

LITERATUR-RUNDSCHAU

Frank Böckelmann, Jürgen Huber, Astrid Middelman: Werbefernsehkinder, Fernsehwerbung vor und mit Kindern in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1979 (Verlag Volker Spiess, Reihe „AfK-Studien“, Bd. 14). 252 Seiten.

Der vorgelegte „Werkstattbericht“ ist Ergebnis eines Forschungsberichts. Er versucht – nach eigenen Angaben erstmals –, das Problem Werbung und Kinder von verschiedenen Seiten zugleich anzugehen und dabei auch „bereits vorliegende Erkenntnisse zu berücksichtigen“. Allerdings schränken die Autoren den Umfang ihrer Untersuchung auch gleich wieder ein: – sie beschränken sich auf Kinder zwischen 6 und 14 Jahren, – sie vernachlässigen das relevante Programmumfeld der Fernsehwerbung, – sie beschränken sich auf den Produktbereich Lebensmittel.

In dieser Beschränkung liegt ein Vorzug dieser Untersuchung, erlaubt sie doch wenigstens in einem Teilbereich aussagekräftige Ergebnisse. Das führt aber auch dazu, daß die Autoren nicht eindeutige Kausalketten aufzeigen können, sondern vielmehr latent vorhandene Einstellungseinflüsse bzw. -veränderungen einsehbar machen.

Wichtiges Ergebnis scheint mir zu sein, daß die Fernsehwerbung ein Publikum erreicht, das sie gar nicht erreichen will: Denn ihre Intensivseher gehören zum größten Teil den unteren Einkommensschichten an. „Auch die stark fernsehenden Kinder stammen in der Überzahl aus Familien mit Volksschulbildung des Haushaltsvorstandes.“ (S. 234) Andererseits aber zeigen die Werbespots Familien der gehobenen Mittelklasse. Folge: „Die ständige Konfrontation dieser Kinder mit den – mehr oder weniger fiktiven – Konsumleitbildern der sozialen Oberschichten aktualisiert frustrierende Normen-Konflikte, zu deren Bewältigung das Vorabendprogramm keinen Beitrag leistet.“ (S. 237) Hier kommt die Untersuchung an einen Punkt, wo es nicht mehr um die Erforschung des

Fernsehverhaltens von Kindern geht, sondern wo sich gesellschaftspolitische Fragen stellen. Denn die Einnahmen der Werbung finanzieren einen großen Teil des Programms überhaupt.

Wenn die Autoren also eine „Bewältigung der Normen-Konflikte“ im Werberahmenprogramm vermissen, dann verkennen sie die Marktmechanismen dieses Programnteils. Denn würde dies eintreten, dann würde der Werbung ein Teil ihrer suggestiven Wirkung genommen. Und so ist auch folgerichtig ein Schluß, den die Autoren ziehen, die Forderung nach einem Verzicht auf Werbung im Nachmittags- und Vorabendprogramm. Sie unterstreichen ihre Forderung auch mit dem Staatsvertrag des ZDF, nach dem Werbung und restliches Fernsehprogramm deutlich voneinander zu trennen sei. Eine Vorschrift, die in der Wirklichkeit nicht beachtet wird.

Ein anderes Ergebnis: Das Urteil der Kinder über die Werbung hängt weitgehend davon ab, ob „die Eltern bei der Rezeption der Spots zugegen sind, ob sie während der Rezeption die Spots kommentieren, ob sie nach dem Ende der Einschaltungen über diese mit den Kindern diskutieren und ob sie selbst mit Vergnügen oder mit deutlicher Abneigung die Fernsehwerbung rezipieren.“ (S. 230) Allerdings ein Ergebnis, das ähnlich auch schon aus Beiträgen über Gewaltdarstellungen im Fernsehen bekannt ist. Es unterstreicht lediglich die Forderungen von Medienpädagogen, Kinder nicht allein dem Programm auszuliefern. Hier wird diese Forderung auf die „harmlose“ Werbung erweitert.

