

LITERATUR-RUNDSCHAU

Eckhard Bieger: Praxis der Medienpädagogik. Düsseldorf 1980 (Pädagogischer Verlag Schwann). 135 Seiten.

Die Diskrepanz zwischen der medienpädagogischen Praxis der Schule und der medienpädagogischen Theorie einer Fülle von Publikationen scheint nur langsam geringer zu werden. Deshalb sind Aktivitäten wie jene des Instituts für Lehrerfortbildung in Essen-Werden verdienstvoll, das seit Jahren auch medienpädagogische Veranstaltungen durchführt. Im Rahmen dieser Seminare ist das Konzept der vorliegenden Arbeit von Eckhard Bieger zwar nicht entstanden, wohl aber erprobt und, nach dem Vorwort zu schließen, auch angereichert worden.

Der Titel des Buches verspricht eine „Praxis der Medienpädagogik“. Diese Praxis ist zwar auf die Schule bezogen, gleichwohl werden keine Unterrichtsentwürfe oder Stundenverlaufsplanungen präsentiert; geboten wird vielmehr eine Fülle von Anregungen und Tips, die auf seinen Unterricht hin zu konkretisieren aber Sache des Lehrers selbst bleibt. Manche Kritiker pflegen zu sagen, Bücher wie dieses böten Ideen an für Lehrer, die selber keine Ideen haben; in der Regel ist das spöttisch gemeint, doch wäre es wohl angebrachter, solche Sentenz als Lob zu nehmen.

Für den Autor zielt Medienpolitik „nicht nur auf kritische Distanz zu den Medien“, sondern auch auf die Befähigung der Schüler, „sich in und mit den Medien zu artikulieren“ (S. 9). Bieger gibt zunächst einige Grundhinsichten zu Aspekten, Aufgaben, Problemen einer so verstandenen Medienpädagogik. Dann werden teils die verschiedenen Medien (Zeitung, Comic, Video, Spielfilm), teils deren gemeinsame Funktionen (Werbung, Unterhaltung) thematisiert, d. h. es werden Informationen gegeben, z. B. über die Inhalte und die Leserschaft der Jugendzeitschrift „Bravo“, und es werden medienpädagogische Ratschläge erteilt, vorwiegend solche methodischer Art. Einigen Kapiteln ist ein Anhang beigelegt, der weitere Informationen enthält, z. B. über das Umsatzvolumen der Werbung. Insgesamt

enthält das Buch 16 Kapitel darunter auch eines über „Elternabende zum Thema Medien“.

Damit ist auch bereits die Schwäche des Buches angedeutet: es bringt zu Vieles auf zu wenigen Seiten. Das führt zu Systematisierungsschwierigkeiten, zum anderen werden besonders in den ersten Kapiteln Zusammenhänge oder Probleme mitunter so stark verkürzt, daß sie nichtssagend oder unverständlich werden. Den sieben Zeilen z. B., die dem Kinderfilm gewidmet sind (S. 22), ist so gut wie nichts zu entnehmen. Die These, „daß Medienpädagogik eine Kommunikationslehre darstellt“ (S. 39), ist dermaßen verkürzt, daß man das mit ihr Gemeinte nur erraten kann. Die Behauptung, vor allem die Gefühlswelt der Kinder werde durch das Fernsehen beeinflusst, „erst in zweiter Linie die Vorstellungswelt“ (S. 24), diese Behauptung ist nicht weniger pauschal als die, die Forschung gehe heute vorrangig vom sogenannten Nutzen/Belohnungsansatz aus (S. 21); besteht doch das Kernproblem gerade darin, daß keiner der vorliegenden empirischen Forschungsansätze ausreichend ist, daß sie allesamt zu partiell sind, wenn auch auf jeweils unterschiedliche Weise.

Doch das sind nicht die Probleme des Praktikers. Er sucht Anregungen und für die Unterrichtsplanung relevante Grundinformationen. Beides findet er in diesem Buch reichlich.

R. Merkert

Eckhard Bieger u. a.: Spielregeln für Kursleiter. Wie plane und leite ich Kommunikationskurse. Gelnhausen 1981 (Burckhardtthaus Verlag). 204 Seiten.

Seit Jahren veranstaltet das Referat Kommunikationspädagogik der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz sogenannte Kommunikationskurse. Im Zusammenhang mit diesen Kursen entstand das Buch von Eckhard Bieger, Thomas Feltes, Lilo Schmalriedt, Ursula Sieber. Der Name Bieger steht nicht bloß aus alphabetischen Gründen an erster Stelle, denn für fünf der insgesamt

neun Kapitel des Teils I, der sich mit „Planungstechniken“ befaßt, zeichnet er verantwortlich. Teil II hingegen, überschrieben mit „Übungen, Methoden, Arbeitsmittel“, scheint eine Gemeinschaftsarbeit zu sein.

Die Schrift ist offenbar mehr aus Not denn aus Tugend entstanden, d. h. es fehlten Vorbilder und Literatur für die intendierten Kurse, auf die man hätte zurückgreifen können, so daß man gezwungen war, eine eigene „Kursdidaktik“ zu entwickeln. Diese Not wiederum war eine Folge des sehr weitgefaßten Kommunikationsbegriffs, den man zugrundelegte. Er bezieht sich keineswegs nur auf Medien- oder Massenkommunikation, sondern meint sämtliche Formen sowohl der Primär- als auch der Medienkommunikation, also das Beratungsgespräch ebenso wie das Schreiben einer Nachricht, Diskussionsleitung wie Videoarbeit, Konferenzteilnahme wie Medienverwendung in Lernprozessen, Öffentlichkeitsarbeit in einem Stadtteil wie kritische Sicht gegenüber dem Angebot der Massenmedien.

Die Autoren gehen aus von der Unterscheidung zwischen Inhalts-, Beziehungs-, Regelaspekt von Kommunikation. Während im gruppendynamischen Training vor allem die Beziehungsebene thematisiert werde, stehe in der Kommunikationspädagogik der Regelaspekt im Mittelpunkt und dies heiße, „daß bestimmte Regeln und ihre Anwendung gelernt werden“ (S. 24). Lernen wiederum meint Verhaltenslernen und damit weniger theoretischen Wissenserwerb als vielmehr praktische Einübung und Erfahrung, weshalb die Autoren auch von „Kommunikationstraining“ sprechen. Schließlich ist noch festzuhalten, daß „die Regeln für bestimmte Kommunikationsformen“ in den Trainingskursen in zweifacher Hinsicht zentral sind: einmal als jene Regeln, die gelernt werden sollen, zum anderen als jene, mit deren Hilfe gelernt werden soll, sie sind also gewissermaßen Lerngegenstand und Lernmittel zugleich.

Das Interesse der Autoren ist eindeutig ein praktisches, wie ja bereits der Titel zum Ausdruck bringt. Wer etwas erfahren möchte über praxisnahe Durchführung von Kommunikationskursen bzw. von Dozenten- und Lehrerfortbildungskursen überhaupt, der wird vielfältige Anregungen finden, wenn gleich ihm die Lektüre des Buches nicht das

praktische Training, nicht „die Erfahrung, wie Kommunikationsprozesse ablaufen“ (S. 109), ersetzen kann; und auf diese Erfahrung kommt es den Autoren ja vor allem an. Die Lektüre jedoch ist interessant, sie macht streckenweise sogar Spaß, zumal das Buch flüssig und verständlich geschrieben ist.

Die Frage allerdings ist, wie es um seine theoretischen Voraussetzungen und Begründungen steht. Die Autoren vertreten ein technologisch orientiertes Konzept, es ist ständig von Regeln, Planung etc. die Rede, während z. B. ein Begriff wie der der pädagogischen Situation nicht auftaucht. Dadurch ist schwer auszumachen, ob diese Orientierung nur Folge ihres praktischen Interesses ist oder ob daran ein behavioristisch verkürztes Lernverständnis zum Ausdruck kommt. Manches spricht für letzteres, z. B. zentrale Begriffe wie Verhaltenslernen oder Verstärkung, anderes spricht aber auch dagegen, vor allem das im 9. Kapitel über Trainerverhalten Gesagte.

