

LITERATUR-RUNDSCHAU

Dieter Baacke (Hrsg.): Mediendidaktische Modelle: Fernsehen (a); Mediendidaktische Modelle: Zeitung und Zeitschrift (b). München 1973 (Juventa Verlag, „Serie Kommunikation“). 269 und 270 Seiten.

Der Versuchung, an sich bekannte Sachverhalte durch eine neue Bezeichnung interessant zu machen und als „neuen Ansatz“ darzustellen, erliegen nur zu oft auch fachwissenschaftliche Autoren. Doch wird auf diese Weise anstelle besserer Erkenntnis häufig lediglich „Sprachnebel“ (H. Rumpf) produziert. Dies gilt leider auch für pädagogische Publikationen, in denen seit einiger Zeit mit auffälliger Häufigkeit von „Kommunikation“ gehandelt und geschrieben wird, wobei vielfach in nur neuem Wortgewand von nichts anderem die Rede ist, was etwa als „Pädagogischer Bezug“ eigentlich schon immer vorhanden, weil für jegliche Erziehung konstituierend ist, oder was im Bereich der (Sozial-)Psychologie als „Interaktion“ bekannt und gängig ist. Kaum jedoch läßt man sich ernsthafter darauf ein, mit der Wissenschaft ins Gespräch zu kommen und damit die eigenen Fachgrenzen zu überschreiten, die genau den bezeichneten Sachverhalt „Kommunikation“ zum Gegenstand ihrer Forschung und Lehre hat. Dabei gibt es auf dem Gebiet der Kommunikationswissenschaft ein enormes Potential von auch erziehungswissenschaftlich höchst relevanten Fragestellungen, Beobachtungen und Erkenntnissen abzufragen und aufzuarbeiten, die jene Prozesse weiter erhellen könnten, um die sich Erziehungswissenschaft bemüht.

Einer der wenigen, der diesen wichtigen Überschneidungsbereich zwischen Pädagogik und Kommunikationswissenschaft nicht nur erkannt, sondern auch intensiv studiert und seit einigen Jahren dazu kompetent publiziert hat, ist der Bielefelder Pädagoge Dieter Baacke, Herausgeber der beiden Bände „Mediendidaktische Modelle“. Seine Autoren sind Pädagogen, Redakteure und Journalisten, die in solchem Verbund ansatzweise die „Durchlässigkeit zwischen Bildungssystemen und den Systemen der Massenkommunikation“ (b; S.

11 f.) demonstrieren möchten und gleichzeitig ein Beispiel für kooperative mediendidaktische Arbeit geben (a; S. 13).

Worin liegt jedoch die wesentliche Bedeutung dieser Publikationen, und zwar insbesondere auch für den praktizierenden Lehrer und für Reformanliegen in Richtung einer „Entschulung der Gesellschaft“ (I. Illich) oder im Zusammenhang mit curricularen Neuansätzen?

Es handelt sich um die energische Wiederaufnahme, Weiterführung und modellhafte Praktizierung des schon vor Bert Brecht gesehenen, von Hans Magnus Enzensberger im „Kursbuch“ 1970 erneut aufgegriffenen Anliegen, einerseits den Zusammenhang von Medien und gesellschaftlichem Kontext zu durchschauen und auch verändernd zu benutzen und damit andererseits zugleich den Versuch zu unternehmen, den (künstlichen) Gegensatz der behaupteten oder übernommenen Rollen eines Kommunikators oder Rezipienten aufzuheben (a; S. 7 f.). So gilt für das Medium Fernsehen: „Einem aktiven Rezipienten muß ein aktivierendes Fernsehen entsprechen; es hat Kommunikationsfähigkeit nicht zu behindern, sondern zu befördern“ (a; S. 11). Oder für Presseerzeugnisse: „Die Presse ist ein Medium der Aufklärung, über das heute seinerseits aufgeklärt werden muß“, so daß der Rezipient „gegenüber den Medien und mit den Medien seine Partizipations-Chancen erhöht“, wobei dem aufgeklärten Rezipienten ein ebenso aufgeklärter Kommunikator zur Seite stehen muß (b; S. 10).

Damit ist eine pädagogisch-politische Aufgabe markiert, die provokativ wirken will, indem sie Modelle vorstellt und Anregungen vermittelt, die Transfer erlauben sollen. Baacke bezeichnet eine derartige „Kommunikationsdidaktik“ als „Meta-Kommunikation“, da hier über institutionalisierte Prozesse der Kommunikation reflektiert wird und der Rezipient sich selbst sowie die gesellschaftlichen Zusammenhänge wahrzunehmen unternimmt (a; S. 12. b; S. 10).

Was das konkret bedeutet und wie man es praktizieren könnte, versuchen die verschie-

denen Beiträge beider Bände — auf die leider einzeln nicht eingegangen werden kann, obwohl sie das verdienen — zu exemplifizieren, allerdings auf nicht durchweg einheitlichem Niveau.

Der dem Medium Fernsehen gewidmete Band wiederholt so z. B. unter anderem längst bekannte Kritik am „Ritual Tagesschau“ oder macht die Manipulationstendenzen des Genre „transparent“. In den „Medienspiel- und -trainingsräumen“ der Gruppe L. Dümpelmann und Mitarbeiter auf dem „Kybernetikon“ 1972 in Nürnberg möchte ich nicht gewesen sein oder hätte wahrscheinlich nach den turbulenten psychischen Wechselbädern dort therapeutische Hilfe in Anspruch nehmen müssen (a; S. 15 ff.). Sehr überzeugend hingegen schildert G. Behrend (a; S. 79 ff.) ihre Film- und Fernseharbeit mit Schülern, und ihre Erfahrungen machen sehr nachdenklich. Das Konzept einer „Vermittlungslehre des Fernsehens“ (a; S. 201 ff.) schließlich kann sicherlich anregend und nützlich sein.

Der andere Band beschäftigt sich neu mit dem ältesten Medium, Zeitung und Zeitschrift. In das Gesamtkonzept paßt wohl am wenigsten H. Mundzedek's Beitrag zum „Beruf des Journalisten“ (b; S. 230 ff.). Im übrigen herrschen ganz allgemein Versuche vor, über kritische Analysen von Presseerzeugnissen mehr oder weniger fortschrittsoptimistisch Bewußtseins- und Verhaltensänderungen der Leser zu erreichen. Der Beitrag über die „Praxis deutscher Jugendzeitschriften“ von M. Schibilsky (b; S. 189 ff.) soll besonders hervorgehoben werden, und zwar wegen der Rarität des Gegenstandes selbst wie auch seiner seltenen Behandlung.

Im ganzen scheint allerdings nicht überall die Gefahr vermieden, von der D. Baacke einleitend (a; S. 12) spricht: daß nämlich das unbestritten wichtige Anliegen einer auch tatsächlich zu erfahrenden „Meta-Kommunikation“ erneut in nur zu rezipierenden medienkundlich-mediendidaktischen „Lehrstoff“ verwandelt wird, der dann angesichts des herrschenden Optimismus über die Effizienz derartiger Lernprozesse aus dem ja angeblich schon „mündigen Bürger“ wohl nur einen „super-mündigen“ machen könnte.

Solche kritischen Bemerkungen schmälern insgesamt allerdings weder das Verdienst des Herausgebers noch das Anliegen der Autoren,

weil hier Ernst gemacht wird mit dem bildungspolitisch und pädagogisch wichtigen Versuch, „Meta-Kommunikation“ didaktisch in den Griff zu bekommen und den „Mythos vom ‚passiven Konsumenten‘“ (a; S. 7) zu zerstören.

Für jeden aufgeschlossenen Lehrer empfiehlt sich die Lektüre, schon deshalb, weil der bislang vorherrschende, einseitig technologische Gebrauch von „Medien“ im Unterricht als pure Transportmittel konventioneller, nicht-reflektierter Unterrichtsinhalte in der Hand des Unterrichtenden zumindest ergänzt wird durch „kommunikations-didaktischen“ Umgang mit Medien, auch im Sinne „offener Curricula“ und Entschulungsbestrebungen von „Schule“. Der damit verbundene kritisch-aktive Mediengebrauch könnte auf diese Weise vielleicht und hoffentlich verhindern, daß in Zukunft Kinder und Jugendliche in der Schule wie bisher jahrelang zum fast ausschließlich passiven Informations-Rezipienten erzogen werden und dadurch als Erwachsene in der Regel die allseits beklagten puren Konsumenten der Medien bleiben.

Die Anmerkung schließlich, daß das Defizit des Mediums „Hörfunk“ verwundert registriert werden muß, läßt zugleich hoffen, daß mit weiteren Publikationen des Herausgebers oder Verlages diese Lücke noch geschlossen wird und auch hierfür neue Modelle und weitere wichtige Anregungen zur Mediendidaktik zur Verfügung gestellt werden.

