemessen: „Der freie Zugang zum ‘market place of ideas’ – die wettbewerbliche Koordination der Meinungsträger – ist Voraussetzung für den Prozeß der freien Meinungsbildung im Bereich medial vermittelter Meinungen. Die Vielfalt der Meinungsträger garantiert größtmögliche (jedoch keinesfalls ‘optimale’ im Hinblick auf welches ideale Kriterium auch immer) Vielfalt der Meinungen. Insofern führt der Wettbewerb auf einem ‘free market place of ideas’ tendenziell dazu, daß die Vielfalt der einer Gesellschaft zur Verfügung stehenden Meinungen ... ‘maximiert’ wird“ (113). Adam Smiths optimistische Vorstellung von der ‘invisible hand’, die im ‘freiem Spiel der Marktkräfte’ schon alles zum besten bestellt, wird bei Braun also auch auf den Bereich der öffentlichen Meinung ausgedehnt.

Ob man dem Phänomen ‘Massenmedien und Öffentlichkeit’ in seinen vielschichtigen sozialisatorischen Funktionen und seiner fundamentalen demokratietheoretischen Bedeutung mit einer liberal-ökonomischen Systemtheorie dieses Zuschnitts gerecht wird, darf mit Fug und Recht bezweifelt werden.

*Hermann-Josef Große-Kracht*

*Herbert Bruderer:* Redaktionelle Zusammenarbeit von Tageszeitungen. Möglichkeiten und Grenzen, Rorschach: Bodensee-Verlag Bruderer 1990

Den rd. sechs Mio. Schweizern und Schweizerinnen stehen 131 Zeitungsausgaben von 67 publizistischen Einheiten zur Verfügung (Deutschland: rd. 60 Mio. Einwohner – 1.344 Zeitungsausgaben und 117 publizistische Einheiten). Um zu diesem Er-

gebnis zu kommen, baut Herbert Bruderer – gemessen am System des deutschen Pressestatistikers Walter J. Schütz – ein schwer durchschaubares Zahlenwerk auf, in dem man klare Definitionen vermißt. Der Begriff „publizistische Einheit“ wird sowohl für Blätter mit selbständig erarbeiteten Politik-, Wirtschafts- und Lokalteilen verwendet, wie für „überregionale Blätter ohne Lokalteil (z. B. ‘Weltwoche’) oder Lokalzeitungen ohne überregionalen Teil“ (S. 26).

Die Recherchen des Autors nach redaktioneller Zusammenarbeit unterlagen freilich der Schwierigkeit, daß es in der Schweiz keine Offenlegungspflicht für die Presse gibt. Diese wird von Bruderer sowohl für die Eigentumsverhältnisse als auch für die Übernahme von Zeitungsteilen und die Grundhaltung der Blätter gefordert. Und weil für die Zukunft vorausgesagt wird, daß „heutige Kleinstblätter, vor allem parteinahe Blätter, nicht mehr existieren werden“, wird Konzentrationstendenzen die Mahnung: „Gewinnmaximierung ist nicht das Maß aller Dinge“ entgegengehalten.

Kurzum: Die Bestandsaufnahme wird den kommunikationswissenschaftlichen Stand anderer Erarbeitungen in europäischen Ländern nicht gerecht. Bewertungen lassen vermuten, daß die Publikation eine Nebenarbeit des vom Autor betriebenen Instituts für Journalistik in Rorschach darstellt. Dieses bietet u. a. auch Medienberatung, -ausbildung und praktischen Journalismus an.

*pit*

(Besprechung bleibt vorbehalten. Für unverlangt zugesandte Schriften kann keine Verpflichtung zu Rezension übernommen werden.)

*Arens, Edmund (Hg.);* Habermas und die Theologie. Beiträge zur theologischen Rezeption, Diskussion und Kritik der Theorie kommunikativen Handelns; Düsseldorf: Patmos 1989 (Pb); 270 S./39,80 DM

*Arens, Edmund;* Bezeugen und Bekennen. Elementare Handlungen des Glaubens; Düsseldorf: Patmos 1989 (Pb); 464 S./39,80 DM

*Biernatzki, William E. Sj;* Roots of Acceptance: the intercultural communication of religious meanings (Inculturation. Working papers on living faith and cultures XIII); Roma: Editrice Pontificia Universitaria Gregoriana 1991 (Kt); 186 S./23.000 Lira

*Bliersbach, Gerhard;* „Schön, daß Sie hier sind!“. Die heimlichen Botschaften der TV-Unterhaltung; Weinheim-Basel: Beltz 1990 (Kt); 300 S./20,- DM

