

LITERATUR-RUNDSCHAU

Stefan Bamberger: Christentum und Film. Aschaffenburg 1968 (Paul Pattloch Verlag, Reihe „Der Christ in der Welt“, XIII, Bd. 9). 148 Seiten.

Autor Stefan Bamberger ist Leiter der von der Gesellschaft Jesu unterhaltenen internationalen Koordinationsstelle für gesellschaftliche Kommunikation in Rom. Die jahrelange Tätigkeit des Verfassers in der kirchlichen Filmarbeit erleichterte es ihm, die wesentlichen Perspektiven zu sehen und hervorzuheben. Er beschränkt sich im wesentlichen auf die Bemühungen im deutschsprachigen Raum und spart den anderweitig bereits ausführlich behandelten Problembereich Jugend und Film in dieser Publikation aus. Die kritische Sicht des Verfassers wird schon im Vorwort deutlich, wenn er die gegenwärtige Situation des kirchlichen Engagements im Filmsektor immer noch „durch die Bedingungen und die Mentalität einer Pionieretappe“ gezeichnet sieht. Ein erstes Kapitel überblickt die Entwicklung der kirchlichen Filmarbeit von dem unbekümmerten Optimismus in den Anfängen während der Frühzeit dieses Mediums bis zur Skepsis und Einnengung auf moralisch-pastorale Interessen in den späteren Jahren. Auch das — heute doch wohl gegenstandslose — Verbot von Filmvorführungen in Kulträumen durch die Päpstliche Konsistorial-Kongregation aus dem Jahre 1912 wird kritisch analysiert. Die Behandlung der Legion of Decency, der päpstlichen Äußerungen zu Filmfragen, des Konzilsdekretes über die publizistischen Mittel und der Organisationsformen kirchlicher Filmarbeit zeigen die internationale Verflechtung der auf diesem Gebiet anstehenden Aufgaben.

Zu Beginn des zweiten Kapitels über „grundsätzliche Aspekte“ beleuchtet der Verfasser „folgeschwere Mißverständnisse“ der Vergangenheit und leider z. T. noch der Gegenwart und die kulturgeschichtlichen Thesen McLuhans, Paweks u. a. Anschließend weist er auf Wert und Gefahren des Unterhaltungsfilmes hin. Die Faszination des Star-kultes wie auch die Verwendung des Filmes

als politisches und wirtschaftliches Beeinflussungsmittel bieten Anlaß, diese moderne Macht auch recht kritisch zu betrachten. Diese Problematik leitet über zur Betrachtung der moralischen Beurteilung des Angebotes. Rückblickend wird die oft einseitig praktisch-pastorale Simplifizierung der kirchlichen Bewertungspraxis kritisch beleuchtet; allerdings fehlen auch nicht Hinweise auf Möglichkeiten einer neuen Orientierung. Doch wann begreift endlich die Moral- und Pastoraltheologie diese brennenden Probleme unserer Zeit und verläßt die ausgetretenen Pfade des literarischen (alphabetischen) Zeitalters? Andererseits müßte auch die kirchliche Filmarbeit mehr auf den heutigen Dialog in der Moraltheologie achten; sie würde vor falscher Ängstlichkeit, Statik und Traditionalismus bewahrt bleiben. (Die Seiten 71–76 bes. möchte man allen Moral- und Pastoraltheologen wie auch allen kirchlichen Filmkritikern als Pflichtlektüre empfehlen!)

Die Behandlung der künstlerischen Möglichkeiten leitet über zum „Sonderfall religiöser Film“. Neben der Kritik an den religiösen Monsterfilmen und an der zurückhaltenden evangelischen Position zur Verkündigung durch den Film (—allerdings wurden die beneidenswerten positiven Ansätze der evangelischen Zeitschrift „Medium“ und die Vertiefung der Worttheologie z. B. durch H. Cox nicht berücksichtigt —) wird auf die Sinnhaftigkeit katholischer Glaubens- und Erfahrungsweise hingewiesen. (Wiederum läßt sich der Stoßseufzer nicht unterdrücken: Wann endlich begreifen die katholischen Ontologen, Philosophen und Dogmatiker diese Achtung der Vergöttlichung der menschlichen Natur und ihre Konsequenzen für die heutige Zeit und „die geradezu wunderbaren Erfindungen der menschlichen Technik“?)

In der Einleitung des dritten Kapitels über „Praktische Aspekte“ wird daher nochmals eindringlich auf die Notwendigkeit hingewiesen, die Probleme der Kommunikation und ihrer Medien auch im kirchlichen Bereich ernsthaft zu durchdenken. Theorie und Praxis der gesellschaftlichen Kommunikation gehören zur Aufgabenstellung speziell der mündigen Laien. Kirchliche Institutionen sollten ihren Dienst als Hilfestellung verstehen. Praktikable Vorschläge für eine ökumenische Zusammenarbeit sowie für die

kirchliche Forschung, Lehre und auch Produktion bilden wichtige Thesen dieser Hinsicht für die Praxis. Orientierende Information und grundlegende Bildung der breiten Massen besonders in den Entwicklungsländern fordern den Einsatz der Kommunikationsmittel als „bevorzugte Werkzeuge der Friedensstiftung“ im Sinne der Enzykliken „Pacem in terris“ und „Populorum progressio“. Eine knappe, aber informative Zeit- und Literaturhinweise zum Thema mit Angabe vieler Zeitschriftenartikel bilden den Abschluß. (Wenn man bei den Literaturangaben auf F. Leists *Der Mensch im Bann der Bilder* vielleicht auch verzichten kann, so würde man das vielfältig anregende Werk M. Beckers *Bild — Symbol — Glaube* doch gerne nachgewiesen finden.)

Nach dieser Übersicht scheint es nicht mehr notwendig zu betonen, daß Bamberger in *Christentum und Film* es versteht, neben einer allgemeinverständlichen Übersicht auch wichtige Brennpunkte der heutigen Problematik aufzuweisen. Natürlich können bei der gedrängten — aber gut lesbaren — Kürze des Werkes die Themen nur angeschnitten, die Probleme nur angedeutet werden. Aber diese Bewußtseinsweckung leistet bei der verbreiteten Fremdheit kirchlicher Kreise den Massenmedien gegenüber schon wertvolle Dienste. Die längst fällige grundsätzliche theologische (und nicht nur pastorale oder moraltheologische) Klärung weiterzuführen, bildet eine wichtige Aufgabe von „Communicatio socialis“, aber auch der „Päpstlichen Kommission für Film, Rundfunk und Fernsehen“ und der kirchlichen Hauptstellen. Eine theologische Rehabilitierung der Verkündigung durch das Bildhafte und durch die modernen Medien und eine Besinnung auf die Bedeutung der Information als einer wesentlichen Voraussetzung der Zeugenschaft und des Dialoges wären beispielsweise gründlicher zu durchdenkende Themenkreise. Hoffentlich bleibt Bamberger nicht ein einsamer Rufer in der Wüste.

Da neben den religiösen Fragestellungen auch wichtige grundsätzliche Hinweise (etwa zum Unterhaltungsfilm, zur Filmkunst und -sprache gegeben werden, möchte man diesem preiswerten Band weite Verbreitung unter Laien und Theologen wünschen.

H. Hoersch

Fernsehen im Leben der Erwachsenen. Bericht über eine Untersuchung im Auftrage des Deutschen Volkshochschulverbandes. Hamburg 1968 (Verlag Hans Bredow-Institut, Reihe „Studien zur Massenkommunikation“ Bd. 5). 235 Seiten.