R. Rublack

Horst Dichanz u. a.: Medien im Unterrichtsprozeß, Grundlagen, Probleme, Perspektiven. München 1974 (Juventa Verlag, Reihe „Serie Kommunikation“, hrsg. von Dieter Baacke). 264 Seiten.

Die Reflexion über „Medien im Unterrichtsprozeß“ wird in diesem Reader etwas leichtfertig mit dem Terminus „Mediendidaktik“ verschlagwortet und nach der üblichen Masche in ein organisiertes Schema gezwängt: als allgemein-einführender Teil (Teil I: Mediendidaktik als Komponente kommunikationstheoretisch-unterrichtstheoretischen Denkens) und als spezieller Problemtail (Teil II: Aktuelle mediendidaktische Probleme). Dies ist die

formale Komposition. Die materiale folgt allerdings anderen Ausbaulinien, nämlich dem unsicheren Versuch definitiver Zuordnung der Mediendidaktik einmal der unterrichtlichen Pädagogik und einmal der Kommunikationstheorie. Dieser Versuch und zugleich die Unsicherheit über Zuordnungskriterien, die im geschriebenen Text immer wieder zum Ausdruck kommt, wird durch möglichst weitmaschige Formulierungen der Beitragstitel verschleiert: „Mediendidaktik — Entwicklung und Tendenzen“; „Kommunikationsorientierte Mediendidaktik“; „Medien in unterrichtstheoretischer Sicht“; „Zentralbegriffe einer Mediendidaktik“.

Der spezielle Problemteil bringt eigentlich nur zwei aktuelle Probleme zur Sprache („Möglichkeiten der Individualisierung durch Medien“ und „Klassifikationsprobleme von Medien in Lehr- und Lernprozessen“), die anderen Beiträge („Ergebnisse und Methoden der bisherigen Medienforschung in kritischer Sicht“ und „Medieneinsatz zur Veränderung der Unterrichtspraxis“) sind für ein abgerundetes Gesamtverständnis problemorientierter Medienpädagogik wohl wichtig, für eine aktuelle Problemskizze der Mediendidaktik aber nicht zügig.

Die Bezugssysteme der Beiträge sind einmal kommunikationswissenschaftliche, einmal pädagogische. Beide Bezugsdisziplinen werden aber etwas verkürzt skizziert. Die Kommunikationstheorie legt nur mit „einigen Aspekten“, deren Vorrangwertigkeit kaum diskutiert wird, den Rahmen für eine „kommunikationsorientierte Mediendidaktik“ (Günter Kolb; Klaus-Dieter Eubel), die pädagogische Theorie versteht sich — ebenfalls etwas eng — in erster Linie als Unterrichtstheorie, in der Technik und Methodik dominieren.

Beide Bezugssysteme sind unbestritten notwendig, um eine sinnvolle Didaktik der Medien formulieren zu können. Stehen sie aber nebeneinander — und dieser Eindruck vermittelt sich —, dann neutralisieren sie die angegebenen Perspektiven (z. B. den Schritt von der Mediendidaktik zur Kommunikationsdidaktik) eher, als daß sie sie als alternative Modelle anböten.

Die einzelnen Beiträge sind als geschlossene Problemreflexionen interessant, weiterführend und durch den relativen Theoriegrad durchaus pragmatisch orientiert. Sie verstehen sich

durchwegs als Ansätze zu theoretischer und praktischer Verbindung von Pädagogik und Publizistik unter der Einsicht der Dynamik des durch Unterricht ermöglichten Erfahrungszuwachses.

Dieser Anspruch eines „gemeinsamen Arbeitsbewußtseins“ von Publizistik und unterrichtlicher Pädagogik macht den Band für beide Disziplinen interessant, setzt allerdings voraus, daß der Leser einiges mehr weiß über eine breitere Problemformulierung der beiden Disziplinen, als hier vermittelt wird, vor allem hinsichtlich der Problematik der Medien selbst.

Th. Bauer

Hans Joachim Dörger: Religion als Thema in „Spiegel“, „Zeit“ und „Stern“. Hamburg 1973 (Furche-Verlag, Reihe „Konkretionen“ Bd. 15). 432 Seiten.

In einem ersten Teil (S. 11—65) „Öffentlichkeit — Theologie — Kirche“ befaßt sich der Autor mit dem Verhältnis der medialen Öffentlichkeit einerseits, zur Theologie und Kirche andererseits. Die vorweg angekündigte „heuristische Absicht“ (S. 10) bei der Behandlung des Themas bewahrheitet sich: für den Nicht-Publizisten findet sich eine sicherlich anregende Zusammenstellung, darüber hinaus wird eigentlich Neues nicht geboten.

Der zweite Teil (S. 66—112) wendet sich den drei zu untersuchenden Medien zu. Anhand der Entwicklung der Zeitschriften, ihrer Leserschaft, ihrem Selbstverständnis und ihrer Funktion im Medienangebot sowie der Art und Weise der Themenrezeption und -bearbeitung stellt Dörger Strukturen und Bedingungen dar, die die Zeitschriften aufweisen. Den Publizisten wird möglicherweise die weitgehend auf ein Minimum reduzierte publizistikwissenschaftliche Reflexionsweise und das fast vollkommen ausgeschaltete Fachvokabular zur Kritik reizen; andererseits vermag diese Betrachtungsweise dem Kreis der potentiellen Rezipienten entgegenzukommen, die als Theologen sonst nur erschwert Zugang fänden.

Der dritte Teil (S. 113—394) stellt die eigentliche Untersuchung dar. Ein erster Abschnitt (S. 113—121) diskutiert methodische Fragen

(vgl. hierzu weiter unten). Der zweite Abschnitt (S. 121—164) gliedert das religions-thematische Angebot der drei Objekte chronologisch-thematisch für den Untersuchungs-zeitraum 1946—1972. Dieser Überblick über die Entwicklung der Themen vermag die Schwerpunkte der jeweiligen Berichterstat-tung deutlich zu kennzeichnen. Der dritte Abschnitt (S. 164—394) untersucht das nach „Sach-Dimensionen“ (biblisch, historisch, poli-tisch, dogmatisch, ethisch, praktisch) geglie-derte Material. Als Leitfrage gilt: „Wie, mit welchen Inhalten und in welchen Zusammen-hängen erscheint Religion als Thema, und was ergibt sich daraus für die Charakteri-sierung der Zeitschriften“ (S. 10). Kurzzusam-menfassungen erleichtern das Festhalten der Ergebnisse.

Sein Resümee zieht der Autor in einem ab-schließenden Kapitel (S. 395—404). Ein aus-führliches Literaturverzeichnis (S. 406—423) und — leider nur — ein Personenregister (S. 424—432) beschließen die vorliegende Veröffentlichung.

Mit beachtlichem Fleiß hat der Autor einen interessanten und lesenswerten Beitrag zum Verhältnis von „Religion“ und „Publizistik“ geliefert. Wie weit die durchscheinende Ab-sicht des Autors, aufklärend über publizisti-sche Gesetzmäßigkeiten im Hinblick auf Theo-logie und Kirche zu wirken, erfolgreich ist, bleibt dahingestellt. Als Motiv dieser Arbeit bliebe eine solche Begründung jedoch unein-sichtig, betrachtet man den dafür betriebenen Aufwand. Ein zweites, für den Publizisten und Theologen gleichermaßen interessantes Motiv verkündet der Bucheinband: „Hier wird der Versuch unternommen, einen bis-lang ‚weißen Flecken‘ in Theologie wie Pu-blizistikwissenschaft zu erforschen: den Stel-lenwert von ‚Religion‘ in der publizistischen Öffentlichkeit.“ Wenn dies als Begründung und Sinn der vorliegenden Arbeit gilt, dann muß hierzu einiges gesagt werden:

Den Stellenwert der Religion als „weißen Flecken“ in Theologie und Publizistikwissen-schaft zu bezeichnen, also zu behaupten, we-der Theologen noch Publizisten wüßten, wel-che Rolle „Religion“ auch nur ungefähr in der Öffentlichkeit spiele, scheint dem Rezen-senten angesichts voller Bücherregale zu die-sem Themenbereich sehr wagemutig. Wer glaubt, nach der Lektüre des Buches eine um-

fassende Antwort auf den genannten Pro-blemkreis zu erhalten, muß sich getäuscht se-hen: selbstverständlich folgen die Einschrän-kungen: der Stellenwert von „Religion“ wird exemplarisch an drei Zeitschriften für die Jahre 1946 bis 1972 zu messen versucht; die marktschreierische Anfangsversprechung wird erheblich reduziert.

