

LITERATUR-RUNDSCHAU

Elmar Bartsch, Franz Kamphaus, Willi Mas-sa, Felix Schlösser, Rolf Zerfass: Verkündi-gung. Mainz 1970 (Matthias Grünewald Ver-lag, Reihe: Pastorale — **Handreichung für** den pastoralen Dienst). 117 Seiten.

Unter Verkündigung werden hier alle Kom-munikationsvorgänge verstanden, „die den Glauben zu begründen oder zu vertiefen ver-mögen — gleichgültig, ob im Einzelfall das sachlich-informative Element oder der per-sönliche Zeugnischarakter, der gottesdienst-liche Rahmen oder ein bestimmtes Amtsver-ständnis den Vorgang beherrschend prägt“ (S. 9). In der Einleitung des zu einer pasto-ralen Veröffentlichungsreihe gehörenden Ban-des wird dann die Zielsetzung auf vornehm-lich um die gottesdienstliche Predigt kreisend eingeschränkt, wobei noch „die übrigen For-men der Verkündigung auf Gemeindeebene“ in den Blick kommen, „während die Ver-kündigung vermittelt anderer Institutionen (Schule, Erwachsenenbildung, Medien) in den Hintergrund treten“ (S. 9). Zugrunde liegt dem von fünf Verfassern bestrittenen Bänd-chen ein Kommunikationsmodell, das von H. Geißner 1966 aufgrund des „Organon-modells“ bei K. Bühler, Sprachtheorie (Jena 1934) und Ch. Winckler, Deutsche Sprach-kunde und Sprecherziehung (Düsseldorf 1954) entwickelt wurde (5 Elemente: Redender, Hörender bzw. Hörerschaft, Gegenstand, „eine Wirklichkeit, über die man miteinander spricht“, Sprache bzw. System sprachlicher Zeichen, konkrete Situation mit näheren Um-ständen) (vgl. S. 14). Dieses Modell ergibt dann — wenn auch in anderer Reihenfolge — die Einteilung des Werkes: 1. Die Hörer. 2. Die Verkündiger. 3. Der Gegenstand der Verkündigung. 4. Die Sprache der Verkündi-gung. 5. Situation der Verkündigung.

Das theologische Anliegen dieses Bändchens ist auch für jeden, der sich mit kirchlicher Publizistik beschäftigt, von großer Bedeu-tung. Die Verfasser selbst bemühen sich — allerdings mit unterschiedlicher Präzision — auch Forschungsergebnisse der Publizistik-

wissenschaft im Text und in den knappen (mehr für die praktische pastorale Arbeit gedachten) Literaturhinweisen zu verwerten. So werden Begriffe wie „Zwei-Stufen-Kom-munikation“ (S. 34), „Schleusenwärterfunk-tion“ (S. 40), „Rückkoppelung“ (S. 57), „Rollentausch“ (S. 58) von der Publizistik entlehnt. Manchmal hätte man sich statt all-gemeiner Hinweise auf „die moderne empi-rische Kommunikationsforschung“ (S. 20), die „neuere Medienforschung“ (S. 25) oder einer Feststellung „wie man aus der Medienfor-schung weiß“ (S. 22) konkretere Beispiele aus eben dieser Forschung gewünscht. An anderen Stellen, wo ein solcher Hinweis fehlt, hätten weitere Begriffe der Publizistik auch das pastorale Anliegen noch besser verdeutlichen können, wie etwa die publizistische Aktuali-tät im Kapitel zum Gegenstand der Ver-kündigung oder der Begriff der adäquaten und inadäquaten Kommunikation (vgl. S. 20; 83 f.). Ob die Kommunikation der Medien einlinig erfolgt, weil „direkte Hörerantwor-ten“ im allgemeinen „nicht möglich“ sind (S. 46), werden Publizisten bezweifeln. Ge-rade weil die Verfasser sich hier bemühen, die moderne Kommunikationsforschung für die Seelsorge fruchtbar zu machen, seien diese kritischen Bemerkungen angeführt. Nicht nur der Pastoral, sondern auch der kirchlichen Publizistik ist mit der Veröffent-lichung ein großer Dienst erwiesen, denn auch der Publizist muß sich bewußt sein, daß die neue Sprache der Verkündigung nicht eine Frage der Verkaufstechnik, sondern nur „um den Preis einer neuen, leidenschaftlichen Be-mühung um die Sache des Evangeliums und die Sache des heutigen Menschen zu ge-winnen“ ist (S. 96).

F. J. Eilers

William Kuhns: The Electronic Gospel. Reli-gion and Media. New York 1969 (Herder and Herder). 173 Seiten.

