

Literatur-Rundschau

Bühlmann, Benno, Kirche und Medien im Konflikt. Der „Fall Drewermann“ als Beispiel mangelnder Kommunikationskultur in der Kirche, Luzern: db-Verlag 1997, 150 S., Sfr. 24,--

Mußte der lehramtliche Streit zwischen dem Theologieprofessor Eugen Drewermann und dem zuständigen Ortsbischof, Johannes-Joachim Degenhardt, in der Weise eskalieren, wie er sich entwickelt hat? Gab es einen „point of no return“? Welcher Logik und welcher Dynamik folgte der Streit? Mit diesen Fragen beschäftigt sich die Examensarbeit, die Benno Bühlmann an der Katholisch-Theologischen Fakultät in Luzern vorgelegt hat. Die Fallstudie versteht sich interdisziplinär: als kommunikationstheoretische Konfliktanalyse und als theologisch-ekklesiologische Studie. Ziel ist es, den Konflikt und seine Konsequenzen als typischen Fall mangelnder kirchlicher Kommunikationskultur herauszustellen, der seinen Hintergrund mehr in strukturellen als in inhaltlichen Problemen hat. Der Fundamentaltheologe Dietrich Wiederkehr formuliert es im Vorwort zur Drucklegung so: „Weil die kirchen- und medienpolitischen Strukturen analog und ähnlich sind, unterlaufen auch ähnliche Fehler ...

Dies sollte gerade kirchliche Amtsstellen und ihre Mediensprecher und -vertreter zu einer kritischen Selbstprüfung mit ‚Reue und Vorsatz‘ veranlassen“ (13).

Im ersten Teil, „Der Fall Drewermann als Anschauungsbeispiel für kirchliche Konflikte“ (23-39), skizziert der Autor zunächst die wichtigsten Stationen des Konflikts, bevor er erste Anmerkungen zu seiner Struktur und Dynamik macht. Dabei erscheint es ihm offensichtlich, daß „die Kirche die eigentlich strukturellen und institutionellen Probleme lieber in Kategorien einer persönlichen Problematik umdeutet, um sich nicht mit den Inhalten der Kirchenkritik auseinandersetzen zu müssen“ (33).

Diese These sucht Bühlmann im zweiten Teil mittels einer „Analyse der ‚Kommunikation im Konflikt‘ aus kommunikationstheoretischer Perspektive“ (41-97) zu beweisen. Ausgangsmaterial seiner qualitativen Inhaltsanalyse sind Presseerklärungen, Offene Briefe, Interviews und Zeitungsartikel, in denen sich beide Konfliktparteien zwischen Oktober 1989 und März 1992 selber zu Wort meldeten. Beiträge in elektronischen Medien sind nicht berücksichtigt, weil ihre Einbeziehung aufwendige Bild- und Filmanalysen notwendig gemacht

hätte. Besonderes Augenmerk legt der Autor auf die Frage, welche Rolle die Massenmedien in der Dynamik des Konflikts spielten bzw. spielen mußten, insbesondere auf die Frage, „in welcher Weise von den Konfliktparteien die *Medien* gleichsam als *Kommunikationsstrategie* eingesetzt werden“ (57).

Den theoretischen Unterbau der Analyse bilden verschiedene Theorien über „Kommunikation im Konflikt“, die allerdings nur in jenen Aspekten grob skizziert werden, die für das konkrete Problem relevant erscheinen. Drei Kommunikationsstrategien seien in dem Konflikt erkennbar: Die „Dilatorischen Kompromißformeln“, die in solchen Konflikten entstehen, „in denen ein oder beide Konfliktparteien gar nicht ernsthaft eine Verständigung wollen“ (61). So habe es sich bei den Ergebnissen des Theologengesprächs vom 6. Juli 1990, in dessen Anschluß sich Drewermann und Degenhardt gleichermaßen zufrieden zeigten, um Scheinkompromisse gehandelt, die wenige Tage später beiderseitig dementiert worden seien und dem Konflikt zusätzliche Nahrung gegeben hätten. In einer zweiten typischen Vorgehensweise, die die Konfliktanalyse „Strategie der Interpretation“ nennt, hätten die Kontrahenten versucht, „den Konflikt als bloßes Mißverständnis auszugeben“ (63); auch hier handle es sich um (bewußte)

Scheinlösungen, die allenfalls einen zeitlichen Aufschub bewirkten. Schließlich sei die „Strategie der Dissoziation“ zur Anwendung gekommen, in der die Konfliktparteien jede Gesprächsbereitschaft vermissen ließen. „Anstelle eines Dialoges beginnen sie also vielmehr zu monologisieren, indem sie lediglich ihr Thema *übermitteln* statt zu *vermitteln*. So kommt es zu isolierten Statements, die allein der Absicherung und Selbstbestätigung der eigenen Situation dienen, aber im Konflikt letztlich nichts bewirken können“ (65).