*Buß, Heinrich/Läwen, Werner Ü(Hg.);* Kirche vor den Werkstoren. VW und die evangelische Kirche in Wolfsburg; Hannover: Lutherisches Verlagshaus (Kt) 292 S./24,80 DM

*Ennew, Judith/Milne, Brian;* Kinder, die nicht Kind sein dürfen. Leben und Überleben in der Dritten Welt; München: Beck 1991 (Kt); 174 S./16,80 DM

*Feldmann, Christian;* Adolph Kolping. Für ein soziales Christentum; Freiburg-Basel-Wien: Herder 1991 (Ln); 159 S./24,80 DM

*Gramsci, Antonio;* Gefängnishefte Band 1: Heft 1 (hg. v. Klaus Bochmann); Hamburg: Argument 1991 (Ln); 194 u. 94 S./46,- DM (Subskr.: 37,- DM)

*Hüther, Jürgen/Schorb, Bernd/Brehm-Klotz, Christiane;* Grundbegriffe der Medienpädagogik. Wörterbuch für Studium und Praxis; Ehningen bei Böblingen: Expert 1990 (Kt); 284 S./49,- DM

*Landwehrmann, Friedrich/Jäckel, Michael;* Kabelfernsehen – von der Skepsis zur Akzeptanz. Das erweiterte Programmangebot im Urteil der Zuschauer (Schriftenreihe der Stiftung zur Förderung gemeinnützigen privaten Rundfunks in Rheinland-Pfalz 1); München: Reinhard Fischer 1991 (Kt); 190 S./28,- DM

*Lange, Birgit;* Medienpolitik des Völkerbundes (Schriften der Dt. Gesellschaft für COMNET 9); Konstanz: Universitätsverlag 1991 (Kt); 223 S./19,80 DM

*Meyn, Hermann;* Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland (Zur Politik und Zeitgeschichte 24); Berlin: Colloquium 1990 (Kt); 223 S./19,80 DM

*Orians, Wolfgang;* Hörerbeteiligung im Radio. Eine Fallstudie zu Motivation, Erwartung und Zufriedenheit von Anrufern (Medien-Skripten 10); München: Reinhard Fischer 1991 (Kt); 128 S./35,- DM

*Österreichische Gesellschaft für Kommunikationsfragen (Hg.);* Medien im Krieg. Die zugespitzte Normalität (Sonderheft Media Journal); Salzburg (Kt); 76 S./ 100 öS (15,- DM)

*Pospischil, Hans Thomas;* Der solidarische Umgang mit Eigentum und Einkommen in christlichen Gemeinschaften und Gruppen (Freiburger Theologische Studien 144); Freiburg-Basel-Wien 1990 (Kt); 416 S./38,- DM

*Schlund, Robert;* Schöpferisches Gewissen. Orientierung in aktuellen Fragen; Freiburg-Basel-Wien: Herder 1990 (Kt); 144 S./35,- DM

*Schulze-Berndt, Hermann*; Auch das Fernsehen darf nicht lügen. Hinweise zu einer Moral der Massenmedien; Nettetal: Steyler-Verlag 1991 (Kt); 38 S./3,- DM

*Sutor, Bernhard*; Politische Ethik. Gesamtdarstellung auf der Basis der Christlichen Gesellschaftslehre; Paderborn: Schöningh 1991 (Ln); 338 S./38,- DM

*Tiemann, Friedrich/Heeger, Heiko*; Fernsehen und Freizeitgestaltung. Einschränkung oder Bereicherung durch Kabelfernsehen; Berlin: Vistas 1990 (Kt); 103 S./32,- DM

*Todorov, Tzvetan*; Die Eroberung Amerikas. Das Problem des Anderen (es 1213); Frankfurt: Suhrkamp 1988 (Kt); 314 S./18,- DM

Vor neuen Herausforderungen der Menschheit. Enzyklika „Centesimus Annus“ Papst Johannes Pauls II. Mit einem Kommentar von Walter Kerber; Freiburg-Basel-Wien: Herder 1991 (Kt); 176 S./19,80 DM

*Wilke, Jürgen (Hg.)*; Mehr als ein Weekend? Der Sonntag in der Diskussion (Politik- und kommunikationswiss. Veröffentlichungen der Görres-Gesellschaft); Paderborn: Schöningh 1989 (Kt); 128 S./ 29,80 DM

*Wimmer, Frank/Weißner, Konrad*; Radio-Marketing im lokalen Werbemarkt. Studie zur Ermittlung und Ausschöpfung lokaler Werbepotentiale in Bayern (BLM Schriftenreihe 14); München: Reinhard Fischer 1991 (Kt); 169 S./20,- DM