Es ist nicht zu übersehen, wie oft heute die Massenmedien mit Religion in Beziehung ge-setzt werden. Dabei ist nicht in erster Linie

an die pastoraltheologischen Bemühungen zu denken, die seit Jahrzehnten auch Film, Presse, Hörfunk und — in den letzten zwanzig Jahren — das Fernsehen einschließen. Diese betreffen die „Moral“ der Geschichte und ihrer Präsentation. Die hier gemeinten Arbeiten zielen auf die inneren Strukturen und Gesetzmäßigkeiten der Medien selbst und ihres Betriebs. Sie vermuten, daß die entscheidenden Wirkungen auf den Menschen dort ihren Ursprung haben, und weniger in der einzelnen „Geschichte“ und ihren inhaltlichen und darstellerischen Einzelheiten. Diese tiefere Sicht der Dinge findet sich häufiger bei Soziologen und Psychologen als bei Theologen. In Frankreich etwa hat Edgar Morin das Star-Phänomen mit Grundaspirationen des Menschen in Beziehung gebracht. Allerdings verdanken wir daneben dem Theologen Amédée Ayffre mit der ersten Sorbonne-Dissertation über den Film „Dieu au cinéma“ und seinen weiteren Arbeiten ebenso wesentliche, von den theologischen und humanistischen Disziplinen her entwickelte Einsichten: In Klammern darf wieder einmal daran erinnert werden, wie wenig bisher im deutschsprachigen Raum von christlicher Seite her über die Grundgegebenheiten der modernen Massenkommunikation wirklich nachgedacht wurde. Eine Ausnahme macht hier höchstens die Publizistik im engeren Sinne.

William Kuhns, der Verfasser des vorliegenden Buches, ist ein junger, vielseitiger Intellektueller. Seine Hauptinteressen gelten den modernen Medien, besonders dem Film und dem Fernsehen, schließen aber eine Arbeit über Dietrich Bonhoeffer nicht aus. In „The Electronic Gospel“ zeigt er sich übrigens nicht unwesentlich beeinflusst von den Anschauungen des deutschen Theologen. Mit ihm teilt er die Überzeugung, daß der christliche Glaube mehr ist als „Religion“, daß die Modalitäten, die ihn über Jahrhunderte bestimmten, nicht mit seinem Wesen identifiziert werden dürfen, sondern nur seine kulturellen Bedingtheiten widerspiegeln. Gerade angesichts der durch die Massenmedien gegebenen Entwicklung im geistigen Haushalt der Gegenwart muß eine solche Unterscheidung neu erwogen werden.

Kuhns nimmt sich vor — und unsere Besprechung beschränkt sich auf diesen Grundaspekt —, eventuelle Parallelen zwischen religiöser Erfahrung und moderner Medien-

unterhaltung auszukundschaften. Das Problem eines solchen Versuchs scheint ihm darin zu liegen, daß die Medien weder Transzendenz beinhalten noch darauf hinweisen. Die bisherigen Versuche kirchlicher Kreise, hier mehr zu sehen, etwa unter Berufung auf die ganz wenigen Filme, die christliche Werte ausdrücken, gehen nach ihm an den wesentlichen Sachverhalten vorbei. Die umfassende Betrachtung des durch die modernen Kommunikationsmittel bestimmten menschlichen Klimas führt hingegen tatsächlich zu gewissen Parallelen mit dem religiösen Lebensgefühl. In beiden Fällen gibt es „Glauben“. Ist er im religiösen Bereich absolut fordernd (der Heilige als Vorbild), so bietet das Medienerlebnis Alternativen und verpflichtet nur auf Zeit (vielerlei „Helden“). Aber wie Priester und Schamanen, so wandeln auch die „Stars“ die Ideen und Meinungen zu Anschauungen und machen aus der zusammenhanglosen Vielzahl eine Gemeinschaft Gleichgesinnter. Die Rolle des „Mythos“ regelt auf beiden Seiten die Beziehungen zur Umwelt (Natur), zur Zeit (Werden und Vergehen) und zum Mitmenschen. Auf beiden Seiten gibt es ein „Ritual“, gibt es „Magie“, um diese Beziehungen zu meistern. Allerdings bringt das vielfältige Angebot im Medienerlebnis nicht einen einheitlichen ethischen Maßstab hervor, sondern wird ersetzt durch individuelle ethische Norm. Indes, es findet eine wirkliche Ablösung vom religiös begründeten Kanon statt.

Liegt Kuhns' Grundinterpretation des modernen Medienmilieus in einer dem Objekt adäquaten Linie? Ist die Parallele zur religiösen Erfahrung des Menschen statthaft? Phänomenologisch scheint es so. Zweifellos wird man etwa durch den Starkult der Stummfilmzeit an religiöse Erscheinungen erinnert. Die Schwierigkeit definitiver Einordnung liegt darin, daß wir noch in den Anfängen der Medienerfahrung stehen und nicht absehen können, wie der Mensch auf die Dauer darauf reagieren wird. Gewisse Wandlungen zeichnen sich bereits jetzt ab. So hat vielleicht schon die Einführung des Tons in den Film, sicher aber das Fernsehen den Star-Mythos gewandelt. Heute sind es die verschiedenartigen „celebrities“ (Darsteller, Präsentatoren, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens), die durch die Medien Leitbilder werden. Natürlich kann auch hier noch

ein magisches Element wirksam sein — in der unbewußten Zuteilung einer Mittlerfunktion an die „celebrity“ zum Beispiel —, aber die Frage taucht auf, ob nicht auf die Dauer einfach die gewaltige Informationsmehrung den Menschen entscheidend trifft und wandelt. Ist die heutige Jugend mit ihrem nüchtern skeptischen Blick auf Gesellschaft und Welt nicht schon stärker von dieser Komponente als von der „magischen Faszination“ der Medien geprägt? Man hat doch manchmal den Eindruck, daß die Übergangsgeneration, d. h. die Eltern und Großeltern von heute, den Medien mehr „ausgeliefert“ waren und sind als die Jungen.