Bei all diesen Strategien wirkten die Massenmedien mit. Dabei habe sich aber gerade in diesem Konflikt „die fatale Wirkungslosigkeit der Massenkommunikation“ (69) gezeigt, denn die Medien hätten keine eigenständige, selbstgesteuerte Funktion übernommen, sondern würden „dem Monolog der Interagenten primär als Transmissionsmittel dienen“ (ebd.). Sie seien so einerseits instrumentalisiert worden, andererseits ergebe sich durch den sich ständig steigenden „Druck der Veröffentlichung“ eine zusätzliche Eigendynamik. Ein Teil der Konfliktentwicklung sei deshalb auch in unterschiedlichen Auffassungen über Rolle und Eigengesetzlichkeiten der Medien begründet. So sei für Degenhardt die Veröffentlichung von Gesprächsergebnissen gleichzusetzen mit „Vertrauensbruch“ und

ein redigiertes Presseinterview theologisch genauso verbindlich wie ein wissenschaftlicher Aufsatz. Diese Fehleinschätzungen hätten letztlich zu den getroffenen Disziplinarmaßnahmen mehr beigetragen als die (ursprünglichen) theologischen Differenzen.

Woran liegt es nun, daß die „Kommunikation im Konflikt“ zwischen Eugen Drewermann und Erzbischof Degenhardt nicht funktioniert hat? Im Rückgriff auf die Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas, die verständigungsorientierte Konfliktbewältigung vor allem davon abhängig macht, daß ein Diskurs rational und gleichberechtigt verläuft, erkennt Bühlmann die kirchliche Autoritätsfrage als das eigentliche Hindernis: „Ein rationaler Diskurs, der nur auf der Basis des ‚zwanglosen Zwangs des besseren, weil einleuchtenden Arguments‘ stattfinden kann, ist schwer durchzuführen, wenn auf der einen Seite nur kraft des Bischofsamtes argumentiert wird und damit die ‚ideale Sprechsituation‘, die sich durch symmetrische Kommunikationschancen auszeichnet, nicht gegeben ist“ (97).

In Teil 3, betitelt mit „Rückfragen an das Selbstverständnis der Kirche im Prozeß sozialer Kommunikation“ (98-129) konfrontiert Bühlmann seine Analyse mißlungener Kommunikation mit den theologischen Theorien und kommunikationsethischen Grund-

sätzen, wie sie in verschiedenen kirchlichen Dokumenten vorliegen. Er bietet einen knappen Überblick über die wichtigsten kirchlichen Mediendokumente, bei denen er vor allem den untrennbaren Zusammenhang von Kirchen- und Kommunikationsbild herausstellt. Im diachronen Vergleich diagnostiziert er vor allem unter Hinweis auf die beiden Medieninstruktionen von 1992 (die Pastoralinstruktion „Aetatis Novae“ und die „Instruktion über einige Aspekte des Gebrauchs der sozialen Kommunikationsmittel bei der Förderung der Glaubenslehre“) ein einseitig negatives Medienbild und einen kommunikationstheoretischen Rückschritt, der letztlich in einer Akzentverschiebung innerhalb der Ekklesiologie begründet liege. „Durch die zentralistische Verkürzung des Dialogs innerhalb der *communio* der Kirche verschiebt sich die Forum und Dialogfunktion der Medien hin zu einer problematischen Instrumentalisierung eben dieser Medien“ (128).

Das herausgearbeitete Gefälle zwischen kirchlicher Kommunikationstheorie und -praxis und Bühlmanns Plädoyer für eine erneuerte kirchliche Kommunikationskultur ist nicht grundlegend neu, aber das ist von einer Diplomarbeit auch nicht zu verlangen. Was das Buch vor allem lesenswert macht, ist die Verlaufs-Analyse des ursprünglich theologischen Konfliktes, der sich

zum Streit zwischen Eugen Drewermann und Erzbischof Johannes Joachim Degenhardt personalisiert und zugleich regionalisiert. Die zahlreichen Zitate aus Presseveröffentlichungen, Offenen Briefen und persönlichen Stellungnahmen lassen erahnen, mit welcher Dynamik und Unausweichlichkeit der Konflikt auf seinen formalen Höhepunkt zusteuerte. Solche Vorgänge rückblickend rational zu durchdringen kann eine Chance sein, sie in Zukunft vorausschauend zu vermeiden.

