

LITERATUR-RUNDSCHAU

Heinz Haber (Hrsg. im Auftrag der Internationalen Vereinigung der Welt-Universität e. V.): Henry R. Cassirer: Kommunikation und die Zukunft der Bildung. (Deutsche Verlagsanstalt), 224 Seiten.

Die in Stuttgart eingetragene „Internationale Vereinigung zur Förderung der Welt-Universität e. V.“ hat im Januar 1973 bei der UNO den Antrag gestellt, daß für die Tätigkeit der Welt-Universität der Vereinten Nationen (Beschluß zur Errichtung: 12. Dezember 1972) in der Bundesrepublik Deutschland ein kommunikationswissenschaftliches Institut errichtet wird. Gewissermaßen als einen Vorgriff auf die künftige Tätigkeit des Institutes verstehen die Initiatoren (die Herren Mensching, Löffler, Seifriz und Häbich) diesen Band des von 1952 bis 1971 bei der UNESCO tätigen H. Cassirer (er war damals Direktor für „Massenmedien und Ausbildung“). Er hat in kurzer Frist ein interessantes Sachbuch zustande gebracht.

Nach drei Vorworten, einer Vorbemerkung und einer Betrachtung beginnt endlich das erste Kapitel „Kommunikation und Bildung: Geschwister oder Rivalen?“. Kritisch werden sowohl die traditionelle Bildung wie auch die heutige Medienproduktion dargestellt und — hier noch ganz allgemein — in ihrer Zuordnung zueinander beschrieben. Die Medienproduktion ist in wenigen Ländern konzentriert, was dazu führt, daß via Produktion aus den meisten Ländern kaum Informationen in die produzierenden Länder fließen. „Besitzverhältnisse, Einsatz und Wirkung der Medien heute sind kaum dazu angetan, die internationale Zusammenarbeit auf der Grundlage gegenseitiger Kenntnis und Achtung zu fördern“ (39). Die an mancherlei Ballast und Versteinerung leidenden Bildungsinstitutionen könnten mit Hilfe der Medien der Kommunikation in vieler Hinsicht verbessert werden, aber „die Wirklichkeit von heute krankt an Kurzsichtigkeit, an autoritären Strukturen und Interessenklängelei, an mangelnden Mitteln für das Bildungswesen und schlechter Koordinierung

zwischen den verschiedenen Möglichkeiten der sozialen Kommunikation“ (60). Am Ende betont der Autor den übergreifenden Gesichtspunkt, nämlich den Gesamtprozeß der gesellschaftlichen Kommunikation, in den Bildung und Kommunikation integriert werden müssen.

Wie können die Medien eigentlich Bildungsbemühungen fördern? Diese Frage beantwortet Cassirer im zweiten Kapitel. Er nennt acht Funktionen, von denen die Abhilfe bei unzulänglichen Bildungssystemen (89) und die Förderung von Teilnahme, Zugang und zweiseitiger Kommunikation (141) besonders beachtenswert scheinen. In diesem Kapitel werden eine Reihe praktischer Versuche lebendig geschildert, wobei auch die in Ecuador von Monseñor Leonidas Proaño initiierten Escuelas Radiofónicas Populares Erwähnung verdient hätten.

Unter dem Titel „Auf dem Weg zur Verwirklichung“ nennt der Autor einige konkrete Initiativen, welche die beabsichtigte kommunikative Integration fördern könnten. Beachtenswert sind dabei erstens seine Forderung einer schulischen Medienerziehung (bei uns viel gefordert, in Finnland schon verwirklicht), zweitens die Vorstellungen, die er von der Arbeit des kommunikationswissenschaftlichen Institutes der Welt-Universität entwickelt (199), wobei die Medienforschung im engeren Sinn (Wirkungsforschung) nur eine von fünf Aufgaben ist.

Zweifellos bietet das Buch einen guten Überblick und zeichnet sich durch Perspektiven aus. Belange der Entwicklungsländer werden — nicht zuletzt durch Schilderungen der dort gemachten Erfahrungen — angemessen berücksichtigt. Beeinträchtigt wird das positive Gesamtbild des Buches durch einige sprachliche Unzulänglichkeiten wie z. B. die unebene Formulierung der Titel innerhalb des zweiten Kapitels; Legenden suchen zum Teil die zugehörigen Bilder recht mühsam, Einschübe, meist Zitate, machen den Text weniger gut lesbar.

Dies Buch steht im Zusammenhang mit einem internationalen Symposium über

„Kommunikationsmedien und die Zukunft der Bildung“, vom 2. bis 4. November 1973 in Stuttgart veranstaltet. Zwar findet sich die Liste der Teilnehmer am Ende des Buches, und die Vorträge sind auszugsweise in einer Sonderbroschüre der dva-Zeitschrift „Bild der Wissenschaft“ veröffentlicht. Innerhalb des Buches wird zwar gelegentlich daraus wörtlich zitiert, im übrigen aber ist nicht auszumachen, in welchem Umfang die Vorträge das Buch inhaltlich bestimmt haben. Das mindert natürlich seinen wissenschaftlichen Wert. Inwieweit es mit dazu beiträgt, dem Antrag zur Errichtung des Institutes der Welt-Universität in der Bundesrepublik zum Erfolg zu verhelfen, bleibt abzuwarten.

W. Wunden

Heinz-Dietrich Fischer (Hrsg.): Deutsche Zeitschriften des 17. bis 20. Jahrhunderts. Pullach 1973 (Verlag Dokumentation, Reihe „Publizistik-historische Beiträge“, Bd. 3). 445 Seiten.

Wie bei den ersten beiden, ebenfalls von Heinz-Dietrich Fischer herausgegebenen Bänden dieser Reihe (Deutsche Publizisten, Deutsche Zeitungen; 1971 bzw. 1972) handelt es sich hier eher um ein Nachschlagemittel und nicht um eine einer einheitlichen wissenschaftlichen Zielsetzung unterstellte Gemeinschaftsarbeit. Fischer selbst hat ihr eine kundige und kritische Einleitung zur Zeitschriftenforschung vorangestellt: „Die Zeitschrift im Kommunikationssystem“ (S. 11–27), er weiß aber auch, wie sein Vorwort ausweist, um die Mängel, die seinem Unternehmen anhaften. 29 Zeitschriftenporträts, sämtliche Originalarbeiten, pendelnd zwischen Zeitschriftenkunde und ehrgeiziger Zeitschriftenforschung.

