

## Literatur-Rundschau

Hans-Rüdiger Schwab (Hg.): *Eigensinn und Bindung. Katholische deutsche Intellektuelle im 20. Jahrhundert. 39 Porträts.* Kevelaer: Butzon & Bercker 2009, 812 Seiten, 59,90 Euro.

Was verbindet so unterschiedliche Persönlichkeiten wie Max Scheler und Hugo Ball, Gertrud von le Fort und Carl Schmitt, Peter Wust und Werner Bergengruen, Georg Meistermann und Friedrich Heer, Luise Rinser und Ernst-Wolfgang Böckenförde? Sie alle sind, so vermittelt es jedenfalls der ziegelsteindicke Sammelband von Hans-Rüdiger Schwab, katholische deutsche Intellektuelle des 20. Jahrhunderts.

Was ist ein Intellektueller? „Im Intellektuellen kreuzen sich“, so der Herausgeber, „die Vollzüge von Neugierde, Beobachtung, Analyse und Kritik. Er bevorzugt die Reflexion, ist also zunächst Denker, kein (oder nur in seltenen Fällen) Täter. Seine Interventionen stützen sich allein auf die ihm zur Verfügung stehende Macht des Geistes und des Wortes“ (S. 12). Zum Eigenschaftsprofil dieser Spezies gehören neben inhaltlichen Kompetenzen besondere Charakterzüge: Eigensinn, Mut zum Widerspruch, kulturelle Deutungsmacht, bisweilen auch seismographische Fähigkeiten. Intellektuelle bewegen sich in der Sphäre der Öffentlichkeit. Sie publizieren ihre Erkenntnisse und Ideen,

stoßen Debatten an, nehmen aktiv teil am gesellschaftlichen Diskurs.

Und was – schließlich – ist ein katholischer Intellektueller? „Katholisch“ bezeichnet Herkunft und Selbstverortung dieser Intellektuellen, denen sich ihre Inspiration verdankt. Aus diesem Glutkern heraus leben und denken sie. [...] Sie sind gläubig – oder versuchen es, aller geistigen Anfechtungen ungeachtet, denen man als aufmerksamer Zeitgenosse gar nicht entgehen kann, wenigstens zu sein“ (S. 16). Das Bekenntnis zum Glauben und zur Religion steht dabei nicht selten in einem Spannungsfeld zur Kirche als Institution.

Die 39 ausgewählten Porträts gelten Personen mit ganz unterschiedlicher Profession: Die meisten lassen sich am ehesten als „Schriftsteller“ bezeichnen. In 14 Beiträgen wird Leben und Werk von Autoren mit so verschiedenem Profil (und Format) wie Annette Kolb und Reinhold Schneider, Elisabeth Langgässer und Heinrich Böll, Stefan Andres und Carl Amery, Günter de Bruyn und Arnold Stadler beschrieben. Die zweitgrößte Gruppe stellen die Philosophen: Max Scheler, Theodor Haecker, Peter Wust, Alois Dempf, Josef Pieper, Max Müller, Robert Spaemann und Hanna-Barbara Gerl-Falkovitz – sie alle haben einschlägige Positionen an Universitäten und Hochschulen

bekleidet. Dann gibt es noch die Historiker und Philologen (Joseph Bernhard, Friedrich Heer, Hermann Kurzke), die Juristen (Adolf ten Hompel, Carl Schmitt, Ernst-Wolfgang Böckenförde) sowie die Sozialwissenschaftler (Hans Maier, Franz-Xaver Kaufmann). Für die bildenden Künste wurde Georg Meistermann als einziger Repräsentant ausgewählt. Naturwissenschaftler sind nicht vertreten.

Publizisten im weiteren Sinne waren sie alle. Und manche sind es noch: Zehn Beiträge beschäftigen sich mit noch lebenden Zeitgenossen. Unsere Aufmerksamkeit soll im Folgenden besonders jenen gelten, die als Redaktionsleiter und/oder Journalisten gearbeitet haben.

Am Beginn steht Karl Muth: Die von ihm gegründete und über Jahrzehnte geleitete Zeitschrift „Hochland“ (1903–1941) hat mannigfache kulturelle und politische Impulse für die geistigen Debatten der Zeit geliefert. Winfried Becker beschreibt eingehend das Programm dieser in München erscheinenden Monatsschrift, die ein breites Spektrum verschiedener Kunst- und Wissensgebiete abdeckte. Muth, der ein philosophischer und politischer Kopf war, propagierte die Verbindung von „Religion“ und „Freiheit“ und wandte sich vor allem an die Bildungselite seiner Zeit.

Im Rückblick ist besonders die Auseinandersetzung mit dem schnell erstarkenden Nationalsozialismus bemerkenswert: Geistiger Widerstand gegen Totalitarismus und Antisemitismus, gegen politischen Zentralismus und biologisch-materialistischen Geschichtsdeterminismus, gegen Blut- und Boden-Ideologie und die Instrumentalisierung von Kunst und Kultur, das waren die Grundlinien des En-

gagements gegen die herrschenden Machteliten. Dies führte dann 1941 zum Verbot der Zeitschrift, die im wörtlichen Sinne eine „Schrift zur Zeit“ darstellte.

Die Bedeutung von „Hochland“ wird auch in anderen Beiträgen deutlich: Max Scheler und Joseph Bernhard, Hugo Ball und Werner Bergengruen, Stefan Andres, Theodor Haeger und Alois Dempf gehörten zum Kreis der Autoren. Und Heinrich Böll war von Jugend auf ein Leser des Blattes, das nach dem Kriege in neuer Form herauskam.

Die publizistische Leistung von Muth fand erst zwei Jahre nach seinem Tod eine angemessene Würdigung. Walter Dirks veröffentlichte sie in der ersten Ausgabe der „Frankfurter Hefte“ von 1946. Damit war ein neues Kapitel aufgeschlagen: In dem zusammen mit Eugen Kogon gegründeten Monatsblatt entwickelte Dirks grammatische Vorstellungen für einen demokratischen Neubeginn. „Sozialismus aus christlicher Verantwortung“ war das Ziel, und der Fixierung auf den Nationalstaat wurde die Orientierung auf Europa entgegengesetzt. Ulrich Bröckling skizziert anschaulich die weiteren beruflichen Stationen von Dirks, der später dann vor allem als Hauptabteilungsleiter Kultur im Westdeutschen Rundfunk Akzente setzte.

Gottfried Erl, selbst mehrere Jahre Redakteur der „Frankfurter Hefte“, schildert die Lebensstationen von Dirks‘ Freund und Weggefährten Eugen Kogon. Der Widerstand gegen das nationalsozialistische Regime hatte ihn in Gestapo-Gefängnisse und dann in das KZ Buchenwald geführt. Bereits Ende 1945 analysierte Kogon in seinem Buch „Der SS-Staat“ das System der deutschen Konzentrationslager

– ein Standardwerk, in viele Sprachen übersetzt und in zahlreichen Auflagen gedruckt. Auch er wandte sich gegen die restaurativen Tendenzen in der neuen Republik. An der Verbindung von christlichen, sozialistischen und demokratischen Ideen hat er bis zu seinem Lebensende festgehalten – „ein Erbe, das heute von vielen leichtfertig ver spielt wird“ (S. 374).

Nonkonformismus – diese Vokabel kennzeichnet auch die Biographie von Vilma Sturm. Sozialisiert in der katholischen Jugendbewegung, profilierte sie sich als Schriftstellerin und Journalistin, erst als Redakteurin beim „Rheinischen Merkur“, ab 1949 dann bei der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“. Ihr Engagement galt zunächst dem Naturschutz und der Ökologie, später dem „kritischen Katholizismus“ (Bensberger Kreis, Politisches Nachtgebet) und der Friedensbewegung.

