

## Literatur-Rundschau

Roland Burkart / Walter Hömberg (Hg.): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wien: Braumüller 2004 (=Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 8), VII/282 Seiten, 21,60 Euro.

„Reflexionen über Kommunikationstheorien sind notgedrungen eher abstrakt, sie mögen auf den ersten Blick vielleicht sogar von der konkreten Kommunikationspraxis in den einschlägigen Berufsfeldern abgehoben sein“, stellen die Herausgeber des nun in dritter Auflage vorliegenden Readers gleichsam verteidigend fest. Doch: „Bei näherem Hinsehen wird sich dieser Eindruck [...] als falsch erweisen, denn Kommunikationstheorie und -praxis sind nicht einander ausschließende Gegensätze, sondern lediglich zwei mögliche Zugangsweisen zu ein und derselben kommunikativen Realität“ (S. 5). Nicht nur, dass es „keine Praxis ohne Theorien“ gibt – erst durch theoretische Bezugspunkte wird Praxis wissenschaftlicher Analyse zugänglich, werden Leistung und „Wert“ der Praxis ermittelbar, wird Vergleich möglich, werden Entwicklung und im besten Falle Fortschritt erkennbar.

Nicht allgemein um Kommunikationstheorien geht es hier, vielmehr um Theorien der Kommunikationswissenschaft bzw. um Theorien, die in der Kommunikationswissenschaft Anwendung oder Beachtung fanden und finden. Da sie eine noch recht junge Wissenschaft ist, da Probleme (vor allem) massenmedial vermittelter Kommunikation auch viele andere Fächer beschäftigen, da Interdiszipli-

narität schließlich eine Qualität und ein Anliegen der Kommunikationswissenschaft ist, sind viele der theoretischen Zugänge nicht originär kommunikationswissenschaftlich. Sie wurden vielmehr aus anderen Disziplinen adaptiert, weiterentwickelt und dem konkreten Forschungsgegenstand angepasst. Auch diese Prozesse werden in den Beiträgen des Textbuchs immer wieder prägnant und profund nachgezeichnet.

Gegliedert ist der 1992 erstmals erschienene, 1995 neu aufgelegte und nun in stark aktualisierter Form wieder erscheinende Band in zwei Blöcke: Die ersten fünf Texte fassen „ganz elementare Theorien über menschliche Kommunikation“ zusammen, die „in der engeren Fachgeschichte auch entsprechende Spuren hinterlassen haben“ (S. 2). Da ist zunächst der primär technische Prozess der Signalübertragung bzw. der Versuch seiner modellhaften Darstellung seit Shannon und Weaver, der in einem mittlerweile „klassischen“ (im knappen Auszug wiedergegebenen) Text von Bernhard Badura nachgezeichnet und auf sprachliche Kommunikation übertragen wird. Grundannahmen und Implikationen des Symbolischen Interaktionismus (der insbesondere im Uses-and-Gratifications-Approach in der Medienwirkungsforschung große Bedeutung erlangte) sind in einem Buchauszug von Herbert Blumer – wie Baduras Text von Anfang der Siebzigerjahre – anschaulich wiedergegeben. Und einen sehr verständlichen Einblick in die (bis heute in der Kommunikationswissenschaft relativ wenig rezipierte) Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Haber-

mas bietet eine von Roland Burkart und Alfred Lang erstellte „kommentierte Textcollage“. Sehr gut ist hier die Idee des „Studienhandbuchs“ umgesetzt, wird so doch ein erster Zugang zu dem komplexen Gedankengebäude ermöglicht, der sinnvoll auf eine intensivere Beschäftigung hinführen könnte. Dies gilt auch für die nächsten beiden Texte: In einem Buchauszug von Horst Holzer wird die (über den Zerfall des „existierenden Sozialismus“ in den Hintergrund gerückte) historisch-materialistische Perspektive knapp erläutert und der Warencharakter massenmedialer Kommunikationsangebote kritisch in den Blick genommen. Grundlagen systemtheoretischen Denkens, wie sie die Kommunikationswissenschaft (und insbesondere die Kommunikatorforschung) seit den Achtzigerjahren sehr stark prägen, und deren Anwendungsfelder werden schließlich von Ulrich Saxon in einem für die dritte Auflage wesentlich erweiterten Originalbeitrag präzise dargestellt.

Fast ausschließlich Originalbeiträge - ungewöhnlich für ein Studienhandbuch - bietet der zweite Teil des Bandes. In sieben Texten (drei davon ganz neu in der dritten Auflage, zwei weitere stark überarbeitet) werden „zentrale Teilgebiete des Faches auf ihren theoretischen Entwicklungsstand geprüft“ (S. 2). Nicht einzelne Theoriekonzepte werden hier also thematisiert, sondern Forschungsfelder stehen im Mittelpunkt: Manfred Rühl resümiert „die“ Theorie des Journalismus, Benno Signitzer die der Public Relations, Holger Rust die der Werbung, Dieter Baacke beleuchtet die Theoriebildung in der Medienpädagogik, Michael Schmolke je-ne in der Mediengeschichte und Franz Ronzheimer stellt in einem etwas älteren Aufsatz Theorien der Kommunikationspolitik dar.

In manchen dieser Texte wird zunächst die historische Genese der Theorieentwicklung nachgezeichnet; am weitesten zurück geht dabei Manfred Rühl, der wissenschaftliche Beschäftigungen mit Journalismus seit dem Zeitalter der Aufklärung kuriosisch nachzeichnet. Alle Texte zeigen den aktuellen Stand der Theoriedebatten im jeweiligen Forschungsfeld auf, vergegenwärtigen so das Geleistete wie auch das noch zu Leistende. Besonders interessant: Schmolkes Einblick in den durchaus noch indifferenten Theoriebezug der historischen Kommunikationsforschung, der die insbesondere in den Achtzigerjahren geführte Diskussion um Stellenwert und Perspektiven der Kommunikationsgeschichte kritisch resümiert und damit - neu in diesem Reader - in den Gesamtzusammenhang der Theoriebildung im Fach rückt.

Einen Schritt weiter als diese Überblicksdarstellungen gehen - im letzten Text des Buches - die Herausgeber selbst, indem sie (in der einzigen Textübernahme des zweiten Buchteils, einem für eine Festschrift für Gerhard Maletzke vorformulierten Aufsatz) Maletzkes Modell der Massenkommunikation weiterentwickeln für die neuen Gegebenheiten computervermittelter Kommunikation. Keine Theorie wird hier entwickelt, sondern ein anschauliches und handhabbares Modell „elektronisch mediatisierter Gemeinschaftskommunikation“.

Nirgends, so wird in dem Reader deutlich, gibt es die eine, alleingültige Theorie, in allen Feldern der Kommunikationswissenschaft werden verschiedene Ansätze parallel verfolgt. Theoriebildungen stehen oft noch am Anfang - dies ist auch Ausdruck einer großen Dynamik, die das Fach und die meisten seiner „Subdisziplinen“ auszeichnet; inter-

disziplinäre Vernetzungen sollten dabei noch stärker gesucht werden.

„Eine Theorie“, so fasst Holger Rust knapp zusammen, „ist ein systematisches Gebäude empirisch gesicherter Annahmen, die einen Gegenstand der jeweiligen akademischen Disziplin zweifelsfrei und mit klar umrisseinen Kategorien beschreiben hilft [...]. Eine Theorie soll darüber hinaus die inneren Elemente des Gegenstandes in ihrer Verbundenheit verdeutlichen. Schließlich soll sie die Positionen des Gegenstandes im Kontext angrenzender Gegenstandsbereiche zu verstehen helfen. Nicht zuletzt schreiben sich Theorien die Aufgabe zu, Erklärungen über die Genese der jeweiligen Gegenstandsbereiche beizusteuern, neue empirische Befunde in den bestehenden Kontext einzuordnen und ihn, wo es notwendig erscheint, auch zu erweitern“ (S. 189). „Die Praxis“, so meint er freilich einschränkend, „stellt sich oft anders dar.“ Oft bleibt es bei kurz reichenden Hypothesen, bei kleinen Systematisierungsversuchen – und auch seine Abhandlung steht „im vollen Licht der Vorläufigkeit der Befunde, tastet sich durch eine Reihe von Aussagen, die den Anspruch kommunikationswissenschaftlicher Argumentation formulieren“ (S. 190). Sozialwissenschaftliche Theorien sind nun mal, so Dieter Baacke, „keine stehenden Gewässer, sie leben vielmehr von untergründigen Strömungen und werden entsprechend erhitzt oder abgekühlt“ (S. 218). In dieser Vergegenwärtigung der (teils auch modischen) Wandlungsprozesse der theoretischen Zugänge und des teilweise noch unzureichenden Standorts der kommunikationswissenschaftlichen Theoriebildung liegt eine wichtige Leistung des Bandes.