Die Titel aus der konfessionellen Presse schneiden dabei nicht schlecht ab. Annekatriin Wacker behandelt (S. 141–154) die „Historisch-politischen Blätter für das katholische Deutschland“ (München 1838–1923), Gerd Depenbrock (S. 291–303) das „Hochland“ (München 1903–1971) und Karl-Werner Bühler (S. 341–348) knapp, aber pointiert, den evangelischen „Eckart“ (1906–1960). Während es über die „Historisch-politischen Blätter“ ziemlich reichliche Literatur (wenn auch manches an versteckten Stellen) gibt,

von der die Autorin auch vieles ausgewertet hat, macht der willkommene „Hochland“-Beitrag von Depenbrock deutlich, daß jetzt, nach dem Ende auch des Nachfolge-Organs „Neues Hochland“, eine publizistikwissenschaftliche Gesamtwürdigung dieser in mancher Hinsicht merkwürdigen katholischen Rundschau-Zeitschrift ansteht.

Außer über die drei genannten gibt der Band Auskunft über folgende Titel, chronologisch geordnet nach den Gründungsjahren: „Acta Eruditorum“, „Gespräche im Reiche derer Todten“, „Frankfurter gelehrte Anzeigen“, „Wöchentliche Osnabrückische Anzeigen“, „Der Teutsche Merkur“, „Deutsche Chronik“ (Schlözers) „Briefwechsel“ bzw. „Staats-Anzeigen“, „Deutsche Vierteljahrsschrift“, „Die Grenzboten“, „Die Gegenwart“, „Deutsche Rundschau“, „Die neue Zeit“, „Der Kunstwart“, „Die neue Rundschau“, „Die Zukunft“, „Die Hilfe“, „Sozialistische Monatshefte“, „Die Fackel“, „Süddeutsche Monatshefte“, „Die Weltbühne“, „Die Tat“, „Die Aktion“, „Der Querschnitt“, „Die literarische Welt“, „Nationalsozialistische Monatshefte“, „Das Reich“.

Der letztgenannte Titel fällt aus dem Rahmen: eine Wochenzeitung, deren Behandlung die Frage nach einem Band über diesen Typ der aktuellen Zeitschrift sowie über die völlig ausgesparten Publikumszeitschriften aufkommen läßt. Die hier getroffene Auswahl weist immer wieder auf Organe, die in engem Zusammenhang mit Persönlichkeiten stehen, — Namen von Mencke über Wieland, Schlözer, Freytag bis zu Kraus, Muth, Zehrer und Rosenberg fallen einem zu, und bei manchen wäre für den auskunftsuchenden Benutzer etwas mehr Biographie nötig gewesen.

M. S.

Willy Kaufmann: Katholische Medienarbeit in der Schweiz. Bestandesaufnahme, Strukturanalyse, Entscheidungsgrundlage, Freiburg/Schweiz 1974 (Universitätsverlag, Reihe: Werkpapiere herausgegeben vom Institut für Journalistik der Universität Freiburg/Schweiz). 154 Seiten.

Die Schweiz ist (laut Verfasser) durch „Mehrsprachigkeit, Föderalismus, Subsidiaritätsdenken und einen gewissen Eigensinn“ kenn-

zeichnet: „doch darf der ‚Sonderfall Schweiz‘ nicht zum Prinzip erhoben werden: manche spezifisch schweizerische Gegebenheiten sind ihrerseits reformbedürftig“ (S. 24). So auch die katholische Medienarbeit.

Hauptträger katholischer Medienarbeit waren und sind immer noch die von Katholiken geführten freien Unternehmen (Zeitungen, Zeitschriften, Buchverlage) und die den katholischen Verbänden unterstellten Fachgremien und Arbeitsstellen für Film, Radio und Fernsehen. Die bedeutendste dieser Organisationen ist der Schweizerische Katholische Volksverein, eine 1905 gegründete „gesamtschweizerische Dachorganisation aller Strukturen und Gremien, die sich gemeinhin unter den Stichworten ‚Katholische Aktion‘ und ‚Verbandskatholizismus‘ zusammenfassen lassen“ (S. 35).

Als Folge der Rückbildung des Volksvereins bzw. des ‚Verbandskatholizismus‘ und zur Verwirklichung des Konzildekrets ‚Inter Mirifica‘ mit seiner Forderung nach *nationalen* Medienstellen berief die Schweizerische Bischofskonferenz 1967 und 1969 Medienkonferenzen, woraus 1970 ein ‚Arbeitsausschuß für die Zusammenarbeit der Schweizer Katholiken auf dem Gebiet der Sozialen Kommunikationsmittel‘ hervorging. Dieses Konsultativgremium hat die vorliegende Studie in Auftrag gegeben, mit der Zielsetzung, eine kritische Strukturanalyse zu erstellen, um „Entscheidungsgrundlagen für eine zukünftige Arbeit auf dem Gebiet der Massenmedien zu schaffen“ (S. 9).

Der Bericht Kaufmanns beschränkt sich auf „jene katholischen Institutionen, die von einer gesamtschweizerischen Koordination und Kooperation erfaßt werden sollen und können“ (S. 31). Dies sind die katholischen Institutionen für Film, Rundfunk und Fernsehen, sowie einige wenige Förderungs- und Dienstleistungsorganisationen der Presse (Vereinigung katholischer Journalisten und Verleger, Katholische Internationale Presseagentur KIPA, Institut für Journalistik der Universität Freiburg u. a.).

Somit hat der Verfasser den wohl schwierigsten Aspekt des katholischen Medienschaffens in der Schweiz, nämlich Zeitschrift und Buchverlag, aus dem Bericht ausgeklammert. Gründe dafür sind: Die katholischen Zeitungen der Schweiz können und wollen von kirchlichen Strukturen nicht erfaßt werden (vgl.

S. 94): sie sind nicht Medieninstitutionen der ‚Kirche Schweiz‘, sondern lokal/regional konzipiert: sie verkaufen ihre Leistungen auf dem Kommunikationsmarkt, d. h. sind eigen- oder erwerbswirtschaftlich ausgerichtet. Kaufmann findet es jedoch „äußerst bedauerlich, wenn im Zeitpunkt einer echten Existenzkrise jedes substantielle Gespräch der katholischen Zeitungen (als Unternehmen) und ihrer nächstliegenden Förderungs- und Hilfsinstitutionen fehlt“ (S. 95). Konkret: die Zeitungsverleger kümmern sich nicht um das Institut für Journalistik, die Berufsverbände der katholischen Journalisten und dergleichen Organisationen.

Katholische Medienarbeit in der Schweiz befaßt sich also vornehmlich mit Radio, Fernsehen, Film und Audiovisuals, bzw. den Strukturen der diesen Medien zugeordneten katholischen Institutionen. Nach einer allgemeinen Einleitung über „Grundlagen und Zielsetzung der katholischen Medienarbeit“ (S. 15–27) gibt der Verfasser eine Bestandsaufnahme (S. 29–101) mit Kurzbeschreibung von 35 Fachvereinigungen, Kommissionen und Arbeitsstellen, deren Medienarbeit gesamtschweizerische Bedeutung hat. Für diese 35 Institutionen arbeiten 15 publizistische Fachkräfte (vier davon halbamtlich) und lediglich 4 Sekretärinnen. 1971/72 stand ihnen ein Jahresbudget von über 1,1 Millionen Schweizerfranken zur Verfügung, die zu 82 % aus den freiwilligen Gaben der Gläubigen stammten (55 % allein durch die Kollekte ‚Fastenopfer‘; 14 % durch das ‚Medienopfer‘). Die Zahl der Fachmitarbeiter sollte nach Kaufmann auf 18½ und die der Sekretärinnen auf 10 erhöht werden. Aber bei der Besetzung der katholischen Medienstellen soll weiterhin das schweizerische „Milizsystem“ geltend bleiben, d. h. zu einem großen Teil Besetzung durch neben- und ehrenamtliche Arbeit.

