Communicatio Socialis 14 (1981) 3: 277-281
Quelle: www.communicatio-socialis.de

LITERATUR-RUNDSCHAU

James F. Engel: Contemporary Christian Communications. Its Theory and Practice. Nashville 1979 (Thomas Nelson Publishers). 344 Seiten.

Wer hier ein praktisches Handbuch im Stile der vielen „How to do"-Bücher erwartet, wird enttäuscht: James F. Engel geht es mehr um theologische Überlegungen, die er mit seinen langjährigen Erfahrungen im Marketing- und Werbebereich und in der Verbraucherforschung verbindet. Sein theologischer Standpunkt liegt dabei im evangelistisch-fundamentalistischen Lager, bei dem der „Decision process" oft entscheidender erscheint als die Taufe. Dabei muß man dem Verfasser allerdings zugestehen, daß er sich durchaus nicht zu extremistischen Anschauungen verleiten läßt. Offensichtlich wirkt sich hier die „Erfahrung der Welt" positiv im Sinne einer nüchtern-realistischen Einschätzung menschlicher Wirklichkeit und publizistischer Möglichkeiten der Kirche aus.

Nach grundsätzlichen Überlegungen zu den Fundamenten christlicher Kommunikation behandelt der Verfasser in zwei Hauptteilen seines Buches den „process of motivating conversion" und den „process of motivating spiritual growth", um dann in einem abschließenden Teil das Verhältnis der Kirche zur Welt zu behandeln.

Trotz gewisser theologischer Vorbehalte bietet das Buch des jetzigen Leiters der Kommunikationsabteilung am Theologischen Seminar in Wheaton für den Publizisten aufschlußreiche Erfahrungen. So, wenn etwa die Wichtigkeit der Bestimmung der Zielgruppe vor jeder Aktion und die besondere Rolle der Motivation bei jedem Kommunikationsprozeß betont werden (z.B. SS. 45, 70). Dabei vertritt Engel durchaus Freires Ansichten zur Bewußtmachung (Konscientisation) ebenso (S. 247) wie die Überzeugung, daß kein Massenmedium allein für die Evangelisation eingesetzt werden kann:

Nur eine Kombination verschiedener Medien mit dem „face to face"-Zeugnis kann zur wirklichen Evangelisation führen; dabei helfen im übrigen alle Techniken nichts, wenn die persönliche Glaubwürdigkeit und die der Kirche nicht gegeben sind (SS. 158, 192f, 215). Besonders aufschlußreich sind die Überlegungen zur "Cross Cultural Communication" der Kirche. Dafür erscheinen dem Verfasser drei Dinge als wichtige Elemente: 1. die Essenz der biblischen Botschaft, 2. das Verständnis kultureller Filter und 3. die Kenntnis des kulturellen Umfeldes (S. 260f). Daraus ergibt sich dann für ihn die Notwendigkeit einer entsprechenden Kontextualisierung, die ruht auf dem Wissen: 1. "What really was being said back then" und 2. "How can the basic principles put forth be applied today" (S. 275).

Es zeigt die geistige Unabhängigkeit des Autors, wenn er in diesem Zusammenhang die "american selfcenteredness" verurteilt (S. 271) und wenn er gegen Schluß seines Werkes einmal lapidar feststellt: "The goal is not to make the gospel relevant but to communicate the relevance of the gospel" (S. 318), und wenn er ganz zum Schluß meint, daß christliche Kommunikation Demut erfordere, denn in dieser Arbeit sei kein Platz "for the christian Guru" (S. 325).

Eine Fülle von Literatur sowohl aus dem (meist fundamentalistisch) theologischen, als auch dem kommunikations-wissenschaftlichen Bereich ist verarbeitet. Ein ausführliches Register schließt das Werk ab. Man

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1981-3-277 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

muß dankbar sein, daß der Autor in diesem Buch mutig seine publizistischen Erfahrungen und theologischen Überlegungen mitteilt. Es gibt auch international wohl wenige so anregende Bücher im Fachbereich christlicher Kommunikation.

