

Literatur-Rundschau

Jens Bulisch: *Evangelische Presse in der DDR. „Die Zeichen der Zeit“ (1947–1990)*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2006 (= *Arbeiten zur Kirchlichen Zeitgeschichte. Reihe B: Darstellungen*, Band 43), 496 Seiten, 79,90 Euro.

Vor 23 Jahre schrieb die Rezensentin einen Beitrag über die Zeitschrift „Die Zeichen der Zeit“. Darin wurde die Vermutung geäußert, dass die evangelische Monatsschrift – im Gegensatz zu den Wochenblättern – aufgrund ihres Konzeptes „wohl niemals in die Schußlinie der SED geraten“ sei. Nur im Vergleich war dies richtig. Jens Bulisch, Pfarrer der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche Sachsens, dokumentiert dies mit der vorliegenden umfangreichen Arbeit, mit der er an der Universität Leipzig promovierte. Darin zeichnet er die Entwicklung der evangelischen Pressearbeit in der DDR nach. Dabei steht der chronologische Werdegang der Zeitschrift „Zeichen der Zeit“ im Mittelpunkt, einer Publikation, die sich laut Untertitel an die Mitarbeiter der Kirche – also an Multiplikatoren – wandte. Erreichen wollte die Monatsschrift jedoch die christliche Öffentlichkeit insgesamt mit einem Themenspektrum, das seine „Wirksamkeit im Grenzbereich von wissenschaftlicher Theologie und Kirchenpolitik wie auch auf der Grenze von Kultur und Kirche“ entfaltete.

Der Autor startet mit einem ausführlichen Literaturüberblick zum Stand der evangelischen Presseforschung und bewertet diese im Hinblick auf die Tragfähigkeit ihrer Aussagen und Ergebnisse. Für seine beschreibende historische Darstellung

kombiniert er unterschiedliche Quellen: Archivmaterial verschiedener Provenienz, ergänzt um Gespräche mit Zeitzeugen und eine quantitative Inhaltsanalyse der Zeitschrift.

In fünf Etappen zeichnet Bulisch die Geschichte der „Zeichen der Zeit“ nach, eingebettet in die sie umgebende konfessionelle Presselandschaft, in die DDR-Kirchengeschichte, in die jeweilige staatliche Kirchenpolitik und die von ihr vorgegebenen Handlungsspielräume. Der erste Teil der Untersuchung beschreibt die Gründung der Evangelischen Verlagsanstalt, die Bemühungen um kirchliche Zeitschriften, die 1947 schließlich zu einer Lizenz für die „Zeichen der Zeit“ führte und die Anfangsjahre des Blattes in Bezug auf seine publizistisch-theologische Profilfindung sowie die schwierigen technischen Rahmenbedingungen. Die zahlreichen Anträge auf eine erweiterte zielgruppenspezifische, evangelische Zeitschriftenlandschaft blieben erfolglos, wie der Verfasser im folgenden Abschnitt erörtert. Als Monatsschriften kamen lediglich die „Theologische Literaturzeitung“ und die „Christenlehre“, das Blatt für die Katecheten, hinzu. Damit erhielt die Zeitschrift ungewollt eine Singularstellung, da sie einen möglichst breiten Leserkreis anzusprechen versuchte.

Beschränkungen in der Arbeit gab es von Anbeginn: Die Auflagenhöhe wurde staatlicherseits willkürlich festgelegt und dann weiter reglementiert mit dem Argument des Papiermangels. Sowohl bei der Sowjetischen Militäradministration als auch später in der DDR gab es für kirchliche Publikationen Zensurmaß-

nahmen, die bei Beanstandungen dazu führen konnten, dass die ganze Auflage eingezogen werden musste. Inhaltlich verengten die „Zeichen der Zeit“ daher schon früh ihr Themenspektrum auf kirchliche Fragen. Gesellschaftliche Probleme grenzte die Zeitschrift aus. So schwieg das Blatt zur „Jugendweihe“ oder zur Zwangskollektivierung in der Landwirtschaft; andere kirchliche Publikationen haben berichtet, manche wurden dafür auch eingezogen. Die innerredaktionelle Selbstzensur schützte die Zeitschrift vor diesen Übergriffen. Dies ging in späteren Jahren so weit, dass der Chefredakteur bereits im Vorfeld abklärte, ob ein Beitrag überhaupt gebracht werden könnte.

Neben den unmittelbaren Beschränkungen der konfessionellen Pressearbeit starteten die SED und die CDU schon Anfang der fünfziger Jahre mit dem Aufbau einer nichtkirchlichen evangelischen Publizistik. Mit unterschiedlichen Publikationsprojekten wurde gezielt versucht, eine Konkurrenz zur kirchlichen Presse aufzubauen. Die bekannteste unter diesen Publikationen war die 1973 gegründete Zeitschrift „Standpunkt“, die die kirchenpolitischen Vorstellungen und Leitlinien des Staates in ihrer Berichterstattung umsetzte: Publizistischen Raum erhielten die staatlich gelenkte „Christliche Friedenskonferenz (CFK)“, die Kirchen in den sozialistischen Ländern sowie Pfarrer und Synodale, die sich politisch engagierten. Die einschlägigen Blätter hatten Privilegien bei der Aufmachung und bei der Papierzuweisung, und sie konnten nicht nur im Abonnement, sondern auch frei im Buchhandel erworben werden – eine Möglichkeit, die es für die konfessionellen Zeitungen und Zeitschriften mit dem Ende des Jahres 1955 nicht mehr gab.

In einer weiteren Etappe der Ar-

beit geht Bulisch auf die Bestrebungen der DDR ein, als eigenen deutschen Staat zu etablieren und damit auch gesamtdeutsche kirchliche Institutionen zu zerschlagen. Um die „Zeichen der Zeit“ auf diesen Kurs zu bringen, gab es Sprachregelungen in Bezug auf geographische Bezeichnungen, die soweit gingen, dass das Presseamt beim Vorsitzenden des Ministerrates dem Blatt untersagte, den Begriff „Deutschland“ zu verwenden. Rezensionen von Büchern, die in der Bundesrepublik erschienen waren, führten zu Maßregelungen und wurden in der Folge eingestellt bzw. nur noch versteckt in Sammelrezensionen besprochen. Der Anteil der westlichen Autoren in der Zeitschrift ging bis Ende der sechziger Jahre gegen null.