Das Bredow-Institut verdankt die Ermöglichung dieser Studie dem Deutschen Volkshochschulverband und dem Westdeutschen Rundfunk; Gerhard Maletzke und seine Mitarbeiter Clemens Burrichter und Adelheid von Nell wurden mit der Untersuchung und der Abfassung des Berichtes beauftragt. Den Leser erwartet keine leichte Lektüre, wenngleich es faszinierend ist, 1261 erwachsene Fernsehzuschauer auf die demoskopische Feingoldwaage gelegt zu sehen, nämlich 429 aus Oberhausen, 351 in Iserlohn, 481 im Landkreis Tecklenburg. 140 Fragen mußten sie über sich ergehen lassen (der Fragebogen findet sich im Anhang). Grob gefragt: Was kam dabei heraus? Eine quantitative Auswertung und eine vorsichtige qualitative Interpretation. Das Fernsehen wird insgesamt positiv beurteilt; bei älteren Leuten und solchen mit niedrigem Bildungsstand steigt diese Tendenz.

Fernsehen ist attraktiver als Bücherlesen. Warum? *Beim Fernsehen kann man etwas lernen*, meinen sehr viele. Die Annahme, viele Leute schalteten das Gerät planlos an, wird durch die Untersuchung nicht bestätigt. Als politisches Medium steht das Fernsehen durchaus ganz oben. Rund die Hälfte der Befragten spricht nach den Sendungen darüber. Zwei Drittel pflegen ohne Nebenbeschäftigung vor dem Bildschirm zu sitzen. — Die Reihe solcher Erkenntnisse ist sehr viel länger. Hier wollen wir nur einige benennen.

Zweifellos muß es beiden Geldgebern hoch angerechnet werden, den umfangreichen „Dunkelraum“, der um die Konsumenten des wichtigsten Mediums und ihre Fernsehgewohnheiten noch immer liegt, durch diese Arbeit erhellt zu haben; trotzdem wagt man den Einwand: Was alles soll man, kann man mit Nutzen fragen? — Nachdem ich die 160 (!) Seiten Fragen, Tabellen, Zeichnungen, deutenden Aussagen durchgearbeitet hatte, war in mir nicht übel Lust, noch einige Fragen hinzuzufügen: Schalten Sie den Apparat mit der rechten oder mit der linken Hand an? oder: Benutzen Sie beim Fernsehen lie-

ber einen Sessel mit vier Beinen oder einen Drehsessel? Dann vergeht der Zorn wieder und man weiß tatsächlich viel mehr, was sich im bundesdeutschen Fernsehdunkel tut. Man anerkennt im hohen Maß die sorgfältige Arbeit, die geleistet worden ist.

Die Autoren sind mutig und ehrlich genug, die Bedeutung ihrer Arbeit selbst zu relativieren: die Befunde dieser Arbeit seien in ihren Grundzügen eher als Hypothesen zu verstehen, die weiteren Studien den Weg weisen mögen. Diese weiteren Studien sollten sich klarer als die vorliegende Arbeit in der Methode gliedern. Man wird zu „schnellen Schnitten“ gezwungen: Meinungen wechseln mit wissenschaftlich belegter These, Tabellen haben die Folgerungen oder Ansichten gleich bei sich. Das strapaziert einigermaßen und bringt, wie diese Anmerkungen beweisen, leicht die Gefahr, den vorzüglichen Inhalt nicht mehr zu sehen oder zu bedenken.

W. Brüning

Wilmont Haacke: Die politische Zeitschrift 1665—1965, Band I. Stuttgart 1968 (K. F. Koehler Verlag). X und 210 und 292 Seiten.

Vorab: Nur die ersten 210 Seiten, also zwei Fünftel des voluminösen Bandes, erörtern den Gegenstand. Die dann folgenden knapp 300 Seiten (Teil C) bringen ausgewählte programmatische Texte aus Zeitschriften, jeweils eingeleitet von einigen kurzen Sachangaben, „Porträts“ der Zeitschriften genannt (S. 1—265), sowie eine allgemeine und eine spezielle Bibliographie. Die „Porträts“, die übrigens recht ungleichmäßig und nicht immer wünschenswert informationsreich ausgefallen sind, und die ausgewählten Texte besorgte nicht der Autor, sondern Inez Lehmann; die Bibliographien stammen von Hans-Jürgen Koschwitz. Sie treten auf, als habe es politische Zeitschriften nur in Deutschland gegeben und als hätten nur deutsche Autoren darüber gearbeitet, diese allerdings in so reicher Zahl, daß Koschwitz damit sogleich die erste These Haackes widerlegt, nämlich die „Unerforschtheit der politischen Zeitschrift“. Dabei ist Koschwitz nicht einmal vollständig: Die in den Kern des Buch-Themas treffende außerordentlich gründliche und materialreiche Dissertation von Ingeborg Salzbrunn (Studien zum deutschen historischen Zeitschriftenwesen..., Münster 1967, veröff. 1968) sucht man ver-

geblich. Auch die Nachrichtenmagazin-Untersuchungen von Just und Magnus sind der Aufnahme nicht für würdig befunden worden, — verständlich vielleicht angesichts der Auffassung Haackes: „Der ‚Spiegel‘ bildet nicht Meinung, sondern höchstens Meinungen; spricht er doch zumeist nur Meinungen von Leuten aus, die er ihnen auf nicht gerade diskrete Weise oder in hart geführten Interviews abgezwungen hat.“ (S. 2.) Er gehört nicht zu den politischen Zeitschriften „dieses Ranges“, zu denen sehr wohl im 18. Jahrhundert die „Berlinische Monatsschrift“, im 19. Jahrhundert die „Deutsche Rundschau“ gehörten. Das bedeutet: Haacke weiß schon auf Seite 2 recht genau, auf welchen Typ von politischer Zeitschrift er hinauswill. Die im Teil C zur Textauswahl herangezogenen Titel bestätigen: Hier geht es vornehm zu, Prominenz ist unter sich, Schlözer darf nicht fehlen, Gentz und Görres, Börne, Ruge und Marx, List, Prutz und Rodenberg geben sich eine erlauchte geistreiche Party, Harden und Karl Kraus rahmen Friedrich Naumann und Karl Kautsky ein.

Man weiß, daß gerade auf diesem Felde christliche Zeitschriftenherausgeber und -macher Bemerkenswertes hervorgebracht haben, dessen Durchforschung möglicherweise weitere Züge zum Typus „politische Zeitschrift“ beigetragen hätte. In der Auswahl finden wir nur Naumanns „Hilfe“ und die „Historisch-politischen Blätter“ vertreten. Weder die Bibliographie noch Haackes Untersuchung lassen erahnen, wie weit etwa die „Allgemeine Rundschau“ oder so eigenwillige Erscheinungen wie „Das neue Reich“ oder die „Schönere Zukunft“ in die Gedankengänge miteinbezogen worden sind. Das Porträt der „Historisch-politischen Blätter“ (Teil C, S. 111) ist zudem noch ausgesprochen dürftig ausgefallen. Was bieten hier dem genauen Historiker schon „klerikale Tendenzen“? (Übrigens George *Phillips*, wie er hier und immer in diesem Buch gesetzt ist, schrieb sich allen Zeugnissen zufolge tatsächlich *Phillips*.) Die Bibliographie zu den HPB (S. 286 f.) verfährt dann weitausholend, nennt u. a. Untersuchungen zur allgemeinen katholischen Pressegeschichte und zum „Katholik“, wodurch auf Umwegen diese wichtige, zeitweilig durchaus politische Zeitschrift wenigstens Erwähnung findet.

