

LITERATUR-RUNDSCHAU

Jörg Aufermann, Hans Bohrmann, Rolf Sülzer (Hrsg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation. Frankfurt/M. 1973 (Athenäum Fischer Taschenbuch Verlag, Reihe „Sozialwissenschaften“, FAT 4021/4022). 2 Bände mit durchgehender Seitenzählung, 874 Seiten.

So holperig der Titel des Buches klingt, so treffend ist der Untertitel: in der Tat, ein „Arbeitsbuch“! Man hat viel Arbeit damit, und man kann anderen, z. B. Studierenden der Publizistik, viel Arbeit damit machen. Hut ab, — auch die Herausgeber haben sich viel Arbeit gemacht. Schon die Zuordnung der insgesamt 34 Beiträge (darunter 13 Erstübersetzungen aus dem Englischen und 16 Originalaufsätze) zu den systematisierenden Kapiteln dürfte manche mühsame Entscheidung provoziert haben. Die Kapitel (nach den Vorbemerkungen der Herausgeber: „Materialien...“, die uns für den wissenschaftlichen und kommunikationspolitischen Zusammenhang notwendig erscheinen“, — deshalb auch nicht eine „Repräsentation möglichst vieler Standpunkte“): 2. Konzepte zur gesellschaftlichen Kommunikation, 3. Bedingungen medialer Produktion und Distribution, 4. Aspekte des Medienkonsums, 5. Gesellschaftliche Konflikte und Chancen ihrer Artikulation, 6. Bibliographischer und statistischer Anhang (besonders nützlich!). Unter den Autoren Klassiker wie Halloran, Klapper, Lazarsfeld und Merton neben vielen jungen Nachwuchswissenschaftlern und Journalisten wie z. B. A. Skriver. Die Herausgeber sind auch als Autoren engagiert. Nicht wenige Beiträge haben, man muß es offen sagen, ganz eindeutig Schlagseite nach links. Sie bringen das Arbeitsbuch nicht zum Kentern, aber manches, so z. B. Sülzers Frage nach der Sozialgeschichte als Aspekt der Medientheorie, begegnet einem seltsam verzerrt: wie in einem Spiegel. Anderes — die Originalbeiträge dürften ganz am Anfang der siebziger Jahre entstanden sein — klingt ex-modisch. Mit dem Arbeitsbuch

könnte ein sehr gut eingearbeiteter Publizistik-Student, wenn er geschickt ist, ein ganzes Studium beschicken. Nur: Auf welcher Basis arbeitet er sich (vorher) ein? Deshalb auch ein Fragezeichen für ehrgeizige Publizistik-Amateure, und zwar nicht nur, weil der Beitrag von Bohrmann/Sülzer „Massenkommunikationsforschung in der BRD“ ein u. E. in manchen Punkten zu pessimistisches Bild zeichnet, sondern weil der Nicht-Spezialist doch neben der Herausforderung (durch Qualität) auch der Verwirrung begegnen könnte. *M. Schmolke*

Wolfgang Bartholomäus: Evangelium als Information. Elemente einer theologischen Kommunikationstheorie am Beispiel der Osterbotschaft. Zürich, Einsiedeln, Köln 1972 (Benziger Verlag, Reihe: „Studien zur praktischen Theologie“, Band 1). 354 Seiten.

Die Entdeckung und Inanspruchnahme des Informationsbegriffes durch verschiedene Fachrichtungen der Theologie hat sich in einer kaum mehr überschaubaren Masse theologischer Literatur niedergeschlagen. Selten jedoch wurde dieser Begriff von einem Theologen so gründlich, wohltuend kritisch und für die theologische Praxis so effektiv untersucht wie in der vorliegenden Studie.

Der Autor geht — wie auch seine Vorgänger — von der viel beklagten und analysierten Beobachtung aus, daß es die Kirche von heute schwer hat, sich verständlich zu machen. Auch B. gründet seine Untersuchung auf der (leider kaum hinterfragten) These, daß die Wirkungslosigkeit kirchlicher Verkündigung ihre Ursache in der Wirklichkeitsvergessenheit kirchlichen Sprechens habe (vgl. S. 9).

B. hält nun nicht die wohlbekannte Rezeptur theologisch „flotter“ Modernisten bereit, die hurtig formulieren, man müsse die Verkündigung, das Evangelium, „nur“ als „Information“ auffassen, damit es den „modernen“ Menschen erreiche. B. setzt tiefer und kritischer an, indem er von der Einheit aller

Elemente des kirchlichen Kommunikationsprozesses (Inhalt, Form, Medium, Hörende, Sprechende, Handelnde usw.) ausgeht und seine anspruchsvolle These unter den Rahmenbedingungen einer „Theologischen Kommunikationstheorie“ formuliert. Das heißt näherhin: „Das Stichwort ‚Information‘ erscheint als Grundwort in einer theologischen Kommunikationstheorie“ (S. 14, vgl. S. 20) und wird nur so zum Schlüsselwort seiner Grundthese vom „Evangelium als Information“, insofern die kirchlichen Kommunikationsprozesse das Evangelium als neue und überraschende, die Welt der Menschen deutende bzw. verändernde, verständliche und möglichst eindeutige (sprachlogisch klare) Nachricht zu vermitteln haben (vgl. S. 36). Diese These klingt zunächst noch abstrakt, wird aber recht eindrucksvoll illustriert im Gespräch mit der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, der Kybernetik und Linguistik und deren Informationsbegriffen, — in einem Gespräch, das beispielhaft für interdisziplinäre Forschung sein dürfte. Exemplifiziert wird dann das Ganze sehr anschaulich am zentralen Verkündigungsinhalt der Osterbotschaft.

Zuvor jedoch klärt B. (im 1. Kapitel) seinen theoretischen Bezugsrahmen: die „Theologische Kommunikationstheorie“, stichwortartig zwar, jedoch sehr gedankentief. Beachtlich ist, was B. zur Aufgabe eines Theologen sagt, der theologische Kommunikationstheorie als Disziplin der Praktischen Theologie betreiben will: Er überschreitet „die Fragen nach dem ‚Wesen‘ und ‚Was‘ der Verkündigung, ohne sie zurückzulassen, auf die anderen Fragen nach den kommunikationswissenschaftlich faßbaren Bedingungen und Möglichkeiten von Verkündigung hin“ (S. 24). Damit sorgt B. für klare Grenzziehungen, die im Interesse intellektueller Redlichkeit so notwendig sind und leider allzu voreilig von theologischen Ausflüglern, die in „Grenzgebiete“ ihrer Disziplin ausschwärmen, vergessen werden.