Im zweiten Hauptteil seines Berichtes (S. 103–154) unterbreitet Kaufmann Reorganisationsvorschläge. Die Vielzahl der Medieninstitutionen soll einem *Medienrat der Schweizer Katholiken* unterstellt werden, der als Instrument gemeinsamen Planens und Handelns konzipiert ist. Gemäß Kaufmanns Zielmodell sollen drei kirchliche und drei fachliche Gremien den Rat bestellen: nämlich Vertreter der Bischofskonferenz, des Fastenopfers plus Römisch-Katholische Zentralkon-

ferenz (Geldgeber) und Laienorganisationen wie Volksverein und Frauenbund (Basisvertretung) als *kirchliche Träger* und drei Medienverbände als *Fachvertreter*. Obwohl Kaufmann den Medienrat nicht als „übergeordnete Instanz“ sehen will, besitzt er doch weitgehende Kompetenzen, wie z. B. die Begutachtung von Subventionsgesuchen zu Händen der Geldgeber (= Fastenopfer und Römisch-Katholische Zentralkonferenz, die ihrerseits Träger des Rates sind) und Bestimmung der Geschäftsführer von vier Arbeitsstellen (Produktionszentren). Der Rat bestimmt also, wer finanzberechtigt ist und überwacht direkt dessen Haushalt.

Im weiteren sollen nach Kaufmann die z. Z. bestehenden beratenden und koordinierenden Fachkommissionen und Vereinigungen in *drei gesamtschweizerische Organe* zusammengefaßt werden, nämlich die Fachvereinigungen für Film-Audiovisuals, Radio-Fernsehen und Presse-Medienschaffen (Forschung, Nachwuchs, Weiterbildung). Während bei den Fachvereinigungen Film und Presse bewußt von einer sprachlich-regionalen Zergliederung abgesehen wird, soll die Organisation für Radio- und Fernseharbeit aus dem Zusammenschluß von selbständigen Regionalvereinigungen der drei Sprachgruppen bestehen.

Schließlich schlägt der Bericht Kaufmann *drei regionale Arbeitsstellen* (Produktionszentren) vor. Hier wird die Sprachgruppe zum Strukturprinzip: in ihrer Arbeit sollen die Zentren jedoch medienverbindend sein. Kaufmann sieht die Arbeitsstellen als offene „Rahmen-Betriebseinheiten“, die von Zürich, Lausanne und Lugano aus die bereits bestehenden Arbeitsinstrumente zunächst administrativ überwachen und sie „langfristig zu räumlich zusammengelegten Arbeitszentren führen“ (S. 144).

Planung und personelle Besetzung der Arbeitsstellen ist Sache der drei gesamtschweizerischen Fachvereinigungen. Im übrigen unterläßt es Kaufmann, die Beziehungen von Fachvereinigungen und Arbeitszentren zu umschreiben. Dies scheint umso notwendiger, als es durchaus nicht selbstverständlich ist, daß medien**spezifische** Fachverbände für medien**umgreifende** (also *multimediale*) Arbeitsstellen Pläne aufstellen und Personal rekrutieren. Das Umgekehrte wäre zu erwarten, denn Produktion (Arbeitsstellen) sind doch medien**spezifisch**, während Planung aus der Gesamt-

schau aller Medien erfolgen muß. Bedeutungsvoll und durchaus neuartig ist jedoch Kaufmanns Versuch, zwischen den Medienschaffenden in Radio/Fernsehen und Film/AV-Mittel einen Schulteranschlag zu erwirken und dafür die notwendigen Strukturen bereitzustellen.

Zeitungen und Zeitschriften sind von diesem multimedialen Konzept weitgehend ausgeschlossen. Für die Presse plant Kaufmann eine eigene gesamtschweizerische Arbeitsstelle mit Sitz in Freiburg, die aus dem im Januar 1974 gegründeten Katholischen Pressesekretariat und der Nachrichtenagentur KIPA bestehen soll. Das Institut für Journalistik und die katholische Photoagentur CIRIC (Genf) bleiben besondere Arbeitsstellen, die nicht in eine umfassende Betriebsstruktur integriert werden sollen.

Man fragt sich, ob ein nichtschweizerischer Leser dieser Studie nicht im Gestrüpp der helvetischen Medieninstitutionen stecken bleibt (der Rezensent ist Schweizer), zumal das Lesen durch die Verwendung vieler Abkürzungen erschwert wird. Leider fehlen die Adressen der Geschäftsstellen bzw. Kontaktadressen der 37 katholischen Medieninstitutionen.

In seiner Gesamtanlage ist *Katholische Medienarbeit in der Schweiz* jedoch ein vorzügliches Beispiel, wie aus der historisch bedingten Vielzahl von Beratungsgremien und Arbeitsstellen durch Kooperation, Koordination und Konzentration Schritt um Schritt Instrumente geschaffen werden können, die der katholischen Medienaufgabe besser gerecht werden. Und dies in einem Land, das vielsprachig und föderalistisch ist und in dem die Bischöfe keine Gelder verwalten. Der Pragmatiker Kaufmann, ehemals Chef der Abteilung Information des Deutsch-Schweizer Fernsehens, umgeht bei seinem Reorganisationsplan die Diözesanstrukturen und sieht von der Existenznot der katholischen Presse ab. Zu einer Neustrukturierung des Pressewesens dürfte es erst dann kommen, wenn katholische Zeitungen und Zeitschriften mit Hut in der Hand beim Schweizerischen Fastenopfer oder bei der Römisch-Katholischen Zentralkonferenz anklopfen müssen, um ihren Fortbestand sichern zu können (vgl. Fritz Patrick Schaller, *Notstand im christlichen Pressewesen*. Sinn und Möglichkeit

christlicher Pressearbeit — dargestellt an der Problematik der katholischen Presse in der deutschen Schweiz, Benziger-Verlag, Zürich 1974).

Um der Mehrsprachigkeit der Schweiz Rechnung zu tragen, ist im gleichen Verlag und zu gleichem Preis eine französische Übersetzung von Willy Kaufmanns Studie erschienen *'Activités catholiques dans le domaine des media en Suisse'*.