Damit könnte das kritische Studium des neuen Werkes, soweit es für das Feld von

„Communicatio socialis“ ersprießlich ist, (leider) schon abgeschlossen sein. Eine Auseinandersetzung mit den allgemeinen publizistikwissenschaftlichen Vorschlägen zur Zeitschriftenforschung müssen wir uns ersparen. Vorsichtshalber sei auf die vom üblichen wissenschaftlichen Sprachgebrauch erheblich abweichende Verwendung des Wortes „soziographisch“ hingewiesen. Zweifel kommen uns auch bei der Frage, ob mit der 21 Zeilen langen neuen Definition der politischen Zeitschrift (S. 207 f.) wirklich eine definitorische Leistung (im Sinne einer erkenntnistheoretischen oder auch nur methodischen Arbeitshilfe) erbracht worden ist. Ihr erster Satz behauptet, daß die Tendenz einer politischen Zeitschrift sich aus dem von ihr verkündeten politischen Programm ergebe. Schön wär's.

B. Schmiedlich

Gode Japs, Ulrich Neveling, Volker Spiess: Studienführer Publizistik. Berlin 1968. (Herausgegeben vom Fachverband Publizistik- und Zeitungswissenschaft im VDS. Verlag Volker Spiess). 34 Seiten.

Die letzte Aktivität des Fachverbandes Publizistik- und Zeitungswissenschaft, Zusammenschluß aller fachgebundenen studentischen Vereinigungen auf der Bundesebene des Verbandes Deutscher Studentenschaften, hat sich in diesem Bändchen niedergeschlagen. Inzwischen hat sich der Fachverband, infolge der zunehmenden politischen Zersplitterung auch unter den Studierenden der Publizistik, in eigenem Entschluß liquidiert. So ist es gut, daß das vorliegende Bändchen noch unter seiner Ägide erscheinen konnte. Die Studenten des Faches Publizistik und der Nachbardisziplinen, die fachlichen Institutionen sowie besonders alle am Studium der Publizistik interessierten Hochschulanfänger sind als Zielgruppe deutlich fixiert. Zwei kurze Einführungsartikel sollen einen groben Überblick über den wissenschaftlichen Standort des Faches und die Lage des Publizistikstudiums in der Bundesrepublik und Berlin vermitteln. Im ersten Beitrag unternimmt Hans Bohrmann eine Standortbestimmung: „Publizistik als Sozialwissenschaft“. Das gibt sich in weiten Teilen als Beschreibung des journalistischen Berufsweges und der vielfältigen Möglichkeiten für den Absolventen des Faches Publizistik, ist auch im Kern flach und umgreift kaum die halbe Bandbreite dessen,

was in Deutschland an Publizistikwissenschaft betrieben wird.

Im Lagebericht zum Studium der Publizistik wird über die unterschiedlichen Studiengänge an den einzelnen Instituten, Strukturprobleme dieser Institute sowie Studienreformbedingungen und -ansätze informiert. Das ist eine gute und knappe Momentaufnahme der Studienlage: die aktuelle Diskussion ist ihr längst davongelaufen.

Es folgen Informationen über die einzelnen Institute an den deutschen Hochschulen: Personelle Lage, Studiengang und Prüfungsbedingungen, Räumlichkeiten und Ausstattung, ausreichend für den Zweck einer Studien-Vor-Beratung. Am Schluß des Bändchens der Versuch einer gemeinsamen Liste von Grundliteratur, wie sie in etwa von allen Instituten gefordert wird. Das ist bestenfalls im Vergleich interessant, kaum aber für Studienanfänger von Nutzen.

Aufs Ganze gesehen muß dem Studienführer Brauchbarkeit bescheinigt werden, trotz einiger Unzulänglichkeiten. Denkt man an die großen Schwierigkeiten der Publizistikwissenschaft, in der nicht einmal das eine Institut die Prüfungen des anderen ungefragt anerkennt, ist das Unternehmen „Studienführer Publizistik“ zu loben.

M. Bornefeld-Ettmann

Joachim Matthes (Hrsg.): Internationales Jahrbuch für Religionssoziologie 4. Köln und Opladen 1968 (Westdeutscher Verlag). 298 Seiten.

Zunächst ein Überblick. Nach einem einleitenden Referat über Gegenstände und Methoden der Religionssoziologie, wie sie sich seit etwa 1960 versteht (P. G. Swanborn, 7—32), beschäftigen sich zwei Beiträge mit der Einstellung des Individuums zu den Kirchen; der erste von A. Terstenjak befragt das Bewußtsein der Zugehörigkeit zur Kirche auf seine gesellschaftlichen Bedingungen (33—62), der zweite von F. X. Kaufmann entwickelt eine interkonfessionell gültige Skala zur Bestimmung und Messung der „Kirchlichkeit“ der Bevölkerung in der BRD (63—100). Die Funktion von Gruppen, die nach Größe und struktureller Eigenart zwischen der Einzelfamilie und der Kirchengemeinde vermitteln könnten, untersucht J. Klein (101—122); die Rolle des katholischen Gemeindepfarrers analysiert I. v.

Deschwanden (123—157), die des evangelischen beschreibt auf der Basis ausführlich dargelegten Befragungsmaterials G. Bormann (158—209). Das Dilemma jeder universalistisch angelegten Religion, sich mit den Interessen der Gesellschaft zu arrangieren, in der sie wirksam werden möchte, behandelt T. Fuse am Beispiel der protestantischen Neo-Orthodoxie (210—222), den Stand der durch Max Weber ausgelösten Protestantismus-Debatte präsentiert B. Biermann (223 bis 250). Einige Fragen der Religionssoziologie und Struktur des südasiatischen Buddhismus (H. Bechert, 251—295) beschließen den Band.

Zwei methodisch besonders anregende Artikel seien näher vorgestellt. *F. X. Kaufmann* versteht unter „Kirchlichkeit“ nicht eine gesamtgesellschaftliche Qualität, sondern eine Einstellung (attitude) des Individuums bzw. ein ganzes Einstellungsbündel, das als das Produkt zahlloser Sozialisationsprozesse zu betrachten ist, denen die Individuen einer Gesellschaft in unterschiedlicher Intensität ausgesetzt sind. Diese Sozialisationsprozesse sind durch die Existenz allgemein als „Kirchen“ bezeichneter Institutionen bedingt, werden aber nicht ausschließlich von den Kirchen oder deren Repräsentanten in Gang gesetzt. Kirchlichkeit in diesem Sinne ist klar von Religiosität unterscheidbar, sofern Religiosität (mit Th. Luckmann) nicht als bloßes Produkt von institutionsorientierten Sozialisationsprozessen gedacht werden darf, sondern den sehr viel elementarerem, durch das Problem der persönlichen Daseinsführung aufgegebenen Sinnentwurf des Subjekts bezeichnet. K. hat bei der Operationalisierung den induktiven Weg eingeschlagen. Im Rahmen eines größeren Forschungsvorhabens zum Problem der sozialen Sicherheit suchte man zunächst den Gehalt des alltagspraktischen Begriffes „Sicherheit“ aus einer großen Masse möglicherweise revelanter Aussagen zu ermitteln; dabei traten u. a. auffallend homogene Aussagenkomplexe zutage, die nach allgemeinem Verständnis mit „Religiosität“ oder „Kirchlichkeit“ zu tun haben mußten und die sich zu einer eindimensionalen konfessionsunabhängigen Kirchlichkeitsskala fortentwickeln ließen. Dabei ergab sich für die BRD: 1.) Je größer der Bevölkerungsanteil der Katholiken, um so höher ist die kirchliche Praxis beider Konfessionen und um so

stärker die kirchliche Einstellung der Evangelischen — nicht jedoch der Katholiken. 2.) Zwischen der beobachtbaren Praxis und der gemessenen Kirchlichkeit als Einstellung konnte nicht bei den Evangelischen, wohl aber bei den Katholiken eine Diskrepanz aufgewiesen werden, die vermutlich auf die im Katholizismus größere Spannung zwischen Individuum und Institution zurückgeht. Für die vieldiskutierte Entkirchlungsthese scheint sich zu ergeben, daß die „Entkirchlichung“ in Deutschland mehr durch die Verstädterung als durch die Industrialisierung gefördert wird, mehr die mittleren Bildungsschichten (Angestellte etc.) als die Arbeiter betrifft und jedenfalls als Symptom und Produkt sehr verschiedener verdeckter Entwicklungen anzusehen ist.