So ist denn Kuhns' Arbeit in ihrem eigenwilligen und intelligenten Zugriff vor allem Ansporn zu weiterer Forschung. Sie kann, neben tieferen Einsichten in die neue, von den Medien geprägte geistige Welt, vielleicht auch noch mehr Licht geben über Sinn und Notwendigkeit von Christenglauben und „Religion“.

S. Bamberger

Elmar Maria Lorey: Mechanismen religiöser Information. Kirche im Prozeß der Massenkommunikation. München/Mainz 1970. (Chr. Kaiser Verlag, Matthias-Grunewald-Verlag, Reihe „Gesellschaft und Theologie“, Abteilung: Praxis der Kirche Nr. 2). 139 Seiten.

Lorey ist Publizist und Theologe zugleich. Dies kommt seiner Studie von vornherein zugute. In einem I. Teil (S. 15—43) bezieht er die Grundfaktoren medienkommunikativen Verhaltens auf die Praxis kirchlicher Verkündigung und die sie besonders interessierende Intention der Beeinflussung: „Für Bekehrung ungeeignet“ ist das ernüchternde Fazit (S. 40 ff.). Der II. Teil (S. 44—63) bemüht sich um eine theologische Definition von „Kirche in der Öffentlichkeit“ und „öffentlicher Kirche“: „Ihr eigentliches Ziel ist die Aufhebung der Grenzen zwischen Kirchen- und Weltgemeinde“ (S. 47). Öffentlichkeitsfiguren im NT werden aufgespürt und mit dem „Image“ der Kirche von heute konfrontiert. Es wird gezeigt, auf welche „Mechanismen“ sich die Kirche im Negativen wie im Positiven einläßt, wenn sie mit und in den Medien der Öffentlichkeit zur Öffentlichkeit spricht und sich so um einen Vollzug ihres

Öffentlichseins und damit ihres Wesens bemüht.

Im III. Teil (S. 64—90) werden die „kommunikativen Grundgesetze“ in der Relation zwischen Theologie und gesellschaftlicher Wirklichkeit auf die Struktur des öffentlichen Redens der Kirche appliziert. Dies geschieht behutsam und gründlich, indem verschiedenen Verkündigungsbegriffen der Schrift, Tradition und Theologie nachgegangen und nachgewiesen wird, daß jede öffentliche Rede mit ihrer Form auch ihre spezifische Wirkung (Grad der Verstehbarkeit [S. 64—74] und Aktualisierbarkeit [S. 74—78]) bedenken muß. L. begnügt sich nicht nur mit der kritischen Analyse, sondern läßt immer wieder praktische Vorschläge einfließen, unter denen seine Ausführungen zur „Verfremdung“ (S. 82—90), sowie zu „Information und Gewaltlosigkeit“ in Konfrontation mit herkömmlichen, kirchenamtlichen Apostolatbegriffen (S. 78—82) Aufmerksamkeit verdienen.

Im IV. Teil (S. 91—117) fragt L. nach dem Funktionieren öffentlicher kirchlicher Rede angesichts des „kommunikativen Grundgesetzes“ von der selektiven Aufnahme von Information durch das Publikum, die von sozio-kulturell bedingten Stereotypen gesteuert ist. Welche Auswahlmechanismen des Rezipienten hat der kirchliche Kommunikator zu berücksichtigen? Aus der für eine auf „Bekehrung“ zielende Verkündigung fatalen Gesetzmäßigkeit, daß Medien eher vorhandene Meinungen und Attitüden verstärken, stellt L. seine schärfsten Anfragen an die herkömmliche Praxis kirchlicher Verkündigung in den Massenmedien. Die hier angeführten Beispiele für religiöse Erwartenshaltungen (S. 96—102) können zwar nicht die ganze Komplexität der gesellschaftlichen Funktion kirchlicher Aktivitäten abdecken, bieten aber einen Anschauungsunterricht für ein Dilemma, das vielleicht viel prinzipieller ist, als L. selbst es sieht und mit „gefährlicher Integration der Kirche“ in die „innerweltlichen Erwartungsstrukturen“ allein nicht beschreiben ist (S. 104 ff.). Den Grund für die Misere sieht L. im Fehlen einer adäquaten „politischen Theologie“ (S. 115).