Eine vollständige Übersicht über alle Theoriebezüge im Fach mit sei-

nen vielfältigen Ansätzen und Beschäftigungsfeldern kann freilich nicht erwartet werden. Explizit ausgeklammert sind Theorien der Mediенwirkung, da sie Gegenstand eines eigenen, des fünften Bandes der Studienbuchreihe sind. Nur kurz gestreift (in der Einleitung) wird der Konstruktivismus und seine derzeit große Bedeutung in der Kommunikationswissenschaft; nicht beleuchtet werden etwa Theorien der internationalen Kommunikationsordnung bzw. -entwicklung.

Insgesamt bietet der Reader weit mehr als von einem „Studienhandbuch“ zu erwarten ist. Er kann – das ist die „Grundanforderung“ – Studierenden einen umfassenden und anschaulichen Einblick in den Gegenstandsbereich und in verschiedene Forschungsfelder bieten. Hilfreich dabei sind knappe einführende „Leitseanleitungen“ und weiterführende Literaturtipps. Ein hoher „Nutzwert“ auch als Lehrbuch ist damit gegeben. Daraüber hinaus kann der Reader aber durchaus auch in der Kommunikationswissenschaft Lehrenden und Forschenden einen prägnanten Überblick über Stand und Probleme der Theoriebildung ermöglichen und damit eine eigene Standortbestimmung wie auch eine heuristische Funktion erfüllen. Und er kann auch Praktikern eine (theoretische) Orientierung über den Gegenstandsbereich der oft noch mit Vorbehalten betrachteten universitären Disziplin bieten.

In der Vielzahl von Einführungsbüchern in die Kommunikationswissenschaft und Überblickswerken auch zu Aspekten der Kommunikationstheorie (mit Titeln wie „Theorien des Journalismus“, „Die neue Kommunikationswissenschaft“ und anderen mehr), die in den letzten Jahren erschienen sind, hat das Textbuch nach wie vor eine besondere Stellung. Gut, dass der Band wieder umfas-

send überarbeitet vorliegt. Es bleibt zu hoffen, dass er trotz des „Problems der Fülle“ (S. VII) am Fachbuchmarkt entsprechende Beachtung findet.

*Markus Behmer*

Martin Löffelholz/Thorsten Quandt (Hg.): Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2003, 337 Seiten, 24,90 Euro.

Die „New Economy“ und die mit ihr verbundene Internet-Euphorie ist inzwischen Geschichte. Geblieben ist ein neues Medium, das heute - zumindest in den Industriestaaten - für weite Teile der Bevölkerung zum Alltag gehört und in bisher nicht da gewesener Weise verschiedene Kommunikationsprozesse integriert. In dem von Martin Löffelholz und Thorsten Quandt herausgegebenen Sammelband ist diese Entwicklung Ausgangspunkt, um eine „neue Kommunikationswissenschaft“ zu skizzieren. Obwohl der Band, vom Relevanzgewinn des Netzes ausgehend, allgemeine und medienübergreifende Trends als Herausforderung an die Kommunikationswissenschaft beschreiben will, ist er jedoch vor allem bei der Darstellung aktueller Forschungsfelder stark auf das Internet zentriert. Andere brisante Punkte - wie z.B. die nicht nur konjunkturelle Krise bestimmter Mediensegmente - werden somit nicht bzw. nur in Bezug auf das Internet thematisiert. Dies mag vielleicht daran liegen, dass die Herausgeber in einer sehr optimistischen Sichtweise davon ausgehen, dass die „Kommunikationsbranche und der entsprechende Teil des Bildungssystems“ auch weiterhin „boomen“ (S.14) werden.

Davon abgesehen bietet der Band in seinem ersten Teil eine interessante und kontroverse Diskussion, ob und inwieweit sich die Kommunikationswissenschaft angesichts neuer Herausforderungen ändern muss. Als entscheidender Punkt kristallisiert sich hier die Frage heraus, ob sich das Fach - wie Irene Neverla meint - auch nicht-publizistischen Medien und somit den zahlreichen im Internet möglichen Mischformen interpersonaler und öffentlicher Kommunikation widmen soll. Oder wäre es nicht besser beraten - so Hans-Bernd Brosius -, wenn es sich weiterhin ausschließlich auf seinen zentralen Gegenstand, die öffentliche und gesellschaftliche Kommunikation, bezieht? Brosius warnt auch davor, zu sehr auf die technische Seite fixiert zu sein und sich im augenblicklich Neuen - das morgen schon wieder alt und vergessen sein kann - zu verlieren. Die grundlegenden und invarianten Prozesse hinter den Phänomenen könnten so aus dem Blickwinkel geraten.

Diesen Vorwurf kann man jedoch den Herausgebern (und Autoren) dieses Bandes nicht machen. Denn im zweiten Teil geht es gerade darum, unter die Oberfläche zu schauen und Theorien und Methoden weiterzuentwickeln, um mit ihnen nicht nur die neuen Medien, sondern vor allem auch den Medienwandel besser beschreiben zu können. Dazu entwickelt Klaus Beck ein complexes, über die reinen Technik-Aspekte weit hinausgehendes Konzept, das verschiedene Teildisziplinen der Kommunikationswissenschaft integriert und damit entsprechende Anschlussstellen an bisherige Theoriebestände ermöglichen soll. Zu bedauern ist, dass in diesem Teil die aus der Soziologie stammenden Theorien über den sozialen und kulturellen Wandel in einem zentralen, zusam-

menfassenden Beitrag von Martin Löffelholz und Carsten Schlüter nur kurz auf ihre Verwendbarkeit für die Beschreibung der Evolution medialer Kommunikation hin abgeklopft werden. So steht beispielsweise die eingehende Überprüfung der Relevanz des Ansatzes von Uwe Schimank, in dem die akteurs- und systemtheoretische Perspektive verbunden werden, für die Beschreibung der Evolution medialer Kommunikation noch aus. Lediglich die Grundlagen des soziokulturellen Konstruktivismus werden in einem eigenen Beitrag von Siegfried J. Schmidt genauer ausgeführt.

Neben der Theorie widmet sich der Band bestimmten Themen und Forschungsfeldern, die als „Brennpunkte des Wandels“ vorgestellt werden. Beispielsweise geht es Martin Emmer und Gerhard Vowe um globale medienpolitische Fragen wie den Digital Divide und um neue transnationale Institutionen wie ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers). Klaus-Dieter Altmeppen zeigt Möglichkeiten auf, wie im Internet durch neue Erlösmodelle auch mit journalistischen Inhalten möglicherweise mehr Geld verdient werden könnte. Interessant wäre hier gewesen, stärker den Wandel auch anderer Medien einzubeziehen: Wie hat die Tageszeitung auf die Konkurrenz des Netzes reagiert? Schafft das Radio noch den Sprung in die digitale Welt? Bleibt das Fernsehen trotz aller Individualisierungstendenzen das dominante (Massen-)Medium?

Um Veränderungen in der Berufspraxis geht es im abschließenden Teil. Thorsten Quandt und Stefan Wehmeier beschreiben hier die Veränderungen des Journalismus bzw. der Öffentlichkeitsarbeit im und durch das Netz. Dabei wird u.a. deutlich, dass im Internet journalistische und PR-Publikationen immer weniger auseinander zu halten sind.

Ein Trend, der geradezu dazu auffordert, verstärkt Qualitätsforschung – auch im Netz – zu betreiben. Um Qualität geht es auch Elisabeth Klaus, die darauf hinweist, dass mediale Kommunikation nicht nur aus Information, sondern immer mehr aus Unterhaltung besteht. Deshalb – und hier ist der Autorin beizupflichten – sollte die Kommunikationswissenschaft die Forschung intensivieren, um entsprechende Qualitätsstandards für gute Unterhaltung und Reflexionswissen für die Ausbildung entwickeln zu können.

Insgesamt ist der Band – obwohl er in der Themenauswahl etwas zufällig wirkt – ein aufschlussreicher Beitrag zu der Frage, wie sich das Fach Kommunikationswissenschaft in Zukunft vielleicht weiterentwickeln wird. Wünschenswert wäre, dass die längst noch nicht abgeschlossene Diskussion über die Kernbestände des Fachs und neue Theorieentwicklungen in den nächsten Jahren fortgesetzt wird.