Gezielten personalpolitischen Einfluss versuchte das Presseamt bei der Neubesetzung des Chefredakteurspostens 1969/70 zu nehmen. Sein Wunschkandidat war Gerhard Bassarak, seit 1958 Mitglied des Redaktionskreises der „Zeichen der Zeit“, Leiter der Evangelischen Akademie Berlin-Brandenburg und Internationaler Sekretär der CFK. Er war Mitbegründer und Leitungsmitglied im „Weißenseer Arbeitskreis“, der sich u. a. für die Abtrennung der evangelischen Kirche in der DDR von der Evangelischen Kirche in Deutschland einsetzte. Bei der Staatssicherheit war er seit 1969 als IM „Buss“ registriert. Redaktionsintern hatte er die Funktion des Zensors inne, der die Kontakte mit den staatlichen Stellen pflegte. Trotz seines intriganten Spiels und des Drucks, den das Presseamt ausübte, gelang es der Evangelischen Verlagsanstalt und der Kirchenleitung schließlich, Bassarak als Chefredakteur abzuwehren. Dass er weiterhin inhaltliche Akzente setzte, dokumentiert Bulischs quantitative Inhalts-

analyse. Während die CFK nach ihrer Gründung nur wenig Platz in der Berichterstattung eingeräumt wurde, änderte sich dies über die Jahre: Die Veröffentlichungen über dieses Gremium wurden umfangreicher und regelmäßiger, bis sie zu einer festen Größe innerhalb der Zeitschrift wurde, deren Verlautbarungen abgedruckt wurden.

Das Themenfeld „Ökumene“ blieb auch nach dem Chefredakteurswechsel konstant bei einem hohen Anteil zwischen 25 und 35 Prozent und prägte das Profil des Blattes mit. Gleichwohl gab es Umschwünge bzw. Akzentverschiebungen dieses Themenbereiches. Verstärkt wandte sich die Zeitschrift dem Verhältnis von Kirche und Gesellschaft zu, und dieser Komplex verdrängte andere Beiträge – etwa zu dogmatisch-theologischen oder praktisch-theologischen Fragen. Eine gewisse Einseitigkeit war nicht zu übersehen. Vor allem politisch nicht opportune kirchenpolitische und theologische Standpunkte kamen nicht zu Wort. Die siebziger und achtziger Jahre des Blattes beschreibt Bulisch daher auch als „konstante, aber auch relativ stagnative Zeit“. Ein kurzer Ausblick erfolgt schließlich auf die Zeit nach 1990 und die letztlich erfolglosen Bemühungen um den Erhalt der Zeitschrift.

Wer sich künftig mit Einzelfragestellungen zur evangelischen Presse in der DDR beschäftigt, kommt an diesem Buch nicht vorbei, das als Standardwerk herangezogen werden wird. Es ist eine wahre Fundgrube: Beeindruckend ist die Vielzahl der verwendeten Quellen, die jeweils präzise nachgewiesen werden. Ein besonderes Zubrot gibt Bulisch mit seinem 50 Seiten umfassenden Personenregister mit biografischen Angaben, die die wichtigsten Funktionen für die Zeit nach 1945 enthalten.

Nur eines irritiert dort: Die Zeitschrift „begegnung“, das Pendant zum SED-frommen „Standpunkt“, um die katholische Bevölkerung auf die staatlich gewünschte Kirchenpolitik einzuschwenken, wird stets als „römisch-katholisch“ bezeichnet, gleichsam als handle es sich um ein Blatt der Katholischen Amtskirche der DDR.

Die gründlich recherchierte und detaillierte Spurensuche Bulischs dokumentiert die Redaktionsgeschichte eines Blattes, dessen Arbeit mit vielen Gefährdungen verbunden war, das aber auch Anpassungsverhalten zeigte.

Renate Hackel-de Latour, Eichstätt

Michael Meyen / Maria Löblich: *Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2006, 343 Seiten, 34,00 Euro.

„Ein Klassiker ...“, flüstert der Autokenner vor einem silber glänzenden Austin Healey, der Bibliothekar, der den Staub von Dantes göttlicher Komödie bläst, und Franz Beckenbauer vor den Fernsehbildern des WM-Finales von 1954. Als ein „Klassiker“ gilt etwas aus der Vergangenheit, das noch heute große Bedeutung besitzt, ein Auto, ein Künstler oder das berühmte „kleine Schwarze“. Als „klassisch“ wird aber auch etwas bezeichnet, das typische Merkmale in einer allgemein akzeptierten Reinform in sich vereint und mithin als formvollendet und als harmonisch gilt.

Die „Klassiker der Kommunikationswissenschaft“, die von den Autoren Michael Meyen und Maria Löblich vorgestellt werden, sind nicht formvollendet oder harmonisch, sie

haben Ecken und Kanten. Genau deshalb wurden u. a. Kaspar Stieler, Karl Knies, Max Weber, Paul F. Lazarsfeld oder auch Niklas Luhmann von den Autoren in die „Ahnengalerie“ aufgenommen, um den Weg von der Zeitungs- zur Publizistikwissenschaft und der heutigen Medien- und Kommunikationswissenschaft zu beschreiben. Der Professor und die wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität München zeigen dabei, dass diese Ahnengalerie des Faches weder ein Mausoleum noch eine Oldtimershow, weder ein verstaubter Wissenschaftszweig noch ein Spielplatz für Anekdotensammler ist, sondern vielmehr die Grundlage bzw. das Wurzelwerk der heutigen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Nach einer kurzen Skizze dessen, was zu einer Theoriengeschichte gehört und der Beschreibung der Kategorien für ihre Analyse, folgt das zentrale Kapitel „Fachgeschichte“, in das die einzelnen Werks- und Personengeschichten der folgenden Kapitel rückblickend eingeordnet werden können. Hier geben die Autoren einen guten Überblick über die bedeutenden Phasen und wichtigsten Paradigmenwechsel des Faches, von der ersten Zeitungsdebatte des 17. und 18. Jahrhunderts über die Existenzfragen vor und nach dem Zweiten Weltkrieg, die Zeit der empirisch-analytischen Einflüsse aus dem angloamerikanischen Raum in den sechziger Jahren bis hin zum heutigen Boom der Medienbranche und -wissenschaft. Dabei erörtern sie mit großer Genauigkeit parallel die Medienentwicklung, die Institutionalisierung und Theoriebildung des Faches – ohne den Leser dabei mit Zahlenreihen und Datenmengen zu überfluten. In diesen dennoch ausführ-