Der V. Teil (S. 118—135) definiert, ausgehend von der These H.-E. Bahrs („Verkündigung als Information“, Hamburg 1968), öffentliche Meinung sei politisierte Welt-

deutung, die „kirchliche Rede als gesellschaftliche Information“, um ihr so Anteil am öffentlichen Gespräch der Gesellschaft zu gewähren. Erst in der Beschreibung kirchlicher Verkündigung als öffentliche Rede, die in der Gesellschaft als kritisch befreiende Kraft (S. 124 ff) am Werke ist, kommt L. zu seinem eigentlichen, positiven Anliegen, das er in Anschluß an J. B. Metz formuliert. Demnach soll kirchliche öffentliche Rede das vorhandene Bewußtsein verfremden; sie soll informativ, d.h. wirklichkeitsbezogen, konkret, und prophetische Rede sein; sie soll der Bewußtmachung sozial-politischer Zusammenhänge dienen und somit befreiend wirken. Der gegenwärtigen Kirche spricht er diese Fähigkeit ab und fordert — ebenfalls im Sinne von Metz — deren „Politisierung“ (S. 129 ff): sie soll „Institution gesellschaftskritischer Freiheit“ werden. Voraussetzung dazu ist, daß sie in ihrem Innern eine kritische Öffentlichkeit zuläßt, die sie selbst auf Ideologieversuchungen abklopft (S. 131 f): „Freilich setzt das entscheidende Wandlungen der Institution Kirche voraus“ (S. 135). Dem Rezensenten gefällt die Beschreibung der Aufgabe einer theologischen Informationstheorie als Dechiffrierung von „Verkündigung“ in heute verstehbare Redegestalten, mit der eine gründliche Prüfung der heute geltenden Kommunikationsformen verbunden werden muß (S. 68 f). Von diesem Ansatz bei der Lehre von der Verkündigung, der ihren klassischen Ansatz auf heutige profane, medienbedingte und mediengerechte Redeformen hin entgrenzt, versprechen wir uns mehr als von den hochgestochenen Ansprüchen einer „Theologie der Massenmedien“. L. leistet zwar keine systematische Theorie theologischer Information, bietet aber — in Auswahl — eine hilfreiche Analyse und Kritik vorgegebener Verkündigungsformen und konfrontiert sie mit heutigen Sprach- und Kommunikationsstrukturen, die er m.E. aber allzu unbekümmert zur Leitschnur kirchlicher Verkündigung macht, ohne sie ihrerseits zu hinterfragen (vgl. S. 77 f). Weiterhin gefallen die ständige Sorge L.s um theologische, vor allem biblische Bezüge und Begründungen (so am Beispiel der „Verfremdung“ [S. 95—90]) und die brillante, engagierte Sprache.

In den historischen und zeitkritischen Analysen (vgl. S. 107 ff) bemängeln wir allerdings

zuviel Leitartikelpolemik, zuwenig nüchterne Bestandsaufnahme, wie überhaupt die historischen Rückblicke in ihren Pauschalisierungen der Sachlichkeit des Urteils Abbruch tun und zu Widerspruch an unnötiger Stelle herausfordern. Schade, da L. sich sonst recht behutsamer und umsichtiger theologischer Argumentationen bedient; wenn es dagegen um soziologische Analysen geht, scheint er sich zu sehr von dem Reiz einer unter Publizisten gängigen Glossenpolemik mitreißen zu lassen. Die von der kirchlichen Verkündigung geforderte nüchterne, knappe Sachlichkeit (S. 77) stände hier auch dem Kritiker selbst an. Ferner bleiben einige Unstimmigkeiten in der Argumentation: Nicht klar ist z.B. die Zuordnung von „Getto der Privatheit“ (S. 112 ff) und dem „Öffentlichkeitsanspruch der Kirche“ (S. 44 ff), denn beides wird der Kirche angelastet. Wieso widerspricht es dem Wesen des Christentums, auch „Botschaft für die Zukurzgekommenen“ zu sein (S. 113)? Wie verträgt sich der Vorwurf des kirchlichen Rückzugs auf die Privatsphäre mit dem der integralistisch-machtpolitischen Einflußnahme in der Öffentlichkeit? Einerseits beklagt L., daß die Kirche Antworten gibt auf Fragen, die keiner stellt, andererseits macht er ihr zum Vorwurf, daß sie „Bedürfnisse“ der Gesellschaft stillt. Sicher ist hier etwas Richtiges gemeint, aber eine prägnanter Bestimmung wäre am Platze. Warum spielt er ferner Individuum und Gesellschaft so scharf gegeneinander aus? Schafft er nicht eine neue, verhängnisvolle Dichotomie, wenn er betont: „Die eigentlichen Themen dieser öffentlichen Rede sind dann nicht primär die individuellen Lebensprobleme des einzelnen, sondern die öffentlichen Probleme...“ (S. 119)? Hier zeigt er eine starke Abhängigkeit von den Thesen Bahrs (der indes klarer ist), so z.B. wenn L. S. 120 ff auf „Gefährdungen der Kommunikation“ und positive Strategien der „Öffentlichkeit christlicher Kommunikation“ aufmerksam macht; dies lese man besser bei Bahr (S. 104—136) nach. Trotz dieser Einschränkungen möchten wir die Studie L.s doch als den bisher hilfreichsten Beitrag zur Begegnung und Konfrontation von kirchlicher Verkündigung und moderner Öffentlichkeit, von Predigt und Massenmedien, von Theologie und Publizistikwissenschaft bezeichnen, der die Diskussion weiterbringen dürfte.