Der Lebensweg von Otto B. Roegele ist eng mit dem „Rheinischen Merkur“ verbunden, der als selbstständiges Blatt am Ende dieses Jahres eingestellt wird. Bereits in der ersten Ausgabe vom 15. März 1946 ist ein (anonymer) Beitrag von ihm abgedruckt. Schnell wurde der 1920 geborene Arzt und Historiker dort Ressortleiter und mit 29 Jahren schließlich Chefredakteur. 1963 folgte Roegele dem Ruf auf den traditionsreichen Lehrstuhl für Zeitungswissenschaft an der Universität München, blieb aber bis zum Lebensende Herausgeber und Autor des Blattes. Als einflussreicher Publizist engagierte er sich für die junge Demokratie auf christlich-sozialer Grundlage, für eine freiheitlich-soziale Marktwirtschaft und für die europäische Einigung. Roegele hat ein eindrucksvolles publizistisches und wissenschaftliches Werk

vorgelegt (vgl. die Bibliographie in *Communicatio Socialis*, 38. Jg. 2005, Heft 4, S. 425-443). Maria Löblich, die sich bereits in ihrer Magisterarbeit mit dem Menschenbild Roegeles befasst hat (2004 als Buch erschienen), porträtiert knapp, aber treffend seine Persönlichkeit, die von tiefer Religiosität, einer konservativen Grundhaltung, aber auch von Toleranz für andere Denk- und Lebensstile geprägt war.

Als Journalist hat auch Rupert Neudeck lange Zeit gearbeitet (Redakteur der „Funkkorrespondenz“ und des Deutschlandfunks). Aufgewachsen in einem religiösen Umfeld, hat er zunächst Theologie studiert und – nach kurzem Noviziat bei den Jesuiten – schließlich mit einer Doktorarbeit im Fach Philosophie promoviert („Die politische Ethik bei Jean Paul Satre und Albert Camus“). Sein Lebensthema wurde die Entwicklungspolitik. „Nicht nur Politiker, auch journalistische Kollegen bezeichnen ihn als ‚missionarischen Journalisten‘, der die Rollen des Berichterstatters und des Täters unzulässig vermischt“ (S. 655). Die Konsequenz: Neudeck engagierte sich direkt; zunächst als Initiator des Komitees Cap Anamur, das viele Tausende von „boat people“ im südchinesischen Meer vor dem Ertrinken gerettet hat, seit 2003 dann als Gründer der „Grünhelme“ – ein Verein von Christen und Muslimen, der Entwicklungsprojekte in Asien und Afrika betreut. Der Text von Michael Albus beruht insbesondere auf Gesprächen mit Neudeck.

Hans-Rüdiger Schwab hat bewusst darauf verzichtet, den Autoren ein einheitliches Schema für die Beiträge vorzugeben. Das hätte sicherlich zu einer konzentrierteren Darstellung geführt, und manche

allzu ausufernde Porträts hätten so an analytischer Schärfe gewonnen. Allerdings wären Vielfalt und Farbe verloren gegangen. So ist ein anregendes und abwechslungsreiches Lesebuch entstanden, ergänzt um Anmerkungen und Literaturhinweise – aber kein biographisches Handbuch im engeren Sinne. Ein zweiter Band, der „Intellektualität unter den besonderen Bedingungen des theologischen oder kirchlichen Amts betrachtet“ (S. 26), wird vom Herausgeber angekündigt.

Intellektuelle haben es in normativ geprägten Institutionen schwer. Das Spannungsfeld zwischen kirchlicher Bindung und Eigensinn wird in vielen Beiträgen deutlich. Der organisierte Katholizismus ist nicht gerade ein Biotop für kritische Intellektuelle. Heinrich Böll hat es in einem Interview auf den Punkt gebracht: „[...] wenn es für einen Deutschen schon nicht leicht ist, Intellektueller zu sein, so ist es, wenn er außerdem noch Katholik ist, doppelt unangenehm“ (S. 528).

Der Literatur-Nobelpreisträger ist 1976 aus der Kirche ausgetreten. Die meisten anderen der hier Porträtierten sind der Institution treu geblieben, als „manchmal Vor-, manchmal Gegen-Denker, Leitfiguren und Außenseiter“ (S. 24). Das Buch macht deutlich, dass die Aufbruchstimmung des Zweiten Vatikanischen Konzils inzwischen verflogen ist. Bei aller Trauer (und auch Wut) über reaktionäre Entwicklungen in den letzten Jahren, bleibt nach der Lektüre des voluminösen Bandes die Erkenntnis: Die Kirche braucht, wenn sie lebendig bleiben und Antworten auf die drängenden Fragen der Zeit finden will, kritische Sympathisanten – heute wohl mehr als je zuvor.

Walter Hömberg, Eichstätt

Joachim Westerbarkey (Hg.): *EndZeit-Kommunikation. Diskurse der Temporalität*. Lit Verlag: Münster 2010 (= Beiträge zur Kommunikationstheorie, Band 26), 304 Seiten, 29,90 Euro.

Die Existenz der Zeit erscheint ebenso selbstverständlich wie ratselhaft. Intuitiv meinen wir alle zu wissen, was Zeit ist, doch sobald wir uns über ihr Wesen Rechenschaft ablegen wollen, verwickelt sich unser Geist in Widersprüche und Seltsamkeiten. Eines ist allerdings unter Ethnologen, Psychologen und Kulturwissenschaftlern längst ausgemachte Sache: Die Zeit wandelt sich im Laufe der Zeit. Wie Menschen die Dimension der Zeit erleben, denken und begrifflich fassen, variiert nicht nur in verschiedenen Kulturen, sondern auch in unterschiedlichen Epochen ein und derselben Kultur. Und selbst im Laufe unseres eigenen Lebens verändert sich unser Zeiterleben mit unseren jeweiligen Lebenslagen, so dass gewissermaßen jeder von uns im Laufe der Zeit in anderen Zeiten lebt und zwei Menschen zwar zur selben Zeit, doch niemals in derselben Zeit existieren können.

Man könnte davon ausgehen, dass die Kommunikationswissenschaft hierzu gehörigen Kommunikationsbedarf haben müsste. Was die Zeit für uns ist, hängt schließlich immer auch davon ab, wie wir über sie kommunizieren und in welchen Medien wir Vergangenes memorieren und Zukünftiges projektierten. In den neunziger Jahren wurde das Thema denn auch erstmals mit einer Reihe instruktiver Studien auf die kommunikationswissenschaftliche Agenda gesetzt. Womöglich drängte sich die Zeit angesichts einer bevorstehenden Millenniumsschwelle als Forschungsfrage ge-

radezu auf, auf alle Fälle machte das Thema etwa zeitgleich auch in anderen akademischen Disziplinen Karriere. Hernach ist die Beschäftigung mit der Zeit jedoch zumindest in unserem Fach ein gros der Zeit selbst zum Opfer gefallen: Ebenso unvermittelt wie das Thema aufs Tapet gebracht wurde, verschwand es wieder von ebenjener.

Jüngst scheint das gleichermaßen vertraute wie fremde Phänomen der Zeit in der Kommunikationswissenschaft eine Renaissance zu erfahren. Ein Sammelband macht mit der Zeit nun einen neuen Anfang, indem er von ihrem Ende spricht: „End-ZeitKommunikation. Diskurse der Temporalität“ lautet der Titel einer kürzlich von Joachim Westerbarkey editierten Textsammlung, wobei dieses Buch nicht nur über Endzeitkommunikation referiert, sondern selbst als ebensolche verstanden werden kann. Denn die Publikation ist das Protokoll eines wortreichen Abschieds: Als Westerbarkey im Wintersemester 2008/2009 an der Universität Münster die letzte Lehrveranstaltung vor seiner Emeritierung hielt, waren seine Kollegen am Institut für Kommunikationswissenschaft sowie die Besucher seiner Vorlesung dazu eingeladen, sich mit eigenen Beiträgen zum Thema „End-Zeit-Kommunikation“ hervorzutun. Der Ertrag dieses für akademische Gepflogenheiten ungewöhnlichen Aufrufs: Lauter letzte Worte über letzte und vorletzte Dinge, die nun überarbeitet in gedruckter Form vorliegen.