Die Beispiele ließen sich fortsetzen. Insgesamt bestätigt die vorliegende Arbeit eine Reihe bisher gehegter Vermutungen und erhärtet bislang geäußerte Vorwürfe an die Fernsehwerbung. Für Medienpädagogen und Eltern finden sich hier eine Fülle von Anregungen und Daten. Eine wichtige Untersuchung.

M. Thull

Horst Bürkle: Missionstheologie. Stuttgart 1979 (W. Kohlhammer, „Theologische Wissenschaft“, Bd. 18). 212 Seiten.

Die Missionswissenschaft hat innerhalb der Theologie einen besonderen interdisziplinären Charakter. Sie ist eigentlich eine Dimension der verschiedenen theologischen Disziplinen wie der Exegese, der Kirchengeschichte, der systematischen ebenso wie der praktischen Theologie als eine „Reflexion auf den missionarischen, d.h. prinzipiell weiterschreitenden Charakter des Reiches Gottes...“ (S. 17 ff.). Diese interdisziplinäre Rolle der Missiologie ist aber nicht nur innerhalb der Theologie, sondern auch in Beziehung zu anderen „weltlichen“ Disziplinen wie der Anthropologie, Ethnologie usw. für viele einsichtig. Daß Mission „als geschichtlich bedingte, konkrete Erfüllung des kirchlichen Sendungsauftrages“ (S. 20) auch eine kommunikative Seite hat, wird in dieser Gesamtdarstellung Bürkles besonders deutlich. In einem Teil, der von den Spannungsfeldern der Mission in der gegenwärtigen Situation über geschichtliche Modelle zur Mission als Grenzüberschreitung zu den theologischen Themen missionarischen Handelns kommt, wird der „Mission als Kommunikation“ vor „Mission im Kontext“ und „Missionsbezogene Dienste“ der erste Abschnitt (S. 83-106) gewidmet. Dabei beschreibt Bürkle Kommunikation als „das Feld zwischenmenschlicher Beziehungen, in dem sich nicht nur Vermittlung, sondern Teilhabe überhaupt zwischen Menschen abspielt“ (S. 85). Hier stützt er sich vor allem auf die Überlegungen Hendrik Kraemers, der zwischen einer Kommunikation „von“ und einer Kommunikation „zwischen“ als Kommunikation „von“ Gott und „zwischen“ den Menschen unterscheidet. Beide Bewegungen sind theoretisch zwar zu trennen, in der Praxis aber zwei Seiten des gleichen Geschehens. Kommunikation und damit Mission sind dabei für den Münchener Missionswissenschaftler nicht ein Einbahnverkehr, wo es für den Missionar ein „Missionsobjekt“ gibt, sondern Subjekt und Objekt stehen in gemeinsamer „Teilhabe“ (vgl. S. 86). Dabei ist etwa die sprachliche Mitteilung nicht die alleinige Kommunikationsmöglichkeit, sondern der ganze Mensch „kommuniziert“. So ist Kommunikation um-

fassend sowohl was die Mittel angeht als auch die Personen; der ganze Mensch und seine Gesellschaft und Kultur stehen in diesem kommunikativ-missionarischen Prozeß.