Gleichwohl soll das Evangelium streng kommunikationstheoretisch auf seinen Informationsgehalt geprüft werden: stets jedoch — dies bleibt festzuhalten — im Rahmen einer theologischen Kommunikationstheorie, der es um mehr geht als um die Erhebung empirischer Befunde informativer Strukturen in den zwischenmenschlichen Beziehungen.

Vielmehr „geht es... in der theologischen Kommunikationstheorie darum, wie das Evangelium als Freiheit artikuliert werden könne, damit das freie Einverständnis des Glaubens möglich werde“ (S. 25). Wohl gemerkt: B.'s Ansatz ist hier breiter als der einer etwaigen „Theologie der Massenmedien“. Er geht auch nicht von spezifisch publizistikwissenschaftlichen Fragestellungen aus. Er fragt und forscht bewußt und von vornherein als praktischer Theologe. So wichtig ihm auch die Erforschung der kirchlichen Kommunikationspraxis auf der Ebene der publizistischen Mittel ist: „Die Beschränkung der kommunikationstheoretischen Fragestellung auf die kirchliche Redepraxis in den Medien bedeutet eine unbegründete und wohl auch nicht begründbare Reduktion der kommunikationstheoretischen Fragehaltung der Praktischen Theologie“ (S. 26). Damit rückt er auch einer gewissen Einägigkeit von publizistikwissenschaftlich ambitionierten Theologen zu Leibe, die stets wie gebannt auf die massenmediale Wirkung schielen (vgl. S. 27).

Als Theologe bleibt B. also eindeutig auf dem Boden jener Praktischen Theologie, „die auf den herkömmlichen kirchlich-christlichen Kontext nicht verzichtet... Am Anfang des wissenschaftstheoretischen Selbstverständnisses der theologischen Kommunikationstheorie steht damit die Entscheidung, daß sie als Teil einer theologischen Disziplin an der Kirchlichkeit aller Theologie teilhat“ (S. 30).

Bei seinem ehrgeizigen Vorhaben, die kirchliche Verkündigung im Gespräch mit den Informationsbegriffen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (3. Kapitel), der Kybernetik (4. Kapitel) und sprachanalytischen Philosophie (5. Kapitel) im Rahmen einer kirchlich-theologischen Kommunikationstheorie zu erhellen, bleibt B. gleichwohl realistisch bescheiden: Zunächst geht es ihm dabei um den Versuch, „pauschal und vage einige Aufgaben einer theologischen Kommunikationsforschung zu formulieren und deren theologisch-kommunikationstheoretische Bedeutung anzugeben.“ (S. 37; vgl. S. 20—22 den Aufgabenkatalog einer solchen Theorie.)

Nach diesen wissenschaftstheoretischen „Vorfragen“ des 1. Kapitels, die m. E. zu den interessantesten „Ergebnissen“ dieser Arbeit gehören, klärt B. in einem 2. Kapitel den

Informationsbegriff im Hinblick auf die praktisch-theologische Diskussion. Er analysiert den Ruf nach „Information“, in dem u. a. die gegenwärtige Unsicherheit der Theologen zum Ausdruck kommt (S. 41—44), untersucht historische Aspekte des Begriffes (S. 45—48), um dann den heutigen Gebrauch von „Information“ in der Praktischen Theologie darzulegen (S. 49—51).

Dem folgt der eigentliche Hauptteil der Untersuchung, der auf den fundamentalen „Vorbemerkungen“ der ersten beiden Kapitel aufliegt. Hier bringt B. auf eine behutsame und wissenschaftlich exakte Art die Ergebnisse der angeführten profanen Disziplinen in die Praktische Theologie ein, auf eine Art, die beachtenswert und beispielhaft für Folgeuntersuchungen ist.

So stellt er z. B. im 3. Kapitel (S. 53—101) dar, wie die kirchliche Verkündigung, das Evangelium, im Gespräch mit der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft unter dem Stichwort „publizistische Information“ als „kritische Weltauslegung im Glauben“ begreifbar ist. Die Berechtigung dieses interpretativen Vorgehens sieht er im Wesentlichen darin, daß die kirchliche Verkündigung in der Auslegung der Welt ein Stück Wegs mit der Publizistik gemeinsam geht: „Es ist ja die gleiche Welt, die nach Deutung verlangt.“ Jedoch — hier beginnt der Unterschied —: „Das Spezifikum kirchlicher und christlicher Weltauslegung ist mit Religion und Glaube gegeben“ (S. 71). Was das praktisch für die Theologie besagt, weist B. an einer Reflexion der Osterbotschaft auf, die er — ohne unzulässige Grenzüberschreitung! — im Dialog, im Gespräch, ja in Konkordanz mit der Publizistikwissenschaft und ihrem Informationsbegriff darlegt (S. 80—87 und S. 94—101). Es ist schon beachtlich, zu welchen sinnparallelen Aussagen der Autor kommt, wobei er aber stets davor warnt, „die behauptete Identität von kirchlicher Verkündigung und publizistischer Aktion nicht zu überziehen. Die kirchliche Kommunikation des Evangeliums erfolgt nicht (allein) aus den Möglichkeiten der Publizistik. Dennoch verbleibt sie unter deren Bedingungen“ (S. 57).

Das 4. Kapitel (S. 103—169) diskutiert den Informationsbegriff der Kybernetik und will zeigen, „daß sich für eine praktisch orientierte Theologie die Verkündigung u. a. auch

als ein Informationsübertragungs- bzw. Kommunikationsprozeß darstellt, der der menschlichen Verantwortung übergeben ist, wenn man so will, der technischen Vernunft(im weitesten Sinn) des Verkündigers“ (S. 105). Dem Autor gelingt es, ohne die „theologisch-dogmatische Innenseite der Verkündigung“ zu verneinen oder auszuschließen, den Informations- und Kommunikationsprozeß der Verkündigung „in Analogie zu dem zu verstehen und zu beschreiben, was die Kybernetik mit den Begriffen Nachrichtenübertragung, Informationsverarbeitung, Rückkopplung, Regelung, Information u. ä. formuliert“ (S. 106).