F.-J. Eilers

Fred Grätz, Maksut Kleemann, Rolf Kreibich, Helgomar Pichlmayer (Hrsg.): Neue technische Kommunikationssysteme und Bürgerdialog. Berlin 1979 (Verlag Minerva Publikation, Reihe Beiträge des Instituts für Zukunftsforschung, Bd. 4). 281 Seiten.

Diese Publikation dokumentiert Referate und Diskussionen anläßlich des Symposiums „Bildschirmtext – Kabelfernsehen – Bürgerdialog", das 1979 parallel zur Internationalen Funkausstellung in Berlin stattfand und vom Institut für Zukunftsforschung in Zusammenarbeit mit der interdisziplinären Arbeitsgruppe Kabelkommunikation veranstaltet wurde.

Ausgehend davon, daß heute, abgesehen von Experten, die meisten Menschen über die Entwicklung und möglichen Folgen der technologischen Neuerungen am Kommunikationssektor nicht Bescheid wissen, sollte diese Symposium Anstoß zu einem öffentlichen Dialog sein. Man erhoffte sich „Legitimation, Substanz und Klarheit für die gesellschaftliche Zielbestimmung", denn die Entwicklung und Nutzung der neuen technischen Kommunikationssysteme sei ein gesellschaftspolitisches Entscheidungsproblem, wie übereinstimmend der Berliner Regierende Bürgermeister Dietrich Stobbe und der Direktor des Instituts für Zukunftsforschung Rolf Kreibich betonten.

In der Dokumentation des Symposiums werden von Fachwissenschaftlern und Praktikern aus Politik, Wirtschaft und den Medien sechs Themenbereiche angesprochen: Neue Medien und Verfassungsrecht; Bürger, gesellschaftliche Gruppen und Kommunen, Datenschutzaufgaben; Wirtschaftliche Chancen und Risiken, Finanzierung, Medienpolitische Perspektiven neuer Kommunikationssysteme sowie kulturpolitische Chancen und Gefahren der neuen Medien.

Der breite Ansatz wird dem Leser in zwölf Beiträgen mit kurzer thesenartiger Zusammenfassung der Themenbereiche dargeboten. Als Beispiel für das umfassende in dieser Publikation behandelte Spektrum mögen folgende Kernsätze stehen: „Das Recht der Medientechnik hat dienende Funktion und darf die inhaltliche Entwicklung nicht präjudizieren." (Hans Jarras, Professor für Öffentliches Recht, Berlin); die Durchführung der Pilotprojekte zu Bildschirmtext und Kabelfernsehen droht aufgrund einer Überfrachtung mit medienpolitischen Grundsatzfragen zu scheitern (Bernd Peter Lange, Professor für Wirtschaft, Osnabrück); Intensitätssteigerungen medialer Kommunikation, eine höhere Kommunikationsgerechtigkeit ist die anzustrebende Qualität der Programmerweiterung (Ulrich Pätzold, Professor für Journalistik, Dortmund); das Publikum muß endlich ernstgenommen werden und Mitsprachemöglichkeit erhalten, die Rundfunkanstalten müssen offensiv aufklärend und demonstrierend die Medienzukunft vorbereiten (Rainer Kabel, SFB); die neuen Medien können zur kulturellen Entfaltung beitragen, bergen aber die Gefahr der Lenkung und Planung durch mächtige Gruppen (Jürgen Kunze, Mitglied des Abgeordnetenhauses von Berlin); zuviele Programme können die Unterhaltung durch Mangel an Kreativität stereotypisieren. (Herbert Kundler, RIAS).

Die Diskussionsbeiträge führen die in den Referaten angesprochenen Aspekte weiter, ergeben ein kaleidoskopartiges Bild der Gesamtproblematik. Deutlich wird auch eine Durchflutung der Diskussion mit medienpädagogischen Absichten, doch die simple Forderung zum vernünftigen

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1981-3-277 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Gebrauch von Medien führt eher zu einem Rückschritt. Der Ruf nach Medienpädagogik wird – durch die Absicht, sie kurzfristig zu verstärken – als Legitimation für die weitere technische Entwicklung angeführt, und damit erhält Medienpädagogik den Schwarzen Peter zugeschoben.