M. Traber

Denis McQuail: Soziologie der Massenkommunikation. Berlin 1973 (Verlag Volker Spiess, Reihe „Beiträge zur Medientheorie und Kommunikationsforschung“, Bd. 10). 122 Seiten.

An „Soziologien der Massenkommunikation“ fehlt es mittlerweile nicht mehr, — dennoch ist das hier anzuzeigende Buch aufgrund seines aufrißartigen Charakters eine willkommene Bereicherung des Angebots. (Es erschien zuerst 1969 unter dem Titel *'Towards a Sociology of Mass Communication'*. Die Übersetzung von Bodo Rollka ist zuweilen recht holperig und nicht immer eindeutig.) McQuail beginnt mit einem das Feld absteckenden Kapitel über „Massenmedien und moderne Gesellschaft“. Unter „Massengesellschaft, Massenkultur und Massenmedien“ setzt er sich mit dem in der Soziologie (wie in der Publizistikwissenschaft) wenig nützlichen Begriff der Masse auseinander: „Das beständige Element bei den Anwendungen des Begriffs ‚Masse‘ scheint eine Verbindung mit unerwünschten Wandlungen in der Gesellschaftsstruktur und mit sozialpathologischen Erscheinungen gewesen zu sein.“ (S. 22.) Das dritte Kapitel gilt der empirischen Tradition in der Soziologie der Massenkommunikation, das vierte beschreibt „neue Richtungen der Massenkommunikationsforschung“: Berücksichtigung der Verflechtung mit Wirtschaft und Gesellschaft, Organisationsforschung, Inhaltsanalyse und Nutzungs- und Belohnungsansatz. So neu scheint uns das nicht. Auch der im Kap. V gegebene Ausblick „Wege zu einer Soziologie der Massenkommunikation“ bringt nichts aufregend Neues, positiv gesagt: er ist wohltuend bescheiden. Interrelationen, Dynamik und Kon-

trolle sind für den Autor die Stichworte. Bei den Interrelationen geht es um Beziehungen zwischen einzelnen, Gruppen und Gesellschaft, endend in der Erinnerung, „daß die Massenkommunikation von der Gesellschaft ebenso beeinflusst wird, wie sie auf sie einwirkt“ (S. 73). Dynamik hebt auf Funktionsveränderungen insbesondere durch technologische Entwicklungen ab, und Kontrolle meint Kommunikationsverfassungen im weitesten Sinne, einschließlich der Wirkungen, die von Normen und sozialpsychologischen Gegebenheiten auf ihre Beschaffenheit ausgeübt werden. — Es sind, wie man sieht, im Grunde die gleichen Gegenstände, die den Kommunikationsforscher anziehen, — sein Ausgangspunkt kann in ganz verschiedenen Disziplinen liegen. Zu erwähnen ist noch die recht umfangreiche (S. 88—122) annotierte Bibliographie fast ausschließlich englischsprachiger Fachliteratur.

M. S.

Otto B. Roegerle: Medienpolitik — und wie man sie macht. Osnabrück 1973 (Verlag A. Fromm, Reihe „Thesen und Texte“, Bd. 40). 108 Seiten.

„Medienpolitik“ wird als das Schlagwort der 1970er Jahre in die Geschichte der Kommunikationspolitik eingehen. Das klingt (fast) tautologisch, ist es aber nicht, und Autor Roegerle weist in einem Einleitungsabschnitt eigens darauf hin: Kommunikationspolitik sei der umfassendere, auch den Ansprüchen der wissenschaftlichen Diskussion besser genügende Begriff, aber das Interesse konzentrierte sich nun einmal auf die modernen technischen Massenmedien, — die Gesellschaft dürfe dabei — so Roegerle — „das Ganze der gesellschaftlichen Kommunikation nicht aus dem Auge verlieren“ (S. 9). Man könnte auch sagen, und der Autor tut dies mit Hilfe eines geschichtlichen Rückblicks, Kommunikationspolitik habe es immer gegeben und werde es immer geben, Medienpolitik sei typisch für hochindustrialisierte Gesellschaften. Diskutiert wird sie u. E. nur dort, wo plurales Diskutieren leidlich gewährleistet ist und wo eine Gesellschaft von existenziell wichtigeren Diskussionsanlässen weitgehend entlastet ist. So wurden in der BR Deutschland 20 Jahre

lang nach dem Zweiten Weltkrieg medienpolitische Erwägungen allenfalls in engeren Fachkreisen angestellt, dann kam die medienpolitische Welle, und jetzt, da es um Inflation, Arbeitslosigkeit, VW-Krise und Daimler-Benz-Aktien geht, verebbt sie schon wieder, jedenfalls in ihrem harten ideologischen Kern.

Dieser Kern saß (und sitzt noch), von extrem linken politischen Gruppen abgesehen, bei SPD und FDP. Die Grundformel lautet: Mehr Platz und eine stärkere Position der gesellschaftlichen Kontrolle, weitgehende Entmachtung der privat wirtschaftenden Verleger. Verwirklichen lassen sich diese Ziele nach Meinung vieler Reformer durch eine Stärkung der Journalisten oder gar durch Einrichtung zusätzlicher Kontrollgremien.

So wie der status quo bei den Medien lange Zeit nicht diskutiert wurde, so gerieten auch die kritischen Forderungen schnell in den Rang nicht mehr diskutierbarer, fast tabuisierter Demokratierettungsparolen. Roegele räumt wohlthuend nüchtern mit ihnen auf. Vor allem aber stellt er klar, daß das Grundgesetz einen festen Rechtsboden in Sachen Pressefreiheit etabliert hat und daß auch die juristische Interpretation ziemlich eindeutig zu dem Ergebnis geführt hat, daß die Pressefreiheit nicht gerettet werden kann, indem man sie angeblich um ihrer selbst willen einschränkt.

Geprüft werden die Pressekonzentration, die Vorschläge der Verleger, die Gefahr von „Pressemonopolen“, die Zielsetzungen der Redakteure („Autonomie der Redaktion?“) und die „Rolle des Verlegers“. Die Medienpolitik der Parteien, insbesondere der SPD und der FDP, wird kritisch unter die Lupe genommen, verständlicherweise mit offenen Formulierungen, denn als das Buch entstand, waren die Vorstellungen bei FDP und CDU/CSU noch nicht abgeklärt, bei der SPD aber schon wieder nicht mehr ganz unangefochten.

Inzwischen haben sich neue Probleme aufgetan. Sie liegen weitgehend im wirtschaftlichen Bereich: Wenn Papierpreise steigen, die Inflation den Personalkostenanstieg diktiert und die Post auf ihre Weise mittels Postzeitungsdienst Medienpolitik betreibt, wenn selbst die SPD, wie in Hannover geschehen, ins Presse(konzentrations)geschäft zurück-

kehrt, wird der ursprüngliche idealistische und ideologische Hintergrund medienpolitischer Reformideen auf andere als erwartete Weise obsolet. Der publizistischen Vielfalt hat die „Medienpolitik“ bisher keine Stärkung verschafft, und es ist kein Trost dabei, daß man heute den Gedanken an Subventionen für die Presse nicht mehr undenkbar findet.