Klaus Arnold

Hans-Jürgen Bucher/Klaus-Dieter Altmeppen (Hg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2003, 367 Seiten, 32,90 Euro.

Kann man die Qualität (beispielsweise) von Fernsehprogrammen messen oder ist das ein von vornherein zum Scheitern verurteiltes Unterfangen? Dies hängt – so weiß jeder empirisch geschulte Denker – vor allem davon ab, wie man Programmqualität definiert. Bekanntlich haben alle Programme ihre Qualitäten, es kommt allerdings darauf an, welche. So lässt sich die Beschaffenheit von Fernsehprogrammen z.B. aus ästhetischer Perspektive beschreiben, man kann

aber auch soziale Aspekte in den Mittelpunkt rücken wie potenzielle Wirkungen, Akzeptanz und Relevanz für das Fernsehpublikum etc., um auf dieser Basis publizistische Zielvorstellungen zu benennen und (messbare) Indikatoren für den Grad ihrer Realisierung zu entwickeln. Doch damit nicht genug - in einem zweiten Schritt sollte sich auch noch die Funktionalität solcher Ziele beurteilen lassen: Kann z.B. eine bestimmte Sendung zur Befriedigung bestimmter Bedürfnisse beitragen oder nicht? Die erkenntnistheoretischen Probleme, die derartige Fragen implizieren, sind gewichtig, denn bereits die Selektion der zu beschreibenden Eigenschaften ist ein wertender Akt und damit ein begründungspflichtiger Schritt. Es geht allerdings auch viel pragmatischer: Man kann das Rundfunkrecht als explizit formuliertes Wertesystem begreifen und die dort formulierten Programmanforderungen als Qualitätsmaßstab zugrunde legen bzw. die entsprechenden Begriffe (Vielfalt, Relevanz, Professionalität, Rechtmäßigkeit und Akzeptanz) operationalisieren - auch dies ist noch schwierig genug, wie beispielsweise Winfried Schulz in einigen seiner Arbeiten gezeigt hat.

Die hier nur angedeuteten Überlegungen stammen aus dem anspruchsvollen Beitrag von Ralf Hohlfeld mit dem Titel „Objektivierung des Qualitätsbegriffs“, in dem er Ansätze zur Bewertung von Fernsehqualität diskutiert. Er ist im dritten Teil des vorliegenden Sammelbandes zu finden, der sich um eine Differenzierung des Qualitätsbegriffes bezogen auf verschiedene Mediengattungen bemüht. Michael Haller setzt sich dort mit Qualität und Qualitätsmessung im Printjournalismus auseinander, Hans-Jürgen Bucher und Christof Barth stellen Überlegungen

zur rezipientenorientierten Evaluation der Hörfunkqualität an, und Klaus Meier reflektiert Qualität im Online-Journalismus.

Der Sammelband geht auf eine Tagung der DGfK-Fachgruppe Journalistik und Journalismusforschung zurück, die sich im Februar 2001 an der Universität Trier dem Thema „Qualität im Journalismus“ widmete - also noch vor dem Terroranschlag in New York am 9.11., der die Thematik abermals aktualisierte. Fragen der journalistischen Qualität werden sowohl grundsätzlich als auch aus dem Blickwinkel der Medienunternehmen und der Journalisten behandelt. Das Buch ist insgesamt in vier Abschnitte gegliedert.

Im ersten Teil „Grundlagen“ weist Hans-Jürgen Bucher gleich zu Beginn in seinem Überblicksbeitrag auf die Komplexität des Qualitätsbegriffes hin. Er plädiert für ein Verständnis, das in Qualitäten keine Eigenschaften von Gegenständen sieht, sondern Zuschreibungen von Beobachtern erkennt und er verweist auf verschiedene Diskussionsarenen, in denen journalistische Qualität näher bestimmt wird. Dass die Debatte darüber fast so alt ist wie die periodische Presse selbst, zeigt anschließend Jürgen Wilke in seinem Beitrag, in dem er den Bogen vom 17. Jahrhundert bis in die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg spannt, als anglo-amerikanische Berufsnormen auch den deutschen Journalismus beeinflussten.

Ganz grundsätzlich stellt dann Wolfgang Wunden die Frage nach dem Beitrag der Medienethik in dieser Debatte; er sieht ihn vor allem in der Bereitstellung normativer Grundlagen für die journalistische Praxis. Dies bejahen auch Hans Heinz Fabris und Rudi Renger mit Blick auf das von ihnen alljährlich durchgeführte Qualitäts-Monitoring zum Journalis-

mus in Österreich. Sie plädieren im Anschluss an die Habermas'sche Diskursethik dafür, journalistische Ethik generell als diskursiv zu begreifen: Das betrifft sowohl die rationale Begründung und konsensuale Verständigung unter den journalistischen Rollenträgern als auch das Initiiieren massenmedialer Diskurse über diese Normen. Barbara Thomaß beschließt den ersten Teil mit Überlegungen zu einer interkulturellen Medienethik und nennt Medienfreiheit, globalen Informationszugang und (neuerlich ein Bezug zu Habermas) eine diskursive Öffentlichkeit als zentrale Kommunikationsvoraussetzungen, die ethische Standards erst möglich machen.

Im zweiten Teil geht es dann um verschiedene „Dimensionen“ journalistischer Qualität: Klaus-Dieter Altmeppen hinterfragt journalistische Organisationen, Produkte und Medien im Hinblick auf ihre strukturellen Bedingungen für Qualität; Vinzenz Wyss stellt ein Modell für journalistisches Qualitätsmanagement vor und liefert dazu entsprechende Umfragedaten aus der Schweiz; Susanne Fengler reflektiert die Rolle von Medienkritik und Medienjournalismus für die Qualitätssicherung; und Siegfried Weischenberg attestiert den Journalisten (unter Verweis auf eigene und internationale Befunde) ein durchaus hohes Qualitätsbewusstsein.

Im Anschluss an den schon erwähnten dritten Teil ist der vierte Abschnitt schließlich konkreten Praxismodellen gewidmet: Leiter von Programm-Controlling-Einrichtungen der entsprechenden Medienunternehmen geben Einblick in praktische Vorgehensweisen der medialen Produktevaluation.

Alles in allem liegt hier ein recht gut strukturiertes und lesenswertes Buch vor, das die vielfältigen Facet-

ten der Thematik abbildet und dem Anspruch der Herausgeber durchaus gerecht wird, eine ganze Reihe von Bezügen und Aspekten in Betracht zu ziehen. Wer sich über die Positionen zu journalistischer Qualität und über die Möglichkeiten ihrer Messung ein Bild machen will, für den ist dieser Reader unverzichtbar.

Roland Burkart

Roland Mangold/Peter Vorderer/Gary Bente (Hg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen: Hogrefe 2004, X/830 Seiten, 69,95 Euro.

Die Medienpsychologie beschäftigt sich mit menschlichem Erleben und Verhalten im Umgang mit Medien. Dies ist eine für die gesamten Kommunikationswissenschaften relevante Fragestellung, die breit gestreut Anwendung findet. Sie hilft ebenso bei der Erklärung von bestimmten Nachfrageentscheidungen wie beim Verfolgen bestimmter Medienwirkungen. Drei ausgewiesene Sozial- und Medienpsychologen haben zu diesem Zweck eine Fülle an verschiedenen Aufsätzen für das Buch zusammengestellt.

Der Titel „Lehrbuch“ suggeriert eine umfassende Einführung in die Medienpsychologie, auch wenn die Herausgeber im Vorwort erklären, dass es sich eher um eine lose Zusammenstellung von ad hoc entstandenen Problemfeldern handelt. Dies ist eine nicht ganz glücklich gewählte Erläuterung der Tatsache, dass kein Sammelwerk alle relevanten Aspekte einer Disziplin erschöpfend behandeln kann. So kann man interessierte Leser schon von vornherein abschrecken, was dieses Werk jedoch nicht verdient hat. Die Gliederung in die drei Abschnitte Grundlagen, Methoden sowie Problemfelder und Anwendungen ist lo-

gisch und zeigt zentrale Anwendungsbereiche der Medienpsychologie. Dieser Eindruck setzt sich bei der näheren Betrachtung der einzelnen Kapitel fort.