Die 24 Aufsätze, die der Band in sieben Kapiteln bündelt, nähern sich dem Thema aus sehr unterschiedlichen Richtungen: Nach einem kurzen Introitus des Herausgebers folgen Ausführungen über die Zeit aus Sicht der Physik und über

die Zeit aus Sicht der PR, über Todesdarstellungen im Fernsehen und über Trauerkultur im Internet, über die Zeitlichkeit des Comics und über die Zeitlichkeit der Katze, über den Kurzzeitruhm im Hochleistungssport und über das Langzeitgedächtnis der Mediengesellschaft, über die alltägliche Weltuntergangsprophétie der Massenmedien und über die prophetische Apokalyptik postmoderner Medientheorien.

Unter den Autoren findet sich manch Münsteraner Prominenz: Joachim Westerbarkey und Siegfried J. Schmidt gehen unter der Rubrik „ZeitVorstellungen“ das Wagnis ein, über das abgründige Phänomen der Zeit ohne Scheu vor Paradoxien Grundsätzliches zu verhandeln. Unter dem Motto „Ein Blankoscheck auf Zukunft“ skizziert Matthias Kohring in groben Zügen Niklas Luhmanns theoretische Konzeption des Vertrauens, während sich Armin Scholl auf die Suche nach einer für die Wissenschaft tauglichen Definition des Journalismus begibt, wobei sich der Autor selbst nicht ganz sicher zu sein scheint, was dies mit der Themenstellung des Sammelbandes eigentlich zu tun haben soll. Vielleicht reichte Scholl aus diesem Grunde unter dem äußerst klangvollen, aber nur mäßig maskierenden Pseudonym „Nimra Losch“ launige Bemerkungen über das Leben als akademischer Katzenhalter nach.

Zum Scharfsichtigsten, was der Band zu bieten hat, gehört sicherlich Christoph Neubergers Aufsatz über „Beschleunigungstendenzen im Internetjournalismus“. Das Internet, so Neubergers These, weise keinen inhärenten Zwang zur Beschleunigung des Journalismus auf. Vielmehr seien Schnelligkeit und Langsamkeit einander ebenbürtige

Optionen des Mediums, schließlich ermögliche das Netz nicht nur lichtgeschwinde Übertragung dank hoher Bandbreiten, sondern auch langfristige Archivierung dank immenser Speicherkapazitäten. Allerdings scheinen, so Neubergers Diagnose, im Onlinejournalismus derzeit die Akzelerationstendenzen beim Produzieren wie beim Konsumieren von Nachrichten die Oberhand zu gewinnen. Hierdurch könnte eine fatale Entwicklung immer weiter forcieren werden: Je mehr Informationen über die Welt auf uns einprasseln, desto schlechter werden wir über die Welt informiert sein.

Klaus Merten wiederum wäre die Palme für den originellsten Beitrag des Sammelbandes zu reichen. Unter dem Titel „Mose in der Wüste: die Anfänge des Kommunikationsmanagements“ vertritt Merten eine hinreichend blasphemische These: Moses müsse als Großmeister der PR in ihrer ältesten und extremsten Form verstanden werden, denn der alttestamentarische Prophet habe mit der Erfindung Gottes und der Verheißung eines ewigen Lebens nichts Geringeres als die totalitäre Propaganda aus der Taufe gehoben. Dabei stellt Merten, vermutlich ohne sich dessen bewusst zu sein, ein altbekanntes Denkmotiv auf den Kopf: Nicht Totalitarismus als säkulare Religion, sondern Religion als sakraler Totalitarismus. Moses, der listige PR-Strategie, habe das kommunikative Meisterstück vollbracht, mit nichts anderem als religiösen Fiktionen den faktischen Gehorsam seines aufmüpfigen Volkes zu erzwingen. Dass der Autor dabei den jüdischen Religionsstifter ohne Zaudern in eine Ahnenreihe mit Hitler und Freisler gesellt, mag bei historisch nicht ganz unsensiblen Gemütern wohl Unbehagen auslö-

sen. Der Originalität des Aufsatzes tut dies freilich keinen Abbruch. Mit einem kleinen Schönheitsmakel ist Mertens ketzerische Argumentation dann allerdings doch behaftet: Die Israeliten waren auf sympathische Weise dem Diesseits verhaftet. Nirgends stellt Moses im Pentateuch seinen treuen Anhängern individuelle Unsterblichkeit in Aussicht, vielmehr geht es stets nur um das äußerst irdische Schicksal des ausgewählten Volkes.

Neben aktiven Professoren und Emeriti lässt der Sammelband auch Münsteraner Promovenden, Absolventen und Studenten zu Wort kommen. So gesehen könnte man das zeittheoretische Buch auch als Dokument der Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen bezeichnen, reflektieren die Autoren doch aus ganz unterschiedlichen biografischen und akademischen Stadien heraus. Es liegt daher wohl auch in der Natur der Sache, dass die Texte des Sammelbandes von sehr unterschiedlicher Qualität sind und nicht jeder Aufsatz uneingeschränkt zu überzeugen vermag. Manch einem Beitrag wäre ein strengeres Lektorat dabei sicherlich nicht schlecht bekommen. Wenn beispielsweise in einem Besinnungsaufsatzt über das Leben und Sterben die morbide Mär aufgetischt wird, dass das menschliche Haar noch Wochen nach dem Eintritt des Todes weiterwachse, so mögen dem Leser angesichts dieser Behauptung wohl die eigenen Haare zu Berge stehen, zumindest aber wird er sich fragen dürfen, ob dergleichen Schauermärchen tatsächlich in einer wissenschaftlichen Fachpublikation Platz finden sollten.

Ihren Schwächen ungeachtet sollte man der Textsammlung allerdings ein Verdienst hoch anrechnen: Die Publikation hat sich auf

die Suche nach der verlorenen Zeit begeben und dabei ein facettenreiches Sujet der Kommunikationswissenschaft wiederentdeckt. Es wird höchste Zeit, sich der Zeit wieder zuzuwenden.

*Ramin J. Mohammadzadeh-Nowzad,  
Fürth*

Jim McDonnell: *Managing Your Reputation. A Guide to Crisis Management for Church Communicators*. Aachen: Catholic Media Council 2010 (= Cameco Practice Series 1), 46 Seiten.

Mit dieser Broschüre beginnt das Hilfswerk Cameco eine praxisorientierte Serie zur Unterstützung der Medienaktivitäten seiner Partner in den Entwicklungsländern. Mit dem Thema des Krisen-Managements für kirchliche Kommunikatoren trifft das grafisch ansprechend gestaltete und übersichtlich gegliederte Heft zeitlich mitten in kirchliche Medienkrisen in der westlichen Welt und fasst auf nur 46 Seiten Maßnahmen zusammen, die zum Grundwissen und -verhalten jedes Medienverantwortlichen in lokalen, nationalen und zentral-römischen Kirchenleitungen gehören. Wenn auch viele Hinweise zum Erkennen von Krisen, zur Vorbereitung auf sie und zu ihrer Bewältigung in lehrhaften Formulierungen Binsenwahrheiten zu sein scheinen, belegen viele Vorgänge der letzten Zeit, dass sie nicht so bekannt oder beachtet worden sind, wie es der Sache und der Kirche gut tut.

Wenn der Autor, langjähriger Direktor des katholischen Kommunikationszentrums der Kirche in England und Wales sowie Berater der Päpstlichen Medienkommission, es als Hauptaufgabe kirchlicher Medienverantwortlichen bezeichnet, in

Krisen als Advokat für die Position der Kirche zu wirken, versteht er darunter nicht nur, die Handlungen der Kirche zu erklären, zu verteidigen und zu korrigieren, sondern in angemessener Weise Erklärungen des Bedauerns und der Apologie abzugeben. Insbesondere innerhalb der Kirche müssten die Kirchenführer Brücken zu den Journalisten bilden und für Balance sorgen, wenn die Medien als Feind angesehen würden. Im Krisen-Management gehe es letzten Endes um „Reputation“, wie es der Haupttitel ausdrückt, um Ansehen, Glaubwürdigkeit und Vertrauen.

Wünschenswert wäre es, wenn diese Broschüre, die mit einem guten Literaturverzeichnis ausgestattet ist, nicht nur in den kirchlichen Medieninstitutionen der Entwicklungsländer weit verbreitet würde, sondern auch in der westlichen Welt. Sie kann als pdf unter „update@cameco.de“ oder als Printausgabe bezogen werden.