Nun wäre es töricht, über „bloße Technologie“ die Nase zu rümpfen. Sie hat neben ihren Schwächen zweifellos auch ihre Stärken, besonders für den an unmittelbarer Praxis Interessierten, und insofern gibt es keinen vernünftigen Grund, sie nicht dort zur Intensivierung von Lehr- und Lernprozessen auch einzusetzen, wo sie dazu geeignet ist; es wäre im Gegenteil unklug, das nicht zu tun. Die Kategorie des Technologischen ist hier also nicht wertend bzw. abwertend gemeint, sondern rein deskriptiv.

R. Merkert

Alois Huter: Mensch und Massenmedien. Der anthropologische Aspekt der Medienforschung. Salzburg 1981 (Otto Müller Verlag). 184 Seiten.

In der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft wird immer wieder das Fehlen einer umfassenden Theorie beklagt. Die Forschung geht darin einig, daß es allenfalls Theorieansätze gibt, aber keine wirkliche „Zusammenschau“ der journalistischen Phänomene aus empirisch-analytischer Sicht. Ebenso gravierend macht sich aber auch das Auseinanderlaufen von Theorie und Praxis in der Kommunikationswissenschaft bemerkbar, daß nämlich zwischen dem wissenschaftlichen Begreifen des journalistischen Han-

delns und dem praktischen Ethos der in den Massenmedien Tätigen nur schmale Verbindungswege bestehen. Für wen wird hier eigentlich in der Kommunikationswissenschaft gearbeitet? Warum tritt die Wirkungsfor- schung auf der Stelle und produziert sie — mit den Augen der Praxis gesehen — Be- langlosigkeiten?

Am eigenen Schopf könne sich die gegenwärtige Kommunikationsforschung „aus dem Sumpf ihrer augenblicklichen Erfolgslosigkeit“ wohl kaum ziehen, ist Alois Hutters feste Überzeugung. In seinem Buch „Mensch und Massenmedien“ liest er der Kommunikationswissenschaft die Leviten, ihre beklagenswerte „Theorielosigkeit“ lasse sich nur dann überwinden, wenn sie ihren durchgängig behavioristischen Methoden abschwört und eine Theorie vom Menschen aufnimmt. Der Positivismus ist nach Hutters Auffassung die Hauptursache dafür, daß unsere gegenwärtige Wissenschaft von den Massenmedien permanent Gefahr läuft, die Menschen aus dem Auge zu verlieren“. Der Autor ist Leiter der Abteilung Massenmedien an der Universität Salzburg und hat die Vorstellung, alle jene Wissenschaften, die in Fragen der Medienforschung beharrlich aneinander vorbeiredeten, zu einem gemeinsamen Diskurs zu bringen, über den Menschen, der Massenmedien hervorbringt, der Massenmedien hat und nutzt und der sicherlich auch unter ihrem Einfluß und ihrer Wirkung steht.

Dies ist ein lobenswertes Ziel, aber wie läßt es sich verwirklichen? Mit ihren drei Grundbegriffen der Kommunikation, Sozialisation und Wirkung sieht Huter die Medienforschung „in der Aporie“. Kommunikation, sofern man sie menschlich und nicht maschinell-informationstheoretisch versteht, habe etwas mit Verständigung, Dialog und Sinnvermittlung zu tun. Die Übertragung kybernetischer Vorstellungen von Regelkreissystemen auf menschliche Kommunikationsformen lasse dem Humanum keinen Raum; als ein von Maschinen-Kommunikation abgeleitetes Modell sei es mechanistisch und deterministisch. „Im Dialog wird der Mensch erst Person.“ Huter stellt selbst die entscheidende Frage, inwieweit die Massenkommunikation als ein der menschlichen Dialogsituation strukturadäquater Vorgang anzusehen sei, aber er ist, wie wir alle, leider nicht imstande, hierzu mehr als Vermutungen anzustellen, ob durch die Technizität ihrer Strukturen

die Medien sich am Ende gegen das richten, was sie hervorbringen wollen: Verstehen und Verständigung. Dennoch, der Wissensfundus der philosophischen Anthropologie kann in der Kommunikationsforschung nicht einfach ignoriert werden, als ob wir am Nullpunkt ansetzen müßten; dementsprechend mager sind die Resultate dann.

Ähnlich kritisch verfährt Huter mit dem „Mythos“ von der Sozialisationsfunktion der Massenmedien. Eher sieht er die Reaktionen der Ohnmacht und Hilflosigkeit gegenüber dem Andrang der Über-Information zu nehmen. „Geglückte Kommunikation ist Sinngebung, Deutung und Interpretation des anderen.“ Nun sind das vielleicht die Höhepunkte unseres Lebens; das meiste, was wir schon im Bereich der personalen Kommunikation austauschen, ist Gerede und eben von der Belanglosigkeit, die dem massenmedialen Geschehen weithin anhaftet; darin liegt vielleicht dessen stärkste „Wirkung“ als Affirmativ für die graue Alltagswelt, die es fortwährend mit dem Reiz zu überspielen sucht. Daß wir kausalanalytisch mit einem zugrundegelegten Reiz-Reaktions-Schema in der Wirkungsfor schung nicht weiterkommen, weiß die Wissenschaft inzwischen selbst. Psychologie, Soziologie und auch die Philosophie müssen mit ihren Erkenntnissen hinzutreten, sonst kann sich die „Hilflosigkeit“ gegenüber dem Begriff der Person und Persönlichkeit — mag sie auch systemtheoretisch verkleidet sein — nur fortsetzen.

Huter legt seine Hand auf viele Schwachstellen der Wissenschaft vom Journalismus und sieht eine Chance der Überwindung ihrer Defizite im Nutzungsansatz, der auf humanwissenschaftliche und philosophische Fragen zurückzuverweisen sei, im Rückbezug auf das Subjekt. Er wendet sich gegen „Empirismus“, nicht aber gegen Empirie und naturwissenschaftliche Methoden, wo sie angebracht scheinen. Der Mensch als massenmediales Kulturwesen, die Massenkommunikation als Teil unserer politischen Kultur und freiheitlichen Wertewelt — diese Fragen rücken das Umfassende der journalistischen Phänomene in den Blick und sind noch kaum angefaßt worden. Eine „wertfreie“ Kommunikationswissenschaft wird das nicht leisten können, sondern sie muß sich offenhalten für die Wert- und Sinnproblematik, für die Hintergründigkeit des Sprachphänomens und die daraus hervorgehende Wahrheitsfrage, die das —

noch weithin vernachlässigte — ethische Problem im Journalismus bezeichnet. Durch seine Macht kann der Journalismus selbstzweckhaft werden und die dienende Rolle einbüßen, die ihm die verfassungsrechtlichen Privilegien verschafft hat.

Huter unterschätzt die Anstrengungen der Wissenschaft zuweilen, der Komplexität der Phänomene empirisch-analytisch gerecht zu werden, und stellt die Folgen ihres Methodenmonismus doch manchmal zu simpel dar. Es kommt auf das Zusammenwirken der verschiedenen Disziplinen an. In einer Zeit, in der auch die Massenmedien in die heute vor allem von „links“ kommende Fortschrittskritik einbezogen werden, ist die Stunde günstig für die aufgeworfenen Fragestellungen. Darf der Journalismus, was er kann? Der Spieß läßt sich auch rundrehen: Kann der Journalismus was er darf? Ist er so gut, wie er unter den obwaltenden Umständen und bei reichlicher Mittelausstattung sein könnte, um seinen unverzichtbaren Dienst für die Menschen und unsere Demokratie zu leisten? Eine Sache ist es, den funktionierenden Journalismus zu analysieren, eine andere, wie daraus durch immer neue Anstrengung ein guter Journalismus wird, den wir brauchen. Das ethische Problem ist kein unwissenschaftliches, das man möglichst draußen vor der Tür hält, sondern es gehört ebenso in den Forschungskatalog, wenn ihm die Frage vorgelegt wird: Für wen wird hier eigentlich gearbeitet?

H. Boventer

Institute für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universitäten Salzburg und Wien (Hrsg.): Österreichisches Jahrbuch für Kommunikationswissenschaft 1982. Thema: Informations- und Kommunikationsberufe in Österreich (Redaktion: H. H. Fabris und B. Signitzer). Salzburg 1982 (Wolfgang Neugebauer). 239 Seiten.