Aber auch hier verfährt B. eklektizistisch: Er interessiert sich nur für den kybernetischen Informationsbegriff und seine für kirchliche Kommunikationsprozesse relevanten Methoden (vgl. S. 109). Dabei ist er sich der theologiefeindlichen Herkunft der Kybernetik aus Positivismus, Behaviorismus und Pragmatismus bewußt, meint aber dennoch, die Theologie solle sich auf ein Gespräch mit der Kybernetik einlassen, ohne gleich im vorhinein darüber ängstlich zu rasonnieren, „welche theologischen Dimensionen im Verlauf dieses Gesprächs möglicherweise unter der Hand verloren gehen“ (S. 110).

Im 5. Kapitel (S. 171—237) geht B. im Gespräch mit dem Informationsbegriff der Sprachphilosophie das „informativische Sprachproblem“ (S. 175) an, das danach fragt, „auf welche Weise kirchliche Verkündigung sich so verständlich machen kann, daß sie verstanden wird“ (S. 174). Hier stellt der Autor auch nochmals klar, daß unter der Formel „Evangelium als Information“ nur ein Aspekt kirchlichen Sprechens untersucht werden soll, denn die Verkündigung der Kirche könne nicht auf eine bloß informativische Sprache reduziert werden (vgl. S. 192).

B. hat mit seiner Arbeit, die er der Katholisch-Theologischen Fakultät der Universität München als Dissertation im Fach Praktische Theologie vorgelegt hat, einen bedeutenden Beitrag zum interdisziplinären Gespräch geleistet. Seine Studie ist vorbildlich in Anlage und Durchführung. B. erweist sich nicht nur als hervorragender Kenner und exakter Interpret der entsprechenden wissenschaftlichen Disziplinen, sondern auch als gedankenreicher Wissenschaftler. Er be-

herrscht die wissenschaftliche Literatur souverän — keine leichte Aufgabe, wenn man bedenkt, daß der (im übrigen sehr instruktive) wissenschaftliche Apparat nicht weniger als 950 Publikationen berücksichtigt.

Dagegen wiegt die folgende Kritik nicht allzu schwer: Zweifellos hat sich der Autor zuviel vorgenommen, er will ja auch nur „Elemente“ einer theologischen Kommunikationstheorie beisteuern. Dennoch: eine Beschränkung auf die Publizistik- und Kommunikationswissenschaften hätte dem Werk — unbeschadet seiner breiteren Anlage und seines allgemeinen Ansatzes — vielleicht mehr Schärfe und Konturen gegeben. Bei der Darlegung der Ergebnisse der Publizistikwissenschaft (S. 62 ff.) zitiert der Autor nach dem Geschmack des Rezensenten zu viele theologische Gewährsleute (so z. B. Bahr, Vierzig, Schultz, Lorey, Bastian), durch deren mehr oder weniger fachgerechten Rezeptionsfilter die jeweiligen Ergebnisse der Publizistikwissenschaft bereits „unscharf“ und ihren theologischen Leitinteressen gemäß uminterpretiert worden sind. B. hätte hier ausschließlich und kompromißloser die einschlägige Primärliteratur heranziehen und auf die theologischen Adaptationen erst anschließend hinweisen sollen. Uneinsichtig ist, warum B. den Aktualitätsbegriff der Publizistikwissenschaft erst im Kapitel über die Kybernetik abhandelt (S. 125—128 und 158—163). Im übrigen müssen auch Vornamen von Autoren präzise zitiert werden (z. B. Karl-Werner Bühler). *G. Deussen*

K. Rüdiger Durth: Lokale Kommunikation der Kirchen. Der Pfarrer und die Zeitung. (Journalismus und Praxis, Heft 3). Remagen-Rolandseck 1975 (Verlag Rommerskirchen). 69 Seiten.

In einer Zeit der Skepsis und Ernüchterungen in der Szene kirchlicher Publizistik, in der alle Möglichkeiten kirchlichen Engagements im Felde der Massenkommunikation durchgespielt zu sein und nicht nur für „Publik“ mit tödlichem Ausgang zu enden scheinen, macht K. Rüdiger Durth auf eine Blind- und Leerstelle kirchlicher Kommunikation aufmerksam, deren Existenz ebenso erstaunlich wie unerklärlich und fatal ist: auf das Defizit kirchlicher Präsenz in der Lokalberichterstattung der Zeitungen.

Dieses Defizit ist umso rätselhafter, als nicht nur die Theologie die Kirche als die „Gemeinde vor Ort“ entdeckt und auch entsprechende publizistische Bedürfnisse formuliert hat, was nicht zuletzt in der prächtigen (noch allzu wenig erforschten) Blüte von Pfarrgemeindeblättern zum Ausdruck kommt, sondern auch deshalb, weil landauf, landab die Lokalkommunikation als der publizistischen Weisheit letzter Schluß gepriesen wird. Obwohl kirchliche Reformer clever ihr Süppchen an jedem modischen Feuer kochen zu müssen scheinen, ist gleichwohl die Ortskirche im so plötzlich entdeckten Lokalteil der Zeitungen am Ort nach wie vor erschreckend wenig präsent.

Von diesem empirischen Befund geht der gelernte Redakteur und ordinierte Pastor der Rheinischen Landeskirche, K. Rüdiger Durth, aus und formuliert dazu in der vorliegenden „Streitschrift“ einige überlegenswerte theoretische und praktische Hinweise, die so etwas wie eine Vorstudie, ein „Leitfaden“, für ein dringend notwendiges „Arbeitsheft“ und ein „Knigge“ für Journalisten gleichermaßen wie für kirchliche Mitarbeiter sein könnten.

Durth geht also aus von der allgemeinen Hinwendung der Kirchen zur Parodie, will die „Weltoffenheit“ dieser Hinwendung aber messen an der „Kommunikationsfreudigkeit“ der Kirchen an der Basis (S. 13) und hier genauer: an ihrer Beziehung zur Lokalzeitung. Hier stellt er jedoch schwere Störungen fest. Sowohl der Journalist (Lokalredakteur) wie auch der Pfarrer sind einander fremd. Den historischen Grund dafür sieht er in einer tief verwurzelten „Angst der Christen vor der Publizistik“ (S. 16).

Mit der hieraus resultierenden Abwesenheit der Lokalkirche im Lokalteil der Zeitungen will Durth sich nicht abfinden. Er fragt, ob denn die Kirche vor Ort nichts zu sagen habe; ob es immer wieder nur kirchliche Skandale sein müssen, die attraktive Schlagzeilen machen. Den Grund für die kirchliche Enthaltsamkeit im Rahmen der örtlichen Berichterstattung findet er in einer ebenso naheliegenden wie blamablen Tatsache: „Die Kirche versäumt es, sich selbst interessant zu sein“ (S. 17). Die jeweiligen Ortskirchen und ihre Mitarbeiter, Mitglieder und Repräsentanten finden sich selbst zu wenig neu

und aktuell, um sich vorstellen zu können, Gegenstand örtlicher Berichterstattung zu sein.