Roegeles Ausführungen sind, wie es den Bänden einer aktuellen Buchreihe leicht geschehen kann, nicht mehr ganz up to date, soweit es um die Diskussion geht, — die Einführung in Grundbegriffe und Grundlagen wird, schon aufgrund der Klarheit und Präzision der Formulierungen für lange Zeit gültig bleiben.

M. S.

Everett M. Rogers und F. Floyd Shoemaker: Communication of Innovations. A Cross-Cultural Approach. Second Edition. New York 1971 (The Free Press). 476 Seiten.

Zwischen der Verbreitung und der Kommunikation von Neuerungen liegt durchaus ein bemerkenswerter Unterschied: Man kann eben Neuerungen nicht verbreiten, ohne vorher eine entsprechende Kommunikation herzustellen. Unter dieser Rücksicht ist der jetzige Titel des Buches von Rogers und Shoemaker durchaus bezeichnend. Die erste Ausgabe (1962) dieses jetzt in völliger Überarbeitung erschienenen Werkes trug den Titel „Diffusion of Innovations“. Hier ist schon im Titel eine Wandlung angezeigt, die sich nicht auf die beiden Autoren und ihre Veröffentlichung beschränkt. Die Ergebnisse der Diffusionsforschung haben sich nach Feststellung der Autoren in der kurzen Spanne zwischen 1962 und 1970 gegenüber den dreißig Jahren vor 1962 verdreifacht. Während die erste Veröffentlichung 1962 nur 405 Titel zum Thema verarbeitet hatte, haben die Herausgeber versucht, in dem neuen Band die Ergebnisse von nicht weniger als 1.500 Veröffentlichungen zu berücksichtigen und — auch mit Hilfe des Computers — zugänglich zu machen.

Der Stoff des Werkes ist in 11 Kapitel gegliedert. Ausgehend von einer Übersicht über die Elemente der Diffusion und die Traditionen

nen der Diffusionsforschung behandeln die Autoren den Prozeß von Innovation und Entscheidung mit seinen Attributen und Annahmekategorien. Die Rolle des Meinungsführers, der Mehrstufenfluß der Ideen, die Rolle des Änderungsagenten („Change Agent“), Kommunikationskanäle, verschiedene Formen der Innovationsentscheidungen und die sich daraus ergebenden Konsequenzen werden dargestellt und erörtert.

Besonders hervorzuheben sind die Anhänge des Werkes, von denen einer eine ausführliche Bibliographie zum Thema enthält. Der andere aber stellt alle wichtigen Thesen des Buches noch einmal zusammen und gibt zu jedem dieser Sätze jene Autoren an, die durch ihre empirischen Studien und Untersuchungen die These stützen oder auch nicht stützen. Auch prozentual wird die Zahl der Befürwortungen oder Nichtbefürwortungen herausgestellt. Die genauen Belege lassen sich dann leicht anhand des Autorennamens in der Bibliographie finden. Auch so ergibt sich eine gute Übersicht über den Forschungsstand. Dabei muß allerdings festgehalten werden, daß von den Autoren eigentlich nur Publikationen in englischer Sprache verarbeitet wurden, während alles, was etwa in Spanisch, Französisch und Deutsch — oder gar in einheimischen Sprachen — veröffentlicht wurde, unberücksichtigt bleibt. Dies ist sicherlich ein Mangel für ein Werk, das als eine Art Kompendium und Handbuch zu diesem Thema angesehen werden muß. Auch wenn die Autoren sagen, daß Teile des Werkes in Asien, Afrika und Lateinamerika entstanden sind, und auch wenn die frühere Ausgabe des Buches ins Spanische, Japanische und Arabische übersetzt wurde, dann ist damit die Berücksichtigung ernster Studien in nichtenglischer Sprache durchaus noch nicht garantiert. Ob sich hier nicht auch eine Zusammenarbeit zwischen europäischen Universitäten und dem entsprechenden Institut der Michigan State University anbieten würde, wo Rogers lehrt und wo Mitherausgeber Shoemaker sein Kollege war? Mit seinen Veröffentlichungen (vgl. auch CS 4:1971, 388 f.) gehört Everett Rogers ohne Zweifel zu den bedeutenden Wissenschaftlern für den Bereich der Kommunikation in der sogenannten Dritten Welt, die sich ja speziell um die Diffusion von Innovationen bemüht.

F. J. Eilers

Dieter Stolte (Hrsg.): Das Fernsehen und sein Publikum. Studien zum Tagesablauf 1970/71. Mainz 1973 (v. Hase & Koehler Verlag, Reihe „Kommunikationswissenschaftliche Bibliothek“, Bd. 3). 320 Seiten.

Man kann den deutschen Fernsehsystemen allerlei vorwerfen, — nicht jedoch, daß es sich seine Verantwortlichen mit dem Publikum zu leicht machten. Nicht mehr recht zufrieden mit den undifferenzierten Infra-test-Ergebnissen, installierte man 1975 das nicht einmal teurere „Teleskopie“-Verfahren, das Daten darüber liefern soll, wann welches Familienmitglied (natürlich nur in den „teleskopierten“ Repräsentativ-Familien) vor dem Bildschirm sitzt. Will man noch genauer untersuchen, so geht dies freilich nicht mit teil-automatisierten Dauer-Analysen. Aus wichtigen Anlässen werden darum gelegentlich größere Einzeluntersuchungen konzipiert und in Auftrag gegeben. Ein solcher Anlaß war die in mehrjähriger Arbeit von den zuständigen Koordinierungsgremien von ARD und ZDF vorbereitete Fernseh-Programmstruktur-Änderung, die mit dem 1. Oktober 1973 wirksam wurde. Ihr deutlichstes und für viele Fernsehteilnehmer noch heute spürbares Element: die Vorverlegung der Haupt-Informationssendung des ZDF, „Heute“, von 19.45 auf 19.00 Uhr und die sich daraus, jedenfalls an manchen Tagen, ergebende Andersartigkeit der Zeitschnitte im Abendprogramm.