Vom Versuch der Messung des Stellenwertes von „Religion“ kann deshalb nur die Rede sein, weil die angewandte Methode nicht zu objektivierbaren Ergebnissen führt. Dörger möchte seine Arbeit als „qualitative Analyse“ (S. 113 ff.) verstanden wissen. Er gesteht ein, daß „auf Vollständigkeit der Darstellung ... zugunsten der Signifikanz verzichtet“ (S. 115) wurde. Des weiteren: „Subjektive Akzentuie-rungen in der Auswahl und Darstellung der Zeitschriften-Inhalte lassen sich nicht vermei-den“ (S. 115 f.). Der Autor selbst bemerkt die methodischen Schwächen: fehlende Voll-ständigkeit, nicht objektivierbare Signifikanz, nicht objektivierbare Stellungnahmen. Über-dies fördern Formulierungen wie: „Zwar do-miniert das katholische Interesse, doch wo wollte der Protestantismus nicht von Anfang an dabeigewesen sein?“ (S. 125) oder die Be-hauptung, die Kirche habe sich zu einer pres-sure group vornehmlich ihrer Eigeninteressen heruntergewirtschaftet (S. 396), eine sachliche Darstellung keineswegs.

Angesichts dieser Feststellungen zur ange-wandten Methode bleibt dem Leser die Frage, welcher Art die Ergebnisse der Untersuchung sind. Bedauernd muß man konstatieren, daß die Subjektivität der Darstellung kaum ob-ektivierbare Ergebnisse zuläßt. Die mehr oder weniger phänomenologische Schau des Untersuchungsstoffes wäre eine Methode ne-ben anderen gewesen. Warum, so bleibt zu fragen, sind keine objektivierbaren empirisch-analytischen Methoden angewendet worden? Die Mühe, die zum Beispiel notwendig ge-wesen wäre, um bei der „Vermessung“ der Objekte festzustellen, welchen Raumanteil „religiöse Beiträge“ von 1946 bis 1972 in den drei publizistischen Organen im Vergleich zum gesamten redaktionell genutzten Teil beanspruchen durften, hätte den Aufwand sicherlich gelohnt. Die Quantität der Bericht-erstattung vermittelt doch schließlich auch Erkenntnisse zum Stellenwert, die zudem noch den Vorteil haben, nicht subjektiv zu

bleiben. Dieses Manko vermögen die spärlichen Angaben S. 118—121 nicht zu verdecken. Wer etwas über den Stellenwert von „Religion“ in der publizistischen Öffentlichkeit aussagen will, darf zudem die schwierige Frage nach der Wirkung der Berichterstattung nicht mit ein paar verbindlich unverbindlichen Worten ausklammern (S. 402 f.). So bleibt festzuhalten, daß Dörgers Arbeit aus publizistikwissenschaftlicher Sicht zwar einen interessanten, subjektiven Überblick gibt, aber keine Ergebnisse beinhaltet, auf denen ein Publizist ungestraft aufbauen dürfte.

M. Becker-Huberti

Josef Hackforth: Sport im Fernsehen. Ein Beitrag zur Sportpublizistik unter besonderer Berücksichtigung des Deutschen Fernsehens (ARD) und des Zweiten Deutschen Fernsehens (ZDF) in der Zeit von 1952 bis 1972. Münster 1975 (Verlag Regensburg, Reihe „Dialog der Gesellschaft“, Bd. 8). 389 Seiten.

Die vorliegende Untersuchung von Hackforth stellt erstmalig einen methodischen Ansatz zur Programmgeschichte vor. Der historische Teil der Arbeit analysiert das Sportprogramm des Deutschen Fernsehens (ARD) und des Zweiten Deutschen Fernsehens (ZDF) vom Beginn der ersten Sportsendungen nach dem Kriege bis zum Jahre 1972. Da „selbst in den einzelnen ARD-Rundfunkanstalten und teilweise beim ZDF ... Daten und Zahlen, Statistiken und Tabellen in den ersten Jahren gar nicht und später unvollständig archiviert wurden“ (8/9), mußte die Methode der Sekundäranalyse angewandt werden. Dabei stützt sich die Rekonstruktion der Fernsehprogrammssparte ‚Sport‘ auf eine systematische Auswertung (Totalerhebung) der Programmzeitschrift „Hör Zu“. Von jeder Sendung, welche im Untersuchungszeitraum Dezember 1952 bis Ende 1972 „das Phänomen Sport und seine Probleme behandelte oder tangierte“ (316), werden die programmtechnischen Daten erhoben: Titel der Sendung (Autor und Mitwirkende), Sendezeit (-termin, -tag, -monat, -jahr) sowie die Dauer der einzelnen Sendungen.

Diesem methodischen Vorgehen kommt — insbesondere im Hinblick auf die schlechte Quellenlage für Hörfunk- und Fernsehprogramm vor dem II. Weltkrieg — für künftige, ähnlich gelagerte Untersuchungen Beispiel-Charakter zu.

Die Befunde der quantitativen Analyse vermitteln einen übersichtlichen Einblick in die Ausfaltung des Sportprogramms, seiner unterschiedlichen Konzeptionen und Entwicklungstendenzen; sie vermitteln darüber hinaus die bedeutende innovative Funktion des Sportprogramms für das gesamte Fernsehprogramm: „Die Sportberichterstattung spielte in der Bundesrepublik Deutschland bei der Innovation von Sendeformen und -typen sowie bei der Diffusion des Fernsehens allgemein eine dominierende Rolle.“ Sie „bot sich als spezifisches publizistisches Experimentierfeld an und wurde programmlicher Wegweiser für andere Programmsparten (Live-Übertragungen, Konferenzschaltungen, Eurovision, Intervision, Magazin-Sendungen).“ (95)

Die Ergebnisse der Analyse werden im Anschluß an eine Darstellung der Entstehung und Entwicklung des deutschen Fernsehens und der Sportberichterstattung für die Programme ARD und ZDF getrennt, chronologisch nach Jahren geordnet zusammengefaßt; jeweils ein eigenes Kapitel ist den beiden sportlichen Großereignissen ‚Olympische Spiele‘ und ‚Fußball-Weltmeisterschaft‘ gewidmet. Sie bedeuten im Rahmen der Sportberichterstattung im Fernsehen eine publizistische Ausnahme. Am Schluß der einzelnen Abschnitte sind die Ergebnisse noch einmal in Thesen zusammengestellt, ergänzt und erläutert durch Programmschemata, Tabellen und graphische Darstellungen, so daß dem Leser ein rascher Überblick in die Einzel- und Gesamtentwicklung des Fernsehsportprogramms ermöglicht ist.

Im systematischen Teil der Arbeit werden die publizistischen, organisatorischen und ökonomischen (Vor-)Bedingungen des deutschen Sportfernsehens untersucht. Einmal mehr zeigt sich an dieser Stelle, daß Primärquellen (etwa Verträge zwischen dem Fernsehen und den verschiedenen nationalen und internationalen Sportverbänden) für eine wissenschaftliche Analyse nur in unzureichendem Umfang zur Verfügung stehen. Immerhin gelingt es dem Autor, auf der Basis der Befunde seiner

Sekundäranalyse und unter Hinzuziehung der zum Teil weitverstreuten Sekundärliteratur und der einschlägigen Materialien, entscheidende Aussagen über Entwicklungsmöglichkeiten, Fehler und Grenzen des Sportfernsehens zu treffen.

Die beiden abschließenden Kapitel („Sportfernsehen contra Sportverbände“ und „Sportfernsehen und Werbung“) zeigen, mit welchen Mitteln gesellschaftliche Gruppen von außen her versuchen, ihre eigenen Interessen durchzusetzen und indirekt oder direkt in die Sportberichterstattung des Fernsehens einzugreifen. Die Abschnitte verdeutlichen aber auch sehr präzise, wie weit die Interdependenz zwischen Fernsehen und Sport fortgeschritten ist. Das Fazit liegt dabei auf der Hand: „Das Fernsehen und der Sport brauchen einander, das Massenmedium den Sport wegen seiner Attraktivität, des ungeheuren Zuschauerinteresses und seiner publizistischen Relevanz; der Sport und dessen Verbände das Fernsehen wegen des Geldes, der Werbung und der Popularisierung einiger Sportarten.“ (260)

Über die Darstellung der konkreten Gegebenheiten und deren kritische Durchleuchtung hinaus entwickelt Hackforth Alternativvorschläge und formuliert Kriterien für eine Verbesserung der Berichterstattung über den Sport und seine Probleme im Fernsehen.

A. Kutsch

Anna-Luise Heygster und Dieter Stolte (Hrsg.): Kinder vor dem Bildschirm. Mainzer Tage der Fernseh-Kritik, Bd. VI, Mainz 1974 (v. Hase und Koehler Verlag). 240 Seiten.