Durth meint nun mit bewunderswertem Optimismus, man müsse den Finger nur einmal rigoros auf diese wunde Stelle legen, um sie auch schon heilen zu können. Seine eigene, praktische Erfahrung als Redakteur hat ihn gelehrt, wie „interessant“ die Ortskirche sein kann. Eine Menge praktischer Hinweise und Tips bis hin zu fertigen Artikel-Beispielen sollen seine These untermauern, daß sich die Kirche als Lokalkirche noch am besten dem Menschen von heute qua Rezipient von Massenmedien wahrnehmbar und interessant machen kann. Er räumt dabei mit manchen Vorurteilen und Vorbehalten auf, die in der Vergangenheit das Verhältnis zwischen den Vertretern der Kirche und der Zeitung geprägt haben. Als engagierter Journalist wirbt er bei seinen priesterlichen Amtsbrüdern um Verständnis für seine „oberflächlichen“ Kollegen von der Presse, während er umgekehrt den Lokalreporter auf geradezu sensationelle Ereignisse hinweist, die in der Ortskirche meist ein unbemerktes Mauerblümchen-Dasein führen. So sympathisch sein Plädoyer für die „Informationsquelle Ortskirche“ auch ist, so bedarf es doch weiterer Begründungen und skeptischer Anfragen, die die kleine Schrift, die wohl nur fürs erste aufrütteln will, nicht leisten kann. Vor allem aber bedarf es — und auch hier unternimmt Durth einen ersten, lobenswerten Schritt — einer fundierten praktischen Anleitung für konkretes publizistisches Handeln der Ortskirche.

Als Kritik muß schließlich angemerkt werden, daß die Überfülle von Zitaten, deren Zusammenhang oft nicht klar wird, der engagierten Schrift leider viel von ihrer Wirkung nimmt. Durth braucht nicht die Autorität von prominenten Gewährsleuten, um seine Überlegungen zu belegen. Er selber kann dies mit eigenen Worten viel besser, besonders da der engagierte Pastor als versierter Journalist spricht. G. Deussen

Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung. (Heft 3: Theologie in der Gesellschaft. Erlanger Perspektiven.) Berlin 1974 (Dundker & Humblot). 82 Seiten.

Der Abonnent des „Jahrbuchs der Absatz- und Verbrauchsforschung“ wird mit Verwunderung Heft 3 des 20. Jahrgangs aufgeschlagen haben, das ihm statt materieller Marktorientierung geistig-geistliche Wegweisung, aufbereitet von Theologen der Erlanger Theologischen Fakultät, darbietet. Der Schriftleitung gebührt für dieses Experiment Anerkennung, traut sie doch ihren Lesern ein etwas ungewohntes „Verbrauchsgut“ zu. Fragt sich nur, ob es den Theologen, die sich da um einen etwas heiklen Absatz ihrer Ware bemühen, gelingt, sich und ihre Sache gut zu verkaufen. Die Theologieprofessoren entledigen sich ihrer Aufgabe, tastend zwar, doch nicht unmutig. Vor allem aber hüten sie sich vor marktschreierischer Anbiederung; sie nutzen schlicht und ohne Verstellung die günstige Gelegenheit, sich nicht nur in einem theologischen Periodicum und dadurch nur für Fachtheologen zu äußern, sondern auf neutralem Boden Nicht-Theologen um ihre Gesprächsbereitschaft zu bitten.

Sie entwickeln zwar nur ansatzweise, nicht aber modellhaft den Versuch, theologische Fragestellungen einem erweiterten, nicht-theologisch ausgerichteten Publikum nahezubringen.

Versuche solcher Art sollten auch nicht vorzeitig zu „Modellen“ hochgejubelt werden, denn es ist für Theologen (übrigens auch für Soziologen) mit ihren Sprach- und Mentalitätsbarrieren sehr schwer, unmittelbare Verstehbarkeit und ungebrochene Kommunikation zu erzeugen. Diesen Anspruch erheben die Erlanger Theologen auch nicht; sie suchen einfach das Gespräch. Und diese Bescheidenheit läßt das Kommunikationsexperiment sympathisch erscheinen.

Auf jeden Fall halten wir die *Form* des Dialogs — Theologie zwischen den Buchdeckeln einer Konsum- und Marktforschung betreibenden Publikation — für ein originelles Modell gesellschaftlicher Kommunikation, das Nachahmung verdient: Es wird die Wissenschaften nicht nur gesprächs- und lernbereiter, sondern auch verständlicher machen, vorausgesetzt, die Lernbereitschaft beruht auf Gegenseitigkeit, was die Frage aufwirft, ob die Absatzforscher ihre Probleme auch auf den geheiligten Seiten einer theologischen Quartalschrift ausbreiten dürfen. (Den Leser von CS interessiert über die publizisti-

sche Novität des Autorenaustauschs hinaus der Beitrag von Bernhard Klaus über „Die Botschaft der Kirche in den Massenmedien“.)

G. Deussen

Gert Hagelweide (Bearb.): Deutsche Zeitungsbestände in Bibliotheken und Archiven. Düsseldorf 1974 (Droste Verlag, Reihe „Bibliographien zur Geschichte des Parlamentarismus und der politischen Parteien“, Heft 6). 372 Seiten.

Die nicht mehr ganz Jungen unter den Abolventen der Publizistik- oder weiland Zeitungswissenschaft werden aufhorchen, ein wenig Nostalgie im Blick: Der neue „Traub“ ist da, der neue „Standortskatalog“! Sie haben recht und unrecht, — ganz abgesehen davon, daß ein heutiger Publizistikstudent mit den beiden Begriffen nichts mehr anfangen kann. Gert Hagelweide hat es noch gelernt und in jahrelanger mühsamer Arbeit erfahren, wie wenig man mit dem alten „Standortskatalog wichtiger Zeitungsbestände in deutschen Bibliotheken“ (Leipzig 1933, Bearbeiter: Hans Traub) nach dem Zweiten Weltkrieg noch anfangen konnte: Der Traub wurde, teilweise schon in seinem Erscheinungsjahr, endgültig im Krieg, „von den Zeitereignissen überrollt“ (Hagelweide).