Gerade die Ausführungen zu den Grundlagen und zur Methodik der Medienpsychologie kann man mit großem Gewinn studieren. Auch die Zusammenstellung der Problemfelder und Anwendungen spiegelt eine große Bandbreite wieder, wenn auch einzelne Aspekte zu kurz kommen. So fällt als wesentliche Schwäche des Werkes auf, dass sich die einzelnen Beiträge hauptsächlich auf die Wahrnehmung von elektronischen Medien wie Fernsehen oder Online-Angeboten bzw. deren Wirkung auf Rezipienten stützen. Die Nutzung von Printmedien wie Büchern, Zeitungen und Zeitschriften hingegen wird nur in äußerst allgemeiner Form in Kapitel 18 behandelt. Dabei hätten gerade Fragen wie die Leseförderung oder die verschiedenen Projekte „Zeitung in der Schule“ hierzu eine dankbare Ausgangsbasis geboten. Auch fällt auf, dass nicht alle Autoren ihr Themengebiet so gut verständlich abhandeln können, wie dies z.B. im Kapitel 3 zur Mediennutzung gelingt. Auch wenn man jeder Wissenschaft ihr Recht auf eigene Fachbegriffe und Formulierungen zugestehen muss, kapituliert man mehr als einmal vor einer ungünstigen Kombination aus überlangem Satzbau und expliziten Fachtermini.

Dieser Mängel ungeachtet liegt dennoch eine beachtenswerte Sammlung an Aspekten vor, die einen guten Überblick über viele Fragen der Medienpsychologie bietet. So kann man sich in den meisten Fällen grundlegend über einschlägige Theorien und deren Vertreter informieren und erhält in den Anhängen zu jedem Kapitel auch gut durchdachte Empfehlungen zur weiterführenden Lite-

ratur. Dass diese meistens englischsprachig sind, mag man bedauern, ist aber Ausdruck der entsprechenden Entwicklungen in den Wissenschaften.

Viel bedenklicher ist aber, dass die meisten Ausführungen hauptsächlich auf Quellen der psychologischen Forschung beruhen, weniger auf publizistik- oder kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen. Dies wird besonders deutlich bei den Beiträgen zur Medieninhaltsforschung in Kapitel 9 oder anderen medienpraktischen Beiträgen. Auch wenn man der Medienpsychologie den Charakter einer Grundlagenwissenschaft zusprechen mag, so sollte sie nie die Verwendungszusammenhänge - und damit übrigens auch den Nachweis ihrer praktischen Relevanz - aus den Augen verlieren. So bleibt als Erkenntnis, dass ein intensiverer Dialog zwischen Medienpsychologie und Kommunikationswissenschaft gefordert ist, um diese Lücke zu schließen.

*Steffen Hillebrecht*

David Hober/Bernd Merz/Bernhard Nelessen (Hg.): *Ungeholtene Worte zum Sonntag von Prominenten zum 50. Geburtstag*. Würzburg: Echter Verlag 2004, 143 Seiten, 9,90 Euro.

Seit fünfzig Jahren ist es nun fester Bestandteil des ersten (zunächst einzigen) Fernsehprogramms: „Das Wort zum Sonntag“. Weit über dreihundert Sprecher und Sprecherinnen haben seit dem Start am 8. Mai 1954 die mehr als zweieinhalbtausend Sendungen gestaltet. Nach der „Tagesschau“ die zweitälteste Sendung überhaupt, ist ihr Titel längst zum geflügelten Wort geworden.

Was tun zu einem solchen Jubiläum? Das Fernsehen zeigt Galas oder Rückblicke in Form von Best-

of-Collagen. Am nachhaltigsten ist zur Würdigung immer noch das Medium Buch, dessen Prestige trotz sinkender Nutzung relativ stabil geblieben ist. Also ein Sammelband mit ausgewählten Sendetexten oder eine Festschrift mit Lobesworten und Analysen?

Die drei Betreuer der Sendung hatten eine originellere Idee: Sie baten vierunddreißig prominente Zeitgenossen, ihr ganz persönliches „Wort zum Sonntag“ zu schreiben. Herausgekommen ist ein ansprechend gestaltetes Büchlein. Sein Titel erinnert an die „Ungehaltenen Reden ungehaltener Frauen“ von Christine Brückner, zuerst erschienen 1983, und an die „Ungeschriebenen Memoiren“ Katia Manns von 1974.

Prominent - dieser Begriff, ursprünglich abgeleitet vom lateinischen *prominere*: „bedeutend“, „heerausragend“, wird heute meist im Sinne von „bekannt“ und „berühmt“ verwendet. Welche Prominenz-Typen sind hier versammelt? Der Kreis der Beiträger umfasst vorwiegend Politiker und Journalisten, aber auch Künstler und Verbandsvertreter. Die Wissenschaft ist allein durch die Konstanzer Literaturwissenschaftlerin Aleida Assmann vertreten. Neben manchen (offenbar) unvermeidlichen Namen tauchen unter den Autoren auch einige überraschende Namen auf.

Viele sprechen bzw. schreiben über das eigene Metier: Dieter Baumann über das Laufen, Karlheinz Böhm über das Helfen, Gotthilf Fischer über das Singen, Hans-Olaf Henkel über die Segnungen der Globalisierung, Frank Lehmann über Wirtschaftsethik, Hubert Weinzierl und Angelika Zahrnt über Naturschutz, wobei die Letztgenannte auch den Öko-Kitsch nicht scheut.

Bei den Journalisten ist das nicht

anders, drei Beiträge ausgenommen: „Bild“-Chefredakteur Kai Diekmann wirft der evangelischen Kirche in Deutschland wegen ihrer aktuellen politischen Stellungnahmen „Diesseitigkeit“ vor. Basha Mika, Chefredakteurin der „taz“, sieht bei der Börsenberichterstattung des Fernsehens religiöse Rituale durchschimmern. Heribert Prantl, als innenpolitischer Kommentator der „Süddeutschen Zeitung“ meinungsstark wie Abraham a Sancta Clara, vergleicht die friedlose Realität unserer Welt mit der Weihnachtsbotschaft.

„Das ‚Wort zum Sonntag‘ ist keine elektronische Weiterführung der Sonntagspredigt, sondern ein eigenständiger Versuch, dem Wort Gottes unter der Eigenlogik des Fernsehens Geltung zu verschaffen.“ So David Hober, Geschäftsführer der katholischen Rundfunkarbeit und einer der Herausgeber des Bandes, in einem Interview mit der „Funkkorrespondenz“ im Mai dieses Jahres. Die erwähnte Eigenlogik verlangt vor allem nach Bildern und nach Bewegung. In der Realität bleibt es meist bei der Präsentation einer Sprecherin bzw. eines Sprechers: ein abgefilmter Dreieinhalb-Minuten-Monolog als Brücke zwischen „Tagesthemen“ und Spätfilm am Samstagabend. Die Sendung liegt quer zum sonstigen Programm - formal und inhaltlich. Ethische Zuschauer zappen weg; zwei Millionen, immerhin, bleiben dran oder schalten zu.

Die meisten Autoren, die vom Fernsehen kommen, reflektieren die Spannung zwischen Wort und Bild: Dagmar Reim etwa, Intendantin des RBB, und Markus Schächter, Intendant des ZDF. Ihr Kollege Fritz Pleitgen vom WDR spielt mit dem Gedanken, die Zuschauer das „Wort zum Sonntag“ sprechen zu lassen - ein Beitrag voller Scherz, Satire, Ironie und tieferer Bedeutung, bei dem

Brechts „Radiotheorie“ Pate gestanden hat. RTL-Chef Gerhard Zeiler verteidigt das Privatfernsehen; dass eine Sprecherin des „Worts zum Sonntag“ Sloterdjiks Diktum vom „Amüsierfaschismus“ auf einige Unterhaltungsformate der kommerziellen Sender bezogen hat, gefällt ihm gar nicht. Carmen Thomas nutzt die Chance zur Eigenwerbung, indem sie auf ihre Bücher und ihr Coaching-Gewerbe verweist. Wim Wenders schließlich, Filmemacher und Dr. theol. h.c., hält eine Philippika, die weder die Kirchen noch das Fernsehen ungeschoren davonkommen lässt.

Die Form der meisten Beiträge pendelt zwischen Kommentar und Predigt, wobei manche Autoren sich gern deutlich bis drastisch ausdrücken: Heiner Geißler, der die biblische Botschaft mit dem Materialismus der Gegenwart konfrontiert, Rupert Neudeck, der im Pater-Leppich-Stil die Feigheit der Christen anprangert, und Gloria von Thurn und Taxis, die den Mangel an Glauben und die „jammernde Kirche“ beklagt. Bezuglich der Form hebt sich der Krimi-Autor Felix Huby deutlich ab: In sein Gespräch zweier Männer an einer Bushaltestelle mischt sich ein Fremder ein, der Kluges über die Unmündigkeit und das Selbstdenken zu sagen weiß. Sein Name ist Immanuel Kant.