I. Geretschlaeger

Manfred Rühl: Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Mainz 1980. (v. Hase & Köhler Verlag, Kommunikationswissenschaftliche Bibliothek Band 9). 516 S.

Manfred Rühl ist Empiriker, und für ihn, den Kommunikationswissenschaftler der Universität Hohenheim in Stuttgart, lautet die wissenschaftstheoretische Gretchenfrage: Wie hältst du's mit der empirischen Prüfung? Rühl hat in seiner umfangreichen Studie und Habilitationsschrift unter dem Titel „Journalismus und Gesellschaft" eine Bestandsaufnahme und einen Theorieentwurf geliefert, den man auch als den Versuch einer Art empirisch-sozialwissenschaftlicher „Gesamtschau" des Journalismusphänomens charakterisieren könnte. Ein kühner Versuch, der jedoch gleichzeitig die Grenzen der empirischen Kommunikationswissenschaft, sobald sie über das Sammeln und Sichten von Daten und Fakten hinausstrebt, erkennen läßt.

Für Rühl reduziert sich die traditionelle Sichtweise der Kommunikationswissenschaft darauf, daß Journalismus aus Personen „besteht". Er verwirft diesen gesinnungsethischen „Praktizismus", der das journalistische Handeln vorrangig durch die Vernunft und das sittliche Wollen bestimmt sieht, als unwissenschaftlich und idealistisch. Den „Praktizismus" identifiziert er zum Beispiel mit der Zeitungslehre eines Emil Dovifat, an der er kein gutes Haar läßt. Rühls Denkprämissen sind von anderer Art. Er lehnt es ab, Journalismus an der Person „festzumachen", als hätten wir es mit einer Art Naturphänomen zu tun, dessen empirische Brauchbarkeit als tragende Idee nicht unter Beweis gestellt werden müsse.

Für diesen Empiriker läßt sich Journalismus nur als ein soziales Handlungssystem begreifen, das an einzelne Personen, die mit diesem Handlungssystem in Beziehung treten, im Journalismus selbst entstandene Erwartungen richtet. Durch Rollen, nicht als Person und Individuum, sei der einzelne in das Sozialsystem Journalismus einbezogen, und folglich müsse der einzelne auch den Erwartungen, die das System an ihn richtet, bis zu einem Mindestmaß gerecht werden, wolle er Journalist werden oder bleiben.

In diesem systemtheoretischen Kommunikationsmodell, das sich an Theorieentwürfe von Niklas Luhmann anlehnt, gibt es nach Rühl eine institutionalisierte Primärfunktion: „Die besonderen Leistungen und die besonderen Wirkungen des Journalismus, durch die sich sein Handeln von anderen, an der Öffentlichkeit orientierten Sozialsystemen unterscheidet, bestehen in der Ausrichtung auf die Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation". Demgemäß konstituiert der Journalismus eine symbolische Wirklichkeit, indem er dauernd bestimmte Ereignisse thematisiert. Die amerikanische Forschung spricht von der „agenda-setting function", von der Thematisierungsfunktion der Massenmedien. „Journalistische Themen sind nicht," schreibt Rühl, „sie werden erst gemacht, und zwar in Orientierung an Gesellschaft."