Susanne Kampmann

Baugh, Lloyd, *Imaging the Divine. Jesus and Christfigures in Film. Communication, Culture & Theology*. Sheed & Ward, Kansas City, 1997

The author describes and explores the „Images of Jesus“ in his book in a sensitive, critical and inspiring way. He distinguishes between two different types of films: the direct representations of the person of Jesus in the so called Jesus films and the metaphorical representations of Jesus in the so called christlike films. These last films don't represent the person of Jesus as the key figure of the film, but man and woman who refer directly or indirectly to Jesus and resemble him. This distinction is needed, clear, helpful and makes it possible to

classify and to order all the Jesus-films and the many Christlike films very well.

Part I about the Jesusfilms has five chapters, each of them dealing with two mainfilms: the Hollywood films (*King of Kings*, *The Greatest Story Ever Told*), Jesus Musicals (*Jesus Christ Superstar* and *Godspel*), the Scandal films (*The Life of Brian* and *the Last Temptation of Christ*), the classics (*Jesus of Nazareth* and *the Messiah*) and Pasolini's *The gospel according to Matthew*. The author pays much attention to the medium film and its language, describing and exploring its facilities and limitations to audiovisualise the life of Jesus. Repeated faith questions and theological reflections concern: is the film true to the gospel, is the film theologically acceptable, does the film show us more the Jesus of faith or the Jesus of culture, does the film respect the humanity as well as the divinity of Jesus?

Baugh has a very clear vision on the person of Jesus: the Jesus of Faith as seen by bible, gospels, theology, history, spirituality. This faithful and theological image of Jesus is his reference point and criterium to reflect on and to evaluate the Jesus films. Therefore it may not wonder that nearly none of the Jesus films will be entirely satisfactory. They all present the perceptive viewer with esthetic or theological problems, Baugh says. To make a

satisfactory Jesusfilm, so the conclusion, is far from an easy if not impossible task. According to his strong criteria the author concludes that Pasolini's *The gospel according to Matthew* and Dreyers concept for a Jesus film are the two films, approaching the ideal Jesus film the most.

The author describes also the respective filmmakers, their personalities, their motivations, their preparation as well as the reception of their films. He situates these films in the filmindustrial, religious-ecclesiastical context and knows, criticises and integrates also the reviews and studies of the other writers about the films in his own vision and judgement.

A very fundamental and crucial issue in this context is: is the christian or catholic background of the filmmaker a necessary background for the creation of an acceptable image of Jesus? The author mentions three criteria to answer this question: Not the belief of the filmmaker, but the message of the film determines; so we have to see the film on its own merit; furthermore important is the approval of the Catholic critics and finally the official recognition by the Church. Non christian artists like Rossellini and Pasolini made very good Jesus films. They can offer unexpected, surprising and renewing visions or appreciations of important aspects or dimensions of the person of Jesus.

Part II concerns those films, in which Jesus himself is not the key figure, but man and woman who refer directly or indirectly to him and who resemble him. The terminology commonly used to qualify these cinematographic foils of Jesus is „Christfigure“, if the total dynamic of the film embodies the total dynamic of the Christ event, or „Jesusfigure“, if the character referred to embodies only some aspects of the life and death of Jesus, without any particular reference to his total salvific mission and his resurrection. This metaphorical approach opens a new way to discover many important and interesting films of different styles and genres who reveal christlike persons and phenomena.

According to Baugh all these films have two elements in common. (1) They submit to two levels of interpretation, the direct and the analogical, the literal and the figurative; (2) on the metaphorical level they accept a reading that is biblical and christological. They are not unlike the parables of Jesus, when ‚read‘ on a literal level remain brief narratives of human experience, but when interpreted metaphorically, fairly explode with theological and christological significance.

The christlike films show many different christ figures. Baugh mentions: a) the christfigure in oversimplified films of christian catechesis and propaganda; b)

christfigure as myth: the cultural significance of Christ without turning to questions of belief (superman films); c) the christfigure focusses on the primary significance of Jesus for christian faith, his role as redeemer adapted to problems of the world; d) the christfigure is central in the narrative, which in all of its parts runs parallel to the christ-story.