Nach diesen mehr grundsätzlichen Überlegungen zum Thema überschreibt der Verfasser dann den nächsten Unterabschnitt mit „Missionarische Vermittlung“ (a. Sprache, b. Zugang zum Mythos, c. Die Rolle des Unbewußten) und den folgenden Teil mit „Teilhabe am Neuen Sein“ (a. Bekehrung, b. Taufe, c. Personale Teilhabe). Hier wird deutlich, daß Bürkle Kommunikation vor allem aus theologischer Sicht versteht und begründet, bei der die Überlegungen und Kenntnisse über den Bereich der „weltlichen“ Kommunikationswissenschaft hinausgehen. Immerhin sind für den theologisch aufgeschlossenen Kommunikationswissenschaftler der Ansatz und die Gedanken des Missionstheologen Bürkle von einigem Interesse, zumal sie auch auf Kommunikationsüberlegungen anderer evangelischer Theologen zum Bereich der Kommunikation fußen (vgl. Literaturverzeichnis S. 201 f.), die den meisten Kommunikationsfachleuten unbekannt sein dürften. Andererseits muß man allerdings auch sagen, daß die Theologen im allgemeinen und hier die Missionstheologen im besonderen überraschende Einsichten gewännen, wenn sie sich auch einmal mit der publizistikwissenschaftlichen Fachliteratur – vor allem jener der letzten 20 Jahre – beschäftigen würden. Dies könnte sich im vorliegenden Werk, das für den Abschnitt Mission und Kommunikation kein einziges publizistisches Fachbuch benutzt, etwa dort auswirken, wo z.B. die Kommunikationssperren etwa des Mythos und des Unbewußten (S. 91 f., 93 f.) behandelt werden. Hier wären etwa die Erkenntnisse und Überlegungen interkultureller Kommunikation eine Bereicherung. Aber auch das weite, inzwischen wissenschaftlich durchaus beackerte Feld von Kommunikation und Entwicklung dürfte gerade dem Missiologen einigen Stoff zum interdisziplinären „Dialog“ geben.

Bürkle ist evangelischer Missionwissenschaftler. Deswegen wird man nicht unbedingt die Benutzung katholischer Quellen in größerem Umfang erwarten können. Allerdings hätten gerade für den Abschnitt „Kom-

munikation und Mission" die Dokumente des Zweiten Vatikanischen Konzils über Mission und Kommunikation („Ad Gentes", „Inter Mirifica" mit „Communio et Progressio") die Überlegungen bereichern können.

Insgesamt ist es erfreulich und ermutigend, wenn ein missionstheologisches Standardwerk einen relativ umfangreichen Abschnitt der Kommunikation widmet. Man möchte hoffen, daß dies nur der Anfang eines fruchtbaren interdisziplinären Gespräches wird, von dem Theologen und christliche Kommunikationswissenschaftler gleichermaßen profitieren.

F.-J. Eilers

Giso Deussen: Wahrheit und öffentliche Meinung. Köln 1979 (J.P. Bachem Verlag in Reihe „Katholische Soziallehre in Text und Kommentar", Heft Nr. 12. 48 Seiten.

Das Interesse für ethische Fragen im Journalismus ist derzeit gering. Sucht man in einem Register nach Arbeiten, die sich mit der Ethik des Journalismus befassen, ist das Ergebnis minimal. Der Deutsche Presserat hat vor einigen Jahren einen Kodex mit Verhaltensregeln für den journalistischen Alltag herausgebracht. Der Journalist wird zur wahrheitsgemäßen Berichterstattung angehalten. Diese lobenswerten Bemühungen haben wenig daran geändert, die Sprödigkeit aufzuheben, mit der in Journalistenkreisen dieses Thema behandelt wird.

Was ist Wahrheit? Dem Journalisten wird diese Frage tagtäglich gestellt, und er kann sich die Hände nicht in Unschuld waschen. Nachrichten müssen „stimmen", sagen die alten Hasen im Journalistenstand, und das ist ja schon sehr viel, daß es auf sorgfältiges Sammeln der Fakten und geduldiges Recherchieren bei Zurückstellung der eigenen Vorurteile ankommt. Welcher Begriff von „Wahrheit" der Kommunikation dient, das müßte zuerst einmal geklärt werden. Es geht um die Eigengesetzlichkeit der publizistischen Abläufe, auf die sich nicht ohne weiteres ein abstrakter Wahrheitsbegriff aufpflanzen läßt.