Der vorliegende Band sammelt die Referate und Statements, die auf den Mainzer Tagen der Fernseh-Kritik des Jahres 1973 gehalten wurden. So idyllisch, wie das Thema klingt, verliefen diese Tage der Diskussion offensichtlich nicht. In ihrem kurzen Vorwort zögern die Herausgeber nicht, sie „die politischste Veranstaltung ihrer Art“ zu nennen. Und das bei so politisch geladenen Themen in den Vorjahren wie: „Die gesellschaftskritische Funktion des Fernsehens“ (Fernseh-Kritik II) oder auch „Unterhaltung und Unterhaltendes

im Fernsehen“ (Fernseh-Kritik III). „Wie nie zuvor prallten die Meinungen aufeinander, standen politische Ideologien trotz aller Sprachgewalt einander verständnislos gegenüber, schien der Gegensatz von Theorie und Praxis unüberbrückbar.“ Es klingt fast wie eine Beschwörung, wenn die Herausgeber alle Programm-Macher zur Wachsamkeit auffordern, damit „der Zweck nicht auch noch zu guter Letzt die Mittel heiligt“.

Die rund 20 Referate sind in sechs Gruppen zusammengefaßt: I. Kind und Fernsehen; II. Kinder sind Zuschauer; III. Kritik am Kinderfernsehen; IV. Die Wirklichkeit des Kinderfernsehens; V. Utopie des Kinderfernsehens; VI. Kinderfernsehen und öffentliche Aufgaben.

Wer die Beiträge liest, sollte jeweils zuvor die „Notizen zur Person“ am Ende des Buches zur Kenntnis nehmen, die biographische Daten und Informationen über die bisherigen Aktivitäten und Veröffentlichungen der Referenten enthalten. Da viele von ihnen auch sog. „Programm-Macher“ sind, erhält man gleichzeitig Informationen über diejenigen, die für Kinderprogramme verantwortlich sind. (Dies ist übrigens ein Punkt, über den leider in den Referaten der Mainzer Tage nichts gesagt worden ist: Wer denn die Macher sind, welchen geistigen Standort und Hintergrund sie haben, mit welchen lebensgeschichtlichen Perspektiven sie an ihre Aufgabe herangehen; ob sie sich vorwiegend aus theoretischem Interesse oder aus einer irgendwie gearteten Praxis heraus mit dem Kinderfernsehen befassen). Man erfährt so beispielsweise, daß Dr. Götz Dahlmüller, der mit Helmut Kommer den Beitrag „Zur Lage der Kinder- und Jugendfernsehforschung“ (113) verfaßt hat, an sieben Universitäten vier unterschiedliche Fächer studiert hat, zu denen weder Pädagogik noch Publizistik zählen. Aus dem Lebenslauf geht auch nicht hervor, daß Dahlmüller irgendwann einmal Kinderprogramme produziert hätte.

Was er und sein Ko-Autor in ihrem Artikel bieten, ist dann auch wirklich bemerkenswert. Von einem dezidiert klassenkämpferischen Standpunkt aus üben sie Kritik am „erbärmlichen Zustand“ der Forschung auf dem Gebiet des Kinder- und Jugendfernsehens. Aus der doch recht stattlichen Liste von Titeln zu dieser Frage (die umso stattlicher wird,

wenn man die wichtige ausländische Forschung hinzuzieht) wählen sie ein paar derjenigen Titel aus den fünfziger und den beginnenden sechziger Jahren aus, die sich entweder von einem pädagogischen Interesse oder vom Erkenntnisinteresse einer nicht-marxistischen Soziologie leiten lassen. So wird ein Popanz aufgebaut, auf dem sie lustig herumdreschen. Offensichtliche Freude haben die Autoren an Formulierungen wie: „Auf diesem Boden pädagogisch-selbstgenügsamer Konsumerziehung blüht und gedeiht eine auflagenstarke Traktätchen-Literatur, die sich den zu Recht verunsicherten Erziehern als Sozialhygiene andienert“ (115). Was sie an den Untersuchungsmethoden der von ihnen kritisierten Autoren auszusetzen haben, läßt sich sicher diskutieren. Leider belegen sie diese Kritiken nicht im einzelnen. — Man würde nun erwarten, daß sie von sich aus ein Forschungsprogramm vorzeigen, das ihrem, wie sie sagen, materialistischen Standpunkt entspricht. Das aber befindet sich, wenn man den Autoren glauben darf, noch ganz im Stadium von Postulaten und Hypothesen. Materialistische Wirkungsforschung hat folglich noch nicht stattgefunden. Der Grund dafür ist mangelnde finanzielle Förderung. Leitthema einer solchen Forschung wäre die Frage nach emanzipatorischen Bedürfnissen, die politisch gegen die Zwänge des kapitalistischen Systems zu mobilisieren sind (124). Während Dahlmüller und Kommer den älteren Arbeiten mangelnde wissenschaftstheoretische Reflexion und Ideologie vorwerfen (117), setzen sie sich leider dem gleichen doppelten Verdacht aus. Denn Klassenkampf als ideologisches Axiom macht ein unvoreingenommenes sozialwissenschaftlich fundiertes Arbeiten mit Sicherheit unmöglich. Materialistische Jugendfernsehforschung führt sich auf diese Weise vor aller Öffentlichkeit ad absurdum, noch bevor sie überhaupt begonnen hat.

Wie wohltuend unterscheidet sich davon der Vortrag von Hertha Sturm, der Vorschläge zur Abschätzung von Fernschwierigkeiten auf Kinder enthält (29)! Es gibt bei der Beurteilung der Frage immer noch zwei Lager. Das eine behauptet: Fernsehen kann so gut nicht sein für die kindliche Entwicklung. Das andere Lager geht hingegen davon aus, daß das Fernsehen auf jeden Fall Anregungs- und Lerngewinne mit sich bringe. Frau Sturm

konstatiert zunächst, daß viele Zweige der Psychologie etliche Hinweise bieten zu einer Art Vorbeurteilung von möglichen Medienwirkungen, daß aber seltsamerweise von diesen Hinweisen nicht Gebrauch gemacht wird (wie ja auch die eben besprochenen Autoren sie übersehen). Es gibt aber auch viele Schwierigkeiten, die dazu führen, daß man sich mit der Erfassung von Fernschwierigkeiten auf Kinder sehr schwer tut. Die Schwierigkeiten der Fernschwierigkeiten liegen eben in der Sache begründet, und nicht, wie Dahlmüller und Kommer meinen, in dem bourgeoisen integrationspädagogischen Anliegen einiger Forscher. Erst allmählich formiert sich die Medienforschung, und man muß warten, bis sie annäherungsweise jene Ergebnisse bringt, die einigermaßen verbindliche Entscheidungshilfen darstellen. Sozusagen ad interim kann man aber anderweitige Hilfen in Anspruch nehmen. Es ist Frau Sturm um solche Hilfen zu tun; sie nennt sie Abschätzmodelle.

Sie stellt dann die Prinzipien und das herausragende Ergebnis mühsamer Einzelforschung vor (die bereits 1972 als Heft 5 der Schriftenreihe des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen unter dem Titel „Medienspezifische Lerneffekte — Eine empirische Studie zu Wirkungen von Fernsehen und Rundfunk“ erschienen sind). Unter Zuhilfenahme der Arbeiten Jean Piagets schildert sie die Entwicklung menschlicher Intelligenz als Wechsel von Assimilation (Aufnahme von Reizen) und Akkommodation (Lernen durch Anpassung an die Reize). Sie kommt dabei zu dem Schluß, daß fördernde Wirkungen des Fernsehens insbesondere für Piagets Etappe „Anschauliches Denken“ zu erwarten sind, womit ziemlich genau der sog. Vorschulbereich angesprochen ist. Daraus kann man jedoch nicht ohne weiteres schließen, daß demnach das Fernsehen lernfördernde Wirkungen im Vorschulbereich hätte. Denn es sind Einschränkungen zu machen, die sozusagen das Vorfeld der kognitiven Entwicklung betreffen: Sie beziehen sich auf den emotional-affektiven Bereich, den Gefühlsbereich, und sie zu beachten ist speziell im Hinblick auf das Fernsehen äußerst dringlich. Hier muß man über Piaget hinausgehen, der bei seinem Modell der Intelligenzentwicklung nicht gesondert auf die emotionalen Grundlagen von Lernen eingeht. Er setzt unauffällige, d. h. normale Gefühlsbe-