L. v. Deschwanden will für die Erforschung der Rolle des Pfarrpriesters einen theoretischen Bezugsrahmen erstellen. Dazu charakterisiert er sie formal als eine „totale“ Rolle, inhaltlich als eine „charismatische“. Die Beschreibung ihrer Funktion innerhalb der Organisation Kirche hilft dazu, das soziale Interaktionsnetz des Pfarrpriesters zu gliedern und die Mechanismen kritisch zu durchleuchten, mit denen die totale Rolle tradiert wird (Nachwuchswerbung und Seminarerziehung). Der Versuch einer Typologie der Rollensegmente bedient sich der Parsonsschen Unterscheidung von spezifischer und diffuser Objekt-Orientierung: auf der Specificity-Ebene (Sakramentenspendung, Liturgie, Predigt, Katechese, Verwaltung) sind die Rollenerwartungen verhältnismäßig genau umschrieben und die Verhaltenssicherheit des Priesters entsprechend groß (weshalb heute viele Priester auf diese Ebene flüchten); auf der Diffuseness-Ebene jedoch (z. B. im persönlichen seelsorglichen Gespräch, beim Hausbesuch, im Umgang mit jeder Art Außenstehenden) sind die Erwartungen der Partner unklar, weshalb dieses Segment das Hauptproblem der Priesterrolle darstellt. Von den beiden Grundkonflikten der Priesterrolle entspringt der erste dem Dilemma zwischen Amtsscharisma und persönlichem Charisma und manifestiert sich vornehmlich in der Predigt als Spannung zwischen schöpferischer Offenheit und Loyalität zur vorgegebenen Lehre; der zweite ergibt sich aus der Spannung zwischen spezifischer und diffuser Orientierung am Partner, manifestiert sich vor allem im

Scheitern des Priesters gegenüber der Privatsphäre und verrät eine entscheidende Fehlanpassung der Kirche an die industrielle Gesellschaft: mit dem Anwachsen der institutionellen Aufgabenbereiche des Priesters (z. B. Schule!) ist direkt proportional seine Unfähigkeit gewachsen, an die subjektive Religiosität des Menschen heranzukommen, (die doch auch christlich allein gilt!). Acht Hypothesen für eine künftige empirische Untersuchung des Priesterbildes und des tatsächlichen Rollenverhaltens schließen die instruktive Untersuchung ab.

R. Zerfaß

Ralph Milton: Radio Programming, A Basic Training Manual, London 1968 (Geoffrey Bles Ltd., 52 Doughty Street, London WC 1). 384 Seiten.

Eine „Fahrrad-Untersuchung“ wird man bisher in der Rundfunk-Literatur wohl vergeblich suchen, und dabei ist sie so einfach: In den Tropen stehen meist Fenster und Türen der Häuser offen. Wer mit dem Fahrrad langsam durch eine Siedlung fährt, kann feststellen, welche Radioprogramme eingeschaltet und welche Sender gehört werden. Selbstverständlich handelt es sich hier nicht um eine wissenschaftliche Untersuchung, aber dem Anfänger in der Rundfunkarbeit ist sie ein Hinweis, auf wie vielen Wegen man versuchen kann, seine Kenntnisse über Hörer und Programm zu erwerben und zu erweitern. So findet sich denn dieser Hinweis auch nicht in einem wissenschaftlichen, sondern in einem praktischen Lehrbuch eigenen Charakters: einem Handbuch für Rundfunkschüler in Entwicklungsländern. Angeregt durch die „World Association for Christian Broadcasting“ (seit Sommer 1968: „World Association for Christian Communication“) hat Ralph Milton aus seiner eigenen und der Erfahrung vieler anderer Rundfunkleute in Entwicklungsländern ein umfangreiches Lehrbuch geschaffen, das in dieser Art bisher einmalig sein dürfte.

In einfachem Englisch und jeweils „aufgehängt“ an konkreten Projekten wird der junge einheimische Rundfunkschüler in die Gesetze und Aufgaben verantwortlicher Rundfunkarbeit Schritt für Schritt — schon Gelerntes immer wiederholend — eingeführt. Von der einminütigen Wortsendung wird zur fünfminütigen Sendung, vom Interview

über die „Panel Discussion“ zu Musikprogramm und Hörspiel geführt, um nur einiges zu nennen. Erfreulich ist dabei die Betonung der Priorität des Hörers und die Art, in der auch die Aufgaben der Hörerforschung (129—147) und allgemeine Grundfragen des Kommunikationsprozesses (149—167) durchaus verständlich und einleuchtend dargestellt werden.

Das Buch gliedert sich neben verschiedenen, als „Anhang“ bezeichneten Abschnitten in zwei Hauptteile. Da ist jener Teil, der dem einheimischen Schüler eine Einführung in die „basic techniques of programme preparation“ geben soll (S. 21—295), dem dann der Abschnitt mit Bemerkungen für den „Supervisor“ (336—344) entspricht. Es gibt ein „Glossary of Radio Words“, auf das der Schüler bei jeder Lektion immer wieder gestoßen wird (296—319). Ein weiterer Ergänzungsabschnitt bringt Hinweise auf „some simple studio effects and how they can be produced“ (Sound effects, 320—332). Eine ausgewählte Leseliste — aufgeteilt für Schüler und Lehrer — fordert zu weiterem Studium auf (333—335).

Bei all dem hat der Verfasser nicht den Ehrgeiz, am Ende seines Kurses fertige Rundfunkleute herangebildet zu haben. Er sieht sein Handbuch und seinen Kurs nur als eine Tür, die dem Schüler die Welt des Rundfunks öffnet. Ob er sie wirklich durchschreitet und ermißt, zeigt sich erst in der Nacharbeit. Was bei der Durcharbeitung des Werkes manchen stören wird, sind die vielen Verweise mit Buchstaben, die verschiedene Abschnitte des Buches bezeichnen, statt genaue Seitenzahlen anzugeben. (Ob es sich hier um einen bewußten pädagogischen „Trick“ handeln soll?). Ähnliches gilt für die ständigen Verweise auf Appendix W, X, Y oder Z. In der Fußnote Seite 25 — übrigens außer dem Inhaltsverzeichnis dem einzigen Verweis auf eine bestimmte Seite — muß es wohl „page 344“ (oder 336?) heißen.

Das „Ralph Milton Manual“, wie es kurz in kirchlichen Kreisen genannt wird, ist das Beste, was der Rundfunkarbeit der Entwicklungsländer und speziell der Kirchen in den Entwicklungsländern bisher an praktischer Handreichung in dieser Ausführlichkeit geboten wurde. Es wird auf lange Zeit das Standard-Lehrbuch auf diesem Gebiet bleiben.

F. J. Eilers

Ruth Römer: Die Sprache der Anzeigenwerbung. Düsseldorf 1968 (Pädagogischer Verlag Schwann, Reihe „Sprache der Gegenwart“, Bd. 4). 281 Seiten.