Der neue Nachweis-Band ist stark an der Benutzungspraktikabilität orientiert. Bearbeiter Hagelweide hat sich zwar sehr weit und breit im Lande umgesehen, „innerhalb der Reichsgrenzen von 1939“, was ihm hoffentlich nur Schwachsinnige als Imperialismus ankreiden werden, aber er hat auf den Vollständigkeitsanspruch verzichtet, der das nie zur Publikationsreife gediehene Vorgängerunternehmen „Gesamtkatalog der deutschen Presse“ (Hans Jessen) schwer belastete. Der neue Arbeitstitel lautete „Auswählendes Standortverzeichnis wichtiger deutscher Zeitungen“. Diese Zielvorstellung wird von dem jetzt vorliegenden Band erfüllt. Hagelweide kamen dabei die Zeit und günstiger werdende Umstände zu Hilfe. Wenn man seinen Arbeitsbericht in der Einführung liest und die aufgenommenen Bestände prüft, findet man, daß z. B. polnische Bibliotheken, auch solche in den ehemals deutschen Ostprovinzen, recht kooperativ reagiert haben:

Wer größere Bestände etwa der „Schlesischen Zeitung“ sucht, weiß jetzt, daß er sie nicht nur in „46“ (Universitätsbibliothek Bremen) oder „1“ (Staatsbibliothek Ost-Berlin), sondern — am wenigsten lückenbetroffen, in „Bres B-1“ findet, d. h. in der heutigen polnischen Universitätsbibliothek Breslau, die offenbar das Glück hatte, die Bestände ihrer deutschen Vorgängerin verhältnismäßig unversehrt übernehmen zu können. Auch Bibliotheken und Archive der DDR haben bereitwilliger, als man es bei manchen Einzel-Ansuchen erfahren hat, mitgewirkt, und es ist zu merken würdig, daß nach wie vor die Deutsche Staatsbibliothek in Berlin (Ost) mit 507 Titeln die größte Zahl deutscher Zeitungen in ihren Beständen hat, gefolgt von der Bayerischen Staatsbibliothek (433) und dem Institut für Zeitungsforschung der Stadt Dortmund (307).

Die Einführung — wie das Vorwort in Deutsch und Englisch — bietet einen geschichtlichen Rückblick, gibt einen Arbeitsbericht und erklärt Aufbau und Anlage des Verzeichnisses. Dabei wird auch das verhältnismäßig durchsichtige und einprägsame System der Siglen erläutert, d. h. jener Abkürzungsziffern oder Kombinationen von Buchstaben und Ziffern, die nicht nur den Ort eines Bestandes finden helfen, sondern auch die Art der Aufbewahrung erkennen lassen: ob im In- oder Ausland, in Bibliotheken oder Archiven und in welcher Art von Bibliotheken oder Archiven.

Der Einführung folgt ein Verzeichnis der aufgenommenen Erscheinungsorte zwischen Aachen und Zwickau, danach Sigel-Verzeichnis und Abkürzungsauflösung. Den Kern des Werkes bildet (S. 53—308) das Standortverzeichnis, alphabetisch geordnet nach den Erscheinungsorten der erfaßten Zeitungen. Die Zeitungen selbst werden in der Regel unter ihrem ältesten Titel in wiederum alphabetischer Reihenfolge angeführt. Das setzt mandmal historische Kenntnisse oder ein wenig Sucharbeit voraus: wer z. B. in der Katholizismus-Forschung das Aachener „Echo der Gegenwart“ (1848—1935) sucht, findet es unter dem kurzlebigen Erst-Titel „Aachener Anzeiger“. Zu jeder Zeitung werden ggf. ihre wechselnden Titel, ferner Unterbrechungen im Erscheinen angegeben. Sind Bestände einer Zeitung an mehreren Plätzen aufbewahrt, so stehen die ältesten,

größeren, geschlosseneren zuerst. Nebenausgaben sind durch NA gekennzeichnet und mit dem Hinweis auf die Stammausgabe versehen. Wer das „Westfälische Volksblatt“ sucht, erfährt, daß es heute eine Ausgabe des Bielefelder „Westfalen-Blattes“ ist, in den ersten sechs Jahren seines Bestehens (1849—1855) aber eine Beilage des „Westfälischen Kirchenblatts“ war und am besten in der Erzbischöflichen Akademischen Bibliothek Paderborn zu suchen wäre, nach 1955 aber beim Verlag in Bielefeld.

Dem Standortverzeichnis folgen ein Titelregister (wichtig bei Titelwechseln und gleichen Titeln an verschiedenen Orten) und ein Besitznachweis nach Standorten, d. h. man erfährt auf einen Blick, in welchem Ort man welche (hier nur durch ihre Kennziffern angeführte) Titel findet.

Hagelweide macht vorsorglich auf Fehlerquellen und mögliche Ursachen künftiger Enttäuschungen aufmerksam: Der Rezensent kann da nicht mithalten. Jahre der Erprobung erst werden die gültige Wertung dieser großen publizistikwissenschaftlichen wie bibliothekarischen Leistung nachliefern.

M. Schmolke

Harry Pross: Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen. Darmstadt o. J. (Carl Habel Verlagsbuchhandlung, Reihe „Das Wissen der Gegenwart — Geisteswissenschaften“). 303 Seiten.

Der mit präzisiertem Sprachgebrauch nicht vereinbare Untertitel dieses Buches geht (hoffentlich) zu Lasten des um eine populärwissenschaftliche Reihe bemühten Verlages, — der Haupttitel aber führt in die Irre: Kaum etwas über Medienforschung wird hier vorgelegt, sondern eine Einführung a) in die Publizistikwissenschaft, b) in die Medienkunde und c) in die Vorstellungen der UNESCO: wie man Medienforschung international betreiben sollte. Der Autor hat — mit Geschick — die Chance wahrgenommen, einem wünschenswert breiten Publikum die im Schatten der „Groß-Sozialwissenschaften“ stehende Publizistik vorzustellen. Er tut dies nicht selten eigenwillig, aber pointiert, verstehbar, zum Weiterlesen anreizend und, was besonders gefällt, bescheiden: „Ihrem Gegenstand entsprechend, war die Erfor-

schung der Mitteilung immer Wissenschaft, die sich aus anderen Disziplinen Rat holen mußte. Ihr ist wohlvertraut, was man heute interdisziplinäres Vorgehen nennt. Daraus resultieren Entschiedenheit des Fragens, zugleich Bescheidenheit in der Antwort“ (S. 13).