G. Deussen

Ekkehart Mittelberg: Sprache in der Boulevardpresse. Stuttgart 1970 (Verlag Klett). 40 Seiten.

Unter den tonangebenden Didaktikern des Deutschunterrichts (Ulshöfer, Essen, Helmers, Geißler, Hebel, Ivo) beginnt sich die Auffassung durchzusetzen, daß publizistische Aussagen Unterrichtsgegenstand ihres Faches sein sollten. Es ist ihnen nicht entgangen, daß die Schüler für schöngeistige Literatur immer weniger zu haben sind und statt dessen lieber fernsehen oder Comic Strips, Illustrierte und Zeitungen lesen.

Ist nun das Interesse der Didaktiker für die Massenmedien nichts weiter als ein verzweifelter Versuch, den Deutschunterricht zu retten bzw. durch Anpassung an die Konsumgewohnheiten der Schüler attraktiv zu machen?

Liest man M's skizzenhafte Abhandlung, so hat man nicht den Eindruck, als wolle er aus der Not eine Tugend machen und sich bei den Schülern dadurch anbiedern, daß er ihrem Konsumbedürfnis entgegenkommt. Seine Intention läuft eher in entgegengesetzte Richtung: Die Schüler sollen aus ihrer Konsumenten-Rolle herausgedrängt werden und durch Reflexion in ein distanzierteres Verhältnis zu den Erzeugnissen der modernen Publizistik treten.

Die Reflexion, welche die intendierte Distanz schaffen soll, richtet sich vor allem auf die *Sprache*, deren sich die Massenmedien bedienen. Allgemeinpädagogische Ziele (Medienerziehung) sollen über ein fachspezifisches Curriculum (Sprachkritik) angesteuert werden. Deutschunterricht versteht sich heute in erster Linie als Sprachunterricht; sein Ziel ist: Entfaltung der allgemeinen Sprachkompetenz, und unter Sprachkompetenz versteht Helmers „die Fähigkeit des Menschen, die gesellschaftlich bedingten Kommunikationsanforderungen zu erfüllen“.

M's Ausführungen dürfen als ein Versuch gewertet werden, diese allgemeine Zielvorstellung des Deutschunterrichts zu konkretisieren. Allerdings ist er von einer Operationalisierung seines Lernziels noch weit entfernt. M. selbst hebt hervor, daß er nur Gesichtspunkte nennen möchte, „unter denen jeder Lehrer nach Interesse und Leistungsvermögen der Klasse Schwerpunkte setzen kann“ (S. 19).

Es verdient hervorgehoben zu werden, daß M. nicht in das Horn derjenigen moralbeflissenen Pädagogen bläst, die es darauf anlegen, die publizistischen Praktiken der Boulevardpresse pauschal zu verteufeln. M. differenziert seine Beurteilungskriterien und möchte auch seine Schüler dazu erziehen. Er kennt neben der ethischen Wertung (die er an letzter Stelle nennt) eine ästhetische und eine „realitätsorientierte“, und er unterscheidet darüber hinaus zwischen einer „Zweckwertung“ (utilitaristisch) und einer „Absichtswertung“ (intentional).

M's Impulse müssen nunmehr in operationalisierte Unterrichtsmodelle eingebracht werden, welche noch detailliertere Überlegungen zur Methodik einer fachspezifischen Medienkritik enthalten. Vielleicht sollten sich hierzu die Deutschlehrer mehr als bisher um eine Kooperation mit Kommunikationswissenschaftlern bemühen.

C. H. Lueg

KURZBESPRECHUNGEN

Franz Dröge: Der zerredete Widerstand. Zur Soziologie und Publizistik des Gerüchts im 2. Weltkrieg. Düsseldorf 1971 (Bertelsmann Universitätsverlag). 258 Seiten.