Die Sprache der Werbung, so konstatiert Römer, ist „das Vehikel einer Ideologie, die ihrerseits Ergebnis einer wirtschaftlichen Situation ist“. Sie besteht „aus einer Auswahl aus den zur Verfügung stehenden und brauchbaren Möglichkeiten und Modellen der gesamten Sprache“. Ihre Wirkungen beeinflussen „weder Denken noch Handeln“ der Sprachgemeinschaft. — Abstruse Erwartungen an die Werbesprache und zwar sowohl im Hinblick auf nutzbringende als auch auf schädliche Wirkungen sind damit gerichtet. Die Verfasserin widerspricht nicht nur kulturpessimistischer Schwarzseherei, die sprachliche Verarmung durch von der Werbung vorgeprägte Formeln und Floskeln, sprachliche Stereotypen, prophezeit. Sie widerlegt herrschende Urteile, indem sie der Sprache der Werbung — mit dem begründeten Hinweis auf die gemeinsprachliche Herkunft ihres Wortschatzes — einen Status als Sondersprache abspricht und sie als Propagandasprache begreift, deren persuasiver Charakter für die Wirtschaftswerbung ebenso wie für die politische und die ideelle Werbung wesensbestimmend ist.

Das Werk bietet eine akribische Katalogisierung der Ausdrucksmittel der Werbesprache. Bisweilen erheblich verschobene Beurteilungsmaßstäbe werden damit ins rechte Lot gerückt. Ordnung trägt bei zur Entmythologisierung wie zur Entdämonisierung. Und geordnet stellt sich das sprachliche Abrakadabra der Konsumförderung als System gängiger Reizworte (Römer zieht die Bezeichnung „Schlüsselworte“ vor) dar, die sich in nahezu beliebiger Auswahl, Anordnung und Zusammenstellung herbeizutieren lassen, um aus Produkten Waren zu machen.

Was die Kapitel I. Wortbildung, II. Wortwahl, III. Satzbau, IV. Rhetorische Mittel an präzise zusammengestellten Übersichten und mit subtilem Sprachbewußtsein gewonnenen Einzelbeobachtungen enthalten, verdient notiert zu werden. Nicht nur von Sprachwissenschaftlern und Philologen. Das saubere, nuancenreiche Kompendium wird insbesondere den fesseln, für den der Umgang mit einer auf Beeinflussung zielenden

Sprache zum Handwerk gehört und der die Möglichkeit zu kritischer Einsicht und Transparenz in sprachliche Zusammenhänge als geistigen und fachlichen Gewinn versteht.

In Marcel Gaillot hat Römer freilich einen nicht unbedeutenden Gewährsmann. Sein „Essai sur la langue de la réclame contemporaine“, Toulouse 1955, gehört zu den Fundamenten, auf denen sie ihr für die Werbung in deutscher Sprache maßgebliches Werk errichtet.

Zu dem eindeutig philologischen Auswahlprinzip der Verfasserin, — rd. 1500 Anzeigen aus Tageszeitungen, Wochenschriften und Illustrierten, erschienen zwischen 1961 und 1966 in der BRD, wurden zur Untersuchung herangezogen, — sind vom Standpunkt der Werbegestaltung her drei Einwände zu erheben: 1. keine Berücksichtigung der korrespondierenden (und ggf. modifizierten) Werbeaussagen in Film, Funk und Fernsehen, 2. keine Hinweise auf bildliche (graphische bzw. fotografische) Zusammenhänge, in denen Texte stehen, 3. Fehlen einer konvergierenden Betrachtung sämtlicher Aussagen, die in einem bestimmten Zeitabschnitt im Rahmen einer Werbekonzeption zu einem bestimmten Produkt gemacht werden. Der Verzicht auf die Punkte 2 und 3 läßt an der Arbeit nichts vermissen. Aber die Lücke, die sich aus dem Übergehen der Textgestaltung von Werbeaussagen in akustischen und optischen Medien ergibt, ist gerade deswegen nicht ganz zu übersehen, weil die Autorin mehrfach die Schriftsprachlichkeit von Werbeaussagen generalisierend als deren Charakteristikum hervorhebt. Ein Urteil, das ausschließlich auf der Untersuchung von Anzeigentexten basiert. Ob es auch für die Sprache der Werbung in den übrigen Medien zurecht besteht, bleibt noch zu beweisen. Ein anderer schwacher Punkt: Römer bemüht häufig die konventionelle werbefachliche Literatur. Deren Mängel sind aber heute nicht mehr zu übersehen. Die Autorin mag sich dessen bewußt geworden sein. Häufig genug zitiert sie, um zu widerlegen. Es hätte der guten sprachwissenschaftlichen Arbeit nicht geschadet, auf diese Begegnung zu verzichten — oder aber sich der Ergebnisse der neueren Werbepsychologie zu bedienen.

U. C. Lerg-Kill

Herta Sturm: Masse — Bildung — Kommunikation. Stuttgart 1968 (Ernst Klett Verlag). 231 Seiten.

Die Massenmedien dienen der Gesellschaft bekanntlich in vierfacher Funktion, nämlich als Überwacher der Umwelt, als Ideenumschlagplätze, als Unterhalter und als Lehrer. Seit einiger Zeit vermehren nun die Telekommunikationsmittel, und unter ihnen vor allem das Fernsehen, ihr Lehrangebot in bedeutendem Ausmaß, weil auch in den entwickelten Industriegesellschaften die bestehenden Schulsysteme den ungestüm wachsenden Lernbedürfnissen nicht mehr genügen. Eigentliche Lehrveranstaltungen, vom Schulfernsehen über das Telekolleg bis zur Fernsehhochschule, die direkt in die Kultur einführen wollen, ergänzen immer häufiger die übrige erzieherische Leistung der Massenmedien, welche eine indirekte *durch* Kultur ist.

In diesem Zusammenhang stellt H. Sturms sorgfältige und kenntnisreiche Untersuchung der tatsächlichen schulischen Möglichkeiten der Television einen sehr nützlichen Beitrag dar, geeignet, vermessene Hoffnungen zu dämpfen und künftige pädagogische Fehlinvestitionen zu verhindern, wenn er von den zuständigen Stellen beherzigt wird. Dies ist freilich nicht selbstverständlich, denn auch in diesem Bereich klaffen wissenschaftliche Theorie und journalistische Praxis peinlich weit auseinander, was die gleichermaßen wissenschaftlich geschulte und rundfunkerfahrene Autorin zu diesem Versuch veranlaßt hat, wenigstens „eine Reihe von Voraussetzungen für eine praktikable Theorie der Massenkommunikation zu klären“ (S. 7).

Was heißt „praktikabel“? Darunter muß in diesem Fall einmal nicht eine jener ideologischen Handreichungen verstanden werden, die bestimmte Medienpraktiken scheinbar wissenschaftlich, in Wahrheit aber weltanschaulich rechtfertigen oder verurteilen. „Praktikable Theorie“ bedeutet hier vielmehr, daß auf einen bestimmten Sektor der Medientätigkeit, eben die schulähnliche Wissensvermittlung, die Erkenntnisse der entsprechenden kommunikations- und erziehungswissenschaftlichen Disziplinen bezogen werden. Die Autorin nimmt sich damit verdienstvollerweise eines jener vielen vernachlässigten Gebiete an, die einer Publizistikwissenschaft im weiteren Sinn zurechnen,

und scheut dabei die Fährnisse nicht, die eine solche interdisziplinäre Zusammenschau mit sich bringt.

Die Resultate der angelsächsischen und der deutschen Publikumsforschung ergänzen sich nämlich durchaus nicht immer harmonisch, und auch die pädagogischen Lerntheorien sind nicht leicht in die publizistische Wirkungsforschung zu integrieren. Hier hat die Verfasserin im ganzen mit viel Geschick, wenn auch nicht überall auf neuesten statistischen Grundlagen, die verschiedenen Ansätze einleuchtend, eben „praktikabel“, auf ihrem Spezialgebiet verbunden. Besonderen Gewinn dürfte dabei der Publizistikwissenschaftler aus ihren Darlegungen über die Lernschritte, -formen und -muster und die Rolle der Sprache (S. 105 f.) ziehen, während er vielleicht ihrer Verarbeitung der Massenkommunikationslehre nicht in allem beipflichten wird.