Schreiben über Publizistik gerät Pross immer zu einem Stück Kommunikationsphilosophie. Sie beginnt standesgemäß: mit Platos Höhlengleichnis. Originell und einleuchtend ist es, wie der Autor die „Beziehung von Raum, Zeit und Population in der Kommunikation“ mit Beispielen aus dem Alten Testament deutlich macht (S. 24 ff.).

Für den II. Teil („Die Kommunikationsmittel“) findet Pross eine einleuchtende und übernehmenswerte Gliederung der Medien: (A) Die Mittel des menschlichen Elementarkontaktes (paradox also: „Nicht“-Medien) = „Primäre Medien“, (B) „Der Kommunikator braucht ein Gerät“ = „Sekundäre Medien“ und (C) „Kommunikatoren und Rezipienten brauchen Geräte“ = „Tertiäre Medien“.

Zu den Medien selbst, die Pross übrigens sehr stark herunterdifferenziert (Beispiele: Amateurphotographie, Telephon), gibt es dann leider oft nur Kurzbeiträge, die gescheite Präzisionsformulierungen, aber auch Banalitäten enthalten. Unter ‚Telephon‘ (35 Zeilen) erfährt man u. a.: „In England ließ sich die Queen Victoria einen Anschluß in Elfenbein aufstellen, die Netze blieben zunächst klein und privat; in Frankreich waren die Anfänge ähnlich, das Ortsnetz von Paris war das erste.“ Wer hätte das gedacht?

M. S.

Gerd Schmalbrock: Und führten uns in Versuchung, Bd. 2: Über die geheime Herstellung öffentlicher Meinung. Gladbeck 1974 (Verlag ikc-Presse). 112 Seiten.

Wer wissen will, wie man eine Schlacht gegen einen toten Feind gewinnt, der mag dies in diesem vorliegenden Bändchen nachlesen. Man nehme einen toten Begriff, z. B. „öffentliche Meinung“, von dem auch der Autor weiß, daß dieser Terminus eine „propagandistische Finte“, „ein Hilfsbegriff für Wissende“ ist. (Nüchtern-sachlich spräche

man wohl besser von einer nützlichen Fiktion oder einer Arbeitshypothese in theoretischen Modellen.) Obwohl den Autor die Erkenntnis des Todes dieses Begriffes bereits auf S. 6 überkommt, suche man nun nach Ansätzen, den Toten zu schlagen. Gerd Schmalbrock hat diesen Ansatz gefunden: die 1970 in Moskau erfolgte Gründung eines „Institutes für Beziehungen mit der Öffentlichkeit der BR Deutschland“. Nun sei man erstaunt, daß „für die Herren der Welt... weder öffentliche Meinung noch Öffentlichkeit fragwürdige Begriffe“ sind (S. 7). Das nehme man zum Anlaß „darüber nachzudenken, was ‚öffentliche Meinung‘ und Öffentlichkeit denn nun im eigentlichen Sinne bedeuten“! (S.7): Wer oder was ist Öffentlichkeit im Sinne öffentlicher Meinung? — Was ist das, das wir als öffentliche Meinung zu bezeichnen uns gewöhnten? — Wo wirkt es und durch welche Mittel? — Wann wirkte es nach der historischen Erfahrung und warum? — Wie entstand es und mit welchen Folgen? — Warum entstand es und aus welcher Notwendigkeit?

Mit diesen Fragen schafft man sich dann die Gelegenheit, all das anzuprangern und zu verdummteufeln, was man nicht mag.

Z.B. mag der Journalist Schmalbrock so manche Journalisten nicht. „Er [der Journalist] will vor der Masse gefallen, und die will nicht die Wahrheit, sondern nur die Bestätigung für das, was gerade vor dem Zeitgeist als große uniforme Wahrheit gilt“ ... „Man bleibe mir darum vom Leibe mit der hohen Berufsethik des Journalismus“ (S. 60). Da geht es kunterbunt durch Politik und Geschichte, Soziologie und Publizistik, sehr häufig links, etwas sehr viel seltener rechts sticht der Autor mit spitzer Feder zu. Offen bleibt jedoch das Warum.

Sollte der Ausspruch auf S.21 das Programm der Arbeit sein: „Was für eine Schakalsgesinnung, eine Leiche unentwegt töten zu wollen?“ Oder macht es Gerd Schmalbrock einfach Spaß zu formulieren? Seinem Thema kommt er jedenfalls nicht befriedigend bei. Hier wird weder zitiert oder belegt, noch gilt Nüchternheit und Sachlichkeit als ultima ratio. Klarer wird keinem Leser, was er vorher auch schon wußte! Und der Rezensent kann es sich nicht verkneifen, mit des Autors eignen Worten einen Strich unter die Arbeit zu ziehen: „...geschmolzen ist der eingefrorene Begriff, ein Spürlein kalter Pinkel blieb zurück!“ (S. 15.) M.B.-H.

KURZBESPRECHUNGEN

A. William Bluem und Jason E. Squire (Hrsg.): *The Movie Business*. New York 1972 (Hasting House Publishers, Reihe „Communication Arts Books“). 359 Seiten.

Der Titel des Buches, der darauf hinweist, daß es sich um die amerikanische Filmindustriep Praxis handelt, besagt schon viel. Darauf hinzuweisen wäre nur noch, daß das Buch alle Arten der Filmproduktion bzw. alle Aspekte des Filmgeschäftes behandelt, angefangen vom Erwerb einer literarischen Vorlage und darin eingeschlossene rechtliche Fragen bzw. Vertragsmodelle. Sodann die Finanzierung von Filmen in den diversen Varianten und Möglichkeiten, das Management einer Filmproduktionsfirma mit den wichtigsten Aufgaben, die dazu gehören,

sodann behandelt man Vertragsmodelle mit den verschiedenen Beteiligten an einer Filmproduktion (Regie, Aufnahmeleiter etc.). Weiter werden die Vereinbarungsmöglichkeiten mit den Lichtspieltheatern bzw. verschiedene Aspekte der Filmwerbung aufgezeigt. Es ist ein sehr nützliches Buch für Leute, die sich mit der wirtschaftlichen Seite des Filmes beschäftigen wollen, zumal es auch nur wenige Werke auf diesem Gebiet gibt. K.V.

Georges Bretscher, Andreas Giger, Rolf Haeffeli, Gret Heer, Heinzpeter Studer: Leser ohne Zeitung. Ergebnisse einer Umfrage unter ehemaligen Abonnenten der „Zürcher AZ“. Zürich 1975 (Publizistisches Seminar der Uni-

versität Zürich, Reihe „Diskussionspunkt“, Bd. 3). 134 Seiten.