lichen fachgeschichtlichen Ausführungen, die an einigen Stellen den Eindruck erwecken, Informationen aus den Personengeschichten vorwegzunehmen, taucht bereits die auch in den folgenden Kapiteln behandelte Frage auf: Hat sich die heutige Kommunikationswissenschaft von einem Fach am „Katzenstisch der Universität“ (S. 55) zu einer eigenständigen Wissenschaft entwickelt oder ist sie nach wie vor geprägt von Ausdifferenzierungs-, Eingemeindungs- oder Entgrenzungsentwicklungen?

Diese Frage zu beantworten suchen die Autoren über die Darstellungen der einzelnen Klassiker und deren Zeit. Hierbei liegt ein besonderes Augenmerk auf den Schwierigkeiten und Problemen, mit denen unsere „Vorfahren“ zu kämpfen hatten; ein Beispiel ist Henk Prakke, dessen „Einführung in die funktionale Publizistik“ 1968 fünf Jahre nach Gerhard Maletzkes „Psychologie der Massenkommunikation“ und damit „zu spät für Otto B. Roegele, Fritz Eberhard oder Franz Ronneberger“ erschien, die „bei Maletzke bereits klare Begriffe und eine Zusammenfassung des Forschungsstandes in den USA gefunden hatten“ (S. 241). Ein anderes Beispiel ist Albert Schäffle, der zwar von Otto Groth als „Pionier der Zeitungswissenschaft“ und als „hervorragendster“ Gelehrter bezeichnet wurde, aber von seinen Nachfolgern u.a. Emil Löbl weitergedacht, aber nicht als Urheber angegeben wurde.

Michael Meyen und Maria Löblich legen daneben großen Wert auf die Darstellung der Vernetzung zwischen den „Klassikern“, deren Zeitgenossen, Professur-Nachfolgern und Kollegen an anderen Universitäten. Sie behalten dabei auch zumeist ihr in der Einleitung formuliertes Anliegen im Blick, zum einen „bekannte Na-

men“ vorzustellen und dabei alle Phasen der Medienentwicklung einzubeziehen, zum anderen relevante Theorieströme zu beschreiben, die über die Arbeit des jeweiligen Klassikers hinausweisen. Den Autoren gelingt dies in der Darstellung der Personen, die wirkliche Wurzeln für das Fach bilden, ohne Scheu vor „Gastarbeitern“ und „Outsidern“ beispielsweise aus der Soziologie (z. B. Niklas Luhmann oder Paul F. Lazarsfeld), den Staats- und Politikwissenschaften (z. B. Karl Knies) oder „Praktikern“ (z. B. Karl Jaeger).

In diesem Sinne trägt das Buch einen wichtigen Teil zur Identitätsbildung für ein Fach mit „interdisziplinärem Charakter“ und einem auch heute noch breiten Spektrum der „wissenschaftlich-disziplinären Hintergründe der Lehrenden“ bei. Das Buch ist insbesondere Studierenden als Orientierungshilfe bei der eigenen Verortung in der Wissenschaftslandschaft zu empfehlen. Der Kommunikationswissenschaft selbst verhilft es zu einem Selbst-Bewusstsein der eigenen Wurzeln und kann somit Ausdifferenzierungsprozesse verstehbar, aber Entgrenzungstendenzen vermeidbar machen.

Franziska Gottwald, Klagenfurt

Stefan Weber: Non-dualistische Medientheorie. Eine philosophische Grundlegung. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2005, 370 Seiten, 39,00 Euro.

Mit seiner an der Universität Wien eingereichten Habilitationsschrift will der Salzburger Medienwissenschaftler Stefan Weber – wie bereits mit einigen Aufsätzen zuvor – der Kommunikationswissenschaft einen neuen Theorieansatz hinzufügen. Dabei beansprucht der non-dualistische Ansatz nichts weniger, als „quer“ zu allen bisherigen übergeordneten

Theorien zu liegen: Diese Ansätze gehen alle von der erkenntnistheoretischen Unterscheidung zwischen Beobachter und Beobachtetem bzw. Sprache und sprachverschiedener Wirklichkeit aus. Weber hinterfragt auf der Grundlage von Josef Mitterers Arbeiten diese Unterscheidung. Als Alternative möchte er die nichtdualisierende Redeweise des Klagenfurter Philosophen Mitterer für die Medientheorie nutzbar machen.

Der Autor beschreibt zuerst die Unterscheidung von Beobachter und Beobachtetem (Subjekt und Objekt) als bislang weitgehend unthematisierte Voraussetzung des Denkens. Den „Startschuss“ dieses abendländischen Dualismus macht Weber mit Ceccato bei den Vorsokratikern fest (Kapitel 2). In Kapitel 3 stellt er die Kritik an diesem Dualismus und „Alternativenversuche“ zusammen.

In Kapitel 4 bringt er die wichtigsten Denkvorsetzungen des Dualismus in eine Systematik. Er kritisiert, dass Begriffe wie „Dualismus“, „Distinktion“, „Unterscheidung“, „Differenz“ oder „Dichotomie“ weitgehend synonym behandelt werden. Dies ist laut Weber als Vorbemerkung für die Vorstellung von Mitterers nichtdualisierender Redeweise wichtig: „Von vornherein soll eine Rezeptionshaltung ausgeschlossen werden, die in dem Denken Mitterers einen ‚Generalangriff‘ auf jedwede Form des Dualismus sieht“ (S. 242).