ziehungen voraus. In der bereits genannten Studie, die Frau Sturm zusammen mit Ruth von Häbler und Reinhard Helmreich durchgeführt hat, ging man ausdrücklich auf die Frage von möglichen emotionalen Einflüssen ein. Die Ergebnisse erbrachten, daß die *medienspezifischen* Wirkungen des Fernsehens sich eindeutig im emotionalen Bereich, nicht aber im Bereich des Wissens und der Kenntnisse zeigen. Bei den entsprechenden Forschungen zeigte sich, daß in gleichem Maße über das Fernsehen wie über den Hörfunk Wissen vermittelt werden kann. Das vermittelte Wissen und der daraus sich ergebende Kenntnisstand erwiesen sich als medienunabhängig. Hingegen sind die mit der Sendung insgesamt wie mit deren Akteuren verbundenen emotionalen Eindrücke medienabhängig. Die entsprechenden Experimente wurden hier mit Studenten gemacht für Lernleistungen, die reproduktiv dem Typ des Wiedererkennens zuzuordnen sind, und für Sendungen, die verbal mitteilbares Wissen vermitteln. Die Ergebnisse wären nun im Hinblick auf andere Rezipienten, z. B. Kinder, zu bedenken. Frau Sturm würde nicht zögern bei der Annahme, daß Kinder und Vorschulkinder im Zusammenhang mit dramaturgisch aufgebauten Spielszenen und Fortsetzungsreihen emotional kaum weniger empfindlich reagieren als Studenten des zweiten Semesters im Zusammenhang mit einer eher langweiligen Diskussionssendung. Frau Sturm weist hier mit aller Deutlichkeit auf das Forschungsgebiet „emotionale Wirkungen des Fernsehens“ hin. Eines der zu bedenkenden Probleme dabei ist die Natur der frühkindlichen Objektbeziehungen. Das Kommen und Verschwinden von Figuren und Personen auf dem Bildschirm kann für Kleinkinder einen Objektverlust bedeuten, der sich im emotionalen Bereich sehr stark auswirken kann. Frau Sturm folgert daraus, daß man die kindlichen Rezipienten in langsamen, behutsamen Schritten darauf vorbereiten muß, bestimmte Akteure oder Fernsehstreifen „auslaufen“ zu lassen.

Der Beitrag von Ingo *Hermann* „Keine Angst vor Reflexionen“ (93) stellt den Versuch eines Brückenschlages zwischen Machern und Pädagogen dar. Erfreulich locker und humorvoll, mit der entsprechenden selbstkritischen Distanz, ist er zugleich verbindend und im Ton verbindlich. Platonischem Tugendver-

ständnis entsprechend sieht er die Überwindung konstruierten Gegensatzes zwischen Machern und Pädagogen glücken in einer Haltung pädagogischer Besonnenheit (97). Gut sind auch die Gedanken, die er sich zu „reflektierter Programmarbeit“ macht (95).

Von den kurzen Informationen über einzelne Kindersendereien ist besonders hervorzuheben der Vortrag von Harald *Hohenacker* über das „Feuerrote Spielmobil“. Er zählt nicht nur die einzelnen Elemente der Serie auf, wie z. B. Figuren und journalistische Elemente, und stellt sie in ihrem semantischen Wert dar, sondern berichtet über weiterführende Selbstkritik und Erfahrungen (165).

Zum Schluß möchte der Rezensent empfehlen, daß der Leser zunächst den Aufsatz von Dieter *Ross* zum Thema „Fernsehen für Kinder zwischen bildungspolitischen Ansprüchen und Programm-Realität“ (193) liest. In wenigen Zeilen sind hier die wesentlichen Problem-
punkte im Bereich des Themas angesprochen.

W. Wunden

James Calvin King: A Survey and Analysis of the Major International Evangelical Short Wave Broadcasters: Trans World Radio, HCJB and The Far East Broadcasting Company. Michigan 1973 (The University of Michigan, Phil. Diss. 1973; Xerokopie auf Anforderung von: University Microfilms Ltd. High Wycombe, England). X u. 315 Seiten.

Literatur über das Thema Missionsrundfunk ist nicht eben häufig anzutreffen. Sieht man einmal von einzelnen Aufsätzen und wenigen schwer zugänglichen amerikanischen Dissertationen ab, dann gab es bis vor kurzem keinerlei zusammenfassende Darstellung historischer und organisatorischer Probleme der (vorwiegend protestantischen) Missionssender in aller Welt.

King hat sich bemüht, diese Lücke zumindest im Blick auf drei große protestantische Missionsrundfunk-Organisationen zu schließen. Eine Reihe anderer Sender wie Radio Voice of the Gospel (Addis Abeba), ELWA (Liberia) und TEAM (Südkorea) behandelt er in stark abgekürzter Form — vermutlich weil sein Material für eine umfangreichere Dar-

stellung nicht ausreichte. Ein Anhang mit dokumentarischem Material bildet den Abschluß.

Die Arbeit erweckt zwiespältige Gefühle. Einerseits ist das Verdienst nicht zu unterschätzen, daß hier mit großem Fleiß umfangreiches primäres Quellenmaterial für die drei hauptsächlich behandelten Sender zusammengetragen wurde. Andererseits: In seinem historischen Teil macht der Verfasser kaum einmal den Versuch, über den offensichtlichen „public-relations“-Charakter der bereits vorliegenden Sender-Selbstdarstellungen hinauszukommen. Kritische Bezüge zur Theologie- oder Zeitgeschichte fehlen fast völlig. Beispielsweise mit Blick auf den massiven Antikommunismus der Far East Broadcasting Company hätte aber hier erst die eigentlich interessante Arbeit begonnen.

Überhaupt scheint der Verfasser mit seinen Quellen einigermaßen unkritisch umgegangen zu sein. So übernimmt er etwa ungeprüft das in amerikanischen Radiomissions-Kreisen gern gehandelte Märchen, Radio-Mission habe in den 50er Jahren in Europa keine Chance gehabt, weil außer Monte Carlo und Luxemburg alle Sender unter Regierungskontrolle gewesen seien.

Die Arbeit ist in sich ein beredtes Zeugnis von dem Dilemma, in dem sich protestantische Rundfunkmissionsarbeit seit ihren Anfängen befindet. Die weit überwiegende Zahl kircheneigener Sender hat ihre Wurzeln in fundamentalistischen oder evangelikalischen Kreisen der USA. Und hier läßt der enthusiastische Glaube an die gottgegebenen Möglichkeiten unbegrenzter Mission durch das Medium Rundfunk kritische Rückfragen nur dann zu, wenn sie der Suche nach höchstmöglicher Effektivität dienlich sind.

Der Ansatz der Gründer-Generation, die im Missionsrundfunk ein Werkzeug göttlichen Handelns an aller Welt, ja sogar in einzelnen Fällen eine Art „Luftwaffe“ für die Missionars-Infanterie am Boden sahen, hat noch keine Korrektur erfahren.

King ist offenbar jenen Schichten des amerikanischen Protestantismus zuzuordnen, die die Träger dieses Missionsgedankens stellen. Wohl aus diesem Grund kann seine Arbeit zwar Ansätze zu einer Bestandsaufnahme, nicht aber eine kritische Durchdringung des

Problemfeldes kircheneigener Massenmedien leisten.

Einige massive Irrtümer sind eher dazu ange-
tan, heiter zu stimmen: Radio Veritas (Philippinen) hält King für einen evangelischen Sender und führt als Beleg eine Quelle an, die zwar existiert, in der aber diese Behauptung nicht vorkommt (Barry Siedell: Gospel Radio). Und im Inhaltsverzeichnis gruppiert er unter der Rubrik „Other Large Evangelical Broadcasters“ auch — Radio Vatikan ein.

J. Schmidt

Alfred Krink: Bitte abfahren... NDR-Schulfernsehen. Frankfurt/M. 1974 (SDS-Verlagsunion Diesterweg). 48 Seiten.

Wer Plaudereien aus der „Werkstatt der Schulfernsehproduktion“ liebt, findet hier angemessene Lektüre. Alfred Krink, Redakteur beim NDR-Schulfernsehen, von dem der Projektentwurf zur Reihe „Politische Bildung im Medienverbund“ stammt, schildert den Ablauf einer Schulfernsehproduktion, erläutert den Sinn und die Konzeption eines Unterrichtsmodells zur Politischen Bildung im Medienverbund, gibt Gespräche über die Sendungen des NDR zwischen Redakteuren und Schülern wieder und bietet schließlich als Zugabe ein kleines Lexikon fernsehspezifischer und medienpädagogischer Fachausdrücke, unterstützt durch einen Bildanhang. Das alles hält sich in der Diktion im Verständnisrahmen der angesprochenen Schüler (der Klassen 9 und 10) und gibt sicherlich mehr Einblicke in die Arbeit an einer Fernsehproduktion, als das manche bemühten Versuche bisher erlaubten. Der Leser versteht auch mit Sicherheit etwas von den hierarchischen Zwängen, die in einem Funkhaus herrschen; möglicherweise wird ihm — vom Autor offensichtlich ungewollt — auch der Widersinn von inkompetenten Entscheidungsinstanzen deutlich. Doch ist sehr zu fragen, ob Schüler mit einem solchen „Stimmungsbild“ nicht ein wenig zu salopp abgefertigt werden? Ob nicht die Koketterie mit den komplizierten Produktionsbedingungen vorhandene Tatbestände eher zu verschleiern hilft, als daß bei den Schülern Verständnis für die Notwendigkeit eigener Kommunikationsfähigkeit geweckt wird. Wie verhaftet der Verfasser einer