Die letzte sozialdemokratisch orientierte Tageszeitung Zürichs, die „Zürcher AZ“ (früher „Volksrecht“) stellte am 31. Dezember 1973 ihr Erscheinen ein. Sie hatte in Zürich Stadt nur mehr 4.848 Abonnenten. Eine Arbeitsgruppe am Zürcher Publizistischen Seminar, sämtlich hinterbliebene Ex-Abonnenten und („fast alle“) auch Mitglieder der Sozialdemokratischen Partei, wollten von möglichst vielen Ex-Abonnenten wissen, was ihnen denn nun am meisten fehle. Sie befragten eine Zufallsauswahl von 250, und zwar schriftlich. Eine Rücklaufquote von 81 % berechtigt beinahe zu der Annahme, die Antworten seien repräsentativ. Ergebnis im Telegrammstil: ein großer Teil der Abonnenten hat die Zeitung „offenbar bloß aus Tradition und Gewohnheit konsumiert“ (S. 108). Seltsame Interpretation der Autoren: Die Leser haben falsch gedacht, die Besonderheit ihrer linken Zeitung gar nicht kapiert. — In der Schweiz hatten sie die Freiheit, hinzugehen und sich eine andere zu wählen. Das haben offenbar so viele getan, daß am Ende nur noch das Fähnlein der knapp 5.000 Aufrechten übrig geblieben war. Exempla docent. S. C.

Heinz-Dietrich Fischer, Rosvita Molenveld, Ingo Petzke, Hans-Wolfgang Wolter: Innere Pressefreiheit in Europa. Komparative Studie zur Situation in England, Frankreich und Schweden. Baden-Baden 1975 (Nomos Verlagsgesellschaft, Reihe „Materialien zur interdisziplinären Medienforschung“, Bd. 3). 342 Seiten.

Ausgangspunkt dieser Studie war die Frage, „ob das Problem der ‚inneren Pressefreiheit‘ ein allein auf die Bundesrepublik Deutschland begrenztes darstellt, oder ob sich auch in anderen Ländern ähnliche Intentionen nachweisen lassen“. Wir stellen die Antwort voran: Teilaspekte des Problems gibt es auch anderwärts, konkret in den drei zur vergleichenden Untersuchung herangezogenen Ländern England, Frankreich und Schweden; das Schlagwort „innere Pressefreiheit“ gibt es dort nicht und damit auch nicht das publizistische Potential, das in diesem Schlagwort steckt und sich für medienpolitische Kampagnen ausnützen lassen, deren parteipolitische Komponente inzwischen für jedermann

durchschaubar geworden ist. Allein, diese Länder haben andere Presseprobleme, und auch in ihrer Medienlandschaft sieht es zur Zeit nicht recht wohllich aus. Die genaue Beschreibung dieser drei Medienlandschaften ist es, die uns dieses Buch besonders empfehlen läßt. Seit dem Handbuch der Weltpresse (1970) enthält es, jedenfalls für England (H. W. Wolter), Frankreich (R. Molenveld) und Schweden (I. Petzke), die sorgfältigsten und sehr informationsreichen Länderüberblicke, so daß es — systematisch — keineswegs nur unter Medienpolitik einzuordnen ist. H.-D. Fischer hat das vom deutschen Bundesinnenministerium geförderte Projekt geleitet und zu dem Band den Problemaufriß und die wohlthuend neutral formulierte Zusammenfassung beige-steuert. M. S.

Timothy Green: The Universal Eye — The World of Television. New York 1972 (Publishers Stein and Day). 267 Seiten.

Ein begrenzt nützliches Buch, da durch die stürmische Entwicklung des Sehfunks schon nahezu veraltet. Es will die Programmpolitik, die Eigenarten und Spezialitäten, die Vor- und Nachteile des Sehfunks in den verschiedenen Ländern aufzeigen, die Stars anpreisen, die in diesem Rahmen dominieren, und mit den Stars die bevorzugten Programme, die es jeweils in den Ländern gibt. Die Lektüre dieses Buches macht deutlich, daß die Amerikaner im Sehfunkexport weit voran stehen bzw. standen, denn in der letzten Zeit ist der amerikanische Export spürbar zurückgegangen. Somit haben sich die Publikumspräferenzen anderswohin, auch auf heimische Programme verlagert. Überholt sind auch gewisse juristische Aspekte bei den einzelnen Sendern bzw. Sehfunksystemen, die sich mittlerweile in verschiedenen Weltteilen gewandelt haben. Alles in allem ein für Amateure wie für Profis brauchbares Buch. Sie können darin u. a. erfahren, in wie vielen Ländern z. B. die Serie Bonanza ausgestrahlt wurde.

K. Vospernik

Hans Mathias Kepplinger: Realkultur und Medienkultur. Literarische Karrieren in der Bundesrepublik. Freiburg/München 1975 (Verlag Karl Alber, Reihe „Alber-Broschur Kommunikation“, Bd. 1). 208 Seiten.

Der abstrakt klingende Buchtitel meint etwas Einfaches: Kultur — als ‚solche‘ — gibt es viel, — der Mensch (wohlgemerkt: der Mensch in einer hochindustrialisierten, säkularisierten Gesellschaft) erfährt nur soviel davon, wie die Medien ihm zu vermitteln in der Lage sind, oder jedenfalls nur wenig mehr. Die Sache, die Kepplinger untersucht hat, ist viel interessanter: „Literarische Karrieren“, genauer: die Karrieren von 70 teils aufgrund ihrer „Bekanntheit“, teils per Zufall ausgewählter Schriftsteller, die mindestens einmal auf einer Tagung der Literatur-„Gruppe 47“ gelesen haben. Karrieren, wie sie sich im „Spiegel“ spiegeln. Wichtigstes Ergebnis der die „Spiegel“-Jahrgänge 1960 bis 1971 erfassenden Inhaltsanalyse: Literarische Qualität allein schafft noch keine literarische Karriere, — der „publizistische Erfolg“ muß hinzukommen. Was aber schafft „publizistischen Erfolg“? Kepplinger sagt's negativ: „Wer sich nicht engagierte, wer niemanden angriff und auch selbst von niemandem angegriffen wurde, der blieb auch dann, wenn seine literarische Bedeutung noch so groß gewesen sein mag, den Lesern des Spiegel weitgehend verborgen.“ (S. 140.) Ein längst vermuteter, jetzt nachgewiesener Zusammenhang, der u. E. auch für die Kommunikation in der Kirche, insbesondere die theologische Fachkommunikation, gelten dürfte: Nur die Ausbrecher aus gewohnten Denkbahnen, nur die Tabu-Verletzer, haben Chancen, a) bekannt zu werden und b) aufgrund dieser Bekanntheit ein publizistisches Potential aufzubauen, das es ihnen leicht macht, weiterhin wider den Stachel zu lücken. Freilich: Schreiben oder Reden müssen sie außerdem können; nur nutzt ihnen dies wenig, wenn sie „in der Mitte“ zu bleiben versuchen.