Nach zweijähriger Pause liegt der zweite Band des Österreichischen Jahrbuchs für Kommunikationswissenschaft vor. War der erste eine Bestandsaufnahme des Faches und einigen Forschungsfeldern und Anwendungsfällen gewidmet, lautet das Thema nun „Informations- und Kommunikationsberufe in Österreich“; in mancher Hinsicht eine österreichische Parallel dessen, was Heinz-Dietrich Fischer in seinem 1979 erschienenen Sam-

melband „Spektrum der Kommunikationsberufe“ (Deutscher Ärzte-Verlag Köln) publiziert hat. Das Buch wird von kommunikationswissenschaftlichen Beiträgen über Perspektiven eines Berufsfeldes (Hans Heinz Fabris; Benno Signitzer: Informations- und Kommunikationsberufe in Österreich; Ingo Schmoranz: Die Informationsbeschäftigten in Österreich — der Autor zählt zu diesen offensichtlich auch alle Sekretärinnen, die Informationsmaterial erfassen, speichern und weitergeben —; Roman Hummels nicht gerade technikfreundlichen Ausführungen: Kommunikationsberufe im technologischen Wandel; Michael Schmolke: Nachdenken über den eigenen Beruf; Kurt Luger: Berufsperspektiven und Studienmotivation der Studierenden des Faches Publizistik [...] sowie Heinz Pürer: Publizistische Bildungsarbeit in Österreich;) eingeleitet.

Neben diesen Aufsätzen von seiten der Kommunikationswissenschaft wird den Beiträgen aus der Sicht der Berufspraxis großer Raum zugemessen. Besprochene Berufsfelder sind der Tageszeitungsjournalismus, der Rundfunk, Public Relations, Medien- und Pressereferenten, Werbeberufe, Markt-, Meinungs- und Medienforschung, Information und Dokumentation, Fachpresse, Buch- und Lektoratswesen, Medienpädagogik, Theaterberufe, Video- und Kleinmedien, Agenturjournalismus, Leselehrer sowie Bibliotheks- und Archivberufe.

Freilich werden oft nur Teilaspekte eines Berufsfeldes herausgegriffen, andere Bereiche — man könnte sich streiten, ob manche nicht wichtiger gewesen wären als das hier präsentierte — fehlen völlig, wie beispielsweise Beiträge über aktuellen Radio- oder Fernsehjournalismus. Wie Fabris/Signitzer in ihrer Einleitung in den Fragenkomplex jedoch zeigen, ist die Abgrenzung in der Praxis offenbar schwieriger, als man in der Theorie vermuten würde; die Liste der Kommunikationsberufe scheint beliebig verlängerbar.

Die (fast alle) in einem Seminar am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg mündlich vorgetragenen und diskutierten Berichte sind oft vom Berufsalltag geprägte, persönlich gefärbte und ungeschminkte Schilderungen der eigenen Tätigkeit. Der Leser gewinnt Einblick in den einen oder anderen Arbeitsplatz sowohl von der strukturell-funktional-theoretischen als auch von der emotionell-

praktischen Seite her; Schwierigkeiten, aber auch Freuden des Berufs bleiben nicht verborgen, Verbesserungsvorschläge können gut verstanden werden.

Der durch die Erteilung des Wortes an Praktiker eingegangene Nachteil, der sich in manchen Beiträgen in einem gewissen Mangel an kritischer Distanz und Systematik (objektive Sicht, klare, auf Fakten gestützte Analyse der Situation, Dokumentation anderer Meinungen, vollständige Datenpräsentation u. a.) niederschlägt, wird leicht wettgemacht durch die lebendige Authentizität der Darstellung und die durch dieses Konzept wohl erreichte Zuwendung (um nicht zu sagen Annäherung) zwischen Wissenschaft und Praxis. Potentielle Kandidaten für einen Kommunikationsberuf werden die gewählte Methode als Orientierungshilfe bei der Berufsplanung zu schätzen wissen.

Ein Dokumentationsteil bringt eine kommentierte Liste von Aus- und Fortbildungseinrichtungen, einen Überblick über Forschungsstellen, wissenschaftliche Vereinigungen, Gremien und Innungen, Fachverbände, Gewerkschaften und sonstige Vereinigungen, eine (kurze) Auswahlbiographie zum Thema des Buches sowie eine Liste der seit 1978 fertiggestellten publizistikwissenschaftlichen Dissertationen in Österreich.

E. Geretschlaeger

Die schönsten Anzeigen in den Fliegenden Blättern. Werbung zu Kaisers Zeiten. Mit einem Vorwort von *Hans Friedrich Müller*. Hildesheim, Zürich, New York 1982 (Olms Presse)

Walter Scheele: Zwischen Werbung und Kauf lauert die Sünde. Jahrhunderte der Werbung in Geschichten und Bildern. Stuttgart 1979 (Seewald Verlag). 141 Seiten.

Man ist gewohnt, die Werbung betriebs- und volkswirtschaftlich, soziologisch oder psychologisch zu betrachten. Daß sie jedoch auch ein kulturgeschichtliches Phänomen ist, das anschaulich über die kulturellen, technischen, wirtschaftlichen und sozialen Tatsachen einer Epoche berichtet, wird selten vorgeführt.

Beiden hier besprochenen Büchern gelingt diese kulturgeschichtliche Darstellung der Verführung und Verführbarkeit auf ihre Art eindrucksvoll.

Walter Scheele, Theoretiker und Praktiker von Marketing, Werbung und Public Relations, zeigt mit Bildern, Zeichnungen und Karikaturen aus einigen Jahrhunderten und den dazugehörigen Geschichten und Erklärungen, daß Werbung keine Entwicklung der Neuzeit ist, sondern eine lange Ahnengalerie vorzuweisen hat. Die Herolde, die Anbieter von Diensten und Waren, die Ausrufer und Trommler, die Werber von Söldnern und Gefolgsleuten haben schon zu allen Zeiten aufgerufen und proklamiert, geworben und gelockt, überredet und überzeugt, aber ebenso belogen und betrogen. Doch auch die (humorvoll und interessant geschilderten) Sünden, die zwischen Kauf und Verkauf stets begangen werden, brauchen nicht zu schrecken, machen sie doch nur deutlich, daß die gute alte Zeit auch in der Werbung nicht so herrlich war.

Wie die Produkte der Werbung — im 19. Jahrhundert versteht man darunter vor allem die Annonce — dann tatsächlich aussahen, präsentiert der vorliegende Nachdruck aus dem „Beiblatt der Fliegenden Blätter“ 108 (1898). Man sieht Kitsch (alleroriginellstes, neuestes und praktisches Gigerl-Seidel, Bierkrügerl aus München) und Kunst (Hinterglasbilder), Antiquiertheit (alte Violinen für Künstler und Dilettanten) und Modernität (Patent-Motor-Wagen „Benz“), Sinnloses (Staudt's Parade-Geradehalter) und Brauchbares (Sicherheits-Rasir-Apparat, Schutzmarke „Rose“) — alles echt und patentiert. Reklame war noch von (oft wenig) berufener Künstlerhand gemacht, von Markentechnik und behutsamen Stilmitteln waren die meisten Anzeigen noch weit entfernt. So ist dieses Buch über die Werbung von gestern so ganz nebenbei auch eine Werbung für die Werbung von heute.

E.G.

Reinhard Keune (Hrsg.): Television News in a North-South Perspective. Reports-Documents-Recommendations of the Third International Broadcast News Workshop, ABU/FES, Jakarta, February 1981. Bonn 1981 (Mass Media Manuel, Friedrich-Ebert-Stiftung), 180 Seiten.

Die dritte Weltnachrichtenkonferenz für Hörfunk und Fernsehen, die im Februar 1981 in Jakarta stattfand, hatte es sich zum Ziel gesetzt, in einer Zeit der theoretischen und ideo-

logischen Auseinandersetzung um eine Neue Internationale Informationsordnung (NIIO) konkrete Schritte hin zu einem besseren und ausgeglicheneren Informationsfluß innerhalb der Regionen und zwischen den einzelnen Regionalorganisationen zu unternehmen.

Da fast alle regionalen Rundfunkorganisationen, viele Filmagenturen und sonstige Nachrichtenexperten vertreten waren, dürfte die von der FES erstellte Dokumentation eine der umfassendsten zur einschlägigen Thematik sein.

Neben fünf Eröffnungs- und Grußadressen beschäftigen sich insgesamt 16 Beiträge mit rundfunkspezifischen technischen, organisatorischen und Ausbildungs-Aspekten sowie mit Fragen des Nachrichtenaustauschs, der NIIO, der Nachrichtenfilmagenturen und der Satellitentarife.