Giso Deussen hat über „Wahrheit und öffentliche Meinung" eine lesenswerte Zusammen-

stellung päpstlicher Äußerungen zu diesem Thema veröffentlicht und sie eingehend kommentiert. Die Broschüre ist als Heft 12 in der Reihe „Katholische Soziallehre in Text und Kommentar" erschienen (hrsg. vom Bund Kath. Unternehmer, der KAB und dem Kolpingwerk in Verbindung mit der Kath. Sozialwissenschaftlichen Zentralstelle Mönchengladbach). Die kirchliche Lehrtradition zur Pressefreiheit ist kein Ruhmesblatt, wie man weiß, aber spätestens mit Pius XII. hat sich ein neues und freiheitliches Denken zur Ethik der Massenkommunikation wie auch zum Ethos des Journalisten in der Kirche entfaltet. Ein neues Klima, eine Wende päpstlicher Stellungnahmen zu Problemen der Massenkommunikation ist seither deutlich geworden.

Deussen hat auf den 47 Seiten des Heftes einen konzentrierten Fundus an päpstlichen und kirchlichen Zitaten und Texten zusammengestellt, die eine befreiende Wirkung haben könnten, wenn alle Betroffenen – die kirchlichen „Arbeitgeber" und die journalistischen „Arbeitnehmer" – sich ihrer daraus erwachsenen Verpflichtungen bewußt sind. Zur „Spiritualität" des Journalistenberufs hat Deussen ein eigenes und notwendiges Kapitel angefügt. Gerade dieser Aspekt verdient angesichts der Hetze des Berufs und der damit verbundenen Entfremdung und Veräußerlichung besondere Aufmerksamkeit. „Verinnerlichung: nur dadurch kann man das Geistige erfassen," erklärte Papst Paul VI. im Jahre 1963 vor Mitgliedern der Internationalen Union der Kath. Presse. „Je aktiver deshalb ein Leben ist – und das Ihrige ist es in sich schon sehr stark –, umso mehr bedarf es der Rückkehr zu den tiefsten Quellen, aus denen die Seele ihre Kräfte wiedergewinnt."

H. Boverter

Michael Krzeminski: Vermittlung sozialer Erfahrung im Fernsehen. Eine Falluntersuchung zum ZDF-Jugendmagazin „Direkt", Berlin 1979. (Verlag Volker Spieß). 186 Seiten.

Ausgehend von der These, daß grundsätzlich soziale Erfahrung im Fernsehen vermittelt

werden kann, untersucht der Autor einen Beitrag des ZDF-Jugendmagazins „Direkt“. Dieses Magazin ist in der deutschen elektronischen Medienlandschaft insofern einzigartig, als es Gruppen den Zugang zum Medium verschafft: vorwiegend zur Selbstdarstellung ihrer Arbeit. Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist ein Fernsehbeitrag der Dortmunder Selbsthilfe (DHS).

Krzeminski zeigt anschaulich, wie die ursprüngliche Idee bis zur fertigen Sendung so einschneidend verändert wird, daß es lohnt den Ursachen dafür auf den Grund zu gehen. Und der Autor versucht dies, wie ich meine, mit Erfolg. Geradezu minutiös schildert er, wie äußere Einflüsse, aktuelle Ereignisse und vermeintliche Rücksichtnahmen dazu führen, daß von dem ursprünglichen Konzept am Ende nicht mehr viel übrig bleibt. Dies hat mehrere Gründe, die offenbar einmal bei der Gruppe selbst liegen, die spontan auf neue Entwicklungen reagiert, statt zunächst den Drehplan einzuhalten. Auffallender aber ist, daß es offenbar von Seiten der Sendeanstalt ganz bestimmte, überlieferte und angeblich auch bewährte Muster gibt, nach denen Filme auch für dieses Jugendmagazin gedreht und sendefertig gemacht werden müssen. Denn die einschneidendsten Eingriffe kamen von Seiten derer, die den ausgestrahlten Film gemäß dem Rundfunkgesetz zu verantworten hatten.