Ein bedauerlicher sachlicher Fehler ist in der Beschreibung des Untersuchungsmateriallieferanten „Der Spiegel“ stehen geblieben. Seine ersten Ausgaben hießen nicht wie die weiland berühmte Scherl-Zeitschrift „Die Woche“, sondern „Diese Woche“. M. S.

Henry La Brie III (Hrsg.): *Perspectives of the Black Press*: 1974. Kennebunkport, Maine 1974 (Mercer House Press). 231 Seiten.

Für den Europäer ist es, wenn er „amerikanische Presse“ denkt, nicht selbstverständ-

lich, mitzudenken, daß es in den Vereinigten Staaten (seit 1827) eine „schwarze Presse“ gibt, — die Presse der Schwarzen für die Schwarzen. Mit ihr befaßt sich seit einiger Zeit ein weißer Amerikaner, — inzwischen, wenn man die Liste seiner Veröffentlichungen sieht, ein Spezialist auf diesem Gebiet. Die von ihm herausgegebene Aufsatzsammlung „Perspektiven der schwarzen Presse: 1974“ gibt einen breiten Überblick, angesiedelt zwischen der Frage „Why research the Black Press?“ (von Roland E. Wolsley) bis zur Feststellung „The Black Press: A Democratic Society's Catalytic Agent For Building Tomorrow's America“ (von Carlton B. Goodlet). Die Beiträge liegen recht gemischt zwischen wissenschaftlichen Abhandlungen und journalistischen Reminiszenzen. S. C.

Gerhard Mantwill (Hrsg.): *Medien und Archive. Beiträge zur Rolle moderner Archive in Information und Dokumentation*. Pullach 1974 (Verlag Dokumentation). 348 Seiten.

Seit Jahren beschäftigt sich z. B. die katholische Kirche diskutierend mit der Notwendigkeit einer aktuellen und modern aufgebauten Dokumentation. Andere öffentliche Großorganisationen waren schneller, — längst wird — hier und da hochqualifiziert — Dokumentation aktuellen Materials betrieben, selbst bei Behörden. Einem Behörden(-teil)-chef, dem Leiter des Referates Pressedokumentation, Pressearchiv und Bibliothek des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, Ministerialrat Dr. Roland Seeborg-Elverfeldt, ist diese nützliche Aufsatzsammlung als Festschrift zur Vollendung des 65. Lebensjahres gewidmet. Nach einem Kapitel mit Würdigungen zur Person gibt sie zu folgenden Themenbereichen Auskunft: Was leistet der Medienarchivar? Dokumentationsobjekt Presse. Von der Arbeit in der Presseauswertung. Der Nutzen der Pressedokumentation. Aufgaben in Rundfunk-, Bild- und Filmarchiven. Archive und Bibliotheken — auf dem Wege zum Informationssystem. Suchen und Finden. — Besonders wohltuend berührt bei vielen Beiträgen der Verzicht auf wissenschaftlichen Arroganzjargon. Stattdessen: Vermittlung von reicher Praxiserfahrung. Eine sehr empfehlenswerte Lektüre für alle, die noch diskutieren oder auch schon planen. S. C.

Allgemeine Publizistik

Helmut Held: Eine Stimme der Stummen. Vom Wagnis der politischen Predigt. In: „Evangelische Kommentare“, Stuttgart 8: 1975, S. 206—207.

Manfred Josuttis: Visitation und Kommunikation. In: „Wissenschaft und Praxis in Kirche und Gesellschaft“, Göttingen 64:1975, S. 43—54.

Werner Rück: Zur Bedeutung der theologischen Erwachsenenbildung für die Kommunikationsstruktur der christlichen Gemeinde. In: „Lebendige Seelsorge“, Würzburg 26:1975, S. 79—89.

Presse

Ludwig Kaufmann: Forum statt Kanzel. Die Sache mit der ‚katholischen Wochenzeitung‘. In: „Orientierung“, Zürich 39:1975, S. 85—87.

— : Reform der kirchlichen Bücherzensur. In: „Herderkorrespondenz“, Freiburg 29: 1975, S. 213—215.

— : Special Issue on the Press in Africa, Africa in the Press, Themenschwerpunkt-Heft der vom ‚Afrika-Studiecentrum‘ herausgegebenen Zeitschrift „Kroniek van Afrika“, Leiden (Niederlande), New Series No. 3/1974:

Vorwort von *Herbert I. Schiller*, Beiträge (vorwiegend Inhaltsanalysen) von *Rob Buijtenhuijs* / *René Baesjou*: Center and Periphery News in Two African Dailies, *Karl Erik Rosengren*: Some Comments on ‚Center and Periphery News‘, *Roeland Storm*: La répartition des nouvelles régionales dans le quotidien Le Soleil (Sénégal), *Claude Maron*: L’hebdomadaire Lumière (Madagaskar) de 1965 à 1972, Information et politique: Sécheresse et Solidarité dans Le Soleil, *René Baesjou* / *Rudo Niemeijer* / *Rob Buijtenhuijs*: Africa in the Dutch press, an exploration. — Insgesamt ein wertvoller Beitrag zur immer noch recht raren Literatur über die Presse in Afrika (und ihre speziell afrikanischen Probleme). Nützlich besonders die knappe Bibliographie ‚Literature on the Press in Africa‘ von *Thérèse Gerold-Scheepers*; sie enthält auch die größeren Massenmedien-Bibliographien über Afrika bzw. über Entwicklungsländer im allgemeinen.

Film

Franz Everschor: Die Darstellung religiöser Inhalte im Film. In: „Stimmen der Zeit“, München 100:1975, S. 388—396.

Anton Täubl: Audiovisuelle Medien in der theologischen Erwachsenenbildung. In: „Lebendige Seelsorge“, Würzburg 26:1975, S. 89—97.

Bearbeitet von *Erna Putz* (Salzburg)