Die Befürworter neuer Kommunikationstechnologien waren dabei offensichtlich vollkommen unter sich. Denn die Frage nach dem Sinn und Nutzen derartiger Technologien für die Entwicklungsstrategien der Dritten Welt im Spannungsfeld einer Neuordnung der internationalen ökonomischen, politischen und kulturellen Verhältnisse stellte sich erst gar nicht. So machte sich auch die bei ähnlichen Veranstaltungen — im Rahmen der UNESCO beispielsweise — übliche tiefe Kluft zwischen Entwicklungsländern, die eine NIIO fordern, und Industrieländern, die von ihr staatliche Einschränkungen im freien Informationsfluß befürchten, nahezu überhaupt nicht.

Allein ein Beitrag der Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU) über derzeitige Trends im internationalen Informationsfluß konstatiert den eigentlichen Kern der NIIO-Debatte, indem er die Argumentationsketten einschlägiger Konferenzen und Tagungen der 70er Jahre referiert: 1. Die Nutzung des machtpolitischen und technologischen Vorsprungs einiger weniger Staaten zum Zwecke der kulturellen und ideologischen Beherrschung anderer Staaten, deren nationale Identität dadurch unmittelbar gefährdet ist. 2. Monopolistische und oligopolistische Entwicklungen in der Verfügung über Kommunikationskanäle und die Produktion und Verbreitung von Nachrichtenmaterial, die zu einem ungleichgewichtigen Informationsfluß zuungunsten der Dritten Welt geführt haben.

Demgegenüber reiht sich die European Broad-

casting Union (EBU) in das Kontingent der etablierten Medienorganisationen der Ersten Welt ein, die den McBride-Report gerade dort als unausgewogen, technologie- und modernitätsfeindlich kritisieren, wo er über die Feststellung eines ‚Ungleichgewichts‘ hinaus dessen Elemente sowie Maßnahmen zu seiner Reduzierung oder Eliminierung konkret benennt.

Die von der Konferenz ausgesprochenen Empfehlungen gehen von der tatsächlichen Existenz eines Ungleichgewichts im Informationsfluß aus, das es zu korrigieren gilt. Dazu ins Auge gefaßte Maßnahmen sehen im wesentlichen folgendes vor: 1. Die Reduzierung und Harmonisierung der Satellitentarife unter Einrichtung eines Vorzugstarifs für die Berichterstattung aus und in Entwicklungsländer. 2. Die Optimierung der Satellitenkommunikation, wobei dem Austausch von Fernsehnachrichten eine überragende Rolle zur Beseitigung des erkannten Ungleichgewichts zukommt. Ein im Entstehen begriffenes asiatisch-pazifisches Austauschsystem, dem zunächst Indonesien, Malaysia, die Philippinen, Singapur und Thailand angehören werden, soll auf die Aufhebung der Schwierigkeiten mit dem INTELSAT-System hinwirken. Dessen Nutzungsbeschränkungen, die einen nicht-kommerziellen internationalen Nachrichtenaustausch ausschließen, unterliegt nämlich das Kernstück des Austauschsystems, der indonesische Palapa-Satellit. 3. Der Austausch von Trainings- und Fortbildungsprogrammen und -modellen.

Eine kritische Auseinandersetzung mit den strukturellen Bedingungen eines internationalen Systems, das durch seine Arbeitsteilung eine Abhängigkeit der Dritten Welt von der Ersten auf ökonomischem, politischem und zunehmend auch auf kulturellem Gebiet festschreibt, erfolgt nicht.

In den Grußadressen, aber auch in den Einzelbeiträgen spiegelt sich statt dessen ein geradezu blauäugiger Optimismus hinsichtlich der Entwicklungsförderung mittels grenzüberschreitenden Informationsaustauschs, durch den, so der gastgebende indonesische Informationsminister, „die verschiedenen Nationen mehr über unterschiedliche Kulturen zu lernen beginnen und so automatisch (!) ein Verständnis entstehen lassen, auf dessen Basis mehr Harmonie auf der Welt existieren wird.“ Verstreut finden sich Hinweise auf die Bedeutung der Satellitenkommunikation für die natio-

nale Integration, für kulturell differenzierte Programmgestaltung, für alle Bevölkerungsgruppen erreichende Bildungsprogramme, für die soziale und politische Partizipation.

Die Rückkehr zum kognitiven Element der Kommunikation, auf das sich schon in den 50er und 60er Jahren die Rundfunk- und Fernseh euphorie der Modernisierungstheoretiker stützte, ist unverkennbar: erweiterter Informationszugang soll mehr Wissen an mehr Menschen vermitteln und so die ökonomischen, sozialen und politischen Probleme lösen. Dem liegt jedoch, das beweisen die Fehlschläge der ersten und zweiten Entwicklungsdekade, ein falsches Verständnis der Gründe für die Probleme und Armut der Dritten Welt zugrunde. Die haben ihre Ursachen in der genannten strukturellen Abhängigkeit auch im kommunikationstechnologischen Bereich. Informations-„Injektionen“ in ein von Ungleichheit und Ungerechtigkeit geprägtes Sozialgefüge haben noch nie brennende entwicklungspolitische Fragen und Probleme gelöst. Im Gegenteil — im historischen Kontext ist bisher noch jede neue Technologie, jedes neue Medium von den jeweiligen Machteliten zur Stärkung ihrer Position verinnahmt worden.

Einige wenige oligopolistische Unternehmungen aus den Industriestaaten kontrollieren die Produktion und Nutzung der kommunikationstechnologischen hardware; die Fernseh-anstalten der Entwicklungsländer sind nicht einmal in der Lage, die Programm-software für einen einzigen Kanal zu erstellen, geschweige denn für eine satellitengebundene regional- und kulturspezifische Programmteilung. Die Senkung der Tarife, interregionaler Nachrichtenaustausch oder Ausbildungs-kooperation werden daran nichts ändern. Es hätte der entwicklungspolitisch ansonsten engagierten und kritischeren FES sicherlich gut angestanden, diesen offensichtlichen Einwänden z. B. durch eine übergreifende Kommentierung Rechnung zu tragen.

M. Oepen

Peter Lefold: Medienerziehung am Beispiel Fernsehen. Medienprojekt mit Kindern. Drei Programme mit Fotos, Schmalfilm und Tonaufnahme. Hannover 1980 (Hermann Schroedel Verlag KG, Reihe: Schroedel elementar). 163 Seiten.

„Kinder lernen fernsehen (fast) ohne Fernsehen“ scheint vorerst einmal absurd, aber

wenn man die 28 Vorhaben des Medienprojekts durchgelesen hat, ist man begeistert von den vielen Anregungen, die, als „flankierende Maßnahmen zum Fernsehgebrauch verstanden“, hier für die Arbeit mit Vorschulkindern geboten werden.

Ziel des Projekts ist es, „... das Erlernen der Bildsprache zu erleichtern“ (S. 10) und den Kindern zu zeigen, sie erfahren zu lassen, daß auch ihre Umwelt abbildbar ist und ihre eigenen Ideen unterhaltsam und wiederholbar sind. Durch gruppenbezogenes Produzieren unter bewußter Leitung des Lehrers oder Erziehers wird — was wohl Fachwissen voraussetzt — stets der Aspekt des professionellen Machens im Bezug zum Fernsehen hergestellt. Etwas zu leichtfertig wird vielleicht das Denken in Bildsprache beim Lehrer und sein Wissen um die Produktionsbedingungen in den Fernseh-anstalten beurteilt, aber das tut insgesamt dem Wert des Buches keinen Abbruch.

Die gründliche Beschreibung der einzelnen Vorhaben setzt bei der kindlichen Erfahrung- und Erlebniswelt an, Situationen und kindliches Erleben werden sehr gut eingeflochten und interpretiert. Man hat den Eindruck — sicher verstärkt durch die Fotos von „arbeitenden“ Kindern —, daß dieses Projekt nachvollziehbar ist, und man möchte sofort ans Werk gehen, denn Fotoapparat, Diaprojektor, Kassettenrekorder — vielleicht auch Schmalfilmkamera — hat wohl jeder schnell zur Hand. Es ist ein sehr positiver Aspekt dieses Medienprojekts, daß es keine aufwendigen Medien, sondern eher vorhandene nutzt und daß so viele Anregungen, z. B. zur Gestaltung eigener Handpuppen, gegeben werden.