Die Erwägungen über „Mengen- und Massenmedien“ (S. 13 f.) bei der Begriffsbestimmung der Massenkommunikationsmittel sind z. B. wenig ergiebig, dagegen verdient ihr Kriterium der „Vorleistungen“, jener „Leistungen oder Verzichte, die getan werden müssen, damit die Annahme der Angebote der sogenannten Massenmedien möglich ist“ (S. 16), Beachtung. Seine Nähe zu H. K. Plattes „Bereitstellungsraum“, dessen „Soziologie der Massenkommunikationsmittel“ doch im Literaturverzeichnis aufgeführt ist, wäre freilich eine Fußnote wert gewesen, und nicht nur D. Waples' letztlich mehrdeutiges Erhältlichkeitsexperiment. Die Meinung, ferner, das gedruckte Wort biete gegenüber Hörfunk und Fernsehen die besseren Lernmöglichkeiten (S. 150), scheint zumindest schwachgestützt; bei der Lösung dieses Problems müßte zum psychologischen Aspekt auf jeden Fall auch der soziologische der jeweiligen Kommunikationssituation herangezogen werden, wo es etwa zwischen schulischer Zwangskommunikation und Kommunikationsangeboten im Freizeitraum zu unterscheiden gälte.

Solden Einwänden kommt indes angesichts der Fülle von Einsichten und Anregungen, die diese Studie gewährt, nur bescheidenes Gewicht zu. Zweifel am Prinzip des Kontrastprogramms (S. 69), das statt zur Angleichung der kulturellen Niveaus zur Verstärkung kultureller Gettos führt, äußert

z. B. H. Sturm ebenso begründete wie an der Überdeutung demoskopischer Befunde (S. 129 f.). Ihre Hinweise zur kognitiven Struktur der TV-Information (S. 73 f.) und zum Unterschied von Tageswissen und Tagesbildung (S. 76 f.) wiederum sollten aufgegriffen und weiter bedacht werden. Die unpräzise, leicht faßliche Darstellungsweise des Buches erleichtert ja auf jeden Fall einem weiten Leserkreis den Zugang zu seinem Gehalt.

U. Saxer

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO] (Hrsg.): Communication in Space Age. The Use of Satellites by the Mass Media. Paris 1968 (UNESCO). 200 Seiten.

Das Zeit„alter“, von dem die hier veröffentlichten 22 Beiträge handeln, würde von der Bundesbahn noch zum halben Fahrpreis befördert. Rund sieben Jahre sind vergangen, seit (1962) Telstar als erster Kommunikations-Satellit in den Raum stieg — wiederum 17 Jahre (nur), nachdem Arthur C. Clarke mit dem ersten Science-Fiction-Artikel über „Extra-terrestrial Relays“ knapp 200 Mark verdiente. Nämlicher Clarke gehört zu den Autoren dieser Publikation, die allerdings nicht das Gruseln lehrt, sondern wissenschaftlich-korrekt, gelegentlich zwar in Plaudertöne verfallend, Möglichkeiten und noch mögliche Möglichkeiten der neuen Kommunikations-Hilfs(?) -Mittel aufreißt. — Das Buch basiert auf Vorträgen und Ergebnissen einer UNESCO-Tagung im Dezember 1965 — ein bißchen leid ist es einem wohl um dieses „Alter“. Die Autoren aus West und Ost, aus schon industrialisierten und aus noch aufstrebenden Ländern sind kompetent, wenn auch nicht alle so bekannt wie Wilbur Schramm: Medienwissenschaftler und -praktiker, Techniker, Juristen, Verwaltungsfachleute.

Man stellt soziale und ethische Fragen wie technische, juristische und politische; diskutiert die Qualität der über Molniya I geleiteten Fernsehbilder wie die vermutlich zunehmende Schreibfaulheit der Bürger, wenn Early Birds Nachkommen billige Telefongespräche in alle Welt ermöglichen; begrüßt die Akkulturation aller Völker wie die Entwicklung einzelner Erdstriche. Technische Probleme leugnen die Autoren nicht, doch halten sie andere für schwerwiegender.

Nur einige, aufs Fernsehen bezogene, seien hier wiederholt. Wie will man bei „entgrenzten“ Übertragungen der Schwierigkeit bekommen, daß auf der Senderseite Werbespots innerhalb des Programms erlaubt, im Land der Empfänger jedoch unstatthaft sind? Welche Auswirkungen auf unsere Lebensgewohnheiten wird es haben, wenn in zwei Jahrzehnten jedermann seinen Fernsehapparat wie ein Radiogerät handhaben und unabhängig von nationalen Sendern praktisch 24 Stunden am Tag Programme aus aller Welt empfangen kann? Wird die Satelliten-Kommunikation zu einer Weltsprache führen, zu einer Weltzeit? Eine Antwort wagt niemand. Den Dingen also ihren Lauf lassen? Das nun auch nicht. So steht denn als abschließender Beitrag der Vorschlag zu einem „pilot project using a communications satellite primarily for education television“ in Indien.

U. Haltermann

KURZBESPRECHUNGEN

Maria Cooper: Horace Greeley als publizistische Persönlichkeit. Ein Beitrag zur Entwicklungsgeschichte des amerikanischen Journalismus (1830—1870). Düsseldorf 1966 (Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft, Reihe „Journalismus“, Beiheft 2). 194 Seiten.

Die USA bleiben, trotz der existenziellen politischen Bedeutung, die sie nach dem Zweiten Weltkrieg für Westeuropa gewonnen haben, für die meisten Europäer, solange sie nicht selbst die Neue Welt bereisen können, ein fernes und fremdes Land. Das gilt auch für die US-Publizistik, die abwechselnd als Zukunftsvor- oder -schreckbild für die europäische Entwicklung hingestellt wird. Eine wichtige Epoche der amerikanischen Pressegeschichte zeichnet Maria Coopers Arbeit über Horace Greeley (1811—1872), den Gründer (1841) der „New York Tribune“. Der Typ der Zeitung, der Greeley nach eigener Aussage (S. 83) vorschwebte, wurde in Europa erst 100 Jahre später als anstrebenswert erachtet: ein Blatt, das weder ganz Parteizeitung noch gesinnungsneutral sein sollte. Und das im übrigen damals (für europäische Maßstäbe) bereits „Massenpresse“ darstellte. Die Entfaltung der „publizistischen Persönlichkeit“, — methodisch ist die

Arbeit an diesem Dovifatschen Begriff ausgerichtet, — wird genau nach den in den USA erforschten Quellen geschildert. Die „Tribune“, die seit 1924 (Zusammenlegung mit dem „New York Herald“) „New York Herald Tribune“ hieß, fiel 1966 dem Zeitungssterben zum Opfer. Nur ihr einstiger europäischer Ableger, heute „International Herald Tribune“ geheißen, lebt selbständig in Paris fort.

K. H.

Manfred Linz (Hrsg.): Die sogenannte Politisierung der Kirche. Hamburg 1968 (Furche-Verlag, Reihe „Stundenbücher“, Bd. 82).

Hier wirft man den Kirchen zunächst einmal eine elementare Unkenntnis darüber vor, wie eine demokratische und plurale Gesellschaft funktioniert; aber es ließe sich etwas dagegen tun, meint man treuherzig. Allerdings wagt man selbst nur „Vorarbeiten“ dazu beizutragen. Den Großteil des schmalen Bändchens nimmt eine informationsreiche Zusammenstellung und kritische Kommentierung in der letzten Zeit veröffentlichten, aber weitverstreuten Datenmaterials zu einem „Image“ der Kirchen in der Bundesrepublik von dem Soziologen O. Massing ein. Wie schwer sich die Kirchen im öffentlichen Kommunikationsprozeß tun, beweist das Protokoll eines Gesprächs, in dem sich evangelische und katholische Theologen und Journalisten um Leitsätze für öffentliche Worte der Kirchen bemüht haben. Diese beiden Beiträge machen das Taschenbuch empfehlenswert; alles andere ist Zugabe.