Nicht alle der ungehaltenen „Worte zum Sonntag“ überzeugen - darin ähneln sie den gehaltenen. Das Buch gibt jedoch mannigfache Anstöße zum Nachdenken. Neben den Texten von Pleitgen und Wenders bleiben besonders die Beiträge vom amerikanischen Botschafter Daniel R. Coats („Gott und die amerikanische Verfassung“) und vom ehemaligen SPD-Vorsitzenden Hans-Jochen Vogel („Mein archimedischer Punkt“) in Erinnerung.

Wird es in fünfzig Jahren noch das „Wort zum Sonntag“ geben? Ja, wird es überhaupt noch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk geben? Und wie wird sich die Kommunikation in Religion, Kirche und Gesellschaft verändert haben? Der Band regt auch zum Nachdenken über diese Fragen an.

Walter Hömberg

David Biesinger: *Muss Kinderfernsehen gottlos sein? Bedeutung, Chancen und Grenzen des Kinderfernsehens in Deutschland für die religiöse Sozialisation. Eine religionspädagogische Untersuchung unter Berücksichtigung sozial- und medienwissenschaftlicher Erkenntnisse.* Münsster: LIT Verlag 2004 (=Religion – Medien – Kommunikation, Band 2) 434 Seiten, 24,90 Euro.

Die titelgebende Frage dieser Dissertationsschrift fordert geradezu dazu auf, biblisch zu antworten: „Ja, ja“ oder „nein, nein“. Und dies wäre auch eine angemessene Reaktion auf die Frage, ist ihre Beantwortung doch insbesondere abhängig von der Einstellung bzw. der Haltung des Gefragten. David Biesinger bietet zu dieser Frage allerdings eine umfangreiche Dissertation von 434 Seiten mit nicht weniger als 751 Fußnoten. Sie erhebt einen hohen Anspruch, will sie doch als religionspädagogische Untersuchung aus unterschiedlichen Perspektiven sozial- und medienwissenschaftliche Erkenntnisse berücksichtigen, letztlich, so der Eindruck der Rezendentin, um auf die Titelfrage zwingend mit „nein“ antworten zu können bzw. nicht nur ein „nein, muss nicht“, sondern vielmehr ein „nein, darf nicht“ zu erreichen. Und eben in diesem Anspruch, um bereits eine zentrale Kritik an dieser Arbeit ganz

zu Beginn der Rezension zu formulieren, liegt ihre Schwäche. Biesinger will mit seinen Argumentationsketten den Lesern und Leserinnen seines Buches einfach keine Chance mehr lassen, etwa ein „nein, aber“ zu formulieren. Zahlreiche Register sozialwissenschaftlicher und kommunikationswissenschaftlicher (keinesfalls nur medienwissenschaftlicher) sowie sozialisationstheoretischer und entwicklungspsychologischer Ansätze ziehend, will er sein Antwort wissenschaftlich möglichst „wasserdicht“ absichern. Dabei verkennt er, dass sich seine Frage mittels einer wissenschaftlichen Analyse, wie er seine akademische Streitschrift nennt, kaum beantworten lässt.

Eine Ahnung dieser Problematik schlägt sich bereits im Aufbau dieser Arbeit nieder: Der Autor ist nach jedem neuen Argumentationsstrang darum bemüht, wie er es formuliert, seine „Ergebnisse zu sichern“. Ein Zwischenfazit nach jedem größeren Kapitel ist durchaus sinnvoll und aus der Perspektive des Lesers wünschenswert. Biesinger lässt in seiner Vorgehensweise allerdings erkennen, mit welch großem Engagement, nahezu sophistisch, er sein Publikum an die Hand nehmen und es durch seine Argumentationsgänge führen möchte, damit es schließlich an dem einzigen möglichen, seinem religionspädagogisch anvisierten Ziel ankommen möge.

Ärgerlich macht dies vor allem deshalb, weil der Autor auf dem Klappentext seines Buches behauptet, aus der Perspektive der Kinder zu argumentieren. Dies ist nicht richtig. Die Perspektive der Kinder kommt an keiner Stelle vor. Biesinger macht zu Recht (und darin ist das Buch eindeutig zu loben) deutlich, dass Bemühungen um Kinderfernsehen heute das aktive Kind in seiner Identitätsgenese in den Mittel-

punkt stellen sollte, underteilt damit überkommenen bewahrpädagogischen Perspektiven, wie sie noch immer Debatten um Kinderfernsehen prägen, eine klare Absage. Doch dabei lässt er Kinder selbst keinesfalls zu Wort kommen, sondern bemüht vielmehr und ausschließlich unterschiedliche akademische Standpunkte, um über Kinder und ihre Bedürfnisse in einer individualisierten Welt zu reflektieren.

Der Verfasser holt darin weit aus. Erst auf Seite 262 kommt er zum eigentlichen Thema seiner Untersuchung, deren Ziel er dort folgendermaßen umreißt: „Ziel ist es, abschließend durch die religionspädagogische Betrachtung die Bedeutungen, Chancen und Risiken des Kinderfernsehens weiter zu verdeutlichen.“ Methodisch beruft sich Biesinger in seiner Einleitung auf die „Vorgehensweise Sehen, Urteilen, Handeln“, vom „Allgemeinen zum Besonderen“ (S. 23f.) fortschreitend. Biesinger will damit explizit vermeiden, ein vorgefertigtes methodisches Konzept an den Anfang seiner Untersuchung zu stellen, das dann „Stück für Stück abgearbeitet“ wird (S. 23).

Genau dieses geschieht aber in der mit einem guten Fundus sozialwissenschaftlicher Theoriebestände argumentierenden und von einem hohen interdisziplinären Kenntnisgrad geprägten Arbeit des belesenen und vor allem von „seiner Sache“ überzeugten Autors. Denn schon zu Beginn seiner Arbeit ist sich der Religionspädagoge Biesinger seiner Antwort unmissverständlich sicher, dass es keinesfalls ausreiche, um Kindern die für sie wichtigen Möglichkeiten einer transzendentalen Deutung des eigenen Lebens zu ermöglichen, nur implizit Religion im Kinderfernsehen zu bieten. Er hält vielmehr das aktive Einfordern z.B. von Kindergottesdienstübertragun-

gen der Kirche für nötig, um Religion im Kinderfernsehen explizit zu machen. Als bekennender Katholik spricht er erstaunlicherweise von „Kirche“ im Singular, wenn er auch deutlich eine ökumenische Zusammenarbeit vorschlägt, dies jedoch nur der beiden großen christlichen Kirchen.

In seiner vermeintlich zwingend angelegten Argumentation überrascht der Autor mit Forderungen dieser Art; schließlich sollten Programme für Kinder, wenn sich Redaktionen dazu entschließen, explizit religiöse Inhalte darzubieten, auch die Kinder nicht ausschließen, die anderen Religionen angehören, kommt es doch darauf an, gerade die auch von Biesinger benannte Integrationsfunktion des Kinderfernsehens zu stärken.

Aber auch für alle die Leser, die Biesingers Einstellung nicht mittragen können und sich eher von einer Grundhaltung überzeugen ließen, wie sie unaufdringlich 1980 Jürgen Barthelmes als „kontextuelle Ethik“ für Kinderfilm und Kinderfernsehen gefordert hat, bietet sein Buch mit seinem klugen, wenn auch (zuweilen allzu) mächtig aufgeworfenen theoretischen Überbau eine Fülle intellektueller Aha- oder Déjà-vu-Erlebnisse.

Seine beiden ersten lezenswert aufbereiteten Hauptkapitel zum Kinderfernsehen als Sozialisationsfaktor (der medientheoretische Bezugsrahmen der religionspädagogischen Fragestellung) und zur Persönlichkeitsentwicklung als Kommunikationsgeschehen (der sozialwissenschaftliche Bezugsrahmen der religionspädagogischen Fragestellung) halten für den interessierten Leser und die Leserin eine reizvolle Konfrontation mit Neuem oder auch eine Wiederbegegnung mit Bekanntem - je nach Kenntnisstand - bereit, etwa mit George Herbert Meads, Eriksons, Habermas'

und Krappmanns Identitätsbegriff. So liegt denn für weniger religionspädagogisch engagierte, jedoch um die Perspektive von Kindern in einer herausfordernden Umwelt bemühte Kommunikationswissenschaftler, Fernsehproduzenten, Eltern und Medienpädagogen der Gewinn der Lektüre insbesondere in der Zusammenstellung von Begriffsdefinitionen, kritischen Sichtweisen und Theoriebeständen, die der Autor für sein drittes, zentrales Kapitel „Religion im Kinderfernsehen“ als Grundlegung zusammengetragen hat.