Josef Mitterers Kritik am Dualismus wird im fünften Kapitel dargestellt. Laut ihm können wir Objekte, die wir wahrnehmen, nur beschreiben. Beispiel: „Der Apfel, der am Tisch liegt.“ Die Beschreibung führt, so Mitterer, nicht zu den beschriebenen Objekten, sondern zu anderen Beschreibungen. Denn bei „Der Apfel, der am Tisch liegt“ handelt es sich um einen sprachlichen Ausdruck, nicht aber um das beschriebene

ne Objekt selbst. Da das Objekt stets nur beschrieben werden kann, selbst aber nicht zugänglich ist, bleibt man in der Sprache „gefangen“. Da über die „Wirklichkeit“ nur in Beschreibungen gesprochen werden kann, ist der Weg von der Ebene der sprachlichen Beschreibungen zu den Objekten versperrt.

Von dieser Prämisse ausgehend kann „Wahrheit“ nicht mehr als Übereinstimmung von Beschreibung und beschriebener Realität gesehen werden: Beschreibungen scheitern nicht an der Realität, sondern an anderen Beschreibungen. „Damit wird der Einsatz des Wahrheits- und Wirklichkeitsvokabulars der abendländischen Philosophie zu einer Argumentationstechnik, mitunter zu einem rhetorischen Verfahren“ (S. 265).

Als Alternative wird von Weber dann Mitterers nichtdualisierende Redeweise vorgeschlagen. Während sich der naive Realismus auf Objekte in einer realen Welt bezieht und der radikale Konstruktivismus zumindest davon ausgeht, dass wir uns eine Welt selbst konstruieren und annehmen, dass es diese Welt auch wirklich gibt, versucht das non-dualistische Denken ganz auf die Annahme von sprachverschiedenen realen Objekten zu verzichten. Mitterer behauptet zwar nicht, dass es keine realen Objekte gibt. Doch die „Objekte“ sind bei ihm nichts anderes als bereits vorliegende Beschreibungen. Den Anfang macht die *Beschreibung so far*. Ihr wird eine weitere Beschreibung hinzugefügt. Es entsteht die *Beschreibung from now on*, die für den nächsten Schritt wieder zur *Beschreibung so far* wird und so weiter. So könnte man sagen, in der Naturwissenschaft löste die Evolutionstheorie den Schöpfungsbericht als Beschreibung der Artenentstehung ab (in der Theologie hat er freilich weiterhin

Relevanz). Auch die „Denkrichtung“ ist zwischen Dualismus und Non-Dualismus verschieden: Während sich im Dualismus die Beschreibung auf das Objekt bezieht, geht der Non-Dualismus von der ersten Beschreibung aus. Das hat unter anderem die Folge, dass Wahrheit durch Wandel ersetzt wird. Ziel ist nicht mehr die Übereinstimmung von Beschreibung und Realität, sondern immer neue *Beschreibungen from now on*.

Was der Titel des Buches verspricht, löst Weber erst im letzten, sechsten Kapitel ein: Schritte zu einer non-dualistischen Medientheorie. Dabei setzt er an der in vielen Bereichen der Medien- und Kommunikationswissenschaft grundlegenden Unterscheidung zwischen der Wirklichkeit und der Medienbeschreibung dieser Wirklichkeit an. Erwartungsgemäß macht diese Unterscheidung im Non-Dualismus keinen Sinn mehr. Aus der Wirklichkeit wird nach obigem Muster die *(Medien-)Beschreibung so far*, an welche die *(Medien-)Beschreibung from now on* anschließt. In diesem Sinne können empirische Studien Medienbilder nicht an einer Wirklichkeit, sondern nur an einer anderen Beschreibung prüfen. So sind „Fragen der Art, ob etwa ein Medienbild der Wirklichkeit entspricht oder nicht, [...] im non-dualistischen Rahmen völlig überflüssig, weil Medienbeschreibung und Wirklichkeit eine Einheit bilden“ (S. 320). Den Medienbegriff schränkt Weber auf die klassischen Massenmedien ein. Auf der Unterscheidung von Medienbeschreibung und Beschreibung baut er schließlich eine kurze Systematik auf, in der er einige Forschungsfelder und Ansätze der Kommunikationswissenschaft (u.a. Agenda-Setting, Wirkungsforschung und Medienselbstreferenzialität) ansiedelt.

Während sich der Verfasser bemüht, den Non-Dualismus für die Medientheorie zu empfehlen, sieht er in Makrotrends der medialen Praxis bereits Entdualisierungstendenzen, die sich beispielsweise in Hybridformen wie Infotainment, Reality-Soaps oder Borderline-Journalismus andeuten. Zudem skizziert er Forschungsvorhaben, die den Non-Dualismus als theoretischen Hintergrund nutzen könnten: etwa eine qualitative Text-/ Kontextanalyse des von Mitterer so kritisierten Wahrheitsvokabulars z. B. in Politiktalkshows, die Untersuchung der von Weber genannten Makrotrends (z. B. Interpenetration von Journalismus und PR) oder die Analyse von wirklichkeitsherstellenden neuen Fernsehformaten.

Der Non-Dualismus Mitterers stellt eine interessante Denkalternative dar. Nur muss sich erst herausstellen, ob diese Alternative tatsächlich nicht mehr Probleme schafft als löst. Zwingend notwendig wird Non-Dualismus ohnehin nur dann, wenn man Mitterers strenger Problematisierung von Sprache und sprachverschiedener Wirklichkeit folgt. Die Tatsache, dass Menschen über Objekte nur innerhalb der Sprache reden und denken können und so immer nur mit sprachlichen Beschreibungen arbeiten, scheint zumindest dem Rezensenten noch nicht Anlass genug zu sein, auf die (realistische oder konstruktivistische) Annahme einer Wirklichkeit ohne Sprache zu verzichten.