normativen Auffassung von Publizistik ist, wird bei seiner Definition des Begriffs Medienverbund deutlich: „Medien dienen dazu, Informationen zu vermitteln und das Denken und Handeln der Menschen zu beeinflussen...“ Verstärkt wird diese Tendenz, wenn an anderer Stelle ein Vertreter der Steinzeit-Publizistik zitiert wird mit einem Ausspruch über die „Verantwortung des Publizisten“. Fehlt nur noch die Beschwörung der Figur der „publizistischen Führerpersönlichkeit“, und Dovifats totegeglaubter Katechismus würde fröhlich Urständ feiern! Daß die Lektüre des Verfassers schon vor recht langer Zeit ihren Abschluß gefunden hat, zeigt sich dann noch einmal unter dem Schlagwort „Didaktik“, die in „enger Beziehung zur Methodik“ steht und erforscht, „was Schüler in der Schule lernen sollen“. Das hat auch schon Erich Weniger 1930 so gemeint; nur gibt es mittlerweile in der Erziehungswissenschaft einen Konsens darüber, daß Didaktik die Lehre vom Unterrichten ist, orientiert an den Entscheidungsfeldern Intention — Inhalt — Methode — Medium. Das sieht dann doch viel komplexer aus, reißt zusammengehörende Faktoren nicht mehr auseinander und macht auch die Notwendigkeit eines permanenten Prozesses von Planung, Durchführung, Analyse und Revision im Unterricht erst einsehbar.

Nun darf über dieses Einführungsbändchen hinaus allerdings nicht vergessen werden, daß es sich nur um einen Bestandteil eines großen Medienverbundsystems handelt: Fünf Sendefolgen werden ergänzt durch je ein Materialheft, ein Übungsheft und zusätzliche Lehrerinformationen:

Wir und die anderen — Materialien 96 S.; Übungen 40 S.; Lehrerinformationen 32 S. (Aufbau bei den Begleitmaterialien für die übrigen vier Folgen entsprechend.)

Herauszustellen ist hier, daß zum Thema „Soziale Vorurteile“ im Materialienheft die einzelnen Fernsehsendungen ausgezeichnet dokumentiert sind (mit den wichtigsten wörtlichen Passagen), daß eine Fülle von Belegmaterialien angeboten wird, daß zu intensiver Arbeit im Unterricht motiviert (Schülergerichte, wissenschaftliche Analysen, Schüleraussagen, Reportageauszüge, kontroverse Darstellungen usw.). Die Übungen ähneln bei flüchtigem Durchblättern simplen Aus-

wahlantwort-Spielchen, sind in Wirklichkeit jedoch wohl eher als Diskussionsanstöße zu verstehen. Allerdings hängt vieles von der didaktischen Arbeit des Lehrers ab, der durch ein besonderes Informationsheft einen Informationsvorsprung vor seinen Schülern besitzt (warum eigentlich?), besonders was das Wissen über die Nahtstellen im Wechsel von Fernsehsendung, Arbeit mit dem Material und Bedeutung des Übungsheftes betrifft. Warum sollten die betroffenen Schüler nicht auch im Begleitheft erfahren, daß die Fernsehfolgen Lernschrittfunktion haben, daß der Lehrer (und die Schüler) sich nicht mit einer einfachen Nachbesprechung des Geschehens begnügen dürfen, daß sich Probleme der Unterrichtsorganisation ergeben, daß eine Reflexion über Ziele und Lernschritte der Sendungen einsetzen muß?

Diese Kritik darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, daß die vorliegende Konzeption — es war dem Rezensenten leider nicht möglich, die dazugehörigen Sendungen zu sehen — die Entwicklung des Schulfernsehens in der Bundesrepublik mit Sicherheit ein erhebliches Stück weitergebracht hat. Das schließt auch die Forderung nach innovativen Lernkomplexen ein, also Bereichen, die im sonstigen Unterricht und in den meisten Lehrplänen vernachlässigt werden. Eine Reihe von fachkundigen Autoren hat die Sendungen entwickelt, hat die Materialien zusammengestellt, Hinweise für Lehrer verfaßt und das Übungsheft entworfen. Was Vorurteile sind, ist für Schüler nach Durcharbeitung des Materials deutlich — und nicht nur für den Hausgebrauch sozusagen, sondern eventuell auch ihr eigenes Verhalten verändernd. Was fehlt, sind die gesellschaftlichen Begründungen für das Entstehen von Hetero- und Autostereotypen, ist der Schritt über psychologische Erklärungen hinaus.

F. R. Stuke

A. van der Meiden: Mensen winnen — een verkenning van de relatie tussen ethiek, propaganda en apostolaat. Selbstverlag, im Buchhandel nicht erhältlich. Meerbeck 1972. 325 Seiten.

In den Niederlanden erschien eine Dissertation zum Thema: Menschen gewinnen — zur Relationserhellung von Ethik, Propagan-

da und Apostolat. Der Verfasser, Dr. Anne van der Meiden, war abwechselnd auf dem Gebiet der Beratung für kirchliche und weltliche Einrichtungen tätig, wurde zum Doktor der Theologie promoviert und ist beruflich für Public Relations und nebenberuflich als Dozent für die Lehre der Massenkommunikation an der Rijksuniversiteit in Utrecht zuständig.

Die Arbeit ist vornehmlich theologisch ausgerichtet. Doch tritt der Kommunikationsaspekt stark hervor. Dr. van der Meiden behandelt den Propaganda-Aspekt im kirchlichen Verhalten. Er ist realistisch genug, um zu wissen, daß Propaganda seit Goebbels und Stalin nicht gerade ein sehr beliebtes Wort ist. Aber er meint, daß die Verunglimpfung durch sie den Begriff selbst unbeschadet ließ. So schließt er rasch: Propaganda ist nichts Verwerfliches, wohl sind eine Reihe ihrer Formen und Arten mit Vorsicht zu genießen. Nach dieser Feststellung untersucht er Propaganda vor allem auf ihren theologischen Gehalt. Er klassifiziert ihre Spielarten, die auf sämtliche Lebensbereiche einwirken: politische Propaganda, kommerzielle Propaganda, erzieherische und kulturelle und schließlich religiöse Propaganda. So gesehen, kann der Mensch sich nie vor ihr retten. Er unterliegt ihren Einflüssen. Eine Welle beeinflussender Reize, sagt van der Meiden, überflutet den Menschen täglich, ein Leben lang; wie selbstverständlich folgt er ihnen: dem Konsum, den politischen Idealen, den Gesellschaftssystemen, dem Glauben. Wie vielschichtig das Phänomen Propaganda ist, läßt sich nicht nur andeuten mit dem Hinweis auf die verschiedenen Lebensgebiete und die verschiedenen Rollen des Menschen, in denen Propaganda wirksam ist. Es gibt einen weiteren Faktor, der vor allem in den letzten Jahrzehnten das Gesamtbild der Propaganda veränderte: die Technik schuf schier unbegrenzte Möglichkeiten, Nachrichten zu vervielfältigen. Der Verfasser kommt zu der Schlußfolgerung: Es ist noch nicht ausgemacht, daß der Mensch mehr Zeit zur Informationsaufnahme hat als sein Vorfahr. Vermutlich muß er in kürzerer Zeit mehr Informationen von größerer Unterschiedlichkeit verarbeiten. Ferner erhöht die Anzahl der Informationen, die den Menschen erreichen, die Möglichkeit von Konfusion und Widerspruch. Darunter kann die Glaubwürdigkeit der Informationen leiden.

Auch kann die Aufnahmefähigkeit abnehmen, weil der Rezipient sich einem Großteil verschließt.

Die missionarische Tätigkeit untersucht van der Meiden ausführlich und auf verschiedene Standpunkte hin. Er unterscheidet deutlich zwei Tendenzen. Auf der einen Seite finden sich jene Theologen, die in allem missionarischen Tun die Wirksamkeit Gottes und Christi oder des Heiligen Geistes in Christus erkennen. Nicht nur Gottes Wille steht hinter dem Apostolat, auch die Verantwortung liegt bei Gott. Gott selbst bleibt verantwortlich, sofern er trotz der Menschen und gegebenenfalls an den Menschen vorbei sein Werk vollendet. Die andere Tendenz betrachtet die Tätigkeit der Kirche oder der Gläubigen im Apostolat als ein völlig säkulares Geschehen, auch wenn es vom Glauben her inspiriert ist. Demzufolge wird die Heilsübermittlung in menschlichen Bezügen betont. Hier geht es also an erster Stelle um die Kommunikation der Überzeugten mit denen, die diese Überzeugung noch nicht teilen. Dabei sind sie davon überzeugt, kommunikative Impulse aus dem Glauben zu empfangen. Van der Meiden nennt jedes Theologisieren, das nicht grundsätzlich „die Fleischwerdung des fleischgewordenen Wortes“ angeht, sittlich verwerflich. Ohne die Theorie der praktischen Kommunikation gleicht es der technischen Beschreibung eines Schiffs im Trockendock. Die Fleischwerdung muß gestaltet werden in den (bei den Menschen) gebräuchlichen Methoden und Mitteln. Das Evangelium muß in menschliche Ausdrücke übersetzt werden; nichts Menschliches kann der apostolischen Methodik fremd sein. Explizit über das Werk Gottes, das direkte Eingreifen Gottes oder Christi in die Welt zu sprechen und dabei den mühevollen Einsatz der Menschen außer acht zu lassen, ist eine Art Verrat an der Hinfälligkeit der Botschaft. Methoden und Mittel müssen beurteilt werden nach ihrem Effekt, nämlich: Menschen zu gewinnen. Das heißt, sie müssen zeitgemäß sein, weil sie sich in der Zeit ereignen.