ARD und ZDF seien zwar, wie SDR-Intendant Hans Bausch im Vorwort schreibt, im Programmangebot „Konkurrenten; auf dem Feld der Massenkommunikationsforschung ziehen sie aber seit bald einem Jahrzehnt am gleichen Strang“. Das ist den Vorstudien zur neuen Programmstruktur gut bekommen, und Herausgeber Dieter Stolte, damals noch Leiter der Hauptabteilung Programmplanung beim ZDF, stellt in seinem einleitenden und zugleich tragenden Beitrag „Fernsehen am Wendepunkt?“ mit Recht den Gedanken der Koordination in den Mittelpunkt. Koordination ist ja nicht nur das, was beim in der Regel mäkeltigen (oder gleichgültigen) Zuschauer gelegentlich (dennoch) Zufriedenheitserlebnisse bei der Komposition seiner abendlichen TV-Speisekarte auslösen kann, — Koordination ist, das wird aus diesem Beitrag deutlich, weitgehend die *Arbeit davor*. So gaben, um die geplante Strukturänderung

fundieren zu können, ARD und ZDF gemeinsam 1970/71 einige „Tagesablaufstudien“ in Auftrag, die in fünf Erhebungen und einer Ergänzungsuntersuchung durchgeführt wurden. Warum, wenn es (jedenfalls auf den ersten Blick) nur um geringfügige Abendprogrammverschiebungen ging, Tagesablaufstudien? Die Teilnahme am Fernsehprogramm ist seit Jahren, das haben nicht erst diese Untersuchungen erwiesen, ein fester Bestandteil des Tageszeitverbrauchs des durchschnittlichen Bundesdeutschen. Jeder Mensch verfügt über ein Zeitbudget, und jenen Anteil davon, den er für die Nutzung publizistischer Angebote reserviert, kann man Medienzeitbudget nennen. Die Aufteilung dieses allgemeinen bzw. speziellen Budgets ist nach Alters- und Berufsgruppen verschieden. Die Fernseh-Programmanbieter haben ein berechtigtes Interesse daran, ihr Programm möglichst dann anzubieten, wenn möglichst viele Menschen die Chance haben, es ohne besondere Mühe (z. B. ohne Kampf gegen den Schlaf) aufzunehmen. Sie können dies mit idealen Motiven begründen: schließlich sind öffentlich-rechtliche Anstalten zur Dienstleistung am Publikum verpflichtet. Sie müssen sich andererseits Kritik gefallen lassen: das Programm werde in genauer Kenntnis der Abnehmergewohnheiten so strukturiert, daß es sich möglichst effektiv um die allgünstigste Zeit drapiere, in der dann die Sendungen des Werbefernsehens zuschauermassierend platziert würden.

Das ZDF ging bei seiner Vorverlegungsstrategie davon aus, daß um 7 Uhr morgens bereits 83,5 % der (berufstätigen) Zuschauer aufgestanden sind oder gerade aufstehen (Winter 1970) und daß um 23 Uhr schon 85 % im Bett liegen, — um 22 Uhr aber auch schon fast die Hälfte, — daß demnach also das Fernsehprogramm kein Nachtprogramm werden dürfe. Die Diskussion über diese Hypothese kann hier nicht erörtert werden, — wichtig ist, daß die durch sie angestoßenen Analysen uns eine Fülle von Daten über die Zeitbudgetierung des Bundesbürgers gebracht haben.

In diesem Band berichten Gerhard Unholzer über die Methode der Tagesablaufuntersuchungen, Bernward Frank über Tagesablauf und Mediennutzung der jugendlichen und erwachsenen Fernsehzuschauer, Hansjörg Bessler mit Margot Zimmer-Schürings über die

Lebensgewohnheiten von Kindern (Auswertung einer Stichtagbefragung über den Tagesablauf von Kindern in Fernsehhaushalten) und Uwe Magnus über zwei ausländische Zeitbudget-Untersuchungen (Japan und Schweiz). Übersichtliche und eindeutig-verstehbar aufgebaute Tabellen repräsentieren das bei Analysen dieser Art zusammenkommende umfangreiche Zahlenwerk, eine Reihe von graphischen Darstellungen vermitteln wichtige Datenkomplexe und -zusammenhänge in anschaulicher Form. Es wäre verlockend, jetzt einzelne Ergebnisse herauszugreifen, aber dies hätte unter je speziellen Fragestellungen zu geschehen und würde den Rahmen einer Rezension sprengen. Den Publizistikwissenschaftler, aber sicher auch den Seelsorger und Lehrer interessieren die anschaulich präsentierten Daten zur Einteilung des Medienzeitbudgets: Sonntag ist Fernsehtag, — alle anderen Angebote, selbst Kino, Theater und Schallplatte müssen draufzahlen, damit zwei Drittel der Medienzeit-Torte vom Fernsehen verschlungen werden können. Zeitung und Zeitschrift sind eher Wochentagssache (18,3 % vom Medienzeitbudget, sonntags nur 12,5 %). Die unterschiedliche Zuwendung seitens verschiedener, sozial unterscheidbarer Gruppen ist nicht spektakulär: „Männer und Zuschauer gehobener Schulbildung sehen, lesen und hören geringfügig mehr als Frauen und Zuschauer mit einfacher Schulbildung“ (S. 113). Anders bei Kindern: Je höher der Bildungsstand der Eltern (Haushaltsvorstand), desto geringer der relative Anteil der Kinder, die vor dem Bildschirm sitzen. Beruhigung für Pädagogen: Alle (Durchschnitts-)Kinder zwischen 3 und 13 Jahren wenden täglich noch mehr Zeit fürs Spielen als fürs Fernsehen auf, — Ausnahme die 10- bis 13jährigen am Sonntag: fast drei Stunden vor dem Bildschirm, knapp zweieinhalb Stunden fürs Spiel.

Gerade der Bericht über die Gewohnheiten der Kinder enthält noch eine Fülle von Interpretation provozierendem Material. Es ist, wie das ganze Buch, wesentlich sympathischer als noch so geistreiche, aber leider oft nur spekulative Analysen, die sich kritisch nennen.

M. Schmolke

KURZBESPRECHUNGEN

Horst Albrecht (Hrsg.): Christus hinter Sprachbarrieren. Versuche mit Rundfunkandachten. Ein Lernbericht. Stuttgart 1974 (Radtius-Verlag). 140 Seiten.

Eigentlich könnten sie beruhigt sein: die Rundfunkliturgen und Medienprediger. Denn fast drei Viertel der fast zehn Millionen Hörer, die Morgenandachten gelegentlich oder häufig hören, sind damit „zufrieden“.

Aber dennoch dokumentiert der vorliegende „Lernbericht“ geballtes Unbehagen. Und dies nicht nur mit schielendem Seitenblick auf das restliche eine Viertel der Unzufriedenen, sondern auch in gewissenhafter Orientierung an der Sache. Diese „Sache“ wird dokumentiert in Expertenbefragungen in verschiedenen Funkhäusern, mit Texten und Analysen mehrerer Rundfunkandachten, durch einen grundlegenden sprachsoziologischen Beitrag zur Hörerforschung und schließlich mit Hilfe ausgewählter neuer Modelle von Rundfunkandachten.