Bei manchen der von Weber für seine Medientheorie formulierten konkreten Forschungsvorhaben fragt man sich, was daran neu sein soll. Die Analyse von rhetorischen Wahrheitsfloskeln in Politiktalkshows scheint in der bislang praktizierten Diskursanalyse bereits ein gutes Instrument gefunden zu haben. Ob auf Grundlage des Non-Dualismus hier

neue Erkenntnisse gewonnen werden können, bleibt abzuwarten.

Indem Weber letztlich den Dualismus in der Medienwissenschaft nicht völlig aufgeben will, sondern den Non-Dualismus u. a. als „Ordnungstheorie für den konsistenten Dualismengebrauch“ (S. 352) sieht, nimmt er ihm viel von seiner Radikalität. Das Hinterfragen bislang unreflektierter Dualismen wie Realität versus Medienbild dürfte tatsächlich ein Gewinn sein. So klingt die Aussage, dass bei einer (wissenschaftlichen) Analyse nicht etwa (Medien-)Beschreibungen mit der Realität, sondern nur (Medien-)Beschreibungen mit anderen (Medien-)Beschreibungen verglichen werden, durchaus plausibel. Wie dies genau funktioniert, d. h. warum eine Beschreibung privilegiert wird, wenn es doch kein Konzept von „Wahrheit“ gibt, bleibt offen. Auch der Gesellschaftsbezug ist noch unklar: Was bedeutet es genau, wenn Beschreibungen „konsensuell“ sind?

Der Gesamteindruck von Webers Buch wird nicht zuletzt vom Titel beeinflusst: Mit der non-dualistischen Medientheorie beschäftigt sich Weber nur auf 40 von 343 Textseiten. Die Medientheorie wird sehr knapp abgehandelt. Um Webers Ansatz wirklich bewerten zu können, muss dieser weiter ausgearbeitet werden.

Heinz Niederleitner, Linz

Christoph Classen: Faschismus und Antifaschismus. Die nationalsozialistische Vergangenheit im ostdeutschen Hörfunk (1945–1953). Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag 2004 (= Zeithistorische Studien, Band 27), 384 Seiten, 44,90 Euro.

Die Selbstdarstellung der DDR als antifaschistischer Staat diene bis

zum Zusammenbruch des Systems als Legitimation der SED-Herrschaft. Der Faschismusbegriff wurde dabei nicht nur in historischer Hinsicht verwendet, sondern stets gegenwartsbezogen ausgelegt sowie auf die Gegner im Kalten Krieg übertragen. Die Darstellung der NS-Vergangenheit hatte damit vor allem strategische Funktionen. In Christoph Classens 2003 an der Freien Universität Berlin vorgelegten Dissertation geht es darum, inwieweit in den ersten Jahren nach Kriegsende ein offener, vom antifaschistischen gesellschaftlichen Konsens getragener Umgang mit der Vergangenheit dominierte und wie sich der Wechsel zu den später immer wieder schablonenhaft wiederholten Argumentationsmustern gestaltete. Klären will er in diesem Zusammenhang auch, wie es gelingen konnte, mit dem Rekurs auf die Vergangenheit einen spezifischen Staats-Gründungsmythos zu schaffen.

Die Untersuchung bezieht sich auf die Inszenierung der NS-Vergangenheit im damals wichtigsten Massenmedium, dem Radio. Ziel ist es, nicht nur die Inhalte zu rekonstruieren, sondern auch mögliche Wirkungen der antifaschistischen Sinnangebote in der gesamten Gesellschaft sowie bei verschiedenen soziodemographischen Gruppen zu ergründen. Methodisch beruht die Studie in erster Linie auf dem Konzept der Diskursanalyse. Damit gelingt es dem Autor, ein differenziertes Bild der Darstellung der NS-Vergangenheit im Hörfunk zu zeichnen sowie über mögliche Wirkungen auf einem hohen Niveau zu diskutieren. Noch plausibler wären die entsprechenden Schlussfolgerungen womöglich gewesen, wenn neuere kommunikationswissenschaftliche Konzepte der Medienwirkung stärker einbezogen worden wären, wie z. B. Agenda-Setting

oder Framing, die konkretere Theorieangebote darstellen als die manchmal eher im Ungefähren verbleibende Diskursanalyse.

Eine gewisse Unschärfe bringt der Diskursbegriff auch in Bezug auf die Zielsetzungen der Kommunikatoren mit sich. Ob es hier zweckmäßig war, auf den Propagandabegriff weitgehend zu verzichten und stattdessen auf die Hauptkategorie „Öffentlichkeit“ zu setzen, ist zumindest diskussionswürdig. Umso mehr, als beide Begriffe keine Gegensätze ausdrücken, sondern gut integrierbar sind: So kann Propaganda als eine kommunikative Strategie innerhalb einer Öffentlichkeit verstanden werden, die zwar als persuasive Kommunikation auf bestimmte Wirkungen zielt, diese aber – da viele weitere Faktoren eine Rolle spielen – keinesfalls erreichen muss.

Die inhaltliche Analyse teilt Classen in zwei Zeitabschnitte auf: 1945 bis 1947 und 1948 bis 1953. Auf der institutionellen Ebene ist bis 1947 der Einfluss der sowjetischen Besatzungsmacht vorherrschend. Die Auseinandersetzung mit der Vergangenheit orientierte sich insbesondere an der „breiten gesellschaftlichen Absicherung der Besatzungsherrschaft“ und bediente sich dazu einer umfassenden Distanzierung vom bisherigen Regime, in der verschiedene Perspektiven eine Rolle spielten. In den ersten Nachkriegsmonaten dominierten Berichte Überlebender aus Konzentrationslagern. Diese eher emotional geprägten Deutungen waren nicht unproblematisch, da sie der Bevölkerungsmehrheit wohl nur schwer vermittelbar waren. Das gleiche gilt für die Darstellung des Kriegs, die vor allem aus der Perspektive der Siegermacht Sowjetunion erfolgte. Beim Thema Widerstand wurde im Sinne der „antifaschistischen“ Konsenspolitik der ersten

Nachkriegsjahre auf verschiedene politische Gruppierungen eingegangen. Der kommunistische Widerstand wurde noch nicht privilegiert dargestellt, was aufgrund der Ablehnung der Widerständler in der Bevölkerung realpolitisch vermutlich funktional war.