Diese Rücksichtnahme vorweg auf möglicherweise zu erwartende künftige Beschwerden führten von vornherein zu einem zermürbenden Bemühen um Recherche und Gegenrecherche, die im üblichen journalistischen Geschäft notwendig sind, die aber im vorliegenden Fall zu einer solchen Verschiebung der Akzente führte, daß am Ende die beabsichtigte „Selbstdarstellung“ der Gruppe zu kurz kam.

Dies einmal „hochgerechnet“ auf das lokale Fernsehen, bei dem ja angeblich die Bürger verstärkt die Möglichkeit eines Zuganges zum und einer Beteiligung am Medium zu erwarten haben, dies also einmal auf die Zukunft hochgerechnet, läßt befürchten, daß es dann offenbar nicht mehr möglich sein wird, ein Stück Subjektivität und Spontaneität einzubringen.

Krzeminski schreibt, „daß der Rückgriff auf genuin journalistische Produktions- und Präsentationsverfahren in der Behandlung des Konflikts der DSH mit dem Sozialwerk St. Georg dazu führt, daß nicht mehr der Lebens- und Erfahrungszusammenhang der Gruppe das ausschlaggebende Darstellungskriterium ist, sondern daß das Problem vielmehr nach bestimmten routinierten Verfahren des Fernsehjournalismus behandelt wird, der im öffentlich-rechtlichen System immer mehr zur Darstellung von Überparteilichkeit durch formale Ausgewogenheit in der Präsentation tendiert“. (150)

Die minutiöse Auflistung der einzelnen Schritte der Veränderung dieses Beitrags ist eindrucksvoll. Und das oben zitierte Fazit nicht minder erschreckend. Denn es verstärkt sich bei der Lektüre der Verdacht, daß es hier eher um ein typisches Beispiel heutiger Fernsehwirklichkeit geht und nicht um eine Ausnahmesituation. Des Autors Verdienst ist es, Mechanismen eines immer mehr verkümmerten Fernsehjournalismus dokumentarisch festgehalten zu haben, der zu Optimismus für die Zukunft keinerlei Anlaß gibt.

M. Thull

KURZBESPRECHUNGEN

Neil I. Perera: Film Festivals, a third world assessment. Colombo 1979 (Cinema Asia - Cinema Africa). 132 Seiten.

Dieses Buch aus Sri Lanka ist der Versuch, die Geschichte, Zielsetzung und Funktion der verschiedenen Filmfestspiele der Welt aus der Sicht und Erfahrung eines „Dritte Welt“-Autoren zu beschreiben. Dabei bildet diese Publikation zunächst ein Informations- und Nachschlagewerk für jene Filmschaffenden aus Asien, Afrika und Lateinamerika, die – heute zum Glück in verstärktem Maße – an den verschiedenen Veranstaltungen teilnehmen möchten (S. 31). Daß dabei Asien und Sri Lanka besonders berücksichtigt werden, – so etwa eine ausführliche Darstellung des Festivals von Colombo (S. 68-74) – ist selbstverständlich.

Wenn der Verfasser feststellt, daß etwa europäische Veranstaltungen deswegen oft „steril“ sind, weil falsche Leute für die Organisation und die Einladungen verantwortlich sind (S. 25), dann ist dies auch ein Anruf für die Veranstalter dieser Festivals, sich etwa bei Einladungen von Teilnehmern aus Asien und Afrika mehr um die Kenntnis der tatsächlichen Verhältnisse in diesen Kontinenten und ihren Ländern zu bemühen.

Als ehemaliger Generalsekretär der Filmkritiker- und Filmjournalisten-Vereinigung Sri Lankas ist der Verfasser besonders für eine solche Darstellung und kritische Bemerkung befähigt. Eine lexikalische Übersicht über die Zielsetzungen der einzelnen Veranstaltungen und die Anschriften der Festivalveranstalter (ab S. 51) machen das Büchlein besonders praktisch. Illustrationen ergänzen die Darstellung, die nicht nur in Englisch, sondern auch in Sinhala (S. 83-132) geboten wird. Dem Goethe-Institut gebührt besonderer Dank, daß es die Veröffentlichung des Werkes ermöglicht hat.