*Ferdinand Oertel, Aachen*

Walter Hömberg: Lektor im Buchverlag. Repräsentative Studie über einen unbekannten Kommunikationsberuf. Unter Mitarbeit von Susanne Pypke und Christian Klenk. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2010, 342 Seiten, 34,00 Euro.

Dass die Mitarbeiterin eines Standesamtes statt des unbekannten „Lektor“ als Berufsbezeichnung den vertrauten „Elektriker“ einträgt, ist ein freilich extremer Beleg dafür, dass breitere Kreise mit einer zentralen Vermittlungsfunktion im literarischen Leben, der Textarbeit und Selektion von Manuskripten, wenig anfangen können. Auch innerhalb der Buchbranche, ja sogar der Buchwissenschaft, blieb das

Berufsbild eher diffus (ausgenommen Ute Schneiders Arbeit zur Geschichte des literarischen Lektorats). Empirisch-analytische und berufssoziologische Untersuchungen existierten – im Unterschied zum Journalismus – bisher nicht. Walter Hömbergs materialreiche Studie behebt dieses „evidente Forschungsdefizit“.

Die Grundlage bilden schriftliche und telefonische Befragungen von Lektoren mittels Fragebögen sowie vertiefende Einzelinterviews, ergänzt um eine Befragung von Verlegern bzw. Verlagsleitern. Eine bereinigte Grundgesamtheit von 1344 deutschen Buchverlagen erhielt Fragebogen, von denen immerhin 488 (36,3 Prozent) zurückkamen. Von 614 direkt kontaktierten Zielpersonen stand etwa die Hälfte für eine Befragung zur Verfügung. Dies bedeutet eine erfreulich breite Basis und damit Aussagekraft der Studie. Der umfängliche Anhang gibt Rechenschaft über die Fragebögen und Datengewichtung und enthält gut 50 zusätzliche Tabellen.

Das Eingangskapitel umreißt die Strukturen des deutschen Verlagswesens und der Lektorate sowie die aktuellen Perspektiven des Mediums Buch. Diese Daten bieten wenig Überraschungen: Fünf Prozent der Verlage erwirtschaften rund zwei Drittel des Gesamtumsatzes, die Titelproduktion steigt weiter, die Zahl der Beschäftigten ist konstant. Sach- und Fachbuchverlage dominieren, die klassischen Editionsformen bleiben vorherrschend, die elektronischen gewinnen allmählich an Gewicht. Je größer der Verlag, desto mehr festangestellte Lektoren sind dort beschäftigt.

Aufschlussreich wird es bei den Informationen zu Berufsbild, Anforderungsprofilen und Arbeitsweisen

der etwa 2200 bis 2300 Lektoren im Lande. Die statistische Quersumme der Daten lautet: „Der Lektor in einem deutschen Buchverlag ist im Schnitt 42 Jahre alt, kinderlos, lebt in einer festen Partnerschaft und ist weiblich“ (S. 71). Natürlich wird dies minuziös differenziert und aufgefächert. Da „auf vier bis fünf Verlagslektoren etwa ein freier Lektor“ (S. 64) entfällt, ist das „Outsourcing“ hier noch nicht allzu weit fortgeschritten. Was angesichts etwa in der Germanistik gefühlter 90 Prozent weiblicher Studierender nicht verwundert: 64 Prozent der Lektoren sind Frauen – mit stetig steigender Tendenz, meist unverheiratet. Hohes Bildungsniveau und hohe Kinderlosigkeit korrelieren eng, leider auch eine geschlechtspezifische Minderbezahlung (die Differenz macht rund 500 Euro monatlich aus). 90 Prozent der Befragten haben ein abgeschlossenes Studium (Frauen überwiegend Magister, Männer deutlich mehr Promotionen). Dabei dominieren Geistes- und Sozialwissenschaften (einschließlich Sprachen) mit 76 Prozent (erstaunlich gering ist die Buchwissenschaft vertreten). Fraglich erscheint, ob eine nach dem Studium überwiegend kurzzeitige Tätigkeit in einem anderen Beruf (bei gut der Hälfte der Befragten) bereits einen „Quereinsteiger“ kennzeichnet. Der Durchschnittsverdienst liegt bei netto 2000 Euro und damit deutlich niedriger als in anderen Medienberufen. Diese Statusinkonsistenz erklärt sich aus der generell eher bescheidenen Gehaltsstruktur der Verlagsbranche.

Der Berufsalltag ist gekennzeichnet durch relativ hohe Arbeitsplatzsicherheit. Im Schnitt 45 Wochenstunden werden benötigt (länger arbeiten u. a. Journalisten

und Ärzte), um 21 Manuskripte pro Jahr (mit Ausreißern nach oben) druckreif zu machen, außerdem rund 300 eingesandte Manuskripte zu prüfen und diese zu 99 Prozent abzulehnen. Kaum 15 Prozent der Lektoren arbeiten im Programmbericht Belletistik einschließlich Kinder- und Jugendbuch, der weit überwiegende Teil kümmert sich um Sach- und Fachbücher. Nach wie vor stehen im Mittelpunkt die Betreuung des Autors und Manuskriptes sowie die Prüfung von Einsendungen, dazu kommen das Verfassen von Klappentexten und Pressematerialien, auch Kostenkalkulation, Personalmanagement und Marketing. Zur Schärfung des Verlags- und Programmprofils müssen Lektoren als „Trüffelschweine“ und „Ideenmaschinen“ tätig werden.

Die berufliche Zufriedenheit ist laut den Selbstauskünften hoch, sie steigt mit der Dauer der Beschäftigung. Die Janusköpfigkeit, Autoren und Verlag gleichermaßen verpflichtet zu sein, wird als Faszinosum gewertet, wobei Frauen sich dem „Ethos der Unsichtbarkeit“ offenbar weniger verpflichtet fühlen. Je älter die Lektoren sind, desto mehr sind sie überzeugt, sich in diesem Beruf selbst verwirklichen zu können, auch wenn das Ziel hoher Verkaufszahlen nur von 26 Prozent der Befragten als erreicht eingeschätzt wird. Signifikant hoch sind allerdings die Klagen über Arbeitsüberlastung und Zeitmangel; in fast allen Einzelgesprächen wird abendländische und nächtliche Manuskriptlektüre als selbstverständlich bewertet – Lektor sei eben „fast ein Rundum-die-Uhr-Job“ mit fließendem Übergang vom Beruf zum Privatleben. Typisch ist die stolz-resignierte Antwort auf die Frage, was ein Lektor eigentlich tut: „Fast alles.“.

Einstellungskriterien sind deshalb neben dem abgeschlossenen Hochschulstudium sowie Sprachkenntnissen und Sprachbegabung auch hohe (nervliche) Belastbarkeit, unersättliche Neugier („Universaldilettantismus“), Kommunikations- und Teamfähigkeit und Vielseitigkeit. Branchen- und Marketingwissen treten demgegenüber zurück.

Hömörg registriert aktuell drei Cluster: die klassischen Allrounder, die Projektmanager und die reinen Textarbeiter (letzteres vor allem der Nachwuchs). Zweifellos ist der Kernbereich der Tätigkeit im Wandel, die Tendenz geht „von überwiegend schöngestigten Textarbeitern zu marktorientierten Produktmanagern“ (S. 111). Der abschließende Blick auf die Zukunft der Lektoratsarbeit verweist auf die Entwicklung, dass Kernkompetenzen wie die Textarbeit im eigentlichen Sinn auf Außenlektorate abgeschoben werden, wogegen der festangestellte Lektor mit Akquisition, Planung, Koordination und Produktbetreuung befasst ist. Ob dies künftig die Rolle der literarischen Agenturen bei der Autorenbetreuung stärkt, wird sehr unterschiedlich je nach Editionsformen und Programmberichten beurteilt (am ehesten im Belletistiksektor). Die befragten Lektoren sehen insgesamt ihre Zukunft deutlich dominiert vom Produktmanagement, vulgo: der Vermarktung; am wenigsten gilt dies für wissenschaftliche, Fach-, Lehr- und Schulbücher. Hauptsächlich bei kleineren Verlagen dürften die „klassischen Allrounder“ überleben.

Aus der Fülle von Daten und Einzelergebnissen, veranschaulicht durch zahlreiche Passagen aus den längeren Lektorengesprächen, entsteht ein differenziertes Bild einer Tätigkeit, welche „viele hoch-

qualifizierte Idealisten anzieht, die für wenig Geld viel Arbeit leisten“ (S. 210). Allen, die sich für diesen Beruf interessieren, werden hier grundlegende, realitätsnahe Informationen geboten, übrigens auch Ratschläge zur Ausbildung. Hömberg plädiert für Volontariate ähnlich dem Journalismus und Intensivseminare. Für die Sozialgeschichte der Kommunikationsberufe bietet diese sorgfältige Studie unverzichtbares Material.

*Reinhard Wittmann, Fischbachau*

Marie Luise Kiefer: Journalismus und Medien als Institutionen. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2010, 244 Seiten, 29,00 Euro.

„Institution matters“ – Institutionen sind bedeutend. Auf diese Kernformel bringt Marie Luise Kiefer die Schlussfolgerung ihrer nach eigener Darstellung als Diskussionspapier zu lesenden Monografie „Journalismus und Medien als Institutionen“. Was die Autorin als fragmentarischen Problemaufriss charakterisiert, stellt den ambitionierten Versuch dar, kommunikationswissenschaftliche Perspektiven mit Ansätzen aus Soziologie und Ökonomie neu zu verknüpfen. Im Mittelpunkt steht dabei der titelgebende Begriff der Institution, der auf Journalismus und journalistische Medien in Demokratien angewandt wird.

Wie Marie-Luise Kiefer selbst einräumt, hat das gedankliche Konstrukt der Institution innerhalb der Kommunikationswissenschaft bislang nur wenig Referenz erfahren. Die dominierende Wahrnehmungsströmung lässt sich ihren Ausführungen nach salopp als Desinteresse paraphrasieren. Demnach hat

sich der Diskurs auf diesem Sektor seit 1987 nicht wesentlich von der Stelle bewegt, als Jürgen Wilke die Institution noch irgendwo zwischen einer großen Vergangenheit und einer zweifelhaften Zukunft verortete.

Als Kontrapunkt dazu folgt die vorliegende Schrift einem von Karl-Siegbert Rehberg angestoßenen Katalog von Fragen, die sich der Genese, Bestandserhaltung und Wandlung von Institutionen widmen. Hinzu kommen Aspekte der relationalen Verortung und immanenter Machtgefüge – ein Analysespektrum, dessen Relevanz angesichts der auf breiter Front stattfindenden Umwälzungen im Medienbereich auf der Hand zu liegen scheint. Zentrale Begriffe wie Journalismus, Öffentlichkeit und Medien werden so einer Neubetrachtung unterzogen, die neben verfassungs- und evolutionsökonomischen Aspekten auch Themen wie Pressegeschichte und Journalismuswandel nicht außer Acht lässt.

Obgleich dieser Ansatz in seiner Abstraktionsstärke mitunter diffus zu werden droht, liegt seine Stärke im Eröffnen normativ bedingter Argumentationsstrukturen. In ihrem Resümee stellt Marie Luise Kiefer fest, dass Journalismus in ungleich fundamentalerer Weise dem Prinzip der Institution entspricht als dies auf Medien selbst zutrifft. Indem sich ihr Institutionsstatus erst in der Verknüpfung zum Journalismus manifestiert, lässt sich letztgenannter Bereich als für das Funktionieren ausdifferenzierter Gesellschaften unabdingbare Leistungsstruktur legitimieren. Ohne dieses „kollektiv akzeptierte Mittel der Reduktion gesellschaftlicher Komplexität“ (S. 210) ist Öffentlichkeit und damit auch öffentliche Kommunikation undenkbar.

Ob sich der gemeinhin postulierte „institutional turn“ auch angesichts dieses engagiert vorgetragenen Diskussionsbeitrags auf breiter Basis in der Kommunikationswissenschaft verankern lässt, bleibt derzeit noch abzuwarten. Als Hinführung zum von komplexen Wechselwirkungen bestimmten Wirkungsfeld aus Medien und Journalismus können Marie Luise Kiefers Ausführungen indes in jedem Fall überzeugen.

Alexander Godulla, Passau

Markus Will: Wertorientiertes Kommunikationsmanagement. Stuttgart: Verlag Schäffer-Poeschel 2009, 337 Seiten, 79,95 Euro.

Der am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement (mcm institute) als Privatdozent für Betriebswirtschaftslehre und dort eine Zeitlang als Projektleiter für Corporate Communications tätige Markus Will hat sich mit der vorliegenden Arbeit im Jahr 2007 an der Universität St. Gallen habilitiert. Als Wirtschaftsjournalist und als Kommunikationsmanager sammelte er praktische Erfahrungen. Seit 1998 ist er als selbstständiger Unternehmensberater tätig.

Mit seiner Schrift verfolgt der Verfasser das theoretische Ziel, die Unternehmenskommunikation, wie er es im Vorwort formuliert „in einem streng wirtschaftswissenschaftlichen Kontext“ (S. V) zu positionieren. Kommunikationsmanagement zählt er ebenso wie Finanz- oder Personalmanagement zu den unternehmerischen Führungsfunktionen – theoretisch bezieht er sich dabei zunächst auf die Perspektive der anwendungsorientierten Betriebswirtschaftslehre nach Hans Ulrich. Dort gilt bereits

seit den 1970er Jahren, dass jedes Unternehmen nicht nur in materiell-physikalischer und sozialer Hinsicht zu betrachten ist, sondern dass unternehmerisches Handeln stets auch Bezüge zu immateriellen (ethischen) Werten impliziert, wie sie z.B. in den normativen Grundlagen der unternehmerischen Tätigkeit verankert sind.

Im Anschluss an das „Neue St. Galler Management-Modell“ und mit Blick auf die Praxis will er dem Unternehmensmanagement schließlich eine Führungsperspektive anbieten, die er als „Communications View“ etikettiert. Diese Perspektive soll als ein Signal dafür verstanden werden, dass auch im neuen St. Galler Management-Modell Kommunikationsmanagement bislang nur als Unterstützungsprozess für das Management definiert wird.

Will vertritt dagegen explizit den Standpunkt, dass „diese Be trachtungsweise als Unterstützungsprozess nicht ausreicht, um den Anforderungen zu genügen, die sich heute an Unternehmungen in ihrer kommunikativen Dimension stellen“ (S. 5).

Um die „Communications View“ als Modell in einem Unternehmen als Führungsperspektive implementieren zu können, muss das Management nach Will allerdings über zwei spezielle kommunikative Fähigkeiten verfügen: zum einen über die Fähigkeit zur Darstellung und Interpretation unternehmerischen Handelns und zum anderen über die Fähigkeit zur Kommunikation mit allen Anspruchsgruppen.

Was die Darstellung und Bewertung unternehmerischen Handelns betrifft, so wird bereits länger diskutiert, dass der Marktwert eines Unternehmens nicht bloß an sei-

nem Finanzkapital, sondern auch an seinem „intellektuellen Kapital“ zu bemessen ist. Dazu zählen etwa die Mitarbeiter, Kunden, Kooperationspartner, das Unternehmensimage bis hin zur internen Unternehmenskultur (S. 163f.). Es gibt offenkundig auch sieben Indikatoren, die in der Literatur als Messgrößen ausgewiesen sind: Investor-, Human-, Customer-, Supplier-, Innovation-, Process- und Location-Capital.

Will fügt diesen sieben Indikatoren einen achten hinzu: das „Communications Capital“. Er sieht seine Funktion vor allem darin, alle anderen Indikatoren miteinander in Beziehung zu setzen bzw. sie untereinander zu integrieren. Was die Kommunikationsfähigkeit des Unternehmens mit allen Anspruchsgruppen betrifft, so etikettiert der Autor (im Anschluss an den bekannten Begriff der Stakeholder-Relations) mit der Wortschöpfung „Communications Relations“ eine Managementfähigkeit, die er als „Kommunikationsfähigkeit im weiteren Sinne“ (S. 186) begreift.

Darauf aufbauend entwickelt er die „Communications View des Wertorientierten Managements“ (S. 186) – eine Dreiecksbeziehung zwischen Corporate Governance, Corporate Reputation und Corporate Reporting, die materielle Werte des Unternehmens (vermittelt über das Finanzkapital) gleichermaßen berücksichtigt wie immaterielle Werte (vermittelt über das erweiterte Intellektuelle Kapital). Zentral im wertorientierten Management erscheint eine Stakeholder orientierung bzw. der Aufbau eines Kommunikationsprozesses zwischen Unternehmen und Stakeholdern, für die eine Typologie von Kommunikationsinstrumenten vorgestellt wird.

„Wertorientiertes Kommunikationsmanagement dient“ – so formuliert Markus Will als letzten Satz seines Buches – „insbesondere der Legitimation unternehmerischen Handelns im Austausch mit den Anspruchsgruppen in einer kommunikativ komplexen Umwelt“ (S. 320). Damit scheint im wertorientierten Kommunikationsmanagement aber auch der Versuch zum Ausdruck zu kommen, sich mit wirtschaftswissenschaftlichem Rüstzeug der kommunikationswissenschaftlichen Perspektive von Public Relations anzunähern.

Wie lässt sich der Ertrag dieses Buches nun aus kommunikations- bzw. PR-wissenschaftlicher Perspektive einschätzen? Es stimmt durchaus optimistisch, dass aus einem selbstaufgerlegten „strenge“ wirtschaftswissenschaftlichen Kontext heraus das Plädoyer für den Stellenwert von Kommunikation kommt, dass diese über den kurzatmigen Horizont marketingorientierter Kommunikationspolitik hinauszureichen habe. Eine Sichtweise, die von Kommunikationswissenschaftlern immer schon, von Betriebswirten dagegen noch kaum vertreten wird. Dennoch ist die Anstrengung nicht so ganz neu. Zum einen verwundert es, dass Markus Will die Arbeit von Gabriele Moll zur „Wertkommunikation im unternehmerischen Kontext“ aus dem Jahr 2002 nicht miteinbezogen, ja anscheinend gar nicht rezipiert hat. In seinem Literaturverzeichnis taucht sie jedenfalls nicht auf. Moll entwickelt ein Konzept für unternehmerische „Wertkommunikation“, das die Vorstellungen eines wertorientierten Managements mit der handlungstheoretischen Basis einer verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit verknüpft.

Es wäre mehr als einen Gedankenwert gewesen, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen der Moll'schen Wertkommunikation und dem Will'schen Wertorientierten Kommunikationsmanagement zu untersuchen.

Einen anderen, Ansgar Zerfaß, ein ebenfalls aus der Betriebswirtschaft stammender „kommunikationswissenschaftlich aufgeklärter“ Autor, hat Will allerdings sehr wohl rezipiert und kritisiert. Mit seiner bereits vor 14 Jahren erstmals veröffentlichten Dissertation hat Zerfaß ein Konzept von Unternehmenskommunikation entwickelt, das die Öffentlichkeitsarbeit aus dem zu engen Marketingkorsett befreite und sie neben Markt- und Organisationskommunikation als gleichrangigen Teil der Unternehmenskommunikation positionierte. Will meint dazu: Zerfaß habe nicht überlegt, mit welchen Kommunikationsprozessen welche Stakeholder zu erreichen wären und auch keine Vorschläge zu deren organisatorischer Verortung im Unternehmen gemacht. Will bietet nun ein derartiges Organisationsmodell an. Sein Credo: Unternehmenskommunikation und Rechnungswesen müssen viel enger zusammenarbeiten, denn – so steht es schon im Vorwort: Das eigentlich nicht Messbare muss darstellbar und dann doch in gewisser Weise messbar werden. Mehrfach geht es im Verlauf der Arbeit um diese „Anbindung an die Rechnungslegung“. Wohl auch, damit vor allem bei harten Ökonomen nicht einmal der Verdacht aufkommt, bei dieser Kommunikationsthematik handle es sich um ein ökonomisch irrelevantes schmückendes Beiwerk. Inwieweit Will dies gelungen ist, kann ich – als Nicht-Wirtschaftswissenschaftler – nur schwer beurteilen.

Als Kommunikationswissenschaftler scheint mir Will allerdings sehr wohl einen Schritt in die richtige Richtung zu machen – wenngleich ein formaler Nachteil nicht unerwähnt bleiben darf: Das Buch ist für Nicht-Betriebswirte schwer verdaulich und für Praktiker – das wage ich zu behaupten – eigentlich unlesbar. Dies erkennt der Autor selbst bereits im Vorwort. Wahrscheinlich soll man das einer Habilitationsschrift auch nicht unbedingt vorwerfen. Wenn die Arbeit allerdings mit Blick auf die Praxis und sogar in der Absicht geschrieben ist, dem Unternehmensmanagement eine konsequente Kommunikationsperspektive für die Unternehmensführung anzubieten, dann wäre eine häufigere beispielhafte Erläuterung zentraler Konzeptbausteine die angemessene Publikationsstrategie gewesen. Eine diesbezügliche Überarbeitung der Habilitationsschrift für die Buchpublikation hätte dem Werk jedenfalls gut getan.

Roland Burkart, Wien

Jürgen Kniep: „Keine Jugendfreigabe!“ Filmzensur in Westdeutschland 1949 – 1990. Moderne Zeit. Göttingen: Wallstein Verlag 2010 (= Neue Forschungen zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts, Bd. XXI), 445 Seiten, 42,00 Euro.

Der Historiker Jürgen Kniep, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Haus der Bayerischen Geschichte, hat eine umfängliche, kenntnisreiche Studie zur Geschichte der Filmselbstkontrolle in Westdeutschland von 1949 bis 1990 vorgelegt. Damit tangiert er auch einen Teil der kirchlichen Medienarbeit, denn die Kirchen waren an der Gründung und Entwicklung der FSK maßgeb-

lich beteiligt. Anders als bisherige Untersuchungen, die vor allem die schädlichen Eingriffe der Zensur thematisiert haben, geht es Kniep um eine „Analyse der Filmkontrolle ohne denunziatorische Absicht“ (S. 13). Sein Ziel ist die Darstellung der Filmzensur als „komplexes Netzwerk, in dem Institutionen wie die FSK nur in ihrer Wechselwirkung mit anderen Einflüssen gedeutet werden können“ (S. 10). Das gelingt ihm überzeugend: Er zeigt wie sich in der FSK immer wieder Akte der Grenzziehung, die das Unzeigbare definierten, vollzogen haben und wie unterschiedliche Gruppe von der Politik bis zu den Kirchen daran mitgewirkt haben.

Das Buch gliedert die Geschichte der FSK in vier Hauptteile: Konstituierungsphase (1947–1952), ruhige Zeiten (50er bis Mitte 60er Jahre), Dynamisierung und Wandel (Mitte 60er bis Ende 70er Jahre), Suche nach einer neuen Ordnung (80er Jahre). Der Autor gibt einen gut nachvollziehbaren Überblick über die Entwicklungen der Beurteilungskriterien und der Prüfpraxis und macht an konkreten Beispielen von umstrittenen Filmen wie „Die Sünderin“, „Das Schweigen“ oder „Die Wechsler im Tempel“ die unterschiedlichen Argumentationslinien deutlich. Dieser Einblick ist für die Anfangsphase bis in die Mitte der 60er Jahre hinein intensiver, weil der Autor hier auf Wortprotokolle aus den Hauptausschüssen zurückgreifen konnte, die es später nicht mehr gab.