Fazit der instruktiven, aber zu kostspieligen Broschüre (140 Seiten = 29 DM): Man weiß vieles mehr — nicht zuletzt dank der Publizistikwissenschaft — über „religiöse“ Kommunikation in den Medien, aber der Zweifel kommt auf, ob man auch klüger geworden ist. Eher bleibt die Vermutung: Die Akrobaten des „Wortes Gottes“ hinter dem Mikrophon sind nach wie vor ratlos.

G. Deussen

W. A. Engstrom: Multi-Media in the Church. A Beginner's Guide for putting it all together. Richmond, Virginia 1973 (John Knox Press). 128 Seiten.

Einer Welt voller audiovisueller „Sprache“ steht die Entrücktheit des Kirchenraumes und des Gottesdienstes gegenüber. Hier käme es darauf an, die audio-visuelle Wirklichkeit des Alltags auch in den Gottesdienst und in die Kirche einzubringen. Dazu möchte dieses praktische Buch helfen, das aus der Erfahrung einer Presbyterianer-Gemeinde in Texas entstanden ist. Streckenweise könnten die Hinweise besser aus einem allgemeinen Lehr-

buch für Film, Fotografie oder Tongestaltung entnommen werden, weil noch mehr Einzelheiten zu erfahren wären. Hier allerdings steht alles unter dem Auswahlprinzip der Verwendbarkeit multimedialer Techniken für den kirchlichen Dienst. Sicherlich ist dabei auch die Person des Verkündigers über aller Technik entscheidend, und der Verfasser hat Recht, wenn er von der Rücksicht auf den Rezipienten auch im gottesdienstlich-kirchlichen Geschehen spricht, den man nicht zu plötzlich mit zu viel neuer Technik konfrontieren dürfe. Auch eine multimediale „Kirche“ läßt sich nur Schritt für Schritt verwirklichen.

K. A.

Helmut Fischer (Hrsg.): Sprachwissen für Theologen. Hamburg 1974 (Furche-Verlag). 162 Seiten.

Die zahlreichen Fragestellungen, Forschungsansätze und Aspekte, unter denen Sprache gegenwärtig untersucht wird, sind so vielfältig, daß es selbst der Fachmann schwer hat, den Überblick zu behalten. Die vorliegenden zehn Beiträge setzen Schwerpunkte gegenwärtiger Bemühungen um Sprache im Blick auf Theologie und kirchliche Arbeit. Sie sind so angelegt, daß sie über die geistigen Ursprünge und geschichtliche Entwicklung des Fachgebietes Auskunft geben, mit den Zielen, Methoden und Ergebnissen der Forschung bekanntmachen und Hinweise auf wichtige weiterführende Literatur geben. Vorgestellt werden: analytische Philosophie, inhaltsorientierte Sprachwissenschaft, Soziolinguistik, Wortschatzforschung, Inhaltsanalyse und generative Poetik.

G. D.

Ulrich Gregor/Enno Patalas: Geschichte des Films. München 1973 (C. Bertelsmann Verlag). 534 Seiten.

Die inzwischen selbst Geschichte gewordene „Geschichte des Films“ von Gregor und Patalas, erstmals erschienen 1962, ist unverändert neu aufgelegt worden, ergänzt um zwei melancholische (und in mancher Hinsicht überflüssig selbstkritische) Nachworte der beiden Autoren von damals: Die Frage der Homogenität eines Teams von zwei Autoren stelle

sich heute problematischer dar als vor zehn Jahren (U. Gregor). Kritischer Patalas: „Die Einmütigkeit des Urteilens in der ersten Filmkritik-Mannschaft ist längst dahin, auch die zwischen den Autoren dieses Buches.“ Grundsätzlicher noch für das Sehen und Beschreiben von Filmen überhaupt: „Die neuen Filme veränderten auch den Blick auf die alten...“ Der Blick auf Geschichte und Film als Chronik des öffentlichen Geschehens sei falsch gewesen. „Wünschenswert erschiene mir heute eine Filmgeschichte, die überhaupt nicht chronologisch, horizontal [sic] vorgehe, sondern vertikal, die die über achtzig Jahre verstreuten Erscheinungen wie gleichzeitige ansähe und ihre historischen Schichten und Verwerfungen aufdeckte.“ Man sollte demnach zufrieden sein, daß die beiden Autoren überhaupt der Produktion der neuen Auflage zugestimmt haben.

Es darf daran erinnert werden, daß dieses Buch nur dem Film *als Kunst* gilt. Die zeitliche Einteilung gliedert: 1895—1918 (Anfänge in Europa und Amerika), 1919—1929 (Skandinavien, Deutschland, Frankreich, Sowjetunion, Hollywood), 1930—1939 (Deutschland in der NS-Zeit, Frankreichs Realismus, England, Sowjetunion, Hollywood in der Wirtschaftskrise), 1940—1949 (Italiens Neorealismus, nochmals Frankreich, der englische Dokumentarismus, Stagnation im übrigen Europa, Wendung zum Realismus in den USA), 1950—1959 (Italien, Frankreich, Osteuropa, Amerikas Film und das Fernsehen, „überseeische“ Filmländer), nach 1960 (Neue Welle, Free Cinema, New Yorker Schule). Dazu der Anhang mit Anmerkungen, Bibliographie und mehreren sehr nützlichen Registern.

S. C.

Karl D. Jackson und Johannes Moeliono: Communication and National Integration in Sundanese Villages: Implications for Communications Strategy. Honolulu 1972 (East-West Center). 56 Seiten.

Gelegentlich gibt es Untersuchungen, in denen an einem Beispiel wie in den Farben eines Regenbogens die ganze Skala wichtiger Erscheinungen eines Sachgebietes aufscheint. Diese gemeinsame Untersuchung eines ame-

rikanischen und eines indonesischen Wissenschaftlers in ausgewählten Dörfern Westjavas (Indonesien) ist in weiten Teilen Beispiel für eine solche Erscheinung. Der Informationsstand der Dorfbewohner wird von den Massenmedien nicht unbedingt so stark geprägt, wie man im Westen vielleicht annehmen möchte. Dabei schneidet der Hörfunk allerdings wesentlich besser ab als alle anderen modernen Medien. Die alte, viel zu wenig beachtete These aber wird neu belegt, daß die traditionellen Kommunikationsformen der betreffenden Dörfer wesentlich effizienter und bedeutsamer sind als die „europäischen“ Massenmedien. So kann das Verhalten in den untersuchten Dörfern vom Charakter der traditionellen Kommunikationssysteme her bestimmt werden, wesentlich weniger aber nach dem Maß des Ausgesetztseins gegenüber den Massenmedien. Im traditionellen Kommunikationssystem spielen die „Chief-men“ der Dörfer eine besondere kommunikative Rolle, und die Autoren plädieren mit Recht dafür, daß ein Kommunikationsangebot moderner Medien gerade diese „Opinion Leaders“ zu berücksichtigen habe und sich nicht unbedingt nach dem „lowest common denominator“ ausrichten dürfe. Die elitäre Publizistik würde hier eine besondere Aufgabe haben. Auch genügt es für eine Kommunikationsstrategie in den untersuchten Gebieten nicht, nur der Informationsmitteilung zu dienen. Sie muß vielmehr auf Verhaltensänderung angelegt sein. Mit Recht stellen die Autoren in ihren Schlußfolgerungen fest, daß für eine Kommunikationsstrategie, die auf den Ergebnissen dieser Untersuchung basieren würde, Mittel und Gewichte der Entwicklungsarbeit anders verteilt werden müßten, als es bisher geschieht (S. 54), — was eben auch nicht nur für das untersuchte Gebiet oder Indonesien allein gilt. Auch anderso in der Dritten Welt gibt es Hinweise in der gleichen Richtung. Ob daraus tatsächlich bei Entwicklungsverantwortlichen Konsequenzen zu erwarten sind? Schön wäre es, und notwendig ist es schon seit Jahren!