In den fünf Jahren von 1948 bis 1953 wurde der Hörfunk durch umfangreiche institutionelle und personelle Maßnahmen zentralisiert und unter die strikte Kontrolle der SED gebracht. Die Thematisierung der NS-Vergangenheit wurde nun dominiert durch die Blockkonfrontation und die Einbindung der DDR ins sowjetische Lager. Für die Auseinandersetzung mit der Vergangenheit bedeutete dies, dass nun „ganz überwiegend jeweils tagesaktuelle, oft schnell wechselnde Gesichtspunkte die Vergangenheitsdeutungen bestimmten“. Die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung erschien nun als Opfer der Eliten oder bestimmter eingrenzbarer Tätergruppen. Und die Täter waren nicht mehr nur die Nationalsozialisten, sondern je nach aktueller politischer Lage Kapitalisten oder auch Sozialdemokraten im westlichen Lager. Die Kriegsthematik diente dazu, die fortdauernde Aggressivität des Westens und den Friedenswillen der Sowjetunion glaubhaft erscheinen zu lassen. Zudem sind nun „erste Ansätze zur Prägung eines staatsbezogenen kulturellen Gedächtnisses zu verzeichnen“ (S. 265), in dem der kommunistische Widerstand in eine Aufstiegs-erzählung des Sozialismus integriert und mit dem Thälmann-Kult auch entsprechend personalisiert wurde.

Aufgrund der schlechten technischen Empfangssituation, der westlichen Äther-Konkurrenz sowie der eher auf Unterhaltung ausgerichteten Erwartungen der Hörer an das Radio geht der Verfasser von geringen Wir-

kungsmöglichkeiten der politischen Programme aus. Dennoch war der Diskurs in den ersten Nachkriegsjahren für größere Kreise anschlussfähig, wenn verschiedene Perspektiven und somit Identifikationsmöglichkeiten für die Bevölkerung angeboten wurden. Den 1948 einsetzenden Versuchen, anstelle der nationalen eine Blockidentität zu schaffen und die bisherige Wirklichkeitsordnung z. B. mit der Darstellung der Niederlage in Stalingrad als Befreiung geradezu umzudrehen, bescheinigt Classen kaum Wirkungen im beabsichtigten Sinn. Das traditionelle Feindbild Sowjetunion war dafür zu tief verwurzelt, zu sehr war die Thälmann-Erzählung als Gründungsmythos der DDR mit einer bestimmten Partei verbunden. Lediglich bei der jungen, während des Kriegs aufgewachsenen Generation, die nun ein neues Sinnangebot erhielt und zudem auch einen raschen materiellen und sozialen Aufstieg erfuhr, konnte das artifizielle Konstrukt des Antifaschismus deutliche Erfolge verzeichnen.

Classens beeindruckende Studie ist klar gegliedert, durchaus spannend zu lesen und in einer anschaulichen Sprache verfasst. Insgesamt liegt hier eine sehr differenzierte und in ihren Schlussfolgerungen überzeugende Analyse der Auseinandersetzung mit der NS-Vergangenheit im frühen Hörfunk der SBZ bzw. DDR vor, die auch als Anregung dienen kann, diskurstheoretische Konzepte stärker in kommunikationswissenschaftliche Analysen einzubeziehen.

Klaus Arnold, Eichstätt

Ekkehardt Oehmichen / Christa-Maria Ridder (Hg.): Die MedienNutzerTypologie. Ein neuer Ansatz der Publikumsanalyse. Baden-Baden: Nomos

Verlag 2003 (= Schriftenreihe Media Perspektiven, Band 17), 320 Seiten, 34,00 Euro.

Typologien gelten in der Marketinglehre und in verschiedenen soziologischen Disziplinen als der Versuch, Nutzergruppen bestimmter Güter und Dienstleistungen zu bestimmen. Die Nutzergruppen sollen hinsichtlich bestimmter Merkmalskombinationen und Verhaltensmuster in sich möglichst homogen und gegenüber anderen Gruppen möglichst scharf abgegrenzt sein. Dahinter stehen als statistische Verfahren die Faktorenanalyse und auf den definierten Faktoren aufbauend die Cluster- und die Diskriminanzanalyse, mit deren Hilfe die einzelnen Gruppen gebildet werden. Besonders bekannt sind z. B. die Typologie der Wünsche (Burda-Verlagsgruppe) oder die Sinus-Typologisierung.

Das vorliegende Werk stellt zunächst grundsätzlich die Theorie zur Typologisierung vor und schildert, wie darauf aufbauend eine Mediennutzer-Typologie generell entwickelt werden kann. Dabei führen die Forscher zehn bekannte Typologien zusammen und entwickeln anhand der dahinter stehenden ca. 2000 Items – u. a. auch zur Religion – die Medien-NutzerTypologie. Sie definieren aus den Daten insgesamt neun verschiedene Typen, wie z. B. die „Klassisch-Kulturinteressierten“, die „Erlebnis-orientierten“ oder die „zurückgezogenen Mitbürger“ und weisen ihnen bestimmte soziodemografische Beschreibungen zu. Anschließend wird durch die Befragung von ca. 3000 Personen in Deutschland ein Medien-nutzungsprofil erstellt. So weisen z. B. die beiden Typen „Häusliche“ und „Zurückgezogene“ ein im Verhältnis zu den anderen Typen höheres Interesse an Kirche und Glauben auf. Sie sind eher älter und verfügen über ein

etwas geringeres Bildungsniveau. Als Musikfarbe bevorzugen sie Volksmusik und Schlager und tendieren bei Fernsehsendungen zu regionalen Angeboten und Ratgebersendungen.

Vorteile sieht das Forscherteam in einer anschaulicheren und genaueren Beschreibung des Hörfunk- und Fernsehpublikums. Zudem bietet das Verfahren eine hohe Vergleichbarkeit der Typen über Studien und Zeiträume. Die Autoren gestehen aber auch ein, dass die dynamische Entwicklung der Gesellschaft gewisse Grenzen setzt.