K.A.

BUCH-HINWEISE

Allgemeine Publizistik

Kaarle Nordenstreng and Herbert I. Schiller: National Sovereignty and International Communication. A. Reader. Norwood N.J. 1979 (Ablex Publishing). 286 Seiten.

Das Thema dieses Sammelbandes gewinnt immer mehr Bedeutung und die 14 Beiträge des Readers müssen in manchen Punkten als besonders beachtenswert bezeichnet werden. Dabei ist die Einstellung der Autoren nicht immer ganz so „eindeutig“ wie manchmal jene der Herausgeber. In der Diskussion um die neue Informationsordnung und die Kommunikationsgerechtigkeit trotzdem ein unentbehrliches Handbuch.

K. A.

Syed A. Rahim: Communication and Rural Development in Bangladesh. Honolulu 1976 (East-West Communication Institute). 60 Seiten.

Der Titel dieses Berichtes ist irreführend, denn tatsächlich handelt es sich hier um einen Projektbericht. Dabei ist besonders aufschlußreich zu sehen, wie gerade traditionelle Kommunikationsformen, wie etwa Dichtung, Musik und Gesang einbezogen werden. Die Feststellung, das Problem der Kommunikation sei nicht mehr „how to reach the people“, sondern „how to respond to their increasing communications needs“, verdient besondere Beachtung (S. 58).

K.A.

Jim Richstad (Hrsg.): New Perspectives in International Communication. Honolulu 1978 (1977) (East West Communication Institute). 241 Seiten.

Dieser Bericht einer Konferenz über „Fair Communication Policy“ für den internatio-

nen Informationsaustausch ist nicht nach dem zeitlichen Ablauf, sondern nach dem Inhalt der Beiträge gruppiert. Das Ganze ist eine erfrischende Übersicht und Analyse, die zeigt, daß dieser ganze viel diskutierte Bereich doch nicht so einfach ist, wie manche Politiker es gern haben möchten. Jede Inhaltsgruppe wird gemeinsam eingeleitet und inhaltlich zusammengefaßt, eine gute redaktionelle und für den Benutzer hilfreiche Arbeit. Die vier Teile: International Communication: Perspectives on the Problem; Cultural Indicators and Flow Perspectives; Approach to solutions: Agreements and Alternatives; What can be done: working reports.

F.-J. E.

Sonstiges

Gisela Brackert (Hrsg.): Die Botschaft als Plakat – Das Plakat als Botschaft. Frankfurt o.J. (Gemeinschaftswerk der Evangelischen Presse). 110 Seiten.

Dieser Katalog zu einer Ausstellung des Fachbereichs Werbung und Public Relations im GEP zeigt Beispiele und Beispielhaftes

kirchlicher Plakate aus den Jahren 1973 bis 1978. Aus 980 Plakaten wurden 38 als beispielhaft ausgewählt und 100 für eine Ausstellung vorgesehen, von denen etliche Beispiele in diesem Buch enthalten sind. Außerdem enthält der Band grundsätzliche Überlegungen verschiedener Autoren. Eine ausgezeichnete Hilfe zur Einführung in ein selten behandeltes Thema (vgl. auch CS 12:1979, 327-331).

J. F.

Ciel Dunne Kabler: Telecommunications and the Church. Virginia Beach VA, 1979 (Multi Media Publishing). 166 Seiten.

Die Verfasserin dieses Buches ist gleichzeitig Inhaberin einer Beratungsfirma für Telekommunikation mit der Spezialisierung auf kirchliche Bedürfnisse. Bei dem Band handelt es sich eigentlich um eine technische Gebrauchsanweisung und eine Sammlung von Themen und Möglichkeiten zum kirchlichen Gebrauch von Videotapes, Kabel-Fernsehen, Satelliten, Videodisks und Videokassetten. Sehr auf amerikanische Verhältnisse zugeschnitten, aber doch gerade unter diesem Gesichtspunkt auch informativ.

F.-J. E.