The author focusses his attention mainly on the last two types of christlike films. He offers detailed descriptions and theological reflections on very different kinds of Christfilms in chapters about Jesus of Montreal, the woman as christfigure (La Strada, The Nights of Cabiria, Babettes Feast, Bagdad Cafe, Dead Man Walking), Westerns like Shane, Christfigures in the films of Kieslowski, Bresson, Tarkowsky. In chapter 6 he gives essential dimensions and guises of the christfigure in a lot of other films. He gives also descriptions of some models of the filmic christfigure: saints, priests, woman, the clown, the fool, the madman, the outlaw, the child, the popular hero.

The author offers profound and enriching cinematographical analyses and differentiated theological evaluations of the Jesusfilms as well as of the Christlike films. He explores the possibilities as well as the limitations of the audiovisual language of the film to represent the life story and the meaning of the person of Jesus.

He clarifies the religious and spiritual journeys of man and woman who are Christlike and resemble him in this or another way. He describes also the relationships between concrete films and their theological implications. He analyses and evaluates the meaning of the respective films for theology. He makes also clear that theology is needed to make a gospel-true Jesusfilm as well as to understand such a Jesusfilm from a theological point of view.

„The two level approach of Jesus“, the direct representations of Jesus in the Jesusfilms and the metaphorical representations of Jesus in Christlike films is extremely useful, fruitful and enriching. In particular the metaphorical approach puts the entire film in the context of the christian tradition, invites the viewer to perceive, to understand and to interpret the concerned films from the perspective of his christian view on life.

At the end of his book the author gives a lot of stimulating ideas and reflections on aspects and dimensions the Jesus and the Christfilms, needing further study and research. It has an detailed general bibliography as well as ample specific bibliographies concerning the different films. It entails also an index with the names of the filmmakers as well as an index of the titles of the films. „Images of Jesus“ is therefore a relevant, reliable and usable sour-

ce for further research and study.

Finally, „Images of Jesus“ is a thorough, steady, expert and fascinating book. It is helping to reflect on these films critically, constructively and inspiringly. It is a reliable orientation and guide for the important field of the relationships of cinema and christian faith, indispensable for everyone, who is interested in the Images of Jesus, in the audiovisual representation of Jesus and Christlike personalities. Therefore this book „Images of Jesus“ has to be on the agenda of theology professors as well as theology students, on the table of christian filmmakers, filmreviewers and filmeducators and all those who have a public function in the Church and those who are working in the field of religious education and formation.

Henk Hoekstra

Kurzbesprechungen

Westerbarkey, Joachim/Winkelbrandt, Frank, Quo Vadis? Perspektiven von aktiven und ehemaligen Publizistikstudierenden (Beiträge zur Kommunikations- theorie 10), Münster: Lit 1996, 188 S., DM 34,80

Fragt ein Abiturient den Chefredakteur der Lokalzeitung: „Ich möchte gern Journalist werden. Wie mache ich das?“ - „Erstmal müssen Sie zur Uni. Ein abge-

schlossenes Studium ist unbedingte Voraussetzung.“ - „Und was soll ich studieren?“ - „Egal, irgendwas zwischen Afrikanistik und Zahnmedizin. Hauptsache nicht Publizistik.“

Das Gespräch ist fiktiv, aber realistisch, denn angeblich bevorzugen viele Medien bei ihren Einstellungen Bewerber, die durch ihr Studium inhaltliches Spezialwissen, etwa in den Bereichen Wirtschaft, Jura oder Fremdsprachen, nachweisen können; das journalistische Handwerk sollen sie im Volontariat erlernen. Wenn aber das Publizistikstudium nicht auf einen Medienberuf vorbereitet, wohin führen dann die Wege der Studierenden? Mit dieser Frage beschäftigte sich ein breit angelegtes, dreijähriges Forschungsprojekt (1992-1995) des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Münster. Es sollte Dauer, Ablauf und Bewertung des Publizistikstudiums ebenso erheben wie die weiteren Wege von Studienabbrechern und -wechslern und die Berufsaussichten von Publizistikstudenten. Dazu wurden mehr als 1.200 Studierende, Absolventen und Abbrecher befragt, wobei sich die Studie in vier selbständige Abschnitte gliedert: 1. Die Erstsemesterbefragung, die unter anderem Wege zum Studium und zum Studienort, Vorwissen, Erwartungen, berufliche Ziele und erste Erfahrungen abfragte. 2. Die Studierendenbefragung,