Die Typen werden im weiteren Ablauf ausführlich hinsichtlich ihrer Präferenz für bestimmte Musikfarben, Fernsehsendungen und Rundfunkanbieter dargestellt. Abschließend verweisen die Herausgeber auf medienübergreifende Nutzungsmuster und inhaltliche Präferenzen. So zeigt sich, dass die Gruppen der „Jungen Wilden“ und der „Erlebnis-orientierten“ eine sehr hohe Bildungs- und Freizeitorientierung aufweisen, während die Gruppe der „Klassisch Kulturinteressierten“ eher zu Themen der Gesundheit und der Freizeitgestaltung tendieren.

Insgesamt gelingt der Autorengemeinschaft eine sehr anschauliche Darstellung des Mediennutzungsverhaltens. Sie zeigen, bei allen Restriktionen einer Typologisierung, welche Themeninteressen die einzelnen Gruppen besitzen und erklären damit umfassend die Medienzuwendung. Besonders die verbale Beschreibung der Gruppen gewährt eine plastische Vorstellung vom Mediennutzungsverhalten. Eine tiefer gehende Rezeption des Werkes erfordert aber ein Grundverständnis für statistische Auswertungsverfahren und Darstellungen.

Für konfessionelle Medien ergeben sich aus den Erörterungen interessante Ansätze. So kann anhand der aktuellen Medien ein Profil erstellt

werden, welche Medien welche Gruppen abdecken und welche Gruppen bisher kein konfessionelles Medienangebot erhalten. Abgeglichen werden kann zudem der jeweils angebotene Inhalt mit den inhaltlichen Wünschen der Nutzergruppen. In einem weiteren Schritt sollte darüber nachgedacht werden, welche Nutzungserwartungen die bisher nicht abgedeckten Gruppen aufweisen und ob es ein konfessionelles Medienangebot gibt, das den Nutzungserwartungen dieser Gruppen entsprechen könnte. Auch in dieser Perspektive bietet das vorliegende Buch viele Anregungen, zumal die aktuelle, vierte EKD-Mitgliederstudie inzwischen auch auf eine Typologie abhebt.

Steffen W. Hillebrecht, Leipzig

Bernhard Fischer-Appelt: Die Moses Methode. Führung zu bahnbrechendem Wandel. Hamburg: Murmann Verlag 2005, 197 Seiten, 24,90 Euro.

Die Publikation aus der PR-Agentur Fischer-Appelt in Hamburg ist ein anschauliches Beispiel dafür, dass soziale Kommunikation heute in erster Linie eine strategische Aufgabe ist – und dabei außerordentlich erfolgreich sein kann. Der Autor, Firmengründer und Kirchensynodale Bernhard Fischer-Appelt liefert mit der „Moses Methode“ eine Bestandsaufnahme des Wandels in der deutschen Wirtschaft und erläutert, wie man Veränderung systematisch steuern kann. Drei Schritte bilden die Grundlage für „erfolgreichen Wandel“: *Personalisierung* oder „Wie Manager Persönlichkeit einsetzen, um Innovation zu stiften“, *Profilierung* oder „Wie eine Sache Kontur gewinnt und wie der Kern symbolisch wird“ und *Dynamisierung* oder „Wie eine Kultur der Veränderung entsteht“.

Der Autor findet in der Moses-

Geschichte ein kulturelles Muster für Veränderungsprozesse; das Bild der Wüstenwanderung ist ein Symbol des Wandels bei gleichzeitig gelingender Zielorientierung. Seine zentrale These lautet: Für bahnbrechenden Wandel brauchen Unternehmen eine Wanderkultur, in der die Fähigkeit zur Bewegung stärker ausgeprägt ist als der Wunsch anzukommen. Es gehe um die Entwicklung mobiler Strukturen bei einer Konstanz der Werte. „Im Spiegel der Wüstenwanderung ist die interessante pragmatische Frage, wie es wohl gelungen ist, divergierende Gruppen von Menschen über Jahre durch die Wüste zu führen und dabei trotz aller Entbehrungen und Unbilden zu vereinigen. [...] Erfolgskritisch dabei war, dass eine Mentalität der Beweglichkeit, eine Mobilität der Strukturen bei einer Kontinuität und sogar Wiederentdeckung gemeinsamer Werte entstand“ (S.108).

Die Analyse großer wirtschaftlicher Veränderungsprozesse ist dem Autor zufolge durch immer dieselben kommunikativen Komponenten gekennzeichnet: *Führung, Information und Symbolik*. Moses' Wüstenwanderung liefere das Szenario für einen solchen bahnbrechenden Wandel. In ihr seien die Übernahme einer Führungsrolle (Moses), das bahnbrechende Exempel oder Initialwunder (der Auszug aus der Knechtschaft Ägyptens) und ebenso der Durchhänger (das Murren der Stämme in der Wüste) und die Bekräftigung des richtigen Weges („Brot vom Himmel“, „Zehn Gebote“) symbolisch verdichtet. Daher gehe es darum, Wanderkulturen zu stiften, in denen die soziale Leistung mehr zähle als der Status einzelner.

Mit interessanten Beispielen belegt das Buch, dass heute in Deutschland eine neue Generation von Wirtschaftslenkern am Zug ist,

die ihre Aufgabe unprätentiös anpacken und ihre Unternehmen erfolgreich in die Zukunft führen. Wenn Puma-Vorstand Jochen Zeitz Statussymbole rundweg ablehnt und sich lieber auf inhaltliche Fragen konzentriert oder wenn Porsche-Manager Wendelin Wiedeking seinen Arbeitern gegenüber kein Blatt vor den Mund nimmt, um neue Produktionsprozesse durchzuboxen. Die grundsätzlichen Ausführungen zur „Moses Methode“ konkretisiert der Verfasser an zahlreichen praktischen Firmenbeispielen (DaimlerChrysler, E.O.N., Siemens, General Electric, Deutsche Bank, Team Telekom etc.) vornehmlich aus Deutschland. Das Buch wirft ein positives Licht auf die Reformfähigkeit der deutschen Wirtschaft und ermutigt Manager zu einem kreativen und emotionalen Führungsstil.