Franz Dröges Habilitationsschrift, um deren Veröffentlichung in Buchform es sich hier handelt, durchleuchtet inzwischen historisch gewordene Gegebenheiten und Erfahrungen, die für alle, die den 2. Weltkrieg innerhalb des deutschen Machtbereichs bewußt miterlebt haben, einmal hohe Aktualität besaßen: den Umlauf von Gerüchten unter dem NS-Regime, genauer: „wie in einem historischen Augenblick, in der nationalsozialistischen Diktatur, Menschen versuchen, dem manipulativen Eingriff der Propaganda durch und in der Gerüchtekommunikation ein Regulativ entgegenzusetzen“ (S. 8). Allein mit dem Aufweisen des Ausmaßes (Frequenz und Ablauf der Gerüchtekommunikation) belegt der Autor, daß und — bei der Untersuchung der Inhalte, Quellen, Kommunikationsketten und -netze — wie es möglich war, dem streng reglementierten medienpublizistischen System der NS-Zeit ein konterkarierendes informelles System zur Seite zu stellen bzw. zu unterstellen: es deckte, wenigstens zum Teil,

Bedürfnisse des Publikums ab, denen die gleichgeschalteten Medien aus politischer Zielsetzung nicht willfahren durften. Die — von Dröge ebenfalls aufgezeigte — Tatsache, daß die Machthaber (beinahe absolute Herren auch der Mediengleichschaltung) die Gerüchtkommunikation ernst nahmen und in Rechnung stellten, liefert wie die Analyse des Gerüchtkommunikationssystems selbst einen beinahe klassischen Beitrag zur Erhärtung der „funktionalen Publizistik“, jener Schule, aus der Dröge, sie mitschaffend, hervorgegangen ist. (Wenn er sich nun im Vorwort dezent von ihr distanziert und sein Buch vorsichtshalber mit dem „Charakter der Unfertigkeit“ umkleidet, so ist dies wissenschaftsgeschichtlich interessant, ändert aber nichts an den einwandfrei gewonnenen Ergebnissen.) Übrigens wird auch der nicht im engeren Sinne wissenschaftlich interessierte Leser auf seine Kosten kommen: das ausgewertete reiche Quellenmaterial (Bundesarchiv, Institut für Zeitgeschichte, National Archives u.a.m.) konfrontiert, indem es selbst zu Wort kommt, die theoretischen Überlegungen immer wieder mit der lebendigen Historie.

M.S.

Earl English und Clarence Hach: Scholastic Journalism. Ames, Iowa 1968 (Iowa State University Press). VII und 313 Seiten.

Wer ein Lehrbuch für journalistischen Unterricht an Oberschulen sucht, tut einen guten Griff, wenn er sich des „Scholastic Journalism“ bedient, das bisher achtzehnmal aufgelegt wurde und in vier jeweils verbesserten Ausgaben erschien. An jedes Kapitel schließen sich Beispiele und Übungen an, die neuesten Datums sind und die eifrige Mitarbeit von Lehrer-Generationen nach Benutzung vorangegangener Ausgaben beweisen. Einführung in den Journalismus steht vor allem auf den Lehrplänen angelsächsischer Oberschulen, und es gibt nicht wenige, die gegen ein solches Fach opponieren. In diesem Streit bietet sich „Scholastic Journalism“ zur Selbstverteidigung an. Es liefert schlagende Argumente: Seine Kapitel über das Sammeln, Schreiben oder Redigieren von Nachrichten, vom Lehrer pädagogisch geschickt vorgetragen, spornen einen Schüler zu größeren Leistungen an und vermitteln sinnvoller akademische Reife als

der allbekannte stupide Sprachunterricht. Andererseits gibt dieses hervorragende Buch mit seinem Stoffangebot auch Anlaß zu Mißverständnissen. Es könnte Ersatz-Funktionen für die Übung in Aufsatz und Prosa übernehmen, als bestehe keinerlei Unterschied zwischen einer guten Schreibe und gutem Journalismus.

Vom Inhalt her ist das Werk übersichtlich und pädagogisch sinnvoll angelegt. Der erste Teil befaßt sich mit den praktischen Aspekten der Nachrichtenübermittlung und -bearbeitung, während der zweite Teil die Schüler anleitet, im Gebrauch der Massenmedien kritischer und wählerischer zu sein. Letzterer umfaßt nahezu ein Viertel des ganzen Buches und präsentiert sich einigermaßen ungereimt. Diese Adhortatio ist mangelhaft durchdacht. Gerade die amerikanischen Oberschüler, für die der Text in erster Linie geschrieben wurde und die sich einem verwirrenden Angebot an Kommunikationsinhalten gegenübersehen, hätten Besseres als solche Halbheiten verdient.

T. Luiz

Lucian W. Pye (Hrsg.): Communications and Political Development. Princeton 1969 (Princeton University Press, Reihe „Studies in Political Development“, Bd. I). 381 Seiten.

Seit seinem ersten Erscheinen 1963 liegt dieser von 12 Autoren bestrittene Band jetzt schon in seiner zweiten Paperbackauflage vor. Allein diese Tatsache ist ein Hinweis darauf, daß es sich bei diesem Buch um mehr als eine gelegentliche Sammlung von Artikeln nach der Form amerikanischer Reader handelt. Der von Lucian W. Pye herausgegebene Band ist zu einem Standardwerk für alle geworden, die sich mit Kommunikation und Entwicklung beschäftigen. Fachleute für politische Wissenschaften und Kommunikationswissenschaftler, wie etwa Wilbur Schramm und Daniel Lerner, haben zusammengearbeitet, um die Interrelation zwischen politischer Entwicklung und Kommunikation zu untersuchen: Es werden grundsätzliche Fragen erörtert (z.B. Models of Communications Systems; Communication Development and the Development Process; Demagogues and Cadres in the political Development of New States; Writer and Journalist in the Tran-

sitional Society; Mass Media and Political Socialization; Toward a Communication Theory of Modernization), aber auch Einzelstudien und Einzelerfahrungen verschiedener Länder (Türkei, Iran, Thailand, China) kommen zu Wort. Eine ausgewählte Bibliographie wichtiger Monographien und Artikel schließt das Werk ab. Leider ist diese Bibliographie für die neueste Ausgabe nicht ergänzt worden, so daß man eben nur über Veröffentlichungen bis etwa zur Jahreswende 1960/61 unterrichtet wird — ein gravierender Mangel bei einem 1969 neu erschienenen Werk, das mit Recht als wesentliches Handbuch gilt.

F.J.E.

William L. Rivers and Wilbur Schramm: Responsibility in Mass Communication (Revised Edition). New York 1969 (Harper & Row). 314 Seiten.

Seit seinem ersten Erscheinen 1957 gilt das Buch Wilbur Schramms über die Verantwortlichkeit in der Massenkommunikation als Standardwerk zu dieser Frage von publizistik-wissenschaftlicher Seite. Das seinerzeit unter der Schirmherrschaft des damaligen (US-)Bundesrates der Kirchen (jetzt: Nationaler Kirchenrat) entstandene Werk wurde von William L. Rivers, wie Wilbur Schramm Professor an der Stanford-Universität, völlig neu bearbeitet. Gegenüber der früheren Ausgabe wurde etwa aus dem Teil I mit drei Unterteilungen ein einziges Kapitel in der neuen Ausgabe mit dem Generaltitel "The impact of mass communication" (früher: "The growth of mass communication: its development; its structure; its social effect"). Aus den drei Kapiteln des früheren Teiles IV (zusammen 46 Seiten) wurde jetzt ein einziges Kapitel von 18 Seiten. Neu eingefügt sind ein Kapitel über "The negro and the news: a case study" und die ethischen Codices für Journalisten, das Fernsehen, den Hörfunk, den Film und die Public Relations-Arbeit. Auch die Lesevorschläge wurden völlig neu bearbeitet. Sie enthalten fast nur Literatur aus den letzten zehn Jahren (zum Teil mit kurzen Bemerkungen). Was man an dem neuen Buch vermißt, ist eine zusammenfassende Einleitung des Bearbeiters, die eine Übersicht über die Entwicklung der letzten

Jahre und damit zugleich eine Begründung für die Änderungen in der Neuauflage des verdienstvollen Werkes gegeben hätte.

F.J.E.

Winfried Schulz (Hrsg.): Der Inhalt der Zeitungen. Eine Inhaltsanalyse der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland (1967) mit Quellentexten früher Inhaltsanalysen in Amerika, Frankreich und Deutschland. Düsseldorf 1970 (Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft, Schriftenreihe „Journalismus“ des Deutschen Instituts für publizistische Bildungsarbeit, Beiheft 4). 128 Seiten.

Winfried Schulz trägt die Ergebnisse einer am Institut für Publizistik der Universität Mainz mit Unterstützung der Stiftervereinigung der Presse durchgeführten Untersuchung vor, die für die Bundesrepublik (1967) repräsentativ sind. Sie geben Auskunft über folgende Grundfragen: Quantitatives Verhältnis des redaktionellen Teils zum Anzeigenteil, gliedert nach überregionaler, regionaler und Straßenverkaufspreise („Bild-Zeitung“ gesondert); Inhaltsanteilverhältnis der „klassischen Sparten“ zueinander (Politik, Wirtschaft, Sport, Feuilleton, Vermischtes, Regionalteil, Lokalteil, Sonstiges = Rubriken mit spezieller Thematik); Inhaltsanteilverhältnis der „Rubriken mit spezieller Thematik“ (Roman, Serie, Leserbrief, Ratschläge, Reise, Frau und Mode etc.). Die nicht uninteressante Frage, wie weit heute kirchliche, konfessionelle oder im weitesten Sinne religiöse Themen in der Tagespresse Raum zugemessen bekommen, wird, weil diese Themen weder eine „klassische Sparte“ noch eine „Rubrik mit spezieller Thematik“ abgeben, nicht beantwortet. — Die repräsentative Gültigkeit wird mit dem von Schulz und seinen Mitarbeitern entwickelten Verfahren der „publizistischen Stichprobe“ erzielt, das in diesem Band ebenfalls erläutert wird. — Ein Zweiter Teil (ab S. 63) dokumentiert, wie man sich in der Frühzeit publizistischer Forschung mit ähnlichen Fragestellungen auseinandersetzte. Die Ergebnisse von 1881/1893 (USA), 1901 (Frankreich) und 1909 bzw. 1911/12 (Deutschland) sind heute noch wertvolle Quellen.

M.S.

Harry F. Young: Maximilian Harden, Censor Germaniae. Münster 1971 (Verlag Regensburg, Reihe „Dialog der Gesellschaft“ Bd. 6). 291 Seiten.