die als Panel im wesentlichen dieselben Fragen stellte, wobei ein Schwerpunkt auf der Beurteilung des Studiums und der Studiensituation lag. 3. Die Absolventenbefragung. Dort wurde vor allem der berufliche Einstieg und Werdegang (in Verbindung mit Studienfachkombinationen, Studiendauer und im Studium erworbenen berufspraktischen Qualifikationen) erhoben. 4. Die Abbrecher- und Wechslerbefragung, die Gründe und Konsequenzen dieser Entscheidung herausfinden wollte.

Aus der Fülle der erhobenen Daten haben Westerbarkey/Winkelbrandt einen übersichtlichen Dokumentationsband zusammengestellt, der für viele Adressatengruppen interessante Hinweise bietet. So richtet sich etwa die dringend geforderte „Verbesserung der materiellen und personellen Ausstattung“ (22) an Universitätsverwaltung und Verantwortliche in der Hochschulpolitik; die studentische Kritik, im Studium finde „keine hinreichende professionelle Vorbereitung“ (21) statt, könnte dagegen für das Institut selbst eine Motivation zur Veränderung der Studienordnung sein, in dem Sinne, daß beispielsweise weitere verpflichtende Praktika zur „Theorie-Praxis-Integration“ beitragen würden.

Schüler und Studierende in den Anfangssemestern sollten sich hingegen vor allem in die Abschnitte vertiefen, die sich mit

den Berufsaussichten von Publizistikstudenten befassen. Dort zeigt sich, daß entgegen der eingangs geschilderten Erfahrung fast 50% der Absolventen den Weg in den praktischen Journalismus finden. Etwa 13% landen im Bereich Public Relations/Werbung, rund 10% bleiben zunächst im universitären bzw. wissenschaftlichen Umfeld. Arbeitslos waren bei der Befragung 5,5% der erfolgreichen Absolventen, alle übrigen orientierten sich in andere Berufssparten. Höhere wissenschaftliche Qualifikation (Promotion) erhöht die nachuniversitären Berufsaussichten im übrigen nicht, im Gegenteil: Die Arbeitslosenquote der Doktoren liegt deutlich über der der Magister-Abschlüsse.

Wesentlich erscheint noch ein weiteres Ergebnis: studentische Eigeninitiative erhöht die beruflichen Möglichkeiten deutlich; man könnte sogar sagen: Das Publizistikstudium allein ist als Qualifikation unzureichend. Die Absolventenbefragung belegt: „Wer es versäumt hat, neben dem Studium Zusatzqualifikationen zu erwerben, findet seinen Weg ins publizistische Berufsleben nur unter erschwerten Bedingungen (...) In der Gruppe derjenigen, die keinerlei berufspraktische Erfahrungen aufweisen konnten, beträgt die Arbeitslosenquote fast 9 Prozent“ (125).

Die ausführliche Studie des Instituts für Publizistik ist deshalb so hilfreich, weil sie viele Vermu-

tungen durch Zahlen entweder erhärtet oder widerlegt. Damit steht nicht nur eine verlässliche Datengrundlage für notwendige Reformen des Studiengangs zur Verfügung, sondern der Band bietet auch Studieninteressenten und -anfängern wertvolle Orientierungshilfen.

SuK

Hennig, Karsten/Steib, Rainer, Leitfaden Medienarbeit. Erfahrungsorientierte Medienpraxis für Religionsunterricht und Bildungsarbeit, München: Don Bosco 1997, 108 S., DM 24,80

Wer mit dem Buchtitel „Leitfaden“ die Erwartung verbindet, lediglich knappe Handlungsanweisungen und praktische Tips zu erhalten, kann sich vom „Leitfaden Medienarbeit“ negativ (oder positiv) getäuscht sehen. Denn der Anspruch der Autoren führt weiter. Sie wollen durch eine kritische Auseinandersetzung mit unserer „Medienkultur“, die für sie „Seismograph für gesellschaftliche Befindlichkeiten und Entwicklungen“ (9) ist, eine Möglichkeit aufzeigen, „Auswege aus der religiösen Sprachlosigkeit zu finden, die unsere Gesellschaft prägt“ (9).

Ihr Buch versteht sich als eine Mediendidaktik im umfassenden Sinne. Ausgangspunkt sind zwei Beobachtungen: 1. die Tatsache, daß die Medienkultur (Film,

Fernsehen, Musik u.a.) starke religionsproduktive Tendenzen aufweist, und 2. die weitgehende Weigerung der Kirchen, diese Medienwelten als wesentliche Kulturfaktoren ernst zu nehmen und sie als Zugang zur Wirklichkeit und zum Menschen anzuerkennen.

Entsprechend dieses breiteren Ansatzes bildet Teil A des Buches, die „Bestandsaufnahme einer Mediengesellschaft“ (11-47), den theoretischen Unterbau, der Religionspädagogen zum Verständnis der Medienkultur hinführen will. Dabei wurde jedoch auf wissenschaftliche Theoriebildung, soziologische Analysen und statistische Erhebungen bewusst verzichtet. Statt dessen laden die Autoren ein, anhand zahlreicher Beispiele aus Popmusik, Werbung, Fernsehserien, Film und Kunst die Gesellschaft als „Mediengesellschaft“ wahrzunehmen, zu interpretieren und zugleich aufmerksam zu werden für versteckte religiöse Symbolik. Sie schlagen „Übungen“ zur eigenen Auseinandersetzung, aber auch zur Arbeit mit Gruppen vor; in „Infos“ erläutern sie zentrale Begriffe (z.B. Wahrnehmung, Kommunikation, Spiritualität, Authentizität). Infos und Übungen sind optisch durch graue Kästen hervorgehoben, was genauso der besseren Lesbarkeit dient wie die stichwortartige Zusammenfassung der einzelnen Abschnitte am Seitenrand.

Teil B stellt „Ansätze einer erfahrungsorientierten und kommunikativen Medienarbeit“ vor (49-107). Dabei betonen die Autoren als „Grundgebot“, konsequent „vom Medium her zu denken“ (56). Filme oder Bilder seien nicht in erster Linie Hilfsmittel oder methodische Variationen. Entscheidend sei vielmehr, „daß das Medium im Mittelpunkt des didaktischen Prozesses zu stehen hat“ (52). Entsprechend verändere sich Unterrichtsplanung und Lernzielorientierung. Wichtiger als das Curriculum sei nun die Lebenserfahrung, denn die größte Bedeutung von Medien für religiöse Bildung liege „in der Verlebendigung von Erfahrung“ (52).

Im Anschluß an diese „Prinzipien der Bildungsarbeit mit Medien“ weist das Buch ein in die „Kunst des Sehens“ (61-73), wobei die theoretischen Anmerkungen wiederum durch eine Vielzahl von Beispielen und Übungen (z.B.: Fünf Grundregeln zur Bildbetrachtung) veranschaulicht werden. Der Abschnitt „Wege in die Kommunikation“ (73-94) bietet schließlich methodische Anregungen zur Erschließung von Medien in Gruppen. Sie reichen von der ausführlichen Darstellung der „Grundphasen des Filmgesprächs“ über schulische Praxisberichte (Erstellen einer Tonbildreihe; Drehen eines Videofilms) bis zur Skizzierung von Vorführ-, Assoziations- und kreativen Methoden.

In Teil C (95-107), der Service-Charakter hat, haben die Autoren Basisinformationen über Medienarten, über Filmwerke und kirchliche AV-Medienarbeit genauso zusammengestellt wie die Adressen katholischer Medienzentralen und eine (sehr knappe) kommentierte Bibliographie.

Die Autoren betonen es im Vorwort (10) selbst: Erfahrenen Lehrern und Erwachsenenbildnern dürften viele der in Teil B geschilderten, konkreten Methoden bekannt sein. Wichtiger als die Präsentation origineller Praxistips ist Karsten Henning und Rainer Steib der religions- und medienpädagogische Ansatz: für sinnstiftende Erfahrungen in den Medien zu sensibilisieren, Medien als eigenes Kulturgut positiv anzuerkennen und dadurch zum alternativen Umgang mit AV-Medien zu ermutigen. Ob damit der angestrebte „Ausweg aus der religiösen Sprachlosigkeit“ gefunden ist, muß jeder Religionspädagoge selbst erproben.

SuK

Klein, Ulrike, Das internationale Medienereignis D-Day. Presse und kollektives Erinnern nach 50 Jahren (Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 83), Bochum: Universitätsverlag Brockmeyer 1996, 245 S., DM 44,80

Woher bekommt der „Durchschnittsbürger“ eigentlich sein

Geschichtsbild? Woher weiß er, was geschah, wie es geschah und wie es zu deuten ist? Aus der Schule? Aus Geschichtsbüchern? Aus Erzählungen? Durch die öffentliche Feier von politischen Gedenktagen?

Was für den Einzelnen nur vielschichtig zu beantworten ist, wird für die Gesellschaft als Ganze, für ein Kollektiv, noch undurchschaubarer. In der Sozialwissenschaft hat sich der Begriff des „kollektiven Gedächtnisses“ eingebürgert, eine „fruchtbare Metapher“ für die Frage, „wie, auf welche Weise und mit welcher Absicht ein für eine Gruppe als Gemeinschaft relevantes kulturelles Wissen (also historische Überlieferungen, Traditionen, Werte...) weitergegeben wird bzw. weiterlebt“ (19). In neuerer Zeit ist bei der Beantwortung dieser Frage die Rolle der Massenmedien ins Blickfeld gerückt, wobei der Kommunikationswissenschaftler Jürgen Wilke den Vorwurf erhebt „daß gerade die Geschichtswissenschaft gegenüber der Einbeziehung der Massenkommunikation als geschichtsbildender Größe merkwürdig blind geblieben sei“ (26) und im gleichen Atemzug mit Bezug auf seine eigene Wissenschaft beklagt: „Die Bedeutung der Massenmedien ... für das Geschichtsbewußtsein ist nicht zu unterschätzen, auch wenn dazu bisher so gut wie keine empirischen Untersuchungen vorliegen“ (ebd.).

Um genau dieses Desiderat geht es in der publizistischen Magisterarbeit von Ulrike Klein. Sie versteht die kollektive Erinnerung (etwa an politischen Gedenktagen) als Spezialform der öffentlichen Meinung und kommt unter Einbeziehung früherer Studien zu der Ausgangsthese, daß das kollektive Gedächtnis nicht in erster Linie Nahrung findet in öffentlichen Gedenkveranstaltungen, „sondern in der massenmedialen Präsentation derselben“ (31). Was und wie darüber berichtet wird, sei ausschlaggebend für das Wissen über und das Bewerten von Ursprungsereignissen innerhalb einer Gemeinschaft.

Als Fallstudie hat Ulrike Klein die Berichterstattung zum „D-Day“, dem Tag der Landung der Alliierten in der Normandie am 6. Juni 1944, gewählt. Ihre detaillierte Inhaltsanalyse umfaßt ausgewählte Printmedien aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien und den USA. Dabei hat sie nicht nur aufschlußreiche Unterschiede in Umfang und Art der Berichterstattung sowie in der Interpretation der Ereignisse eruiert; sie hat darüberhinaus herausgestellt, inwieweit die Erinnerung an den D-Day als „Printmedienergebnis“ zu bezeichnen ist, inwieweit also die Medien der einzelnen Länder ein „normales Nachrichtenereignis“ zum „außergewöhnlichen Medienergebnis“ hochstilisiert und damit

das „kollektive Gedächtnis“ beeinflusst haben.

Interessant an diesem Forschungsansatz sind nicht in erster Linie die konkreten Ergebnisse bezüglich des D-Days. Interessant ist vielmehr der umfassende Blick auf die Rolle der Massenmedien für die Geschichts-, aber auch für die Weltdeutung, für die Interpretation von historischen Ereignissen, aber auch von Traditionen und Werten, für das „Schaffen“ von historischen, aber auch von aktuellen öffentlichen Themen.

Die Autorin mahnt abschließend eine interdisziplinäre Forschungsperspektive an und meint damit vor allem die Kommunikations- und Geschichtswissenschaften. Der Ansatz könnte hingegen auch für die Theologie relevant werden, ist doch das Wissen um und die Weitergabe von christlichen Traditionen und Werten, was heute nicht mehr allein von Elternhaus, Gemeinde und Schule geleistet werden kann, ein weiterhin ungelöstes Problem.