G. Deussen

James E. McEldowney (Hrsg.): Fram, A Report of the Oslo Assembly June 1968, London 1968 (The World Association for Christian Communication, Edinburgh House, 2 Eaton Gate, London, S. W. 1). 144 Seiten.

Der etwas eigenartige Titel dieses Tagungsberichtes wird auf der letzten Umschlagseite erklärt: ‚Fram‘ sei die norwegische Bezeichnung für Vorwärts, Voran... Damit ist der Wunsch für eine neue Vereinigung ausgedrückt, die im Juni 1968 in Oslo aus zwei bestehenden evangelischen Rundfunkvereinigungen (WACB und CCCB) hervorgegangen ist, die „World Association for Christian Communication“ (Vgl. CS 1:1968, 333 f).

Die fünf Abschnitte des Berichtes widmen sich der bisherigen Geschichte der genannten Rundfunkvereinigungen (Introduction, 8—24), dem Verlauf und der Organisation der Osloer Tagung (It happened at Oslo, 25—35); sie geben — z. T. gekürzt — die Referate der Tagung (The speakers, 38—72), die Diskussionen (Focus on Need: Discussion in groups, 73—89) und einen Ausblick in die Zukunft (Oslo looks forward, 93—116). Ein Anhang bringt neben der Konstitution und den Zusatzvereinbarungen der neuen Vereinigung u. a. ein Verzeichnis der Mitglieder des Zentralkomitees der WACC und eine Teilnehmerliste der Osloer Tagung. Besondere Aufmerksamkeit verdienen die Berichte der Diskussionen, die sich vornehmlich mit der Ausbildung, der Forschung und der langfristigen Planung für kirchliche Rundfunkarbeit (im weitesten Sinne) auseinandersetzen. Der Berichtsband gilt gleichzeitig als verbindende Publikation zwischen dem bisher von der WACB herausgegebenen „The Christian Broadcaster“ (London) und einer neu zu schaffenden mehrsprachigen Fachzeitschrift, die voraussichtlich in Deutschland unter der Redaktion von Christian Hoffmann erscheinen soll.

F. J. E.

Hermann Meyn: Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin (ergänzte Neuauflage) 1969 (Colloquium Verlag, Reihe „Zur Politik und Zeitgeschichte“, Heft 24/25). 136 Seiten.

Das einzige gediegene Kurz-Informationsmittel über die publizistischen Verhältnisse, Einrichtungen und Medien in der Bundesrepublik und übrigens auch (in einem kurzen Kapitel VI) in der DDR ist, was Daten und Konzentrationsdiskussion angeht, auf den neuesten Stand (Mitte 1968) gebracht und neu aufgelegt worden. Es ist wegen seiner konzisen, aber mit Beispielen nicht sparenden Darstellung allen interessierten Nicht-Fachleuten, besonders aber für den Gebrauch in Schulen, Sozialen Akademien und in der Erwachsenenbildung durchaus zu empfehlen. Im Anhang bietet es Hinweise auf Quellen und auf Arbeitsmittel für den Unterricht. Leider erfährt man auch in der neuen Auflage nichts über das Vorhandensein einer (mindestens nach Titel- und Auflagezahlen) starken konfessionell orientierten

M. B. E.

Die „Generalkonferenz für Publizistik der Oblaten (OMI)“ ist ein Konsultativgremium für die Generalleitung der Gesellschaft, das sich aus Vertretern aller Ordensprovinzen der in Europa, beiden Amerika, Afrika und Asien tätigen Gemeinschaft (7875 Mitglieder) zusammengesetzt. Die erste Generalversammlung dieses durch ein Generalkapitel im Jahre 1966 geschaffenen Gremiums hat sich außer mit der Organisation publizistischer Arbeit innerhalb der eigenen Gesellschaft auch mit grundsätzlichen Fragen kirchlicher Publizistik in einer Art auseinandergesetzt, die über den eigenen Kreis hinaus Beachtung verdient (vgl. auch CS 2:1968, S. 46—49). So enthält dieser Tagungsbericht neben den obligatorischen Ansprachen, der Teilnehmerliste, dem Tagungsprogramm, mehr internen Diskussionen und den Statuten die Gedanken je einer eigenen Kommission über die Ausbildung von Ordensleuten auf dem Gebiet der Publizistik (S. 43—48) und dem Einsatz publizistischer Mittel im kirchlichen Apostolat, speziell in den Entwicklungsländern (S. 55—59). Der Berichtsband ist auch in einer französischen Ausgabe erschienen.

K. A.

Die hier vorgelegte Untersuchung (mit Dokumentation) ist erheblich anspruchsvoller, als das Gewand des Taschenbuches zunächst vermuten läßt. Sie schildert einen publizistisch hoch interessanten Fall, nämlich: Was passiert, wenn eine Kirche (wohlgemerkt als Kirche, nicht irgendeine Institution oder

M. S.

Der amerikanische Fachbegriff „content analysis“, der nach und nach auch bei uns bekannt wird, findet sich meist mit Inhalts- oder Aussageanalyse übersetzt. Wersig sieht und begründet den Unterschied beider Möglichkeiten. Seine knappe Einführung (120 von 160 Seiten bieten Literatur an und schlüsseln den Inhalt in Registern auf) ist als erste Orientierung, aber auch als Durchdringungshilfe des Denkprozesses, der von der Inhaltsanalyse gefordert wird, nützlich, und zwar nicht nur für Publizistikwissenschaftler: Mit Hilfe der Analyse kann man nahezu allen Arten von Texten, also z. B. auch Predigten oder Schriftstellen, neue Aspekte abgewinnen. Die Einsichten, die auf diesem (quantifizierenden) Wege gefunden werden, sind nicht selten überraschend, besonders bei solchen Texten, denen mit herkömmlichen (historisch-kritischen oder interpretierenden) Methoden, anscheinend schon alles abgerungen worden ist.

M. S.

Allgemeine Publizistik

187

Harman Grisewood: The responsibilities of social communication. In: „UNDA-Revue catholique de radio et de télévision“, Fribourg (Suisse) 1969, No. 1, 1—3.

Albert van den Heuvel: Die Konkretion in der evangelischen Publizistik. In: „Medium“, München 5:1968 (Heft 4) 245—257. Vortrag auf der Jahrestagung der Konferenz für evangelische Rundfunk- und Fernseharbeit in Deutschland am 27. November 1968 in Stuttgart.

Imma Higgs: Das Salzburger Experiment. Gruppenarbeit im Salzburger Institut für Publizistik und Kommunikationstheorie. In: „Die Feder“, München 17:1969 (Heft 3, März) 12—14.

Eugen Kogon: Statut für Journalisten. (Die Denkschrift der EKD). In: „Frankfurter Hefte“, Frankfurt 24:1969 (Heft 1, Januar), 3—4.

R. L.: Medienpädagogisches Institut in Freiburg. Bericht über das von der Erzdiözese Freiburg eingerichtete Institut. In: „Die Feder“, München 17:1969 (Heft 3, März), 18.

François Marty: Moya de Communication de Masse et Programme d'Etudes au Séminaire. In: „Bulletin du Comité des Etudes“, Paris 10, 2:1968 (No. 52, Janvier-Mars) 161—169.

Ulla Otto: Massenkommunikation in den Entwicklungsländern. Ihr Beitrag zum Wandel komplexer politischer, ökonomischer und kultureller Systeme. In: „Publizistik“, Konstanz 14:1969 (Heft 1), 30—36.