Ingrid Paus-Hasebrink

Erich Garhammer/David Hober (Hg.):  
Vom Non-Prophet-Unternehmen zu  
einer visionären Kirche. Verkündigung  
in der Massenmediengesellschaft.  
Würzburg: Echter 2002, 144 Seiten,  
16,80 Euro.

Der Untertitel drückt - wie so oft - genauer als der Obertitel aus, worum es in diesem Sammelband geht: um die kirchliche Verkündigung in der Mediengesellschaft. Er enthält sieben Beiträge, die unterschiedlichen Genres angehören und sich verschiedenen Anlässen verdanken, aber alle der Frage nachgehen, wie Verkündigung heute gelingen kann und in welche, durch die Medien und den Zeitgeist gestellte Fallen sie nicht hineintappen sollte.

Der originellste und persönlichste Beitrag ist für mich die wie eine Glosse geschriebene Reflexion über den Arbeitsalltag eines kirchlichen Senderbeauftragten von Ulrich Harbecke. Nur Habakuk, der kleinste der Propheten, passt als biblisches Vorbild. Wie hier jemand - nicht ohne Selbstironie - über seine Berufsrolle nachdenkt, über natürliche oder zufällige Verbündete und Gegner und

über die Möglichkeit, bei all dem die Anliegen des Glaubens zur Sprache zu bringen - das hat exemplarischen Charakter. Das wünscht man sich auch von anderen Berufsvertretern, die sich als Christen verstehen, gelegentlich zu erfahren.

Der letzte, vom Würzburger Pastortheologen Garhammer verfasste Beitrag ist direkt eine Predigtvorlage (aus eigener Erfahrung mit dieser Berufsrolle kann ich sagen: eine ansprechende, lebendige) - und zwar zum Mediensonntag, der in Deutschland im September platziert wird und da meist im Übergang von Ferienzeit zum Beginn des Schul- und Arbeitsjahres untergeht. Die vorangestellten zehn Thesen desselben Autors mahnen die Prediger und Predigerinnen, auf der Kanzel nicht eingängig daher zu reden wie Showmaster oder redundant wie Handytelefonierer im ICE, sondern die Konfrontation mit einer Wirklichkeit schaffenden und das Schweigen einbeziehenden Sprache zu wagen.

Ein ähnliches Anliegen verfolgt Klaus Müller, Fundamentaltheologe in Münster, mit seinem, an zweiter Stelle platzierten Beitrag. Dem Engagement Jesu für die Outcasts und seiner provozierenden Sprache recht nahe kommt für Müller der italienische Fotograf Oliviero Toscani mit seinen Schock-Plakaten, wie er sie u.a. für Benetton gestaltete. Sollten nicht auch die Verkünder der Botschaft Jesu an einer solchen Grattwanderung beteiligen, wobei sie freilich die sparsamere, aber nicht minder mächtige Bildkraft der Rede und Taten Jesu für heute aufschließen und ihr vertrauen müssen?

Die uns umstellende Programmwelt des Fernsehens bildet den Ausgangspunkt für „medientheologische“ Überlegungen Hans-Joachim Höhns, Professor für systematische Theologie in Köln. Im Blick hat er

weniger die explizit religiösen Sendungen, sondern das „dispers“ Religiöse im Programm. Dessen Grundaufforderung „Zeig's mir!“ führt viele Talkgäste zu moralischen Bekenntnissen und zur Hoffnung auf öffentliche Losssprechung. Inszenierte Fernseh-Events werden zu Ritualen einer neuen Medienreligion. Sich mit ihr als Ersatz für die schwindende religiöse Praxis zufrieden zu geben, bedeutet für Höhn eine fatale Instrumentalisierung und Säkularisierung. Der Glaube könne seine Eigenständigkeit nur bewahren, wenn er auf Vermisstes und Fehlendes aufmerksam macht, z.B. mittels ästhetischer Objekte und Symbole für das Noch-nie-Dagewesene und das immer Gültige.

Wie sich das Christentum gegenüber der esoterischen Behauptung einer Neu-Verzauberung der Welt durch Rituale und eine „zweite Religiosität“ verhalten soll, behandelt der Soziologe und Theologe Michael Hochschild. Seine Antwort: Christen können nur durch den Charme eines glaubwürdigen Lebenszeugnisses zu bezaubern hoffen, in Weltzugewandtheit, ohne Flucht in das Getto eines Geheimwissen.

Der kurze Beitrag des Freiburger Religionsoziologen Michael N. Ebertz basiert wohl auf einem Impulsreferat für eine Jahrestagung von kirchlichen Senderbeauftragten. Daraus münden die eher assoziativ formulierten Thesen am Ende in eine Erwägung über die Angemessenheit eines bundesweiten kirchlichen Hörfunkkanals.

Insgesamt bietet der kleine Sammelband eine Reihe wirklich lohnender Anregungen: zur persönlichen Reflexion der Beitrag von Harbecke, zum Predigen die von Garhammer, zur kirchlichen Medienpolitik jener von Ebertz. Die Artikel von Müller, Höhn und Hochschild sind wohl eher

etwas für ein theologisches Seminar - schon wegen ihrer wissenschaftlichen Sprache und den Ebenen ihrer Argumentation.

Rüdiger Funiock

Wolfgang Duchkowitsch/Fritz Hausjell/Bernd Semrad (Hg.): Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft. Münster: LIT Verlag 2004 (= Kommunikation. Zeit. Raum, Band 1), 277 Seiten, 24,90 Euro.

Der emsige Lit-Verlag aus Münster produziert jetzt, wenn ich richtig zähle, die vierte Buchreihe, die sich mit Kommunikation und Geschichte befasst. Ihr Titel ist, leicht umgestellt und ohne Dankeschön, vom Berichtband über die Salzburger Jahrestagung 1990 der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft entlehnt, den Walter Hömberg und Michael Schmolke 1992 herausgegeben haben. Die beiden sehen, soweit es um Titelfindung geht, ihre prognostische Leistungsfähigkeit gewürdigt.

Band 1 der neuen Reihe befasst sich mit dem „Umgang“ mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft. Das ist treffend formuliert, denn der Umgang mit Zeitungswissenschaft und Zeitungswissenschaftlern, wie sie im Dritten Reich agiert haben, war schon manchmal etwas merkwürdig, und mehr Transparenz kann da nicht schaden. Der neue Band befasst sich aber nicht nur mit dem Umgang, sondern auch direkt mit dem Stoff, den er, kurz und bündig, „nationalsozialistische Zeitungswissenschaft“ nennt. Wenn man die 18 Aufsätze und ihre vielen Fußnoten liest, lernt man, besonders aus den Noten, dass es erstaunlich viel Literatur zum Thema gibt. Die Aufarbeitung des Feldes Publizistik-

und Kommunikationswissenschaft hat also durchaus stattgefunden, und sie hat nicht einmal zu spät begonnen (Lerg über Hubert Max: 1965!). Das muss um der Redlichkeit willen in Erinnerung gerufen werden.

Überhaupt ist Redlichkeit - oder jedenfalls die Erinnerung an redliche Gepflogenheiten - der Anlass für diese Rezension. Denn manches, was da gut gemeint ist, schrammt haarscharf an den Grenzen solcher Gepflogenheiten entlang.

Das beginnt mit dem Titel des Sammelbandes: „Die Spirale des Schweigens“ - offensichtlich sollen Assoziationen mit Elisabeth Noelle-Neumanns „Schweigespirale“ hergestellt werden. Aber es ist etwas durchaus anderes als ihre sozialpsychologische Theorie der öffentlichen Meinung gemeint, nämlich jener nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs in vielen Branchen und wissenschaftlichen Disziplinen gängige Mechanismus, wonach ein erst einmal durch Schweigen erfolgreich Entlasteter besser auch weiterhin verschweigt, was er einmal war, wenn er eine (neue) Karriere machen will. Zum Beispiel Franz Ronneberger, der seine Zeit als fleißiger Mitarbeiter des „Völkischen Beobachters“ ab 1945 erfolgreich bedeckt gehalten hat, um seine zweite, unbestritten erfolgreiche und ebenso unbestritten demokratisch orientierte Karriere zu machen.