Die Diskussion um gesellschaftlichen und kulturellen Wandel ist in der Management- und PR-Literatur nichts Neues. 1998 präsentierten F.S. Berger und H. Gleissner mit dem „Paulus-Prinzip“ bereits eine andere biblische Führungsfigur, um an ihr „die erfolgreichste Marketingstrategie der Weltgeschichte“ zu demonstrieren. Im Unterschied dazu geht Fischer-Appelts „Moses Methode“ gründlicher und zugleich detaillierter vor. In Ergänzung der Fülle einschlägiger Marketing- und Managementliteratur richtet er sein Interesse auf die vielfach vernachlässigten kommunikativen Aspekte des so genannten Change Managements. Es wird deutlich, dass Unternehmensführung eine „identitätsvermittelnde Kraft ist, die dem Team den Weg weist und somit mehr leistet als funktionale Zielverfolgung“.

Moses führte die zwölf Stämme Israels aus Ägypten und machte aus ihnen in einer langen und entbehrungsreichen Wüstenwanderung ein

vereintes Volk mit eigener Identität. Kann man die Exodus-Geschichte des Alten Testaments so ohne weiteres auf eine neue Generation von Wirtschaftslenkern übertragen? Werden Kapitalmärkte mit der Symbolkraft und der Vision vom „Gelobten Land“ nachhaltig und zugleich schnell genug zu beeinflussen sein? - Bis zur Ankunft in Kanaan brauchte Moses immerhin 40 Jahre.

Ludger Verst, Kassel

Michael Jäckel / Frank Haase (Hg.): In medias res: Herausforderung Informationsgesellschaft. München: kopad verlagsgmbh 2005, 208 Seiten, 16,80 Euro.

Die Informationsgesellschaft ist alles andere als ein neuer Topos. Auch wenn der Begriff in den letzten Jahren Konjunktur hatte, wird übersehen, dass er bereits - wie die Herausgeber des Sammelbandes herausstellen - in den sechziger und siebziger Jahren verwendet worden ist. In neun Vorträgen, die hier als gedruckte Fassung einer Trierer Ringvorlesung gleichen Titels vorgelegt werden, haben sich überwiegend Experten und Professoren verschiedener Universitäten mit den Auswirkungen neuer Medien auf ihr Fachgebiet auseinandergesetzt. Sie legen die Deutung nahe, dass die Visionen von einst nun langsam von der Realität eingeholt werden. Und dieser Eindruck ist kaum von der Hand zu weisen. Ob in sozialen Zusammenhängen, im Mediengebrauch oder in Fragen der Medienkonvergenz: Die Thesen und Theorien der letzten Jahre und zum Teil Jahrzehnte haben nichts an Aktualität verloren. Einblicke in diesen „laufenden Prozess“ will der vorliegende Band gewähren.

In seinen einleitenden Überlegun-

gen zur Genese und Geschichte der Begriffe Information und Informationsgesellschaft übernimmt der Trierer Soziologe Michael Jäckel die Aufgabe, die „großen Linien“ der Ringvorlesung vorzuzeichnen. Sein historischer Diskurs reicht vom ersten Telefonkabel durch den Atlantik bis zum Digital Divide des Internet Zeitalters.

Manfred Helmes, der Direktor der Landeszentrale für private Rundfunkanstalten Rheinland-Pfalz, stellt dar, über welche medienpolitischen Steuerungsinstrumente die Informationsgesellschaft verfügt und, wo diese nur eingeschränkt funktionieren. Welche Vorteile in dieser Situation die Netzwerkökonomie bietet, führt der Volkswirtschaftler Rolf Weiber aus. Der Medienwissenschaftler Hans-Jürgen Bucher schließt mit der Frage an, wie fit das Medium Internet für den Nutzer ist und umgekehrt. Diese Interaktion zwischen dem User und dem Angebot wird – so Bucher – jeweils kulturspezifisch festgelegt, nicht universalistisch. Sein Fazit lautet: Die Medienwissenschaften müssen die Praxisperspektive der Nutzung berücksichtigen, statt sich abstrakt anhand z. B. ästhetischer Kriterien mit Medien zu beschäftigen. Der Mediensemiotiker Frank Haase wirft einen skeptischen Blick auf die Frage nach der Wirklichkeit der Medienwirklichkeit. Seine These ist die Kolonisation des Denkens durch die Medien – oder mehr noch das Zurückdrängen und

Austrocknen des Denkens durch die Medienentwicklung. In weiteren Beiträgen werden von dem Tübinger Rhetoriker Joachim Knappe medienkritische Überlegungen aus der Sicht seiner Disziplin eingebracht sowie die „Einmischung der Kirche“ in die medienethische Diskussion vom Trierer Bischof Reinhard Marx angeboten. Abschließend dann noch zwei Zukunftsszenarien: Der Soziologe Rudolf Stichweh fragt nach der der Weltgesellschaft angemessenen Weltkommunikation, während der Eichstättler Kommunikationswissenschaftler Walter Hömberg nach der Zukunft des Journalisten Ausschau hält. Hömberg liefert einen engagierten Appell für die künftig immer wichtiger werdende Funktion des Journalisten als Orientierungshilfe in einer übermedialisierten Welt.

Die vorliegende Publikation leidet – wie viele Projekte ähnlichen Zuschnitts – unter der konstitutiven Vorgabe, den Gegenstand aus vielen verschiedenen Bezügen darbieten zu wollen. Nachteilig daran ist, dass sich ein Teil der Leserschaft nicht für diesen oder jenen Beitrag wird erwärmen können. Das ist typisch für Vorlesungszyklen, bei denen eben nur die Vorträge wahrgenommen werden, die einen selbst interessieren. Auf der anderen Seite besteht jedoch die Chance, durch die inhaltlichen Verknüpfungspunkte in den Vorträgen, die verschiedenen Gesichtspunkte zu vernetzen.

Lars Rademacher, Ludwigshafen