Fast alle Forschungsbereiche, die in der gegenwärtigen Kommunikationswissenschaft von Belang sind, hat der Autor Manfred Rühl in seinem Buch durchdekliniert, und zwar streng systemtheoretisch, den Blick auf soziale, sozialwissenschaftliche Prozesse, Funktionen und Strukturen fixiert. Selbst Vokabeln wie „Freiheit", „Bedeutung", „Sinn" oder „Wert" sehen sich auf eine hochabstrakttrockene Ebene transportiert, wo journalistisches Leben zu sozialsystemalen Interaktionsprozessen gerinnt und ein Begriff wie Verantwortung sich folgen-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1981-3-277 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

dermaßen definiert: „Verantwortung übernimmt der Journalismus als ein soziales System, unter den Bedingungen einer vielseitigen Wechselwirkung zur Gesellschaft." Der Raum der Freiheit, den Rühl für persönliche Wert- und Normtreue im Journalismus läßt, ist denkbar knapp bemessen. Das Kollektiv Journalismus übernimmt weithin alle Haftung. Einen Rückgriff auf die moralischen Werte des einzelnen Journalisten lehnt Rühl als „essentialistisch" ab; dementsprechend irrelevant sei jeder Versuch, eine Berufsethik zu begründen. „Das Wesen der journalistischen Freiheit ist nicht bekannt", resümiert der Autor. Wolle man Freiheit als universales Sollen einem journalistischen Sein gegenüberstellen, würde es bedeuten, journalistische Freiheit aus dem gesellschaftlichen Gesichtskreis von Praxis und Wissenschaft zu verbannen. Rühl möchte diese Freiheit „auf einen empirisch interpretierbaren Begriff" gebracht sehen, sonst müsse sie „leerlaufen".

Den Problemen des Journalismus wird man nicht allein empirisch zu Leib rücken können; das zeigt die Rühl-Studie sehr deutlich. Ihr Verdienst ist es jedoch sicher, den sozialen Bezugsrahmen des Systems Journalismus in der vielfachen Verflechtung mit der gesellschaftlichen Umwelt herausgearbeitet zu haben. Der Blick für diese Bezüge wird geschärft, die Eindimensionalität einer personenzentrierten Analyse belegt. Was an Persönlichem, an Freiheitsempfinden, an Ethos und Werten in den Journalismus einfließt, bedarf weiterer Reflexion und Untersuchungen vor allem im interdisziplinären Austausch.

H. Boventer

KURZBESPRECHUNGEN

Eleanor Blum: Basic Books in the Mass Media. An Annotated, Selected Booklist Covering General Communications, Book Publishing, Broadcasting, Editorial Journalism, Film, Magazines and Advertising. Second Edition. Urbana 1980 (University of Illinois Press). 426 Seiten.

Dieses Buch ist schon seit 1972 ein Standardwerk. Nun liegt die zweite, wesentlich erweiterte und erneuerte Auflage vor. Statt 665 Titel wie in der ersten Ausgabe, hat die Verfasserin jetzt, nach acht Jahren, 1179 Titel aufgenommen und annotiert. Die Begrenzung des Inhalts nach Sachgebieten ist bereits im ausführlichen Untertitel angegeben. Darüber hinaus muß man wissen, daß der Schwerpunkt der Auswahl auf den thematisch umfassenden Publikationen liegt. Es gibt also keine Monographien einzelner Unternehmen, Zeitungen oder Sender. Im übrigen sind hauptsächlich Bücher aus dem amerikanisch-englischen Sprachbereich erfaßt. Anderswo erschienene Werke, auch wenn sie englischsprachig sind, wie etwa die als Beihefte dieser Zeitschrift erschienenen „Catholic Press Directory Africa/Asia (1975)" oder das „Christian Communication Directory Africa (1980)", sucht man vergeblich, wobei letztere Publikation möglicherweise erst nach der Fertigstellung des Manuskriptes erschienen ist.

Im übrigen erhöht ein Sach- und Autorentitel-Index den Wert des wichtigen Nachschlagewerkes.

K. A.

Ralph M. Wiltgen: The Foundation of the Roman Catholic Church in Oceania 1825 to 1850. Canberra 1979 (Australian National University Press). 610 Seiten.