Auch der Untertitel des Buches ist nicht wohlbedacht. Nach der Lektüre der hier versammelten Beiträge - die meisten stammen von einer Dortmunder DGPUK-Tagung von 2002 und sind in jenem Jahr schon in „Medien & Zeit“ publiziert worden - fühle ich mich bestärkt in meiner Position: Eine „nationalsozialistische Zeitungswissenschaft“ gab es nicht. Es gab einige Anpasser (d'Ester, Dovifat z.B.), einige Ein-

schleimer, einige - nicht ungefährlich lebende - Sonderwegverfechter und einige überzeugte Nazis, wofür der von Lutz Hachmeister aufgearbeitete Fall Alfred Six das dramatische Exempel liefert. Alles zusammen waren es, der Zahl nach, nicht sehr viele, und die meisten, nicht nur die bürgerlich-konservativen Fachvertreter „versuchten mehr oder weniger vehe- mrent, aus der Aufwertung der Propaganda im NS-Staat für ihr Fach Profit zu schlagen“ (Hachmeister, S. 67). Das Fach als Ganzes aber war eine quantité négligeable, von Goebbels oder gar Hitler ignoriert und am ehesten noch vom wenig wichtigen Walther Heide mit seinem Auslands-Presse-Büro und seinen Unterteufeln gefördert, um eigener Zwecke willen. Wenn „Reichspressechef“ Otto Dietrich für die ZW eintrat, so kann als sicher gelten, dass sein Teilarbeits-Chef Goebbels dagegen war.

Die Disziplin war also in der NS-Zeit, obwohl an mehr Universitäten vertreten, aus der Sicht der wirklich Mächtigen nicht mehr wert als nach 1945 aus der Sicht der westdeutschen Zeitungsverleger. Mit jenen dreien, die damals neu anfingen durften (d'Ester, Dovifat und Hagemann) gab es, möglicherweise ohne dass es ihnen so recht bewusst wurde, einen „Neuaufbau nach 1945 ... - rigoroser und konsequenter als in vielen anderen Disziplinen“ (Schütz, S. 151).

Von Walter J. Schütz (Neuanfang mit brauner Lektüre, S. 145-152) lesen wir die Geschichte aus der Sicht der damals Studierenden, teils amüsant und stets unaufgeregt. Von ihm erfuhren wir Jüngeren schon 1954 und eher beiläufig, dass es von Wilmont Haackes „Feuilletonkunde“ (1943) eine geschönte Fassung von 1951 („Handbuch des Feuilletons“) gab, und die erste war keineswegs verschwunden, sondern, wenn man

einen Draht zu Günter Kieslich hatte, ebenso zugänglich wie der Sonderdruck „Judentum und Presse“ aus dem „Handbuch der Zeitungswissenschaft“, der vom Verlag Hiersemann „anlässlich der Tagung der Dozenten der Zeitungswissenschaft von 7. bis 9. Mai 1942 in Wien“ überreicht worden war. In ihm stehen auch die 21 Spalten (von insgesamt 159) von Wilmont Haacke: „Das Wiener jüdische Feuilleton“, die Verena Blaum in ihrem Aufsatz „Schmarotzende Misteln“ (S. 181-192) aufs Korn nimmt - mit Recht, denn Haackes eindeutige Verunglimpfung des „undeutschen Stils“ kann nicht mit der Tatsache beschönigt werden, dass er insgesamt einen inhaltsreichen Text vorgelegt hat.

Gleich zwei Beiträge enthält der Sammelband über Franz Ronneberger, der in der NS-Zeit zwar kein Zeitungswissenschaftler war, sehr wohl aber Journalist auf hoher Ebene in Wien, und als solcher tief vernetzt, freiwillig verstrickt ins nationalsozialistische System. Peer Heinelt befasst sich mit ihm als „Schreibtischtäter“ (S. 193-217) und Fritz Hausjell mit seinen „Wiener Jahren“ (S. 219-234). Ronneberger dürfte inzwischen einer der, soweit es um politisch-kritischen Zugang geht, besterforschten Kommunikationswissenschaftler des deutschen Sprachraums sein, denn sowohl Hausjell als auch Heinelt arbeiten sehr gewissenhaft aus den Quellen. In beiden Arbeiten spielt Ronnebergers journalistische Tätigkeit eine wichtige Rolle. Beide aber verzichten darauf, die Studie von Frank Khauer über „Franz Ronneberger und die Wiener Ausgabe des ‚Völkischen Beobachters‘“ zur Kenntnis zu nehmen, welche die gründlichste Erforschung dieses Ronneberger schwer belastenden Lebensabschnitts ist (abgedruckt in: Gabriele Melischek/Josef Seethaler

[Hg.]: Die Wiener Tageszeitungen. Eine Dokumentation, Band 4: 1938–1945. Mit einem Überblick über die österreichische Tagespresse der NS-Zeit. Frankfurt am Main 2003, S. 149–189). Die beiden Verfasser hätten ihr mindestens eine Respekt-Fußnote gönnen müssen, denn sie ist schon 2003 publiziert worden, und mindestens einer dieser beiden wusste spätestens seit der Dortmunder Tagung von Anfang 2002, dass es sie längst als Manuskript gab.

Was Ronneberger selbst angeht, so bleibt das Rätsel, warum er sich über seine NS-Vergangenheit hartnäckig ausgeschwiegen hat. Nicht einmal die Chance des letzten autobiographischen Interviews (in „Kommunikationswissenschaft – autobiographisch“, 1997) hat er genutzt, und dies obwohl doch die Mehrheit seiner Nachkriegs-Fachkollegen bereit war, seine demokratische Wende voll zu respektieren und als Grundlage seiner in der Tat „arbeitspsychotischen“ Nachkriegsleistungen zu beurteilen.

Viele der 18 Aufsätze befassen sich mit Lebensgeschichten aus einer Zeit, die schwer zu leben war. Die Autoren von heute sind zum Teil noch Zeitgenossen, zum Teil Schüler, also jedenfalls Mit-Erlebende der hier thematisierten Menschen. Zum Teil sind sie Nachgeborene und als solche die eigentlich berechtigten Historiker. In ihren Aufsätzen ist der moralische Zeigefinger nicht zu übersehen. Ihr wissenschaftliches Handwerk verstehen sie gut. Manches vom schweren Leben verstehen sie nicht. Für ihre Beiträge gilt, was Wolfgang R. Langenbucher, interviewt von den Herausgebern, sagt: „Es wird sicherlich noch braune und schwarze Flecken geben, aber einen Erkenntnisgewinn für die Entwicklung des Faches und für die heutige Situation wird man kaum bekommen“ (S. 32).

*Michael Schmolke*

Christiane Fritzsche: Vergangenheitsbewältigung im Fernsehen. Westdeutsche Filme über den Nationalsozialismus in den 1950er und 60er Jahren. München: Martin Meidenbauer 2003, 232 Seiten, 35,90 Euro.

Kann Vergangenheit „bewältigt“ werden? Und wenn, dann wie? In welcher Form kann insbesondere die NS-Zeit sinnvoll im Fernsehen thematisiert werden? Heftige Debatten wurden darüber in den letzten Jahren in der Öffentlichkeit geführt, und teils wurde scharfe Kritik geübt – gerade auch von Historikern, insbesondere an den (gemessen an Einschaltquoten und Aufmerksamkeit) sehr erfolgreichen ZDF-Sendereihen Guido Knopps. Einige der Vorwürfe lauteten: Effekthaschend, zu stark personalisierend, zu wenig differenzierend. So überrascht es, wenn Christiane Fritzsche zu Beginn ihrer zunächst als Magisterarbeit am Historischen Seminar der Universität München erstellten Studie feststellt, die „Bewältigung der NS-Vergangenheit im deutschen Fernsehen“ sei „bis dato kaum beachtet worden“ (S. 12).

Doch sie hat recht: Das Feld wissenschaftlicher Studien zu dem Thema ist sehr überschaubar, und es gelingt ihr, es durchaus zu bereichern, wiewohl das Anliegen ihrer Untersuchung gleichfalls sehr überschaubar ist: Drei „Filme über das Dritte Reich, die zwischen 1955 und 1969 im Fernsehen liefen“ (S. 14) werden eingehend betrachtet. Es sind dies der bereits 1946/47 entstandene und 1955 erstmals im Fernsehen ausgestrahlte Kinofilm „In jenen Tagen“ von Helmut Kautner, die von SDR sowie Nord- und Westdeutschem Rundfunkverband produzierte, 1960/61 erstmals ausgestrahlte 14-teilige Dokumentarserie „Das Dritte Reich“ und Joachim Fests Dokumentarfilm „Adolf Hitler – Versuch eines

Portraits“ aus dem Jahr 1969. Diese Filme bzw. Fernsehsendungen sollen jeweils exemplarisch stehen für die TV-Vergangenheitsbewältigung im Ausstrahlungszeitraum. Dementsprechend ist das Buch chronologisch gegliedert - in die die jeweilige Grundtendenz stichpunktartig beleuchtenden Hauptkapitel „Die 40er Jahre - Die ‚verordnete Vergangenheitsbewältigung‘“, „Die 50er Jahre - Die Verdrängung der Vergangenheit?“, „Ende der 50er Jahre - Die Wiederkehr der Vergangenheit“ und „Die 60er Jahre - Die Allgegenwärtigkeit der Vergangenheit“.