Gerade bei einigen der am heftigsten umstrittenen Filme wird der Einfluss der Kirchen sichtbar. Im Falle der „Sünderin“ korrigiert Kniep die immer noch verbreitete Ansicht, die Kirchen hätten gegen die Nacktszene Einspruch erhoben. Es ging ihnen aber, wie Kniep zu-

treffend darstellt, um gravierendere Themen wie die Legitimierung der Prostitution, den Selbstmord und die Tötung auf Verlangen. Der Rückzug der Kirchenvertreter bewirkte letztlich, dass die Zusammensetzung der Prüfausschüsse neu festgelegt wurde und die Vertreter der Öffentlichen Hand ein größeres Gewicht bekamen. Kniep betont mehrfach, dass die Kirchen in der Nachkriegszeit als moralische Instanz eine große Bedeutung hatten. Es war aber nicht nur die moralische Instanz, die die Kirchen zu einem wesentlichen Träger des gesellschaftlichen Engagements im Jugendschutz machten. Wie keine andere gesellschaftliche Gruppe hatte die Kirche eine lange Tradition in der Filmarbeit und mit dem „Film-Dienst“ ein eigenes Organ der Filmbewertung vorzuweisen.

In der Tendenz liegt Knieps Studie richtig, wenn sie die Kirchenvertreter als Gruppe herausstellt. Doch bei genauerem Hinsehen würde sich zeigen, dass die Grenzen nicht so eindeutig zu ziehen sind. Die Vertreter der Kirchen bildeten innerhalb der FSK eine Gruppe, aber es gab und gibt natürlich immer auch unter den anderen Prüfern Vertreter, die nicht nur kirchlich orientiert, sondern auch mitunter direkt der katholischen Filmarbeit zuzurechnen sind. Der mehrfach erwähnte Theo Fürstenau, der Vertreter des Bundesinnenministeriums bei der FSK und eine der prägenden Personen der 50er und 60er Jahre, gehörte auch der Katholischen Filmkommission an.

„Das Schweigen“ ist ein anderes prägnantes Beispiel für die Beteiligung der Kirchen im Diskurs über Filmkontrolle. Kniep weist darauf hin, dass es hier keine einheitliche Position gab. Die katholischen Filmfachleute hatten die rein mo-

ralische Bewertung durch ästhetische Kriterien ergänzt, Amtskirche und Gemeinden sahen sich von Filmfachleuten im Stich gelassen, die Kirchenvertreter in der FSK nahmen derweil – so Kniep – noch restriktive Positionen ein. Es gab diesen Dissens, ergänzt werden müsste jedoch, dass am Ende der Konflikt nicht zu einer Abschaffung der Filmkommission führte, sondern die Filmarbeit bestätigt wurde.

Über die Jahrzehnte hat sich die Prüfpraxis gewandelt, aber die Prüfer, stellt Kniep fest, waren nicht die „Speerspitze der Liberalisierung“ (S. 232). Vielmehr ergaben sich Veränderungen durch den Mediendruck (z. B. Zurückweisung von Zensurbestrebungen) und allgemeine Entwicklungen, so dass sich die Ausschüsse als „verlängerter Arm der Mehrheitsmeinung“ (S. 232) sahen. Der Prozess der Liberalisierung war aber nicht linear. Am Beispiel der Beurteilung des „Schulmädchen-Reports“ macht der Autor deutlich, dass auch neue Grenzen gezogen worden sind. Spielte 1970 bei der ersten Freigabe der Aspekt des Kindesmissbrauchs keine Rolle, trat er bei der Beurteilung in den 90er Jahren später in den Mittelpunkt.

Die Studie ist in jeder Hinsicht lesenwert, weil sie das differenzierteste Bild, das es über die Arbeit der FSK bisher gibt, liefert und über die Geschichte der Institution hinaus gutes Anschauungsmaterial zum Verständnis soziokultureller Wandlungsprozesse. Der Untersuchungszeitraum endet 1990. Hier beginnt eine neue Phase, die mit dem Aufkommen des Internets ganz neue Herausforderungen für den Jugendmedienschutz darstellt. Hier gibt es genügend Material für eine weitere Untersuchung.

Peter Hasenberg, Bonn

Walter Hömberg / Daniela Hahn / Timon B. Schaffer (Hg.): Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. Festschrift für Roland Burkart. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, 319 Seiten, 39,95 Euro.

Tobias Eberwein / Daniel Müller (Hg.): Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. Festschrift für Horst Pöttker. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, 560 Seiten, 59,95 Euro.

Festschriften sind eine Form der wissenschaftlichen Sammelpublikation, deren Edition/Editierung sich ganz besonderen Herausforderungen gegenüber sieht: 1. Ihre Herausgabe ist an einen ganz bestimmten, strikt vorgegebenen Zeitpunkt gebunden – den Geburtstag des zu ehrenden Jubilars; Herausgeber und Autoren verlangt das eine besonders strenge Produktionsdisziplin und Termintreue ab. Zuweilen fallen dem engen Zeikorsett dann Aspekte der formalen Editionsqualität zum Opfer. 2. Festschriften zeichnen sich in der Regel durch eine thematisch vergleichsweise heterogene Bandbreite der Einzelbeiträge aus, für die oft nur schwer eine durchgängige thematische Klammer gefunden und/oder von den einzelnen Autoren berücksichtigt werden kann. 3. Die eingeladenen Autoren fertigen in den seltensten Fällen für Festschriften originäre Erstpublikationen an, in denen sie quasi brandaktuell neueste wissenschaftliche Befunde oder Überlegungen präsentieren. Dies wiederum schmälert die Attraktivität von Festschriften für wissenschaftlich interessierte Rezipienten. Auch die beiden vorliegenden Festschriften haben mit diesen

Problemen mehr oder weniger zu kämpfen.

Was eine durchgängige thematische Klammer angeht, so wäre die Festschrift anlässlich des 60. Geburtstags von Roland Burkart eigentlich leicht im Vorteil gewesen, denn der Jubilar liefert mit seinem wissenschaftlichen Schaffen im Bereich der PR-Forschung und -Praxis einen prominenten wissenschaftlichen Impuls mit kompaktem Charakter: seinen vor rund 20 Jahren entwickelter Ansatz der sogenannten „Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit“ (VÖA). Dieser Vorteil wird allerdings nicht ausgeschöpft, obwohl ein Versuch, Burkarts Konzept der VÖA einer breit angelegten wissenschaftlichen Auseinandersetzung zuzuführen, eigentlich längst überfällig wäre. Und so weisen auch hier nur wenige Einzelbeiträge tatsächlich einen originär erkenntnisgenerierenden Bezug zu Burkarts Konzept der VÖA auf – und überzeugen dabei durch analytische Qualität, fundierte kritische Perspektiven und innovative Standpunkte. Hier werden das Potenzial der VÖA für Forschung und Praxis, aber auch ihre Grenzen und die noch bestehenden theoretischen Defizite gut sichtbar gemacht.

Der erste Teil des Sammelbandes legt den Schwerpunkt auf theoretische Erörterungen. Er eröffnet mit der vorläufig letzten Fassung des Konzepts der VÖA von Burkart aus dem Jahr 2008. In diesem Teil überzeugen vor allem die Beiträge von Ulrich Saxer und von Peter Szyszka. Sixer arbeitet en detail heraus, warum die VÖA als utopischer oder idealistischer/idealisierender Ansatz (miss-)verstanden werden kann und beschreibt dann überzeugend jene Bedingungen, unter denen sich der utopische Charakter des Kon-

zepts auflösen kann. Im Rückgriff auf theoretische Implikationen der VÖA, aber auch durch fundierte Kritik am Fallbeispiel, an dem Burkart seinerzeit sein Konzept entwickelt hatte, analysiert er zunächst systematisch die Grenzen des Konzepts und seiner Anwendung, um dann zu beschreiben, unter welchen ganz spezifischen Voraussetzungen sich das komplexe und deshalb mit hohen Kosten verbundene Konzept der VÖA als PR-Investition lohnen kann. Auch Peter Szyszka beschäftigt sich systematisch mit dem theoretischen und praktischen Potenzial der VÖA. Szyszka informiert dabei auch über den konkreten theoretischen Entstehungskontext des Burkart'schen Konzepts sowie dessen Rezeptionsgeschichte. Zudem zeigt Szyszka, wie aus dem nach seiner Auffassung bisher vorwiegend anwendungsorientierten Konzept ein theoretisches werden kann. Hierfür liefert er erste Anregungen zu einer systematischen Einbindung des Konzepts in sein eigenes systemtheoretisch geerdetes Modell der „Integrativen Theorie der PR“.