Innerhalb kurzer Frist (vgl. CS Nr. 1/1971, S. 81: B. U. Weller: Maximilian Harden und die „Zukunft“) erscheint ungeachtet des Unmuts, den die literarische Kritik dem keiner wiederzubelebenden Modeströmung einpaßbaren Harden entgegenbringt, eine zweite Biographie des wohl profiliertesten Journalisten des wilhelmischen Reiches. Es handelt sich um die von Ulla C. Lerg-Kill sehr sorgfältig redigierte Arbeit eines amerikanischen Autors, die 1959 zuerst in englischer Sprache in Den Haag erschien, unter gleichem Titel übrigens. Zur Kenntnis der Geschichte, Politik und Publizistik jener Zeit, die durch die Erinnerung an den Gründungstag des sog. Zweiten Deutschen Reiches jüngst aktualisiert wurde, ist Youngs sehr gut lesbares, mit bibliographischen Hinweisen und einem genauen Personenregister ausgestattetes Buch ein wertvoller ergänzender Beitrag. S.C.

ZEITSCHRIFTENHINWEISE

Allgemeine Publizistik

Robert Geisendörfer, Perspektiven des publizistischen Handelns der Kirche. In: „WACC-Journal“, Witten/Ruhr 16:1970, Nr. 3, S. 50—53.

Konrad Jutzler, „Aktuelle Botschaft“, Herausforderung durch einen Sendetitel. In: „Medium“, München 7:1970, S. 257—272.

Friedmar Lüke, Was heißt „aktuell“? In: „Medium“, München 7:1970, S. 273—277.

James E. McDowney, Christian Communication, New dimensions in depth and breadth, From world culture to multi-media culture, Every church needs a committee for communication, A rediscovery of mission. In: „WACC-Journal“, Witten/Ruhr 16:1970, Nr. 3, S. 46—49.

Martin J. O'Connor, The social communications media at the service of the unity of mankind. In: „L'Osservatore Romano“, English Edition, 3:1971 (21. Januar), S. 10. Ansprache des Präsidenten der Päpstlichen Kommission für Publizistik vor der UNDA-Generalversammlung in New Orleans am 17. 1. 1971.

Studio Romano della Comunicazione Sociale: Bibliografia 1970. In: Notiziario, Roma Luglio-Dicembre 1970, Nr. 23, S. 44—46. Verzeichnis der in „Civiltà Cattolica“ 1970 erschienenen Buchbesprechungen zum Thema Publizistik; insgesamt 41 Titel.

William K. Waterston, The communications Gap. In: „WACC-Journal“, Witten/Ruhr 16:1970, Nr. 3, S. 29—31.

Presse

Achille Boccia, Stampa Occidentale e Terzo Mondo. In: „Servizio Informazioni Missionarie“, Roma 6:1970, Nr. 134 (1. Dezember), S. 230 f.

China News Analysis, Newspapers and Journalism, 1968—1970 (in China). In: „China News Analysis“, Hong Kong 18:1971, Nr. 828 (7 Seiten).

Klaus Jahn, Konfessionelle Presse — ein erfolgversprechender Werbeträger? In: „ZV+ZV“, Bonn - Bad Godesberg 67:1970 (2. Dezember), S. 2511—2513.

Kritischer Beitrag eines Mediaplaners mit konstruktiven Verbesserungsvorschlägen.

N. N., *The National Catholic Reporter*. In: „Journalistes Catholiques“, Paris, 19:1971, Nr. 55 von Januar/Februar, S. 8 bis 9.

Hörfunk

Hans Dieter Osenberg, Ausverkauf der Theologie im Rundfunk? In: „Medium“, München 7:1970, S. 248—256.

Kritische Analyse von im Saarländischen Rundfunk gehaltenen Ansprachen auf der Sprechertagung der evangelischen Rundfunkprediger in Liebfrauenberg (Elsaß) 30. 9. — 1. 10. 1970.

Sehfunk

Robert Rudin, Avec la télévision changer l'éducation. In: „WACC-Journal“, Witten/Ruhr 16:1970, Nr. 3, S. 5—9.

Sergeo Penafeta, La Television Latino Americana no Piensa en la Nueva Generacion. In: „Boletin Informativo“, München/Montevideo, Nr. 22 von März/April 1971, S. 36 bis 42.

Film

James M. Wall, Film education in USA. In: „WACC-Journal“, Witten/Ruhr 16:1970, Nr. 3, S. 32—34.

Maryvonne Butcher, *Graham Green and the Cinema*. In: „Christian Communications“, Ottawa, Nr. 32 von Oktober 1970, S. 1 bis 3.

Sonstige Gebiete

Deyrol E. Anderson, Computer Assisted Dial Access Video Retrieval System. In: „WACC-Journal“, Witten/Ruhr 16:1970, Nr. 3, S. 40—42.

Bericht über eine Methode für ferngesteuertes Fernsehen in den USA.