Es ist etwas irritierend, dass rund ein Fünftel des Buches damit den 40er Jahren gewidmet ist, der Zeit vor der Einführung des Fernsehens. Dies ist allein dadurch gerechtfertigt, dass damals „In jenen Tagen“ entstand, der Film, dessen Ausstrahlung dann prototypisch für den Umgang des jungen Mediums mit der NS-Zeit in den 50er Jahren steht. Ein „Trümmerfilm“ war es, so wird anschaulich herausgearbeitet, im dem Käutner das Schicksal der Deutschen und ihre Rolle als Opfer des NS-Regimes in den Mittelpunkt stellt - „zeitlose ethische Werte“ werden vermittelt, die unabhängig vom Nationalsozialismus sind. Und diese Sichtweise, so konstatiert Fritzsche überzeugend, entsprach auch acht Jahre nach der Entstehung des Films, als er 1955 ins Fernsehen kam, noch „dem Geist der Zeit“ (S. 84).

Dieser „Geist der Zeit“ wird - hier wie auch für die folgenden Zeitschnitte - prägnant und sehr anschaulich vorgestellt: Jedes der vier Hauptkapitel wird eingeleitet mit einem auf sorgfältiger Literaturauswahl fußendem Überblick über die „gesellschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen“. Pointiert wird informiert etwa über die NS-Prozesse, über die gesellschaftlichen Aus-

einandersetzungen bezüglich der historischen Verantwortung, später über die juristischen Verjährungsdebatten hinsichtlich der NS-Verbrechen sowie über Position und Thematisierungsleistung der Studentenbewegung. Anschließend werden für den zweiten bis vierten Abschnitt jeweils zunächst die programmpolitischen und technischen Rahmenbedingungen des Fernsehens knapp erläutert, dann die TV-Sendungen zum Nationalsozialismus quantifiziert. Den größten Teil jedes Hauptkapitels nimmt die genaue Vorstellung des Sendungsbeispiels ein: Entstehung, Aufbau, inhaltliche Schwerpunkte, technische Gestaltung werden eingehend beschrieben, die Zielgruppe benannt, dann die „Wahrnehmung des Films“ anhand einer groben qualitativen Analyse der Berichterstattung u.a. in der Programmpresse zu erfassen versucht, schließlich eine Verortung der „Filme“ im Vergleich zur zeitgenössischen NS-Forschung angestrebt.

Wie war er nun, der Umfang der NS-Thematisierung im Fernsehen? Ganze 16 Sendungen zum Thema gab es 1955, darunter acht Fernsehspiele. Der Vorwurf immerhin, „das Fernsehen der 50er Jahre habe den Nationalsozialismus totgeschwiegen“, sei damit „nicht haltbar“. Doch bewegten sich diese Beiträge „in relativ engen Bahnen: Während Themen wie das Leid der deutschen Bevölkerung ausführlich dargestellt wurden, kamen andere Aspekte wie die Struktur des NS-Regimes, seine ideologischen und politischen Voraussetzungen oder die nationalsozialistische Verfolgungspolitik zu kurz“ (S. 74f.). Insofern war die Ausstrahlung gerade von Käutners Spielfilm durchaus zeittypisch, und sie stand auch nicht im Widerspruch zu den zeitgenössischen Forschungsbemühungen.

1961 waren dann bereits 87 Bei-

träge über das „Dritte Reich“ im Programm, in der Mehrzahl Dokumentarfilme. Sachliche Information über das, was gewesen war, nicht Interpretation der Zusammenhänge und Bedingungen, stand nun - im Fernsehen wie auch in der Forschung - im Vordergrund: Ereignisgeschichte, die stark personenfixiert war und insbesondere die Rolle Hitlers, aber auch die Bedeutung des deutschen Widerstandes überbewertete. Die sehr ambitionierte und bei Publikum wie Kritik erfolgreiche Serie „Das Dritte Reich“, verdienstvoll als erste gründliche TV-Dokumentation der Geschehnisse der zwölf dunklen Jahre, spiegelt diese Tendenzen sehr genau wider, wie Fritzsche luzide herausarbeitet.

1965 war die Zahl der TV-„Beiträge“ - was alles genau als „Film“, „Beitrag“ oder „Sendung“ gezählt wurde, wird leider nicht immer hinreichend deutlich - dann auf 125 (bei einem freilich auch insgesamt deutlich erweiterten Fernsehprogramm der inzwischen zwei Sender ARD und ZDF) angestiegen, 1969 dann auf nur mehr 56 zurückgegangen. Die Rahmenbedingungen hatten sich in den 60er Jahren grundlegend geändert, „Vergangenheitsbewältigung“ und deren Versäumnisse waren endlich ein öffentliches Thema. Und im deutschen Fernsehprogramm hatten Beiträge zur NS-Zeit (trotz des Rückgangs zum Ende des Jahrzehnts „einen festen Platz“ (S. 153). Dokumentationen konzentrierten sich „auf brisante und umstrittene Aspekte statt auf harmlose und gefällige Themen“ (S. 152). Auch wurde nicht mehr nur Überblickswissen im Fernsehen vermittelt. Vielmehr wurde eine gewisse Grundinformiertheit vorausgesetzt, wurden nun auch Deutungen der Ereignisse angeboten, doch seien diese, wie die Autorin deutlich macht, zumindest beim nä-

her analysierten Beispiel, Fests Dokumentarfilm aus dem Jahr 1969, nicht auf der Höhe des damaligen Forschungsstands gewesen. Neue Erkenntnisse etwa von Bracher und Broszat über totalitäre Strukturen, das Machtgefüge des NS-Staats und gesamtgesellschaftliche Strömungen und Verantwortlichkeiten seien ignoriert worden und eine Sichtweise deutlich geworden, die „Hitler dämonisiert und in ihm den alleinigen Verantwortlichen für Krieg und Terror sieht“ (S. 178). Dies wurde auch von der zeitgenössischen Kritik moniert.

„Wer einen Film über das Dritte Reich dreht, muss die Geschehnisse vereinfachen“, resümiert Fritzsche. Er kann „nur dann ein breites Publikum erreichen, wenn er Themen aufgreift, die in der Öffentlichkeit ohnehin präsent sind, und wenn er Thesen vermittelt, die die Mehrheit des Publikums teilen. Das Fernsehen wirkt damit verstärkend, es spiegelt meist das Bild vom Nationalsozialismus wieder, das in der Bevölkerung dominiert“ (S. 183). Keine sehr positive Einschätzung also der Wirkungsmöglichkeit des Fernsehens - aber wohl eine realistische. Doch muss es Teil des Grundversorgungsauftrags und allgemein des gesellschaftlichen Mandats zumindest des öffentlich-rechtlichen Fernsehens bleiben, auch unbequeme, schwierige, kontroverse und nicht „massenkompatible“ Beiträge zur NS-Zeit (wie zu anderen brisanten Themen) ins Programm zu heben. Ein breites Publikum wird man damit kaum erreichen; andernfalls würde das Fernsehen aber aufhören, kritischer Partner im öffentlichen Diskurs zu sein. Und für reine Affirmation ist das Medium zu wertvoll.

Doch zurück zum Buch: Christiane Fritzsche legt alles in allem eine kleine, aber feine Studie vor, die

einen prägnanten Einblick in ein wichtiges Forschungsfeld bietet. Gleichzeitig stellt das mit sehr leserfreundlichem Satzspiegel, Fadenheftung und ansprechendem Hardcover gestaltete Bändchen eine gute Visitenkarte für den Verlag Martin Meidenbauer dar, der sich als Neugrün-

dung mit eigenem kulturwissenschaftlichem Profil und drucktechnisch schönen Büchern im zunehmend umkämpften Markt kommunikations- und medienwissenschaftlicher Titel zu profilieren sucht.

*Markus Behmer*