G. R.: Der Professor, der aus der Praxis kam. Interview mit dem neuen Ordinarius für Publizistik an der FU Berlin, Prof. Dr. Harry Pross. In: „Die Feder“, München 17:1969 (Heft 3, März), 10—11.

Andrew Ruszkowski: The importance of the Communications Decree. In: „Christian Communications“, Ottawa 1968 (Nr. 26, November) 1—3. Die positive Bedeutung des Konzilsdokumentes: seine „wirkliche Bedeutung liegt in unserer Bereitschaft, jene Aufgaben zu erfüllen, die es uns stellt“.

Kurt Wessel: Subjekt — Objekt — Manipulation. In: „Medium“, München 5:1968 (Heft 4) 233—244. — Vortrag auf der Jahrestagung der Konferenz für evangelische Rundfunk- und Fernseharbeit in Deutschland am 27. November 1968 in Stuttgart.

Presse

Robert Bradley: The Scottish Press Office. In: „The Clergy Review“, London, N. S. LIII:1968 (No. 12, December) 968—970. — Aufgaben und Ziele einer kirchlichen Pressestelle.

Bund deutscher Zeitungsverleger (BDZV) zur EKD-Denkschrift. In: „Der Journalist“, Bonn 20:1969 (Heft 2, Februar), 6—7.

Bruno Geuter: Vorzüge der konfessionellen Zeitschriftenpresse als Werbeträger, Wirksamkeit und Werbekommunikation durch Vertrauen. In: „ZV+ZV“, Organ für Presse und Werbung, Bad Godesberg 66:1969 (No. 10 v. 10. März), 340—343.

Pedro Graf: Dunkle Kapitel der deutschen Kirchengeschichte. Kirchengeschichte und Pressegeschichte der Kirche. In: „Zeitschrift für Politik“, Köln/Berlin 15:1968 (Heft 4, Dezember), 470—480.

— Katholische Presse und kirchliches Amt. In: „Herder-Korrespondenz“, Freiburg 23:1969 (Heft 1, Januar), 6—8. — Kommentierter Bericht zu den päpstlichen Äußerungen gegenüber dem Rat der Weltunion der katholischen Presse, der Päpstlichen Kommission für die soziale Kommunikation und der Katholischen Union der Presse Italiens (vgl. CS 2:1969, Dokumentation), sowie den Vorgängen um den „National Catholic Reporter“ (Kansas City).

Klaus Kammerger: Ein Kirchenblatt — reformatorisch. Das Experiment ‚Publik‘. In: „Monat“, Hamburg 21:1969 (Heft 244, Januar), 92—95.

Konrad W. Kraemer: Zensur im neuen Gewand? „Kirchenzeitungsräte“ sind keine zweckmäßige Lösung für Bistumsblätter. In: „Rheinischer Merkur“, Köln, 24:1969 (Nr. 4 vom 24. Januar) 21.

Peter Pawlowsky: Zur Phänomenologie der österreichischen Kirchenpresse am Beispiel ihrer Reaktion auf die Enzyklika „Humanae vita“. In: „Der Seelsorger“, Wien 38:1968 (Heft 6, November) 422—426.

Christian Schütze: Mehr ‚Welt‘ als ‚Christ‘. Zustandsbericht über eine Wochenzeitung. In: „Monat“, Hamburg 21:1969 (Heft 244, Januar), 95—99.

Eberhard Stammer: Pressefreiheit und Marktwirtschaft. In: „Evangelische Kommentare“, Stuttgart 1:1968 (Nr. 12, Dezember) 675.

Hugo Wild: „Springier“ und die Folgen, Zur Pressekonzentration in der Schweiz. In: „Orientierung“, Zürich 33:1969 (31. Januar), 15—17.

Film

Franz Everschor: Aktionen und Reaktionen, Versuch einer Bilanz des Filmjahres 1968. In: „Stimmen der Zeit“, München 93:1968 (Heft 12, Dez.) 412—420.

Anselm Hertz OP: Christliche und allgemeine sittliche Grundsätze in Film und Fernsehen. In: „Unsere Seelsorge. Informationen und Anregungen für die Seelsorge und für das Laienapostolat im Bistum Münster“, Münster 19:1969 (Nr. 1, Januar) 14—19. — Referat auf der Arbeitstagung der katholischen Filmkommission in Deutschland am 29. 9. 1968 in Köln.

Franz Zöchbauer: Filmvorführung in der Kirche. In: „Der Seelsorger“, Wien 38:1968 (November, Heft 6) 420 f. — Kurzer Bericht über das Experiment eines entsprechenden Bittgottesdienstes in Salzburg.

Hörfunk

Marc Chambron: „Radio Voix de l'Évangile“. In: „Vivante Afrique“, Namur 1968 N. 258, 28—36. — Bericht über den lutherischen Missionssender in Addis Abeba.

John A. Lent: Philippine Radio-History and Problems. In: „Asian Studies“, Quezon City (Philippinen) 6:1968, 37—52.

Ralph Milton: A RAVEMCO Survey Report of Church related Communications in the English speaking Caribbean. In: „Occasional Bulletin from the Missionary Research Library“, New York 19:1968 (No. 6, June) 1—11. — Ein im Januar/Februar 1968 vom „Director of operational research“ des „Radio, Visual Education and Mass Communications committee of the National Council of Churches of Christ in the USA“ (RAVEMCO) erstellter Bericht, der sich hauptsächlich mit der Situation der christlichen Hör- und Sehfunkarbeit in Jamaika, St. Thomas, Antigua, Barbados, Trinidad,

Guyana, Caracus, Curaçao, Bonaire und Aruba beschäftigt.

Sehfunk

Bernard Chevallier: Les émissions religieuses. In: „Educatrices paroissiales, Revue mensuelle de vie spirituelle et apostolique pour les religieuses de paroisses“, Paris 60:1968, No. 305, (Avril) 49—52; No. 307 (Juillet-Aut) 51—55. — Die katholischen, protestantischen, jüdischen und orthodoxen Programme im französischen Fernsehen O. R. T. F., sowie in den Hörfunksendern „Europa I“, „Sud-Radio“, „Radio Luxemburg“ und „Radio Monte Carlo“.

Marcel Gosselin: „Présence Protestante“ im französischen Fernsehen. In: „Medium“, München 5:1968 (Heft 4) 258—263.

Sonstige Gebiete

Georg Bürke: Buchmarktforschung. In: „Orientierung“, Zürich 33:1969 (Nr. 3 vom 15. 2. und Nr. 4 vom 28. 2.) 35 f. und 47 f. — Die Bücherexplosion nach dem 2. Weltkrieg erfordert eine wissenschaftliche Buchmarktforschung.

Frank Dance: Communication Theory and contemporary Preaching. In: „Preaching“, A Journal of Homiletics, St. Louis Mo. 3:1968, No. 4, 20—32.

Bernard Dobiecki: La publicité: art, science ou technique de vente? Ders. Avoir plus ou être plus? In: „Educatrices paroissiales, Revue mensuelle de vie spirituelle et apostolique pour le religieuses des paroisses“, Paris 60:1968 (No. 309, Novembre), 24—29; 30—34. — Standort und Funktion der Werbung in der Konsumgesellschaft unter besonderer Berücksichtigung des Verhältnisses Werbung — Verbraucher.

Wilhelm Gössmann: Rhetorik und öffentliches Sprechen heute. In: „Hochland“, München 61:1969 (Heft 1, Januar/Februar), 13—26.

Adolf Holl: Stagnation des religiösen Buches? In: „Der Seelsorger“, Wien 38:1968 (Heft 6, November) 398—405. — Zu einer Untersuchung des Allensbacher Instituts für Demoskopie über die Marktlage des religiösen Buches.