Die restlichen Beiträge des theoretischen Teils von Barbara Baerns (Transparenz und Vielfalt), Günter Bentele (Herausforderungen der PR-Ethik), Johanna Dorer (Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Geschlecht), Konrad Paul Liessmann (Lüge als Kommunikationsakt) und Klaus Merten (Ethik als PR für PR) weisen keine (stringenten) Bezüge zur VÖA auf. Dabei drängen sich z. B. gerade beim Thema PR-Ethik, aber auch für die Aspekte Transparenz und Vielfalt vielversprechende Bezüge geradezu auf. Stattdessen wird hier überwiegend schon Bekanntes, das die jeweiligen Autoren in anderen Kontexten bereits publiziert haben,

zweitverwertet – ein geradezu klassisches Problem von Festschriften.

Im zweiten Teil der Festschrift werden Forschungs- und Praxisprojekte vorgestellt, anhand derer – ebenfalls nur zum Teil – das Konzept der VÖA überprüft oder veranschaulicht wird. Am konsequentesten und überzeugendsten erfolgt dies bei Uta Rußmann, die aktuell mit Burkart die Kommunikationsprozesse bei österreichischen Nationalwahlkämpfen 1966 bis 2008 untersucht und in ihrem Beitrag theoretische und methodologische Konsequenzen der VÖA für die Entwicklung neuer und kreativer Erkenntnisinteressen aufzeigt. Daneben beschreiben weitere Beiträge praktische Erfahrungen mit PR-Kommunikationsprojekten – einige immerhin ansatzweise mit Bezug zu VÖA, andere allerdings auch völlig ohne. Mit dem dritten Teil, in dem Weggefährten den Jubilar und Hochschullehrer, Besonderheiten seines beruflichen Werdegangs und sein wissenschaftliches Oevre vorstellen und würdigen, schließt der Sammelband ab.

Vor allem die Beiträge mit explizitem VÖA-Bezug machen den Sammelband für die akademische Lehre zu theoretischen Konzepten und Modellen der PR zu einem Gewinn. Allerdings sind gerade deshalb einige formale Defizite des Bandes im Bereich des wissenschaftlichen Belegens sehr ärgerlich (falsche und sogar komplett fehlende Literaturangaben, falsche Reihung innerhalb der Literaturlisten, inkonsistente Belegarten und zahlreiche Tippfehler). Hier hat wohl ein zu eng gesetztes Zeitkorsett keine solide Korrekturschlaufe mehr erlaubt.

Die sorgfältig editierte Festschrift zum 65. Geburtstag von Horst Pöttker ist um einen thema-

tischen Kern herum systematisiert, und auch hier werden für den Titel zwei Leitbegriffe durch ein schlichtes „und“ zueinander in Bezug gesetzt: „Journalismus und Öffentlichkeit.“ Dieses auf den ersten Blick einfallslose Zusammenschlüsse beider Begriffe mit einem einfachen „und“ ist konzeptionell und theoretisch motiviert, denn in seinem wissenschaftlichen Schaffen, so stellen es die Herausgeber auch heraus, hat der Jubilar Öffentlichkeit und Journalismus durchgängig „in ausgesprochen spezifischer Weise [...] miteinander verknüpft“ (S. 9).

Aber auch hier setzen nicht alle Beiträge diese thematische Klammer um. Walter Hömberg z. B. skizziert die Entwicklung der akademischen Journalismusausbildung in Deutschland mit einem kritischen Blick auf Erfolge und Misserfolge; Ulrich Pätzold beschreibt die Anfänge des Dortmunder Studiengangs. Oder: Wolfgang R. Langenbucher und Irmgard Wetzstein informieren über ihre Arbeiten an einem „Kanon des Journalismus deutscher Sprache“, Joachim Pötschke analysiert den Einfluss der schriftstellerischen und journalistischen Arbeit von Karl Kraus auf die Entwicklung des Genres der Glosse.

Am überzeugendsten setzen die Beiträge im ersten der insgesamt fünf Kapitel der Festschrift die spezifische erkenntnisgenerierende Klammer zwischen Journalismus und Öffentlichkeit um. Hier sind Beiträge versammelt, die Fragen zur Rolle und Aufgabe des Journalismus bei der Herstellung von Öffentlichkeit auf Basis originär sozialwissenschaftlicher Öffentlichkeits- und Gesellschaftstheorien bearbeiten. So analysiert Christian Schicha die Rolle von Journalismus und Öffentlichkeit in der Mediendemokratie

aus politikwissenschaftlicher Perspektive, Claus Eurich begründet die Bedeutung von Mythen für die Herstellung von Öffentlichkeit insbesondere durch und im Fernsehen, Christoph Neuberger diskutiert im Rückgriff auf Pöttkers theoretische Arbeiten zu Formen der Interaktion und Nicht-Interaktion die Probleme von Partizipation und Interaktion im Zeitalter des Internets und fragt nach der potenziell neuen Rollen des Journalismus innerhalb der neu entstehenden Öffentlichkeitsszenarien im Web 2.0.

Kapitel 2 versammelt Beiträge zur „Medienethik und publizistischen Selbstkontrolle“. Am ehesten ist hier die theoretische, konzeptionelle Klammer zwischen Journalismus und Öffentlichkeit im Beitrag von Peter Ludes erkennbar, der auf Basis der Theorie der Netzwerkgesellschaft von Castels Deprofessionalisierungs- und Kommerzialisierungstendenzen in Journalismus und öffentlicher Kommunikation problematisiert.

Kapitel 3 „Journalismus und Migration“ greift einen konkreten Themenkontext auf, zu dem Pöttker als einer der Wenigen in unserem Fach eigenständige empirische Befunde generiert hat. Petra Herczeg z. B. schreibt über die Rolle von Journalismus und Medien bei der Herstellung solcher Öffentlichkeit, die speziell für die Integration von Migranten relevant ist, und Heinz Bonfadelli überprüft nach einer fundierten theoretischen Grundlegung der Integrationsfunktion von Massenmedien am Beispiel des Schweizerischen Hörfunks empirisch die tatsächlich realisierten Möglichkeiten und die antizipierten Wirkungen integrativ gedachter Medienkonzepte für sprachkulturelle Minderheiten. Es finden sich weitere Beiträge zum

Thema aus der Perspektive anderer Länder und anderer Zeiten.

Besondere Erwähnung verdienen darüber hinaus der informative Beitrag von Daniel Müller über die politische Fremdbestimmung sogenannter „Ethnomedien“ ethnischer Minderheiten in Deutschland sowie die theoretisch hervorragend fundierte Arbeit von Bärbel Röben zur Frage der Notwendigkeit der Integration speziell von Migrantinnen in den deutschen Journalismus – gerade wegen der theoretischen Fundierung das Beste, was ich in der gegebenen Kurzform bisher zu diesem Thema gelesen habe.

Die beiden letzten Kapitel versammeln einmal unter der etwas missverständlichen Überschrift „4. Journalistik und Journalismusforschung“ (um Letzteres geht es hier nur am Rande) Beiträge zur Etablierung und Entwicklung akademischer Journalistenausbildung in Deutschland, zu Versäumnissen, Erfolgen und besonderen curricularen Herausforderungen; zum anderen unter der Überschrift „5. Journalismus und Geschichte“ historische Beiträge ganz unterschiedlicher Art, darunter auch Aufsätze von Arnulf Kutsch (Büchers Konzeption einer universitären Journalistenausbildung) und Hans Bohrmann (1945 als personeller und institutioneller Wendepunkt der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft), die eigentlich Grundlagen zum Verständnis der Beiträge über Journalismusausbildung im vorangegangenen Kapitel liefern. Die Festschrift schließt mit „Notizen“ von Rainer Geißler „zum kurvigen Weg“ Pöttkers „zwischen Theorie und Praxis“ und mit dem von Daniel Müller zusammengestellten Schriftenverzeichnis Pöttkers.

Romy Fröhlich, München