Ob allerdings ohne direkte Arbeit auch mit beliebten Fernsehsendungen (hier nur ein Vorhaben) der Anspruch auf Erziehung zum mündigen Fernsehteilnehmer erhoben werden kann, bleibt dahingestellt, denn dabei ginge es ja um die Bewältigung des Angebots. Erst wenn die Übertragung von diesen in den Vorhaben des Medienprojekts beschriebenen Aktivitäten auf die aktuelle Fernseh-situation erfolgt, kann es dazu kommen. *I. G.*

Rainer Weber: Fernseherziehung in Familie und Schule. Eine Studie zur Diffusion medienpädagogischer Konzeptionen. Berlin 1980 (Verlag Volker Spiess, Reihe: Hochschul-Skripten: Medien Band 19). 283 Seiten.

Diese Dissertation im Bereich Erziehungswissenschaft versucht anhand von Fernseherziehung zu untersuchen, welche Probleme sich bei der Durchsetzung der von Theorie überlasteten Medienpädagogik ergeben können und welche Probleme der Vermittlung zwischen Theorie und familiärer sowie schulischer Praxis bestehen.

Weber greift zuerst die Familie heraus, durchleuchtet auf interessante Art und Weise die publizistischen Aktivitäten von verschiedenen Zeitschriften, speziellen Erziehungszeitschriften, Elternratgebern und Erziehungsratgebern zur Fernseherziehung sowie speziellen Publikationen zur Fernseherziehung und stellt sie in Beziehung zu Ergebnissen einer selbst durchgeführten Befragung bei Schülern.

Kritisch angemerkt wird, daß sich Pädagogen nur zu einem geringen Teil familiärer Fernseherziehung annehmen und vornehmlich Psychologen, Erziehungsberater und Mediziner das Sagen haben. Insgesamt fällt das Urteil über die sporadische, punktuelle und pauschal gehaltene populärwissenschaftliche Darstellung medienerziehlicher Inhalte sehr schlecht aus: „Ignoranz verdrängt die pädagogischen Probleme des Fernsehens, Dilettantismus trivialisiert und dramatisiert die Wirkung der Massenkommunikation, Pessimismus erklärt pädagogische Ressentiments.“ (S. 206)

Daher ist es nicht verwunderlich, daß Eltern das Fernsehen als pädagogisches Problem zwar erkannt, aber noch nicht reflektiert haben und Fernseherziehung praktisch nur in der präkommunikativen Phase durch Reglementierung des Zugangs erfolgt.

Fernseherziehung in der Schule wird vom Autor im Bereich der Lehrplansituation und der didaktischen Modelle von Fernseherziehung sowie am Problem der Praxis diskutiert. Er macht die mediale „Inkompetenz der Erzieher“ dafür verantwortlich, daß die Relevanz der Fernseherziehung negiert wird und medienerziehliche Entwürfe, die vorhanden wären, nicht einmal rezipiert werden und daß Fernsehen kaum als Gegenstand medienkritischer Reflexion beachtet wird. Weber stellt — zu Recht — fest, daß die Schule die Defizite des Elternhauses nicht wettmachen kann.

Das Buch ist zwar nicht leicht zu lesen, entschädigt aber den, der es liest, mit einer Fülle neuer und interessanter Aspekte im

Hinblick auf (populär)wissenschaftliche Publikationen zur Medienerziehung und was davon Eingang in die Erziehungspraxis findet.

I. Geretschläger

C.-J. Pinto de Oliveira et Bernard Béguin: *L'éthique professionnelle des journalistes. La journée de formation continue organisée par l'Institut de journalisme et des Communications sociales de l'Université de Fribourg en collaboration avec la Formation continue des journalistes (FCJ)*, 2 décembre 1980. Fribourg 1981 (Editions Universitaires Fribourg Suisse). 79 Seiten.

Das vorliegende Heft 12 der Reihe „Cahiers de travaux pratiques“ aus dem Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Fribourg enthält einen Bericht über eine Fortbildungstagung für Journalisten, die am 4. Dezember 1980 in Fribourg stattfand. Die Veranstaltung wurde von besagtem Institut und der „Fortbildung für Journalisten der französischen Schweiz“ (Lausanne) getragen. Sie ging, wie Florian H. Fleck, der Leiter des Universitäts-Instituts in Fribourg, in seinem kurzen Vorwort bemerkt, auf ein gemeinsames Vorhaben von ihm und Pierre Cordey, dem ehemaligen Chefredakteur der Zeitschrift „Feuille d'Avis de Lausanne“ und Direktor der Journalistischen Fortbildung in Lausanne zurück, der inzwischen verstarb. Der kleine Band ist seinem Gedenken gewidmet. Er enthält die beiden Referate und ausgewählte Passagen der anschließenden Diskussion.

Erstes Referat: C.-J. Pinto de Oliveira: „Ethische Verantwortung der Journalisten und der Medien.“ Der Dominikaner und Professor an der Universität Fribourg definiert zunächst den Begriff ethischer Verantwortung, wie er für den Journalisten gilt, unterschieden von einer ethischen Verantwortung der Medien. Er ordnet dann den Begriff historisch in die Phase der Entwicklung der Pressefreiheit ein, kritisiert aber gleichzeitig ein liberalistisches Verständnis der Pressefreiheit. Pressefreiheit ist für ihn — insbesondere nach den Umwälzungen der ersten Hälfte unseres Jahrhunderts — gebunden an Werte und Grundrechte. Er unterscheidet dann in philosophischem Diskurs den Tatbestand, verantwortlich zu sein, von der Haltung der Verantwortlichkeit.

Er versucht dann seine theoretischen Aus-

führungen an zwei Beispielen zu konkretisieren:

Davon ist das erste die Verantwortung bei der Deutung von Botschaften; das zweite bezieht sich auf die Pflicht, die Identität eines Informanten geheimzuhalten. Ethische Verantwortung des Journalisten und der Medien: Das ist für ihn ein dynamischer Prozeß, in dem sich Journalisten und Medien zunehmend ihrer Aufgabe zur Sicherung der Freiheit und der Grundwerte bewußt werden.

Unter dem Titel „Die Prinzipien im konkreten Fall“ spricht Bernard Béguin, Assistent des Direktors des Rundfunks der französischen Schweiz, über die Praxis, die sicherlich, wie er feststellt, von den theoretischen Überlegungen des Vorredners etwas abseits liegt. Er stellt die von ihm geschilderten Konfliktfälle auf den Hintergrund der gesellschaftlichen Lage, die durch einen Dissens in politischen und ethischen Überzeugungen gekennzeichnet ist. Die Frage ethischer Verantwortung wird hier kompliziert durch die Frage der Legitimation, die hier journalistische Arbeit sofort in Frage stellt, wenn sie als störend empfunden wird, störend, wo institutionelle Interessen sich durchsetzen wollen. Beherzigenswerte und nachdenkenswerte Schlußfolgerungen: Für die Demokratie ist weniger wichtig, daß ein Journalist alle anderen Leute wissen läßt, was seine Meinung ist: groß sind nämlich die Gefahren für eine Demokratie, wenn die Journalisten Vorgänge in der Gesellschaft verschweigen, von denen sie Kenntnis haben. Oder: Meinungsfreiheit der Medien ist vor allen Dingen die Freiheit und die Pflicht, die Überzeugung der anderen zu verbreiten.

Die anschließend wiedergegebenen Fragen und Antworten beweisen, daß das Thema „Journalistische Ethik“ sowohl von der theoretischen wie von der praktischen Seite her für die Teilnehmer von außerordentlichem Interesse war.

W. Wunden

Sven Frederik Sager: Sprache und Beziehung. Linguistische Untersuchung zum Zusammenhang von sprachlicher Kommunikation und zwischenmenschlicher Beziehung. Tübingen (Max Niemeyer Verlag, Reihe Germanistische Linguistik 36). 488 Seiten.

Schon der Untertitel läßt vermuten, daß es sich bei dieser Untersuchung um ein inter-

disziplinär angelegtes Forschungskonzept handelt, das das soziale Phänomen „Sprache“ in neue Bezüge bringen will. Im Grenzbereich zwischen Linguistik und Sozialpsychologie entfaltet der Autor das viel untersuchte Phänomen der sprachlichen Kommunikation ganz neu in bezug auf die soziale und psychologische Kategorie „zwischenmenschlicher Beziehung“. Dabei bemerkt der Verfasser zur Methodik sehr richtig, daß man sich — wolle man sinnvolle Aussagen über einen Zusammenhang von Beziehung und Sprache machen — „des sozialen Charakters der Sprache und des sprachlichen Charakters der Beziehung stets bewußt sein müsse“ (S. 1).

Die gründliche Arbeit von Sager entfaltet zunächst die Verwendung von „Sprache“ und stellt sie in einen systematischen Zusammenhang (S. 9—34). Dabei baut er vor allem auf dem Kommunikationsbegriff auf, wobei allerdings der publizistikwissenschaftliche, aber auch der anthropologische Begriff etwas zu kurz kommt. Sehr ausführlich dagegen wird der Beziehungsbegriff herausgearbeitet. Zunächst referiert der Verfasser die Forschungslage (S. 35—75), um dann mit einer genauen Darlegung des Beziehungsbegriffs, vor allem von Paul Watzlawick (S. 76—111) die Grundlage für eine Metatheorie zu schaffen (S. 114—130).

Der zweite Teil (S. 133—365) leistet dann zunächst die eigentliche Arbeit einer wissenschaftlichen Analyse des Zusammenhangs von Sprache und Beziehung auf vier Reflexionsebenen: der metatheoretischen, der theoretischen, der empirischen und der praktischen Ebene; die eigentliche Theorie wird dann auf der metatheoretischen und theoretischen Ebene expliziert. Empirische Analysen beschließen und erläutern die Untersuchungen, die für den Kommunikationswissenschaftler sicherlich über die bestehende Literatur hinaus einige hilfreiche Anregungen bieten.

G. Deussen

Johannes Horstmann (Hrsg.): Religiöse Comics. Zum pastoralen Einsatz von „Bibel-Comics“ und von „Allgemeinen Religiösen Comics“. 1981. (Dokumentation 3. Veröffentlichungen der Katholischen Akademie Schwerte). VIII und 243 Seiten.

Für jeden, der sich mit dem Phänomen der Comics ganz allgemein, besonders aber mit

den längst aus ihrem anfänglichen Schatten-dasein herausgetretenen religiösen Comics beschäftigen will, sei dieser Band als Pflichtlektüre empfohlen. Er gibt dem noch Unkundigen eine gute, verständliche Einführung, und dem bereits Sachverständigen bietet er eine informative und aktuelle Bilanz dessen, was bereits „gelaufen ist“. Die sieben Autoren sind sachkundig, die Zusammenstellung ihrer Themen trifft genau die Problematik. Aus der knappen, kenntnisreichen Einleitung des Comics-Experten Johannes Horstmann entnimmt man, daß wir es mit einer Dokumentation zu einer Tagung in der Katholischen Akademie Schwerte zu tun haben, die vom 27. bis 30. Mai 1980 stattfand und auf der Künstler, Verlagsvertreter, Pädagogen, Theologen und pastoral Tätige Stellungnahmen zu der folgenden Fragestellung zu erarbeiten hatten: Die Kirche bedient sich längst schon in ihrer Verkündung aller geeigneten Instrumente; Presse, Hörfunk und Fernsehen, Literatur und Malerei, Film und bildende Künste, haben ihren festen, unumstrittenen Platz im Rahmen des pastoral-publizistischen Auftrages der Kirche. Eignen sich aber auch Comics zum Ausdruck religiöser Gehalte?

Schon 1979 hat die Deutsche Bischofskonferenz an ihre Zentralstelle Medien den Auftrag erteilt, die Möglichkeiten des Einsatzes religiöser Comics in der Pastoral zu prüfen. Die hier dokumentierte Kooperationstagung zwischen der Katholischen Akademie Schwerte und der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz, diente der Vorbereitung eines entsprechenden Votums der Zentralstelle Medien.

Obwohl aus der Dokumentation entnommen werden kann, daß dieses Votum positiv ausfallen wird, darf man gespannt sein; denn es werden sehr viele kritische Warnungen, aber auch stimulierende Anregungen geben. Die einleitende Bemerkung von Johannes Horstmann wird sicherlich Fazit und Grundtenor des Votums sein: „Religiöse Comics sind auf längere Sicht hin künstlerische, theologische und verlegerische Wagnisse. Erst nach einer geraumen Zeit, wenn eine Vielzahl von Religiösen Comics hergestellt worden sein wird, wird sich erweisen, ob es bewährte Sprachformen für Religiöse Comics gibt, auf die Zeichner und Texter zurückgreifen können, wird es sich erweisen, welche Funktion und Stellenwert Religiöse Comics im Gesamtbild des pastoralen Instrumentariums einnehmen,

wird sich erweisen, ob das Geschäft mit Religiösen Comics verlegerisch interessant ist“ (S. IV f.).

Die Dokumentation stellt zunächst einmal die gegenwärtigen „Sprachmöglichkeiten“ der Comics vor (Wolfgang J. Fuchs); es folgen Überblick, Interpretation und Analyse von Bibel-Comics und Allgemein Religiösen Comics (Wolfgang Kempkes); eine Einschätzung von Religiösen Comics aus der Sicht der narrativen Theologie (Linus Hauser); die Formulierung der Ansprüche an Bibel-Comics (Reinhard Veit) und an Allgemeine Religiöse Comics aus pastoraler Sicht (Josef Müller); schließlich werden Gründe für und gegen Bibel-Comics aus verlegerischer Sicht diskutiert (Roswith Kreye-Mayer), Gründe, welche auch für die verlegerischen Überlegungen für und wider Allgemeine Religiöse Comics Gültigkeit haben. Der Band wird abgeschlossen mit einem Werkstattbericht über Religiöse Comic-Strips in einer Kirchenzeitung (Wolfgang Poeplau).

Zusammen mit dem „wissenschaftlichen Apparat“ zu Ende eines jeden Beitrags ist die vorliegende Dokumentation eine wertvolle und vorerst auch unentbehrliche Fundgrube, Informationsquelle und Argumentationsbasis zum Thema der Religiösen Comics; weitere und gründlichere Untersuchungen müssen folgen. Das Thema sollte auf der Tagesordnung kirchlicher Publizistik bleiben.

G. Deussen

Guido Schüepp (Hrsg.): Handbuch zur Predigt. Zürich 1982 (Benziger Verlag). 496 Seiten.

Dieses Handbuch mit Beiträgen von 16 meist schweizerischen Autoren gliedert seine Beiträge in drei Hauptgruppen: 1. die Gegenwartssituation und anthropologischen Bedingungen der Predigt (S. 15—94), 2. die Inhaltsaspekte (S. 95—388) und 3. die Kommunikationsformen der Predigt (S. 389—489). Allein aus dem Umfang dieser Abschnitte wird schon deutlich, daß hier der inhaltlichen Dimension das Hauptgewicht zugemessen wird. Dabei gelten einzelne Beiträge zu diesen Aspekten sowohl den biblischen, dogmatischen, moraltheologischen, liturgischen und missionarischen Inhalten, wie auch den kirchlichen Anlässen, der politischen Predigt, der Literatur in der Predigt, der Spiritualität des

hl. Benedikt, des hl. Franz von Assisi, des Charles de Foucauld und der Mutter Theresia.

Den Kommunikationswissenschaftler interessieren hier vor allem die beiden Abschnitte zu den Bedingungen und zu den Kommunikationsformen der Predigt. Dabei zeugt die Überschrift des Beitrags von Edgar Marsch „Kommunikationswissenschaftliche Aspekte der Predigt“ von einem Mißverständnis, denn hier geht es ausschließlich — wie auch der Autor selbst sagt — um einen Beitrag zur Sprache der Predigt. Sie hat zwar eine kommunikationswissenschaftliche Dimension, kann aber nicht mit einer wie auch immer gearteten Kommunikationswissenschaft gleichgestellt werden, die weder inhaltlich noch in der Literatur dieses Beitrags berücksichtigt ist. Insgesamt fällt auf, daß bei aller Qualität einzelner Beiträge tatsächlich die verschiedenen Bereiche einer Kommunikationswissenschaft kaum berücksichtigt werden, die sich ja nicht nur mit den Massenmedien beschäftigt, deren Auswirkungen und Möglichkeiten für die Verkündigung von Ambros Eichenberger gut herausgearbeitet werden. Ob man allerdings tatsächlich von den Massenmedien als großen Konkurrenten zu Gottesdienst und Predigt sprechen kann, wie es Herausgeber Schüppert (S. 17), muß man bezweifeln. Hier handelt es sich doch wohl um zwei verschiedene Ebenen. Zwar haben die Massenmedien eine wichtige Rolle im „Agendasetting“ für den heutigen Menschen, wie Eichenberger mit Recht betont (S. 84), aber hier geht es doch eigentlich wohl mehr um die Tatsache, daß im Gegensatz zu den Massenmedien die Predigt für viele heute einen mangelnden Wirklichkeitsbezug zum Leben des modernen Menschen hat.

Der Hörer wird in der Predigt oft mit Überlegungen und Dingen konfrontiert, die er in seiner gegenwärtigen Verfassung als ohne jeden Bezug zur Wirklichkeit seines Alltags empfindet. Hier hätte die Kommunikations-

wissenschaft z. B. mit ihren Forderungen zur Aktualität der Kommunikation, der Affinität zum Rezipienten und zum dialogischen Charakter des Kommunikationsprozesses einige wichtige Hinweise und Klärung geben können. Gegenüber den Medien sind Predigt und Gottesdienst nicht nur alternativ, sondern doch wohl auch komplementär.

Das vom Herausgeber im Abschnitt „Struktur und Faktoren der Predigtkommunikation“ zugrunde gelegte Kommunikationsmodell entspricht den üblichen auf Shannon und Weaver fußenden Modellen, die er allerdings aus der Rhetorik übernimmt. Hier wäre die kommunikationswissenschaftliche Literatur wiederum hilfreich gewesen, und sehr hätte man sich in der Rhetorik einen ausführlicheren Hinweis auf die Überlegungen des hl. Augustinus im Vierten Buch seiner „Doctrina Christiana“ gewünscht, wo zum ersten Mal in der Theologie versucht wird, die antike Rhetorik in die Homilitik einzubringen, ein Versuch, der gerade im Blick auf die modernen Kommunikationsgegebenheiten aufschlußreiche Parallelen und Möglichkeiten aufzeigt.

Bei aller weiteren Auseinandersetzung über die Predigt wird man wohl klarer zwischen interpersonaler und medialer Kommunikation unterscheiden müssen. Predigt ist immer interpersonale Kommunikation, die eine Anwesenheit des Rezipienten voraussetzt, und dies hat in verschiedener Hinsicht entscheidende Konsequenzen für die unmittelbare Kommunikation.

Insgesamt ist dieses Handbuch eine reichhaltige und anregende Sammlung von Erfahrungen und Überlegungen, die in dieser Form bisher wohl kaum bestanden. Aus der Sicht der Kommunikationswissenschaft hätte man sich allerdings gern etwas mehr Interdisziplinarität gewünscht.

F.-J. Eilers

KURZBESPRECHUNGEN

Frank Barton: The Newsroom, Berlin/Bonn 1981 (International Institute for Journalism und Friedrich-Ebert-Stiftung). 134 Seiten.

Bereits vor einigen Jahren hat Frank Barton als Afrikafachmann des Internationalen Presseinstituts (IPI) ein „IPI-Manual on techniques of Reporting, News-editing, Sub-editing, Photo-editing, Feature-writing“ unter dem Titel „The Afrikan Newsroom“ veröffentlicht. Der jetzige neue Band unter einem allgemeineren Titel übernimmt zwar eine ähnliche Grobeinteilung, ist aber wesentlich ausführlicher und völlig neu geschrieben. Das Buch soll dem Praktiker vor allem in Entwicklungsländern helfen, aber auch als Handbuch für Journalistenkurse eingesetzt werden. Illustrationen und Beispiele unterstreichen den praktischen Wert der Publikation, die gemeinsam vom Internationalen Institut für Journalismus in Berlin und der Friedrich-Ebert-Stiftung in ihrer Reihe „Mass Media Manuals“ herausgegeben wurde. Es wäre hilfreich zu erfahren, wo etwa auch in Afrika und Asien dieses Buch zu haben ist. Gegenüber der früheren Afrika-Ausgabe fehlen jetzt leider ein eigenes Fachwörterverzeichnis („Terms of Trade“) und eine Übersicht über die Korrekturzeichen. *F.-J. E.*

Ralf Dose: Video-Aufzeichnungen in der praxisintegrierten Lehrerbildung. Berlin 1980 (Hochschul-Skripten: Medien 17, Verlag Volker Spiess). 247 Seiten.

Dieser „Rechenschaftsbericht“ (daher mit Details aus der vierjährigen Projekterfahrung des Autors in einem reformartigen Unterrichtsprojekt gespickt) gibt Einblick in Möglichkeiten der Video-Aufzeichnung als Hilfsmittel, um Unterrichtsgeschehen durchsichtig und besser diskutierbar zu machen. Behandelt werden Unterrichtsmitschau, Unterrichtsdokumentation, Microteaching (peripher, da im Projekt selbst nicht verwendet), sowie (vor allem in Form von Referaten über ähnliche Projekte an anderen Pädagogischen Hochschulen) weitere Einsatzmöglichkeiten. Als Zielrichtung des Video-Projekts mag schwerpunktmäßig die Förderung der Einstellung zum Lehrberuf sowie ein berufsbezogenes Selbstvertrauen gelten.

Durch die Verwendung von grauer Literatur

und der Zusammenstellung eines umfassenden Literaturverzeichnisses kann diese Publikation wertvolle Hilfestellung für Planung und Durchführung eines solchen Unternehmens in der Lehrerbildung liefern. *I. G.*

Wilhelm Hagemann, Wolfgang Neubauer, Gerhard Tulodziecki, Dietmar Zimmermann: Medienpädagogik. Köln 1979 (Verlagsgesellschaft Schulfernsehen Reihe: medienpraxis medientheorie). 157 Seiten.

Wer sich ein handliches theoretisches Werk zum umfassenden Begriff Medienpädagogik anschaffen will, wird in diesem Buch finden, was er sucht. Die verschiedenen Autoren beschäftigen sich jeweils mit einem der Bereiche Medienkunde, Mediendidaktik, Medienerziehung und Medienforschung, wobei der zentrale Begriff des Mediums bestimmt ist vom funktionalen Zusammenwirken (aktuell und potentiell) von Gerät, Fragenmaterial, Übertragungsmöglichkeit, Kommunikat und auch AV-Medien, Massenmedien, Unterrichtsmedien beinhaltet.

Die Verantwortlichkeit der Medienforschung, wie sie hier beschrieben wird, erstreckt sich auf Voraussetzungen und Bedingungen von Medienentwicklung und Verwendung, die Bedeutung der Medien für Lernvorgänge sowie die Situation selbst, in der die Medien die gewünschte Bedeutung erhalten sollen.

Unter dem Aspekt der Medienpädagogik als Wissenschaft und im Hinblick auf Medienforschung als Methode der Medienpädagogik stellt Tulodziecki bei Beachtung beider Medienforschungsbereiche (Forschung im Bereich Massenkommunikation, Forschung zu unterrichtlichen Medien) die Forderung auf, daß die konkrete Medienpraxis bei den verschiedenen Ansätzen (ob ideologiekritisch oder geisteswissenschaftlich-hermeneutisch) stets Ausgangspunkt medienpädagogischen Denkens bleiben muß. Er entwirft zusätzlich eine Reihe von Fragestellungen, die die Medienpädagogik bei konstruktiv-kritischer Nutzung bereits praktizierter Methoden untersuchen sollte.

Mit der Beschreibung dieser vier Aspekte, die hier den Wissenschaftsbereich Medienpädagogik ausmachen, wird ein umfassendes theoretisches Gerüst aufgebaut und kritisch

hinterfragt, das die Grundlage für diese Reihe des Verlags bildet. I. G.

Jürgen Hübner, Bernd Schorb: Grundbegriffe der Medienpädagogik. Grafenau/Württ. 1981 (Expert Verlag, Reihe: medien + bildung Band 1). 220 Seiten.

In 44 Stichworten für „medienpädagogische Problemfelder“ wird hier eine Medienpädagogik abgehandelt, die als „Kompetenz vermittelnder handlungsorientierter Gegenstandsbereich wissenschaftlicher Reflexion und realisierender Praxis verstanden (wird) als eine Emanzipationsbestrebung mit Hilfe und bezüglich der Medien im schulischen und öffentlichen Raum“.

Die Beiträge von unterschiedlicher Qualität und auch Struktur scheinen bunt durcheinandergewürfelt (wie nach einem Brainstorming ohne nachbereitende Systematik) und drohen in alphabetischer Reihenfolge den Zusammenhang (vom Inhalt her) zu verlieren.

Eine Zusammenfassung nach übergreifenden Gesichtspunkten wie Massenmedien und Massenkommunikationsforschung, Mediendidaktik, Unterricht etc. in enzyklopädischer Form wäre wohl sinnvoller und wünschenswerter gewesen. Als „Wörterbuch“ sind manche Beiträge ohnehin zu lang, und die Stichwortliste zu unvollständig, wenngleich der Großteil der Artikel wiederum doch sehr brauchbar mit Geschichte, Fakten, Situationsbeschreibung etc. ist.

Man will Problembewußtsein wecken und hofft durch Thematisierung bestimmter Bereiche und Weglassen anderer sowie durch die Art der Aufarbeitung der Stichworte zugleich auf eine Veränderung des Systems. Aber diese Tendenz ist ja in der Medienpädagogik fast generell gegeben I. G.

Thomas Maurer: Filmmanufaktur Schweiz. Kleine ökonomische Entwicklungsgeschichte. Zürich 1982 (Schweizerisches Filmzentrum. Texte zum Schweizer Film). 200 Seiten.

In den letzten 10 Jahren gelangte der Schweizer Film erneut ans Licht der internationalen Öffentlichkeit. Seit dieser Zeit werden die neuen Schweizer Filme auf internationalen Festivals mit Preisen, Auszeichnungen und lobenden Erwähnungen bedacht. Grund genug, diesen Dingen, die für ein so kleines Land nicht so selbstverständlich sind, nachzugehen.

Was hier vorliegt, ist aber keineswegs eine

Analyse des neuen Schweizer Films in ästhetischer oder ideologiekritischer Hinsicht; hier ist fast ausschließlich vom Geld die Rede.

Thomas Maurer, Diplomsoziologe und seit 1980 Leiter der Filmförderung im Eidgenössischen Department des Innern, hat die wirtschaftlichen Grundlagen des neuen Schweizer Films untersucht. Das Ergebnis ist eine sachliche und vorurteilslose Analyse und wird vom Autor in zehn Thesen zu Produktionskostenentwicklung und Finanzierungsmodellen dargestellt.

In der Schweiz gibt es bereits seit 1962 ein Filmgesetz; warum aber die staatliche Filmförderung nie ausreichte, wie es zu Produktionskostensteigerungen und starker Auslandsabhängigkeit gekommen ist, zeigt Maurer genauso wie die sich daraus ergebenden strukturellen Konsequenzen und Produktionszwänge, mit denen Schweizer Filmmacher fertigwerden müssen. Wie die Beziehungen zwischen der so gelobten inhaltlichen Qualität und der Verkaufbarkeit ökonomisch wesentlich beeinflusst sind. Und welchen Gefahren eine stark entwickelte und personell im Überangebot stehende Filmproduktion heute ausgesetzt ist.

Ergänzt wurde der Bericht mit genauen Tabellen zur ökonomischen Entwicklung des neuen Schweizer Films und einer umfangreichen, wenn auch umständebedingt nicht ganz vollständigen Filmographie des Schweizer Films von 1918 bis 1980. W. Lehner

Wolfgang Neubauer: Medienerziehung in der Grundschule. Köln 1980 (Verlagsgesellschaft Schulfernsehen Reihe: medienpraxis medientheorie). 172 Seiten.

Laut Neubauer soll Ziel der Medienerziehung, wie sie in Form von Bausteinen für die ersten vier Grundschuljahre exemplarisch aufbereitet wird, sein, den Schülern bewußt zu machen, „... daß wir in einer vermittelten Welt leben und daß der kritische Umgang in der Aktualität gesellschaftlichen Bezugs gelernt werden muß“ (S. 109).

Die vier herausgegriffenen Themen sind für das erste Schuljahr Fernseherziehung, es folgen Hörerziehung im zweiten, Comics im dritten und Werbung im vierten Jahr. Es sind jeweils 45 Minuten Einheiten beschrieben, wobei zuvor das übergreifende Thema seine Begründung erfährt und man (leider) unterschiedliche Basisinformation erhält (Pädagog-

gisches beim Fernsehen und Hörfunk, Geschichte und Gestaltungsmittel bei Comics, Problemwissen bei der Werbung). Bei den Einheiten (Bausteinen) werden Phasen im Unterricht beschrieben und kommentiert, werden Medien angegeben, und der Autor formuliert auch Arbeitsaufgaben und stellt Arbeitsblattentwürfe bereit. Überdies gibt es bei Fernseherziehung einen konkreten Verlaufsplan für die vorgestellten Einheiten.

Nutzt man die hier vorgestellten Themen und Bausteine als Anregung für eine weitere Arbeit oder als Modell für die Planung eigener Aktivitäten (in der Richtung wollen die Mitarbeiter an diesem Buch auch ihre Arbeit verstanden wissen), so erfüllt dieses Buch, das auch weiterführende Literaturangaben enthält, seinen Zweck ganz passabel. I. G.

Ralf Plenz (Hrsg.): *Kinder und Medien. Was Kinder und Jugendliche mit Fernsehsendungen und Zeitschriften machen (können)*. Hardebeck 1981 (Eulenhof Verlag Ehrhard Heindold, Beiheft Jugend + Literatur 15). 258 Seiten.

„Es scheint mir überhaupt nicht sinnvoll, etwas abzuschaffen, gegen etwas zu sein — das ist zu einfach. Sinnvoller ist es, bewußter und aktiv seine (Medien-)Lebenszusammenhänge zu gestalten“ (S. 9). Diese Worte des Herausgebers einer ungewöhnlichen Sammlung von verschiedenen Aspekten

des Themenbereichs geben den Auftakt zu Impressionen Informationen, Kommentaren, in denen es auch einmal heißt: „Medienalphabetismus führt zur Unterdrückung der Rezipienten durch das Medium. Daran sind nicht so sehr die Medien schuld, sondern die, die versäumen, Medienkompetenz zu lehren“ (S. 51).

Das Buch ist so ein Plädoyer für Medien-erziehung und das Erlernen des aktiven Umgangs mit Medien. Abwechslungsreich gestaltet und anregend durch die vielen behandelten Themen und Hinweise, es selbst in die Hand zu nehmen, aktiv zu werden anstatt passiver Rezipient zu bleiben — und wenn schon rezipieren, dann bewußt und kritisch —, finden auch Themen Platz, die sonst in medienpädagogischen Publikationen meist vernachlässigt werden wie etwa der Bereich Zeitschriften für Kinder und Jugendliche (einschließlich Fernsehzeitschriften), Medien thematisiert in Kinderbüchern, Bücher über Medien, die auch in der Schule verwendet werden können, usw.

Immer wieder ergänzen Hinweise auf Literatur die angesprochenen Bereiche, und es entsteht tatsächlich in unaufdringlicher Weise eine Orientierungshilfe im Bereich Medien und Kinder, mit der man sich vielleicht wirklich selbst aus dem (Medien-)Sumpf ziehen kann, wie der Herausgeber in seinem Schlußwort meint. I. Geretschläger

ZEITSCHRIFTENHINWEISE

Allgemeine Publizistik

Otto B. Roegele: Vom ‚Sofortprogramm‘ zum Frühwarnsystem — Kirche und Publizistik im Jahrzehnt nach der deutschen Synode. In: „Internationale katholische Zeitschrift ‚Communio‘“. Köln, 11/1982, Heft 4, S. 386 bis 395.

Presse

Schweizerische Kirchenzeitung 150/1982, Heft 25. Sonderausgabe zum 150jährigen Bestehen unter dem Titel: Die SKZ in Geschichte und Gegenwart.

Sehfunke

Rolf Koppe: Elektronische Kirche: Nur über Privatfernsehen? In: „Lutherische Monatshefte“. Hannover, 21/1982, Heft 6, S. 303 bis 304.

Rainald Merkert: Fernsehen und Wirklichkeit. In: „Stimmen der Zeit“. Freiburg, 107/1982, Heft 7, S. 483—495.

Dieter Stolte: Fernsehen im Übergang — Fernsehen im Auftrieb. In: „Die Neue Ordnung“. Paderborn, 36/1982, Heft 4, S. 269 bis 277

Bearbeitet von Bernhard Scholz (Freiburg)