F. J. E.

Sue Nichols: Words on target. For Better Christian Communication. Richmond, Virginia 1973 (John Knox Press). 90 Seiten.

„Jede Sprache hat ihre Eigenarten“, mit diesem Satz beginnt Ludwig Reiners seine Einleitung „Vom Deutschen Stil“ zum Duden-Stilwörterbuch. Dieser Satz gilt auch für die Sprache der verschiedenen Lebensbereiche. Bei dem Büchlein von Sue Nichols wird es für die kirchliche Arbeit deutlich: es handelt sich im Grunde um eine Stilanweisung für den kirchlichen Autor, der für ein heutiges amerikanisches Publikum schreiben möchte. Dabei geht es der Autorin vor allem um drei Bereiche: 1. die Ökonomie, das Haushalten und die Bündigkeit in der Kommunikation, 2. die Energie, welche mit wohlausgesuchten und zielsicheren Ausdrücken und Ausdrucksformen für die jeweilige Rezipientenschaft arbeitet, 3. den Scharfsinn und die Hintergründigkeit dessen, der mehr meint, als er tatsächlich in Worten ausdrückt. Das Buch ist eine klare und sehr konkrete — durchaus nicht langweilige — Anweisung für den kirchlichen Kommunikator in seinem Bemühen um den rechten Ton und Stil für die heutige Zeit, speziell den modernen Amerikaner. Es ist ein „How to“-Buch in guter und sehr praktischer Manier, das sogar in einem abschließenden Kapitel noch eine „Check-Liste“ bietet für die Vorbereitung, aber auch für die Nacharbeit am kommunikativen „Produkt“.

K. A.

László Révész: Recht und Willkür in der Sowjetpresse. Eine presserechtliche und pressepolitische Untersuchung. Freiburg/Schweiz 1974 (Universitätsverlag; Bd. 7 der Reihe des

Instituts für Journalistik der Universität Freiburg [Schweiz]). 264 Seiten.

Der Autor prüft in seiner gründlichen und mit wertvollem im Westen schwer zugänglichem Material dokumentierten Studie das Presse- und Informationswesen im Sowjetsystem in erster Linie vom Standpunkt der Möglichkeit eines freien Informationsaustausches zwischen Ost und West her. Angesichts der Konferenz für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa mit der Forderung des berühmten „Korbes drei“ nach freiem Informationsaustausch gewinnt diese Arbeit höchste politische Aktualität und Brisanz. Der Autor versuchte, sowohl auf die organisatorischen Rahmenbedingungen der Presse- und Informationspolitik als auch auf die ideologisch-politischen Prinzipien der sowjetischen Journalistik hinzuweisen sowie die Stellung des Journalisten innerhalb des Systems aufzuzeigen. Dabei beschränkte er sich, — um nicht ins Uferlose zu geraten — auf die wichtigsten Grundprinzipien. Seine Ergebnisse sind ernüchternd; J. M. Bochenski nennt sie in seinem Vorwort sogar „erschreckend“ und „schockartig“: „Aber es ist das getreue Abbild der sowjetischen Presse. Und die Wirklichkeit soll man kennenlernen, wie sie ist, ob sie uns gefällt, ob sie uns nicht gefällt“ (Seite VIII).

Révész trägt dazu bei, die Riesenlücke der westlichen Publizistikwissenschaft bezüglich ihrer Kenntnis des sowjetischen Kommunikationssystems in beträchtlichem Maße zu schließen.

G. D.

ZEITSCHRIFTENHINWEISE

Allgemeine Publizistik

Horst Albrecht: Werbung und Predigt. Oder Homiletik und „neue wissenschaftliche Rhetorik“.

In: „Wissenschaft und Praxis in Kirche und Gesellschaft“, Göttingen 63:1974, S. 435—453.

Josef Sudbrack: Das Wort und das Schweigen. „Flucht vor dem Wort — Mehrdeutigkeit des Schweigens — Eindeutigkeit vor dem Du — Das Geschenk der Wirklichkeit im Du: Der Ort von Wort und Schweigen.“

In: „Geist und Leben“, Würzburg 67:1974, S. 333—352.

Das seelsorgliche Gespräch. Themenschwerpunkt von Heft 1 „Diakonia“, Mainz und Wien 5:1974:

Heinrich Pompey: Das Seelsorgliche Gespräch und die Methode des Pastoral Counseling. S. 5—16.

Franz G. Friemel: Geistliches Gespräch als Heilsgeschehen. S. 16—20.

André Godin: Menschenwort als „Gotteswort“. Zur psychologischen Struktur des Glaubensgesprächs. S. 20—31.

Wilhelm Zauner: Bußsakrament und Beichtgespräch. S. 31—34.

Maria Bühner: Das Gespräch am Krankenbett. S. 34—43.

Presse

Anonym: Eine freie Zeitung in einer freien Gesellschaft. Bischöfe kauften den „Rheinischen Merkur“.

In: „Imprimatur“, Trier 7:1974, S. 234—235.

Anton Kochs: Radio Vatikan.

In: „Funk-Korrespondenz“, Köln, Nr. 4, 22. Januar 1975, S. 2—4; Nr. 5, 29. Januar 1975, S. 5—8.

Film

Franz Everschor: Amerikas Kino lebt. — Neue Trends und Wirkungen des Filmschaffens in den USA.

In: „Stimmen der Zeit“, Freiburg 99:1974, S. 602—610.

Medien und Pädagogik

Hubert Gaisbauer: Jugend und Medien — Begegnung mit Nulleffekt?

In: „Die Jugend“, Wien 16:1974, Heft 3, S. 1—5.

Marian Heitger: Die Bedeutung der technischen Medien, besonders des Hörfunks und Fernsehens, für die Erwachsenenbildung in der gegenwärtigen Gesellschaft.

In: „Erwachsenenbildung in Österreich“, Wien 25:1974, S. 222—233.

Bearbeitet von Erna Putz (Salzburg)