SuK

Schneider, Wolf/Raue, Paul-Josef, Handbuch des Journalismus, Reinbek: Rowohlt 1996, 345 S., DM 39,90

Dieses Lehrbuch kann man am Journalismus interessierten Schülern und Studenten ebenso empfehlen wie erfahrenen Redakteuren. Es ist ein Standardwerk,

praxisnah, verständlich und manchmal salopp formuliert; es bemüht sich um gutes journalistisches Handwerk und kritisiert zahlreiche Mißstände der Branche. Vieles wird demjenigen Leser bekannt vorkommen, der bereits einige der Sachbücher von Wolf Schneider zum Sprachstil und zum Journalismus gelesen hat. Doch das muß kein Nachteil sein. Schneider, früherer Leiter der Hamburger Journalistenschule, und Raue, früherer Chefredakteur der „Frankfurter Neuen Presse“, sehen Journalismus als eine Dienstleistung an, und sie folgen der Ansicht des Publizisten Johannes Gross, daß die Ethik des Journalismus „eine Service-Moral“ zu sein hat. Von dieser Auffassung sind die 53 Kapitel des Buches bestimmt. Es spart übrigens bewußt diejenigen Teile des Handwerks aus, die allein für Hörfunk und Fernsehen typisch sind.

Gleich im zweiten Kapitel listen die Autoren auf, was sie nicht als Journalismus verstehen und ablehnen: 1. Die Worthülsen des inhaltslosen „Dampfplauderers“ im privaten Rundfunk; 2. den Krawalljournalismus vor allem in Boulevardzeitungen (die aber keineswegs pauschal verurteilt werden); 3. den „überflüssigen Journalismus“, etwa in Umfragen zu Belanglosigkeiten; 4. den missionarischen Journalismus, wie er im „Spiegel“ häufig zu finden sei.

Die Aufgabe der Journalisten, so formulieren Schneider und Raue schlicht und zutreffend zugleich, sollte es sein, ihre Mitbürger „gescheit zu informieren“. Den Medienleuten komme in einer Demokratie die lebenswichtige Aufgabe zu, die Wähler so kundig zu machen, daß sie über das Für und Wider von Entscheidungen Bescheid wissen und sich eine Meinung bilden können. Bei der konkreten Ausgestaltung der Redakteursarbeit hagelt es dann Kritik nach mehreren Seiten: Bei den seriösen Abonnementszeitungen und öffentlich-rechtlichen Sendern wittern die Autoren die Gefahr des bequemen „Beamtenjournalismus“ - und bei Boulevardzeitungen beklagen sie Zynismus und Menschenverachtung, die zu Rügen des Presserates führten. Gleichzeitig loben sie aber die Lesernähe, die klare Sprache und das starke Gewicht von Service und Lebenshilfe der Straßenverkaufszeitungen.

Raue und Schneider belassen es nicht bei kritischen Bewertungen. Das Buch enthält zahlreiche Beispiele, wie Journalisten besser recherchieren, kommentieren und redigieren können, welche Möglichkeiten es gibt, ihr Blatt verständlicher und lesernäher zu gestalten. Sehr erfreulich sind auch die Ausführungen zur Ethik. Hier kommen weder abstrakte Prinzipien noch Ausnahmefälle zur Sprache, sondern vier ganz typi-

sche Fallbeispiele aus dem Alltag von Lokaljournalisten. Für den Praktiker hilfreich ist auch die dann folgende Begründung, warum und wie Redakteure in diesen Fällen entscheiden sollten, wenn sie verantwortungsvoll und gleichzeitig im Interesse der Leser handeln wollen.

Manche Ratschläge in dem Handbuch klingen vom Ton her besserwisserisch, doch hilfreich sind sie allemal, gerade für den Anfänger. Der wird am Ende vermutlich vom schillernd-mystischen Reporterbild zahlreicher Spielfilme Abschied nehmen. Doch er erfährt sogar, welche Studienfächer er am besten studieren sollte und welche verschiedenen Typen von Chefredakteuren - mit unterschiedlicher Einmischung in den Redaktionsalltag - es gibt. Ein Vorzug des Buches ist auch, daß es enorm serviceorientiert ist und im Anhang zahlreiche Listen enthält: Dazu gehören Angaben zur Fachliteratur, ein Glossar von Fachausdrücken, Tips für die Aus- und Weiterbildung, Adressen von Nachrichtenagenturen und Journalistenschulen in Deutschland und - für den Weg zum Volontariat - eine Auflistung aller deutschen Tageszeitungen, Auflagenhöhe und Anschrift eingeschlossen. - Im Sommer soll übrigens eine Taschenbuchausgabe des Journalisten-Handbuchs erscheinen.

Christof Haverkamp