Verantwortliches Handeln ist an erster Stelle gehorsames Handeln. Der Propagandist verantwortet selbst und ist verantwortlich für. Jeder, der eine Botschaft übermitteln will, nimmt Verantwortung auf sich für den Inhalt, die Übermittlung, die Wirkung seiner Medien, die Strategie, der er folgt. Er ist ver-

antwortlich gegenüber seinem Auftraggeber, aber auch gegenüber dem Empfänger. Verantwortliche Propaganda rechnet mit dem gesellschaftlichen und kulturellen Einfluß, der von ihr ausgeht. Besonders in der politischen Propaganda kommt es oft vor, daß man große Kampagnen unternimmt, um ein nahes Ziel rasch zu verwirklichen, ohne daß man sich fragt, welche Nebenwirkungen auftreten können, welche Nachwirkung das alles in der Zukunft hat. Propaganda kann das Gesicht eines Volkes verändern, für lange die Empfangsbereitschaft seiner Angehörigen verderben und ihre Verantwortlichkeit untergraben. Verantwortlich handelt jene Propaganda, die Motive, Zielsetzungen und Strategie gegenüber sich selbst und dem Empfänger verantworten kann. Die richtige Zielsetzung der Propaganda kann nur darin bestehen, den Verantwortungsbegriff des Empfängers zu vergrößern.

Der Verfasser gebraucht das Wort Marketing in dem Sinne, daß er die Ausübung von Apostolat nicht für möglich hält ohne eine gründliche Suche nach den spezifischen Akzenten der Botschaft, die man übermitteln will, der Bedürfnisse, die dafür bestehen, der Arten und Weisen, sie darzulegen, der Möglichkeiten zur Bewahrung jener, die dafür gewonnen sind. Er gibt hier Rechenschaft über die Wahl seines Titels „Menschen gewinnen“, den er dem Paulusbrief an die Korinther entnommen hat (1 Kor 9,19).

Alle bekannten Ausdrücke aus der Lehre der Massenkommunikation und der Psychologie der Wertung werden in dieser Schrift über die kirchliche Propaganda besprochen, so Ehrlichkeit, Wahrheit, Bedürfnisbefriedigung als Mittel, Freiheit in Entscheidung: „Der Mensch, der die Botschaft des Evangeliums in Wahrheit, Freiheit und Verantwortung akzeptiert, legt dabei auch die Normen fest, mit denen er kommerzielle und politische Propaganda annimmt“ (S. 209). Die nach diesem irdischen Leben zugesagte Belohnung schlägt bei van der Meiden nicht so sehr zu Buche; er sieht darin eher eine unzulässige Form von Propaganda, denn in den modernen Glaubenshaltungen ist ein Apostolat, das Kompensationen anbietet, völlig unverträglich. Die beste Propaganda ist die sichtbare Aktion. Und über das Vorstellen von aufsehenerregenden Reformgedanken, die ihrer Zeit weit voraus sind, sagt er: Ein Mensch

will zwar Erneuerung, aber deshalb müssen die Neuerungen nicht sogleich schief zu den verlängerten Erwartungs- und Bedürfnismustern liegen. Und eine Kirche, die das Werk der Übermittlung fortsetzen will, wird die Ergebnisse ihrer Arbeit nicht zu verschweigen brauchen, im Gegenteil. Sie ist berufen, sie zu erläutern, sie muß das Licht darauf lenken, damit andere sie sehen können. Die Kirche nimmt hier die Gestalt einer gewöhnlichen menschlichen Organisation an. Sie muß sich an die verschiedenen Publikumsgruppen richten und sich auf sie einstellen. Bei alledem muß die Kirche sich vor Augen halten, daß sich ein auf Konsum gerichteter Mensch entwickelt hat, der ganz und gar nicht solchen Bedarf an Predigt hat, weil ihm Ersatzmittel zu Diensten stehen. Der „konsumptive“ Mensch gibt allem einen Platz innerhalb seines Konsums: dem Fußball, der Politik dem Urlaub, dem Tourismus und auch der Religion. Er hat als tiefsten Wunsch, sich mit Gütern zu umgeben und will nicht darauf verzichten im Austausch für „höhere Dinge“.

F. Oudejans

KURZBESPRECHUNGEN

K. Rüdiger Durth (unter Mitarbeit von *Wilfried Schwedler*): *Praktische Zeitungslehre. Journalismus im Grundriß*. München 1974 (Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses e. V.). 69 Seiten.

Ein neues journalistisches Rezeptbuch möchte die vorgelegte „Praktische Zeitungslehre“ nicht sein. Sie kann es auch nicht, denn das, was den guten Journalisten ausmacht, was ihn für diesen Beruf qualifiziert, ist zum guten Teil nicht lernbar und nicht durch ein Buch zu vermitteln: Schnelle Auffassungsgabe, ausgezeichnetes Reaktionsvermögen, Entscheidungsfreude und Urteilsfähigkeit sowie flüssiger Stil, um nur einige Charakteristika zu nennen.

Dennoch, die Idee des „Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses“ in München, das sich seit einigen Jahren im kirchlichen Raum um einen praktischen Beitrag zur Journalistenausbildung bemüht, unter

Leitung eines erfahrenen Journalisten wie Karl Rüdiger Durth die wichtigsten redaktionellen Grundkenntnisse und Handgriffe übersichtlich, präzise und mit Beispielen versehen, als Buch herauszubringen, ist anzuerkennen. Denn welcher Student weiß schon, wenn er zum Praktikum, Hospitieren oder Volontieren in eine Redaktion kommt, was acht Cicero, fünf Punkt oder Borgis bedeuten und welche Aufgaben dem Chef vom Dienst zufallen. In der Setzerei gelten andere Maßeinheiten als jene, die man in der Schule gelernt hat.

Die Hinweise auf die Bearbeitung eines Manuskripts, die Anmerkungen zu einem guten Layout, zur Bildberechnung, zum Wesen des Kommentars, der Nachricht und des Features sind reichhaltig und können dem Neuling in der Redaktion den Einstieg wesentlich erleichtern. Dennoch muß bemerkt werden, daß die Bearbeitung eines Manuskripts je nach Redaktion anders aussehen kann als in der „Praktischen Zeitungslehre“ dargestellt, daß auch das Layout je nach Redaktion, ja oft sogar je nach Ressort unter anderen Gesichtspunkten erstellt wird.

Im Sachwortverzeichnis des Buches sucht man nach einigen Begriffen des Journalisten-Handwerks vergeblich. Wenn plötzlich in einer Redaktion von einer Anzeige mit der Höhe von acht Konkordanz gesprochen wird, findet der Unkundige auch in der „Praktischen Zeitungslehre“ keinen Hinweis darauf, wieviel Zentimeter das sind; und wenn beim Umbruch plötzlich vom „Hurenkind“, dem „Schusterjungen“ oder einer „Jungfrau“ gesprochen wird, was mag dann der unerfahrene Hospitant denken? Auch jene festen Termini fehlen leider in dem Sachbuch, das trotz jener kleinen Mängel zum Rüstzeug eines jeden Volontärs, Hospitanten oder Praktikanten werden sollte: weil es nämlich wirklich praktisch ist.

J. Hoeren

Denys J. Saunders: Visual Communication Handbook. Teaching and Learning Using Simple Visual Materials. Guildford and London 1974 (Lutterworth Press). 127 Seiten.

Wenn nicht viele Anzeichen trügen, dann entwickelt sich seit einigen Jahren eine wachsende Kluft zwischen Kommunikations-Theorie und ihrer Praxis. Das komplizierte Instrumentarium neuerer empirischer Kommunikationsforschung und die gleichfalls nicht gerade simplen theoretischen Neuansätze verhindern eher den Praxisbezug, als daß sie Hilfen im Kommunikationsalltag zu liefern vermöchten. In der dünnen Höhenluft der reinen Lehre gedeihen ohnehin selten handfeste Problemlösungen.

Dies erklärt, warum selbst auf dem internationalen Markt nur wenige brauchbare Werkbücher für den Umgang mit Kommunikationstechniken zu finden sind. Die Ansätze von Praktikern zur theoretischen Vermittlung ihrer Erkenntnisse kamen nur selten über ihren unmittelbaren Wirkungsbereich hinaus.

Saunders hat nun aus mehr als 20jähriger Erfahrung in Indien und vielen Teilen der Welt ein glänzendes Beispiel für ein Basis-Handbuch der visuellen Kommunikationsmittel vorgelegt. In einfachem, klar gegliedertem Stil beschreibt er mit zahllosen Beispielen Wesen und Anwendungen visueller Techniken und Medien, angefangen bei Bildern über Bildfolgen, Plakate, Hafttafeln, Laienspiel, Dias, Filme und viele Punkte mehr bis zu Multimedia-Vorführungen.

Nie verliert er dabei seine Absicht aus den Augen, ein allgemein verständliches Werkbuch für die Praxis zu schaffen, das nahezu universell verwendbar ist — gleichgültig, ob in Mission oder Ausbildung, Jugendarbeit oder Schule.

Die Herkunft vieler seiner Erfahrungen aus dem ländlichen indischen Bereich ist freilich an vielen Stellen unübersehbar — etwa wenn er in einer Galerie symbolischer Strichfiguren einen Inder und seine Frau (erkennlich am Turban) oder einen chinesischen Arbeiter (mit Spitzhut) vorstellt, oder wenn er im Kapitel Bildauswahl die Zeichnung eines pausbäckigen Inders vorstellt mit der Bemerkung, dieses Bild sei schlecht zu verwenden, weil helle Stellen auf Stirn und Wangen auf Lepra hindeuteten.

Aber dies ändert nichts an dem vorzüglichen Eindruck, den das Buch hinterläßt. Eher trägt es zur Sensibilisierung für Detailprobleme dieser Arbeit in Ländern der dritten Welt

bei. Und nicht zuletzt ist es nach dem Willen seines Verfassers gerade für die Hand des einheimischen Ausbilders bestimmt.

Dem Visual Communications Handbook kann man nur eine weite Verbreitung wünschen.

J. Schmidt

Jutta Wermke: Wozu COMICS gut sind?! Unterschiedliche Meinungen zur Beurteilung des Mediums und seiner Verwendung im Deutschunterricht. Kronberg/Taunus 1973 (Scriptor Verlag, Reihe „Theorie—Kritik—Geschichte“, Bd. 2). 317 Seiten.

Die Integration von Comic-Literatur in den Unterricht mit dem Lernziel Meinungsbildung bei Unterhaltung rational kontrollieren zu können, ist das Anliegen der in Buchform erschienenen Dissertation von Jutta Wermke. „Wer nur Unterhaltungsliteratur mit Vorbildcharakter gelten läßt, weil er die Eigengesetzlichkeit der Fiktion gegenüber der Realität und die Trennung der Aufgaben von Ästhetik und Pädagogik nicht anerkennt, wird zwar niemanden daran hindern, sich zu unterhalten, es aber riskieren, daß der, der sich unterhalten will, es nicht lernt, die ihm in verschiedenen Situationen angemessenen Auswahlentscheidungen zu treffen, da er mit dem Angebot nicht genügend vertraut ist.“ (S. 50.) So die eindringliche Mahnung der Autorin an jene, die, mit Wert- und Vorurteilen belastet, über Comics erst gar nicht diskutieren wollen.

Mit der pädagogischen Diskussion über Comics als Medium allgemein und ihrer Behandlung im Unterricht setzen sich die einführenden Kapitel des Buches auseinander. Dabei werden Argumente der vorwiegend negativen Beurteilung dieses Mediums in Konfrontation gebracht mit Ergebnissen neuerer wissenschaftlicher Untersuchungen und einem sich wandelnden Literaturbegriff. Wie die Darstellung der Ergebnisse einer von der Autorin veranstalteten Lehrerbefragung anschaulich demonstriert, beruht die negative Bewertung bzw. die pauschale Ablehnung der Comics in erster Linie auf einer zwiespältigen Literaturauffassung und mangelnder Kenntnis des Gegenstandes.

Die kritische Auseinandersetzung mit den Voraussetzungen mancher Wertungskriterien gegenüber Comics läßt deren Willkürlichkeit und Unhaltbarkeit deutlich werden. Der Versuch Jutta Wermkes, sich systematisch mit der Vielzahl der ab 1950 erschienenen Arbeiten zum Thema Comics und der Verschiedenartigkeit der Aspekte auseinanderzusetzen, bedingt eine etwas aphoristische Zusammendrängung der Problematik. Jenen, die sich einen raschen Überblick über den Stand und die Entwicklung der Comic-Diskussion machen wollen, wird dies sicherlich entgegenkommen. Der Eindruck, daß der mit der theoretischen Diskussion bereits vertraute Leser dieser gerafften Revue von Pro- und Contraargumenten keine neuen Erkenntnisse wird abgewinnen können, soll zu keinem Vorwurf gegenüber dieser hauptsächlich auf unterrichtspraktische Fragen hin orientierten Arbeit formuliert werden. Die Autorin vergißt nicht, auf die Unabgeschlossenheit der Diskussion im Hinblick auf Fragen und Probleme der Leserpsychologie hinzuweisen, deren Klärung noch weitgehend aussteht und eine Voraussetzung für abgesicherte pädagogische Beurteilung der Wirkung der Comic-Lektüre wäre.

Der große Wert des Buches liegt in der beachtlichen Qualität der didaktischen Analyse der Comic-Literatur. Die Untersuchung einiger Comic-Serien selbst bringt eine Fortführung der kritischen Darlegungen der Autorin gegenüber Argumenten gegen dieses Medium. Unangemessene Vorstellungen werden an dem durch die Analyse transparent gemachten Medium selbst widerlegt. Die Ergebnisse der didaktischen Analyse werden in Form von Beispielen für die unterrichtliche Behandlung (Stundenbildern) und in der Angabe von Lernzielen operationalisiert.

Das Buch wird vor allem als Beitrag zur Mediendidaktik jene praktizierenden Pädagogen überzeugen, die Comics zwar als Unterrichtsgegenstand akzeptieren, aber pädagogische Fachliteratur zur Behandlung von Comics bisher vermißt haben.

P. Strzizek

Franz Zöchbauer/Henk Hoekstra: Kommunikationstraining. Ein Erfahrungsbericht. Heidelberg 1974 (Verlag Quelle & Meyer, Reihe „Gruppenpädagogik — Gruppendynamik“, Bd. 11). 155 Seiten.

Der vorliegende Arbeitsbericht gibt den Versuch wieder, verschiedene Trainingsmethoden, die mit Kommunikation, zwischenmenschlicher Beziehung, Therapie, Medienerziehung usw. zu tun haben, in eine neue Trainingsform zu integrieren, die erstmals audiovisuelle Hilfsmittel gezielt in den Trainingsablauf einbezieht. So sind Elemente aus dem Sensitivitytraining, aus gruppendynamischen Labors und Encounter-Groups genauso eingeflossen wie Modelle aus der Medienerziehung, dem Organisationstraining und der rhetorischen Kommunikation. Das verbindende Element ist der Video-Recorder: ein objektiver Zeuge, der das Verhalten der Teilnehmer visualisiert und der Analyse zugänglich macht.

Im Bericht ist deutlich das Streben vieler Menschen nach „kommunikativer Kompetenz“ wiedergegeben, jeder will zwischenmenschliche Prozesse analysieren und sich „richtig“ verhalten können. Dies prägt die ganze Methode: Sie ist auf die jeweilige Bedarfslage ausgerichtet und läßt sich daher schwer standardisieren. Das Buch schildert nach sozialpsychologischen Aspekten die Aufgaben und Ziele des Kommunikationstrainings, wobei

das interessanteste Kapitel die Abhandlung über die Konfliktbewältigung ist. Es folgen Erfahrungsberichte, methodische Erörterungen sowie „Strukturen und Elemente von Kommunikationstrainings“.

Leider ist in diesen drei Kapiteln wenig System, die einzelnen Berichte und Beschreibungen überschneiden sich, ein Hin- und Herbältern ist erforderlich, will man genau erkennen, was wohin gehört.

Der Bericht ist wichtig für alle, die in der Praxis auf diesem Gebiet arbeiten, er bietet eine Fülle von Anregungen, er läßt aber auch deutlich werden, wie schwierig es ist, systematisch an dieser Materie zu arbeiten. Es wurde ein Mittel gefunden, die Kommunikationsnot der Menschen zu lindern oder besser: Es ist der „Beginn eines vielversprechenden Weges, von dem wir die Richtung wissen und den wir weitergehen werden“ (S. 155). Leider war es Prof. Zöschbauer nicht vergönnt, diesen Weg weiter zu gehen. Durch seinen Tod werden der Ausbau und die Systematisierung des Kommunikationstrainings in andere Hände gelegt.

K. Mittlinger