Für den Publizisten sind – grob gesprochen – zwei Arten von Publikationen von besonderem Interesse: einmal solche, die sich mit seinem Fach und seiner Geschichte beschäftigen, dann aber auch jene, die ihm reichlich

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1981-3-277 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Stoff und Anregung für den Inhalt seiner publizistischen Tätigkeit geben. Wiltgens umfangreiches Werk über die Gründung und Geschichte der katholischen Kirche in Ozeanien gehört zur letzteren Gruppe: Mit sehr viel Sachkenntnis und erstaunlichem Forschungseifer hat der Verfasser Archive, Quellen und Dokumente entdeckt und in eine solch lebendige Sprache umgesetzt, daß diese „Geschichte" zu einem lebendigen Geschehen wird, welches weit über den Pazifik hinaus faszinieren dürfte. Dabei ist auch die Gestaltung des Buches, vor allem in der Auswahl und Wiedergabe von Illustrationen und Dokumenten, so lebendig und hervorragend, daß man sich dieses Buch durchaus als einen guten Leitfaden für die visuelle Darstellung der Geschichte der Kirche im Pazifik – etwa für das Fernsehen – vorstellen könnte. Auch der Kirche Ozeaniens würde in der neueren Zeit etwas fehlen, wenn sie sich nicht auch um das gedruckte Wort bemüht hätte. So findet sich denn auch in Wiltgens Darstellung die Geschichte einer katholischen Druckerei für Neuseeland, deren Einrichtung dort am 15. Juli 1841 eintrifft (S. 229). Auffallend ist hier die Begründung zur Notwendigkeit einer solchen Druckerei, die – ähnlich wie bereits früher für die Propaganda-Druckerei in Rom – u.a. mit den publizistischen Aktivitäten protestantischer Missionare begründet wird. Diese „häretischen Missionare" verbreiten ständig Bücher, Broschüren und Faltblätter, schreibt Bischof Pompellier an den Generaloberen der Maristen in Paris, „während wir nichts als nur unsere Stimmen und Schreibstifte haben" (S. 210). Diese Situation hat sich inzwischen zum Glück doch wohl etwas geändert.

F.-J. E.

ZEITSCHRIFTENHINWEISE

Allgemeine Publizistik

Udo Nix: Menschenführung in der Industriegesellschaft. Prinzipien und Erfahrungen der Kommunikationswissenschaft, in: „Die neue Ordnung", Paderborn, 35:1981 (Heft 1), S. 46-53.

„Signum", Limburg, 53:1981 (Heft 2), Themenheft „Öffentlichkeitsarbeit – verständlich und glaubwürdig":

GCÖ/Würzburg: Öffentlichkeitsarbeit für einen Pfarrverband, S. 45-49.

Matthias Kleis: Gemeindeaufbau nach der Methode der Public Relations oder Öffentlichkeitsarbeit, S. 44-45.

Hadrian W. Koch: Bücher zum Thema, S. 62-64.

Stefan Knobloch: Anmerkungen zur Öffentlichkeitsarbeit einer Gemeinde, S. 40-43.

Lydia Rothacker: Öffentlichkeitsarbeit in der Kirche – eine Kombination von Kreativität, Fakten, Analysen, Organisation, S. 33-35.

Dies.: Informations- und Öffentlichkeitsstelle in Frankfurt, S. 53-54.

Dies.: Bericht über ein Wochenende (zum Thema Öffentlichkeitsarbeit, BS) S. 55-57.

Josef Scharrer: Öffentlichkeitsarbeit für soziale Belange, S. 58-59.

Ders.: Warum muß die Kirche PR treiben?, S. 36-40.

Georg Wüst: Familienpolitische Initiativen auf Kommunalebene – auch ein Aspekt kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit, S. 50-52.

Massenmedien-Überlegungen, was wir damit machen, S. 57-58.

Presse

Peter Cornehl: Theorie und Praxis kirchlichen Handelns als Horizont einer praktisch-theologischen Zeitschrift, in: „Pastoraltheologie", Göttingen, 70:1981 (Heft 1), S. 28-49.

Tokuoka Takao: Catholic Publications in Japan. A few questions and some expectations. In: "The Japan Missionary Bulletin" 34:1980 (Nr. 10), Oktober. S. 539-546.

Bearbeitet von Bernhard Scholz (Freiburg)

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1981-3-277 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY