

## LITERATURRUNDSCHAU

*Giselbert Deussen: Ethik der Massenkommunikation bei Papst VI. Paderborn 1973 (Verlag Ferdinand Schöningh, Reihe „Abhandlungen zur Sozialethik, Bd. 5). 354 Seiten.*

Es wäre leicht zu beweisen, daß die Mehrzahl aller Publizisten ihre Berufsausübung als jenseits von Gut und Böse angesiedelt, ihre Aufgabe als wertfreie Information und ihren Beruf ohne Ethik verstanden wissen wollen. Die Frage nach Brauch, Sitte und Sittlichkeit der Masseninformation und -kommunikation wird auch von Wissenschaftlern oft unbeantwortet gelassen. Erstaunlich eigentlich, daß es die Kirche jahrhundertlang versäumt hat, diese Lücke auszufüllen und ihre eigene Ethik von der Publizistik zu entwickeln. Die fast 2000 Jahre christlicher Geschichte sahen als Sendung der Kirche zunächst die Verkündigung und sodann die Gewinnung neuer Jünger. Diese Genügsamkeit prägte auch weitgehend die Theologie. Der z. Z. explosive Ausbruch der Massenkommunikation verlangt aber zwingend eine wissenschaftliche Untersuchung der Ethik der Publizisten.

Einen wesentlichen Beitrag dazu legte Giselbert Deussen der Westfälischen Wilhelmsuniversität Münster als Dissertation vor. „Ohne Bereitschaft zu hören und ohne die Fähigkeit zu fragen“, so hat sich nach Deussens Auffassung die Theologie bisher zu sehr als Antwortwissenschaft verstanden. Ein „gebrochenes Verhältnis“ zur Pluralität von Meinungen und Weltanschauungen bestimme noch heute die Begegnung von Publizistik und Kirche. Die von Priestern und Laien besonders in der heutigen kommunikationsbereiten Zeit immer wieder angemahnte Offenheit und Öffnung der Kirche für die Massenmedien hat eine klare Antwort bei kompetenter Stelle gesucht und gefunden. „Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI.“ ist der Titel seiner Untersuchung.

Der Verfasser hat sich aber nicht damit begnügt, die Aussagen des Montini-Papstes zu werten. Er untersucht in zwei besonderen Kapiteln die Ethik des Informators und die der Information und stößt vor in die Praxis

päpstlicher Informationsethik und innerkirchlicher Öffentlichkeit. Im Schlußkapitel schließlich legt er die Sonde der Kritik an. „Es scheint“, so stellte er fest, „daß es heute zwei Wahrheiten gibt, die gleichwohl nicht geglaubt werden, die nicht schockieren: Erstens die Wahrheit, die aus dem entgegengesetzten Gesinnungslager, ‚von außen‘ kommt, und zweitens die Wahrheit, die durch technische Vermittlung zur Kenntnis gelangt. Es gilt, eine neue Sensibilität für Aktionen instrumenteller Art zu gewinnen, eine Sensibilität, ohne die es in Zukunft kein publizistisches Ethos und keine Ethik der Massenkommunikation geben wird.“

Deussen beginnt seine Darstellung mit einem Abriss der Geschichte päpstlicher Stellungnahmen und Lehren zur Publizistik von Gregor XVI. (1830 bis 1846) bis Papst Paul VI. Die Spannweite dieser kirchlichen Lehren reicht von der schärfsten Ablehnung der Pressefreiheit bis zu ihrer Anerkennung als unverletzliches Menschenrecht. Erst vor diesem historischen Hintergrund ist der Beitrag Pauls VI. als Weiterentwicklung zu würdigen.

Das zweite Kapitel befaßt sich dann mit der „Ethik der Aussage“ bei Papst Paul. Ausgehend von seiner Sicht des Kommunikationsprozesses als einer „Kommunikation der Einbahnstraße“ wird das Fundament erkennbar, das die Normen begründet. Ist es das freie Gespräch einer pluralen Gesellschaft als solches, deren Verhaltensweisen auf ethischen Spielregeln zum Funktionieren eines geordneten Zusammenlebens beruhen? Es ist nicht dieses „rückgekoppelte“ Gespräch. Für Paul VI. ist normsetzend die Natur des Menschen. Dabei stützt sich der Papst auf den bekannten metaphysischen Naturbegriff der katholischen Soziallehre. Pauls VI. Ausführungen zur Ethik der Information fußen auf seiner Erkenntnis, daß die Information für den heutigen Menschen und für die heutige Weltgesellschaft und damit für die Kirche lebenswichtig ist. Darum fordert er das „Recht auf Information“ als Naturrecht.

Dieses Recht kann aber nur gewährleistet werden durch freie Massenmedien. Mit dieser

Feststellung rückt Paul VI. konsequent von der Lehre seiner Vorgänger ab, die sich scheuten, die Pressefreiheit generell als Naturrecht zu bezeichnen. Der Papst weiß aber wohl zu unterscheiden zwischen Pressefreiheit und Zügellosigkeit. Gerade seiner Aussage über eine Begrenzung der Pressefreiheit, über die Vermeidung von Manipulation und Halbwahrheiten verdienen es, nicht nur in den Kreisen katholischer Theologen und Publizisten diskutiert zu werden. Seine Ethik der Information bezieht sich auf Gemeinwohl, Frieden, Freiheit, auf Gerechtigkeit und auf das, was die neue Zeit unter Demokratie versteht.

Es ist verständlich, daß der Papst dem Vermittler der Information die Hauptaufmerksamkeit schenkt. Giselbert Deussen untersucht im dritten Kapitel seiner sorgsam belegten Arbeit das Verhältnis des Papstes zu den Journalisten. Sie haben die Öffentlichkeit zu informieren und zu formieren, durch die freie und wahrhaftige, in Verantwortung und im Respekt vor der Person des freien Staatsbürgers betriebene Verbreitung von Nachrichten über alles, was geschieht. Dabei zieht der Verfasser auch Schlüsse aus den großen Reisen des Papstes nach Bombay, New York, Bogota und deren Widerhall in den Massenmedien.

Eine besondere berufliche Spiritualität der Journalisten hat nach Paul VI. folgende wesentliche Inhalte: Erstens eine kritische Reflexion, um einen wachsamsten Blick für die Bedeutung der Ereignisse zu haben. Zweitens Respekt vor den zu Informierenden, um sie als mündige Staatsbürger zum Sprechen zu bringen; ohne den Vermittlungsdienst des Journalisten wären sie ja sprachlos, wären sie schweigende Mehrheit.

Das vierte Kapitel befaßt sich mit der Theologie der Information. „Der Papst selber kennt keine verschiedenen Argumentationsebenen, etwa soziologischer, publizistischer, philosophischer oder theologischer Art. Nach seinem Selbstverständnis ist er immer der höchste authentische Lehrer der Kirche, von dem ein richtungsweisender Beitrag zu solch einem bedeutenden Problem verlangt wird.“

Seine Thesen zur „Theologie der Massenmedien“ stellen gute Anregungen zur Diskussion, so diese: Information und Kommunikation sind nicht nur technische, sondern auch

humane Phänomene, die der ethischen Wertung bedürfen. Diese Wertungen begründet der Papst naturrechtlich. „Die Erschließung des theologischen Wahrheitsfundamentes geschieht in einer doppelten Erkenntnisbewegung: durch innerkirchliche Wesensschau und den Dialog mit der Welt, wobei die Wesensschau dem Dialog vor- und übergeordnet ist.“ Vorgeordnet ist auch der Glaube dem Handeln, also absoluter Primat der Theorie vor der Praxis. Die Kommunikation wird inhaltlich der „Brüderlichkeit“ gleichgestellt: „Von der Communicatio zur Communio.“

Das fünfte Kapitel beginnt mit einer Darlegung des Verhältnisses der gesamtgesellschaftlichen Publizistik zur innerkirchlichen. Sodann wird das Problem des Selbstverständnisses des „Kommunikators Kirche“ in öffentlichen Kommunikationsprozessen deutlich gemacht. In diesem Kapitel nimmt der Verfasser Gelegenheit, ein hierarchisch vertikales Kommunikationssystem zu studieren, dessen auf Dogmen beruhende Hintergründe auch publizistisch-wissenschaftlich durchleuchtet werden. Dabei verlangt der Papst von den kirchlichen Publizisten die loyale-gehorsame Weitergabe der von der „Amtskirche“ ausgehenden Weisungen an das Kirchenvolk: eine bedenkliche Forderung, deren dogmatische Hintergründe Deussen genauestens bloßlegt.

Mit bemerkenswertem Mut unternimmt der Autor dann eine Kritik des päpstlichen Entwurfes, der er die 57 Seiten des Schlusskapitels widmet. Darüber hinaus werden die Schwierigkeiten einer modernen Presse- und Kommunikationsethik sichtbar gemacht. Des Papstes Auffassung vom sozialen Kommunikationsprozeß, die Einbeziehung des Naturrechtes und seine Anthropologie werden kritisch gewürdigt. Des Verfassers eigene Grundsätze zu einer modernen Ethik der Massenmedien greifen nochmals die Brennpunkte der Problematik auf. Ihre Begründung verdient in einer „Anthropologie der Öffentlichkeit“ größte Beachtung, auch in außerkirchlichen Kreisen.

Wie des Papstes Stellungnahmen und Lehren eine Ausgangsbasis sind für die Diskussion über das Verhältnis kirchlicher Hierarchie zu den Massenmedien, so ist die vorliegende Analyse des jungen Wissenschaftlers Giselbert Deussen eine fundierte Aufforderung an

Theologen und Publizisten, Priester und Laien, Politiker und „Verbraucher“, die auch heute noch sporadisch gestörte Beziehung Presse — Kirche kritisch zu erörtern mit dem Ziel, Öffentlichkeit und öffentliche Meinung kirchlich zu integrieren.

Sorgsam registrierte Namens- und Sachverzeichnisse, ein übersichtlich gegliedertes Inhalts- und umfangreiches Literaturverzeichnis machen überdies das Buch zu einer Fundgrube für weitere theoretische Forschungen und zu einem praktischen Nachschlagewerk für spontane Aussagen über die so lange von Vatikan und Kirche vernachlässigte Allgemein-Publizistik.

*K. Simons*

*Dallas M. High* (Hrsg.): Sprachanalyse und religiöses Sprechen. Mit einer Einführung von Helmut Peukert. Düsseldorf 1972 (Patmos Paperback). 233 Seiten.

„Sammelbände“ haben es an sich, viel Licht und Schatten zwischen zwei Buchdeckeln zu versammeln. So auch das vorliegende Buch, dessen Anliegen es ist, die theologische Wissenschaftstheorie im deutschen Sprachraum mit einer Reihe von Aufsätzen angelsächsischer Autoren in unmittelbaren Kontakt zu bringen, die einen Beitrag zum großen und wachsenden Interesse der philosophisch-theologischen Diskussion an der religiösen Sprache geleistet haben.

Die grundsätzlichen „Bemerkungen zum Verhältnis von Sprachanalyse und Theologie“, die Helmut Peukert zur Einführung anstellt, zeigen, wie die Methoden der empirisch-linguistischen Analyse einen neuen und klaren Einblick in religiöse Kernprobleme ermöglichen können. Wenn die Linguistik beansprucht, Sprache als fundamentale Leistung des Menschen in ihren Möglichkeiten und Grenzen aufzuklären, dann hätte — so Peukert — eine theologische Sprachtheorie Sprachereignisse als „eine Art von Parusie“ zu beschreiben, die in anderen wissenschaftlichen Systemen in Gefahr sei, verdeckt zu werden.

Damit ist der gemeinsame Verständnisrahmen der an sich eigenständigen Aufsätze gut abgesteckt. Der als Einführung gedachte Aufsatz von Erich Heller über Ludwig Wittgenstein (S. 1—22) ist als solcher ärgerlich: mit

viel hohlem Pathos wird wenig, mit Umständlichkeit wird Selbstverständliches gesagt. Paul L. Holmer gelingt mehr mit bescheidenen Fragestellungen zum Unterschied von Glauben und Wissen anhand des Denkens Wittgensteins (S. 23—32).

Alle anderen Aufsätze wurden danach ausgewählt, daß sie zeigen sollen, wie die Methoden der empirisch-linguistischen Analyse eine theologische Sprach- und Kommunikationstheorie befruchten können. Überraschend und klärend ist der Beitrag von Frederick Ferré über „Die Verwendung von Modellen in Wissenschaft und Theologie“ (S. 51—92). Seine Überlegungen sollten jedem Theologen zur Pflichtlektüre gemacht werden: Wird er doch nachdrücklich auf die Funktion von Modellen, auch von theologischen Modellen, hingewiesen, die nicht nur dazu da sind, eine Theorie zu veranschaulichen, sondern auch kritisch zu überprüfen. „In diesem Zusammenhang kann dann das Modell für die Theorie neue Fragen aufwerfen und auf neue Bereiche für die Anwendung der Theorie hinweisen“ (S. 68). Ferrés Untersuchung wird geradezu spannend, wenn er einerseits nachweist, daß die Theologie durchgängig auf Modelle angewiesen ist, daß diese sich aber andererseits grundsätzlich von den Modellen anderer Wissenschaften unterscheiden: „Was auch immer die gesamte Realität für eine Struktur haben mag, die Adäquatheit theologischer Modelle kann nicht durch rein empirische Kriterien überprüft werden“ (S. 78). Im Unterschied dazu sind die Modelle anderer Wissenschaften geradezu auf ihre Falsifizierbarkeit hin angelegt; die empirische Widerlegbarkeit garantiert hier den Erkenntnisfortschritt. Wenn dieser Unterschied nur immer beachtet würde, wenn z. B. der Begriff der „Kommunikation“ in seinen publizistischen und theologischen Dimensionen verglichen wird! Wie vorschnell bauen hier oft Theologen empirisch widerlegbare Aussagen der Kommunikationstheorie nach Gutdünken in rein theologische Modelle ein! Mit analytischer Schärfe gelingt es Ferré, gemeinsame und unterscheidende Merkmale der wissenschaftlichen und theologischen Modelle darzustellen (S. 83—92).

William H. Poteat beschäftigt sich in seinem Beitrag (S. 122—132) mit der Analogie, die zwischen dem Gebrauch des Begriffs „Ich“ und des Begriffs „Gott“ in der Alltags-

sprache besteht. Dadurch gelingt ihm eine verblüffende Erhellung der Gebrauchsweise mancher theologischer Begriffe. Seine Schlußfolgerung: daß theologische Begriffe nicht nur rein deskriptiv, sondern „systematisch flüchtig“ sind (S. 130), verdiente in der gegenwärtigen Hermeneutikdiskussion beachtet zu werden.

I. T. Ramsey untersucht „Religiöse Paradoxien“ (S. 133—158) und gibt Kriterien dafür an, wie man „erhellende und aufschlußreiche Unstimmigkeiten“ von solchen unterscheiden kann, die bloß irreführen und verwirren. Er versucht, auf eine für den Theologen faszinierende Weise darzustellen, daß es „ein echtes Mysterium in dem Sinn gibt, daß, ‚was es gibt‘, nicht auf Beobachtbares beschränkt ist“. In einem weiteren Schritt schlägt er sodann vor anzuerkennen, „daß die rätselhafte Paradoxie sich einstellt, die demnach weder gefährliche Schlamperei noch unzugängliche Beschwörung ist — vielmehr eine Paradoxie —, deren Struktur untersucht und erforscht werden kann“ (S. 157 f.).

Ohne Zweifel gelingt es dem vorliegenden Band, dem deutschen Leser die großen Vorteile der angelsächsischen Philosophie und ihrer analytischen Methode vor Augen zu halten. In die deutsche Sprachwissenschaft sind deshalb diese Anregungen längst eingegangen, noch nicht aber in die deutsche Theologie. Daß dies anders wird, dazu können die besprochenen Artikel einen Beitrag leisten, die nicht zuletzt auch dazu beitragen, daß man — alles in allem — in diesem Sammelband mehr Licht als Schatten findet.

G. Deussen

*Kurt Koszyk*: Vorläufer der Massenpresse. Ökonomie und Publizistik zwischen Reformation und Französischer Revolution. Öffentliche Kommunikation im Zeitalter des Feudalismus. München 1972 (Wilhelm Goldmann Verlag, München. Gruppe Wissenschaft, Reihe „Das Wissenschaftliche Taschenbuch, Abteilung Geisteswissenschaft“ Bd. 5). 151 Seiten.

Der Verfasser untersucht in seinem Buch die Struktur und Rolle der Publizistik, besonders ihre Zusammenhänge mit wirtschaftlichen Gegebenheiten, vom Beginn des 16. bis zum Ende des 18. Jahrhunderts, — eine Zeit,

die sich nur schwer unter dem ökonomisch-politischen Begriff „Feudalismus“ umgreifend beschreiben läßt. In seinem Vorwort verteidigt Koszyk die Legitimität historischer Arbeitsweise in der Publizistik, vermag sich jedoch nicht dazu durchzuringen — bei der allseitig bekannten Relativität historischer Forschungsergebnisse —, seiner Arbeit mit der Bezeichnung „Studie“ einen Hauch jener Relativität zu verleihen. So hat denn der Leser den Eindruck, daß alles, was der Verfasser schreibt, die neuesten Ergebnisse und Erkenntnisse seien. Dieses Wagnis eingegangen zu sein, bei der nur ungenügend zu nennenden wissenschaftlichen Vorarbeit auf diesem Gebiet, ist der Vor- und der Nachteil des Buches.

Unter der (dezent marxistischen) These, „daß der Zusammenhang mit den gesellschaftlichen Bedingungen die jeweilige historische Praxis des Systems der Bewußtseinsbildung konstituiert“, sucht der Verfasser Charakteristika zu erfassen, um sehr verschiedene publizistische Erscheinungsformen zu beschreiben. Koszyk kann so etwa die Entwicklung von der herrschaftsinternen Kommunikation zur öffentlichen Kommunikation, das parallele Absterben von Feudalismus und privilegierter Nachrichtenpresse und die Entwicklung von Meinungs- und Pressefreiheit darlegen.

Die zitierte These macht jedoch auch die Schwierigkeit der Arbeitsweise des Verfassers deutlich: Zwar wird die „jeweilige historische Praxis des Systems der Bewußtseinsbildung“ konstatiert, die historischen Zusammenhänge ihrer gesellschaftlichen Bedingungen kommen aber — das ist bei dem gegenwärtigen Forschungsstand natürlich — entschieden zu kurz. Der exemplarische Hinweis auf nur drei Punkte, ausgehend von der Interessenlage des Rezensenten, mag dies verdeutlichen: Nicht erst auf S. 15 unterliegt Koszyk der Fehlinterpretation, die katholische Kirche lediglich als ein soziales System mit bloßem Machtinteresse zu definieren, das im gleichen Maße Zensurbestrebungen entwickelte, wie der Hand- bzw. Druckschriftenhandel expandierte. So unumgänglich es für den empirischen Sozialforscher ist, „Kirche“ nur als soziales System fassen zu können, so sehr ist der Historiker oder der historisch Arbeitende verpflichtet, die Hintergründe der faßbaren Erscheinungen aufzuschlüsseln. In diesem Falle wird er feststellen,

daß die Legitimation zur Zensur ursprünglich theologischer Natur ist und erst zu Zeiten der Gegenreformation und der Apologetik machtpolitische Bedeutung gewann. Daß der Begriff „kirchliche Zensur“ heute noch so interpretiert wird, wie es auch der Verfasser dieser Studie tat, liegt daran, daß Historie nicht historisch aufgearbeitet wird.

Ein weiteres: S. 41 reiht der Verfasser die im 14. Jahrhundert in italienischen Städten entstandenen Schreibbüros als Vorform der sich im 16. und 17. Jahrhundert entwickelnden Zeitungsschreiberei ein. Als treffendstes Beispiel herrschaftsinterner „geschriebener Zeitungen“ führt der Autor die bekannten „Fugger-Zeitungen“ an. Die wichtigsten, bei weitem umfangreichsten und zu einem geringen Teil auch gedruckten, fast weltumspannenden Nuntiaturreporte werden nicht einmal erwähnt. Jeder Kenner der Materie wird bestätigen, daß es etwa zwischen 1530 und Ende des 17. Jahrhunderts kein besser funktionierendes internes Nachrichtensystem gegeben hat.

Ein letztes: S. 45 berichtet Koszyk von einem Edikt des Herzogs Gustav Adolf von Mecklenburg aus dem Jahre 1660, in dem den Pfarrern verboten wurde, nicht-kirchliche Publikationen von der Kanzel zu publizieren. Diese Tatsache ist dem Verfasser ein Beweis dafür, wie unangenehm einzelnen Fürsten die informelle Kommunikation in der und durch die Kirche gewesen ist. Aber auch hier schält sich bei näherer Betrachtung ein anderer Tatbestand heraus. Während des Dreißigjährigen Krieges haben in vielen Gebieten des Deutschen Reiches die Pfarrer auch die Publikationen der Landesregierung übernehmen müssen, weil sich die Kirchen als ein stabileres soziales System erwiesen hatten als die weltliche Administration. Ob auf evangelischer Seite, wo Territorial- und Kirchenleitung inkongruent sein konnten, oder auf katholischer Seite, wo geistliche und weltliche Gewalt häufig in der einen Hand eines Fürstbischofs lagen, — die Nutzung des „kirchlichen Armes“ bei Ausfall des „weltlichen Armes“ war den Landesherrn je nach den Umständen sehr willkommen. Erst der Wiederaufbau der staatlichen Administration nach dem langen Krieg entthronte die Pfarrer ihrer nicht-pastoralen Aufgaben. So ist das Verbot nicht-kirchlicher Publikationen nicht unbedingt ein Symptom für das Mißtrauen

gegen informelle Kommunikation, sondern ein Hinweis auf die wieder intakte weltliche Behörde. (Eine entsprechende Anordnung konnte fast zur gleichen Zeit auch in dem katholischen Fürstbistum Münster erlassen werden.)

Um zu keinen Mißdeutungen Anlaß zu geben: Koszyks Versuch, Vorformen der Massenmedien als integrierte Bestandteile der jeweiligen sozio-kulturellen Umfelder darzustellen, Publizistik als eine sich ständig wandelnde, gesellschaftlich interdependente Größe zu beschreiben, ist gerechtfertigt und sinnvoll. Wer aber mit dem nicht reduzierten Anspruch, wie dieses Buch es tut, an die Öffentlichkeit tritt, muß sich sagen lassen, daß zahlreiche Wertungen und Urteile nur hypothetischer Natur sein können. Im übrigen macht es sich nachteilig bemerkbar, daß zahlreiche Zitate, Feststellungen und Behauptungen ohne Quellennachweis auftauchen.

*M. P. Becker*

*Willi Massa* (Hrsg.): Verkündigen 3, Jahrbuch der Arbeitsgemeinschaft katholischer Homiletiker 1971: Konfrontation — Massenmedien und kirchliche Verkündigung. Stuttgart 1972 (Verlag Katholisches Bibelwerk). 158 Seiten.

Längst ist an den theologischen Fakultäten eine Forschergeneration herangewachsen, die unter der Weiterentwicklung des eigenen Fachbereichs die systematische Einbeziehung anderer Wissenschaftsbereiche versteht. Manchmal geschieht dies recht oberflächlich, unkritisch und in voreiliger Anbiederung. Doch nach der ersten Begeisterung ist bei vielen Theologen schon eine heilsame Ernüchterung und damit die notwendige Behutsamkeit und Distanz eingekehrt. Beide Verhaltensweisen theologischer Beschäftigung mit anderen Disziplinen finden auch in den sehr unterschiedlichen Artikeln des vorliegenden Bandes ihren Niederschlag. Er sammelt Vorträge der 9. Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft katholischer Homiletiker in Bad Schönnbrunn/Schweiz, auf der sich katholische und evangelische Homiletiker im Gespräch mit der „Nachbardisziplin“ Publizistik versuchten, von der man sich Aufklärung (und Tröstung?) über einen immer wunder werdenden Punkt, jenen anderen Brückenpfeiler kirch-



lichen Sprechens: das Ankommen des „Gotteswortes“ beim Hörer, versprach. Man wundert sich, wie gründlich die Homiletik bis heute — entgegen ihrer eigenen Interessenslage — die Erforschung jener Bedingungen vernachlässigen konnte, unter denen der Mensch der Gegenwart das Wort der Verkündigung aufnimmt.

Die Medienforschung hat sich ein analytisches Instrumentarium geschaffen, mit der sie Struktur und Funktion von Kommunikationsvorgängen zu beschreiben und zu erklären versucht. Dieses Instrumentarium ist nun keineswegs unproblematisch. Der Theologe sollte dies wissen und nicht unkritisch bei den anderen Wissenschaften ausleihen, um seine eigenen, spezifisch theologischen Probleme zu lösen. Allzu gern verwendet man das andere Fach und seine „schickeren“ Ergebnisse als eine Art von Supermarkt, aus dem man sich zur Aufmöbelung seines eigenen, weniger gefragten Faches bedient in der Hoffnung, selber besser gekauft zu werden. Das führt dann dazu, daß man von einem Theologen geradezu erwartet, auf irgendeiner „Welle“ zu reiten.

Dieser Versuchung entgehen unseres Erachtens auch nicht alle Autoren des vorliegenden Bandes, während andere mit brillanter Vorsicht die Verkündigung erst einmal als Kommunikationsvorgang betrachten, der bestimmten psychologischen und soziologischen Gesetzmäßigkeiten gehorcht, bevor sie mit angemessener Scheu theologische Aussagen bzw. Fragestellungen versuchen. Zu dieser Art von publizistisch-theologischen „Grenzgängern“ gehören die Autoren Rolf Zerfaß, Winfried B. Lerg und Ulrich Saxer, gegen deren Beiträge die Ausführungen von Franz Zöchbauer äußerst unpräzise erscheinen. Zöchbauer liefert m. E. genau die Art von Popularisierung und Eingemeindung publizistischer Aussagen, die einer Umformulierung in theologische Probleme und ihrer Beschreibung wenig hilfreich sind. Was bleibt, ist lediglich eine fast zufällige und willkürliche Aneinanderreihung längst bekannter kommunikationstheoretischer Erkenntnisse, wobei dann nur noch die Frage bleibt: Na und? Es wundert, wie unbekümmert Zöchbauer mit seinen Quellen umgeht, die er kaum nennt und die er zu einem bunten Potpourri populärwissenschaftlicher Fragwürdigkeiten zusammenstellt (Beiträge auf S. 7 bis

16 und 55—62). So referiert er z. B. (S. 12 f.) anhand von fragwürdigen Aussageanalyseergebnissen das Problem der Manipulation in Unterhaltungssendungen, die dann noch erhalten müssen zu einer Religionskritik: ohne analytischen Wert und wenig hilfreich für eine theologische Fragestellung. Die Beispiele ließen sich fortsetzen.

Die Gemeinschaftsarbeit von Winfried B. Lerg (Professor für Publizistik) und Rolf Zerfaß (Professor für Pastoraltheologie) „Modelle der Kommunikation“ (S. 17—47) kann dagegen als vorbildlich für ein interdisziplinäres Gespräch gelten, wobei die Hilfestellung, die die Kommunikationswissenschaft der Theologie leistet, ungleich größer ist als umgekehrt. Die Erfassung der Predigtsituation durch ausgewählte Kommunikationsmodelle kann wirklich helfen, die Rolle des Predigers und des Hörers, die Funktion der Sprache und des institutionellen Rahmens kirchlicher Rede nüchterner einzuschätzen (S. 22 ff.). Nicht mehr wird hier intendiert, als zu zeigen, wo die Chancen und Barrieren im homiletischen Kommunikationsprozeß liegen, und als zu beweisen, wie wenig hilfreich hier vorschnelle Mystifikationen (z. B. in einer „Theologie der Sprache“) sein können. Aber dies ist schon viel: Allzu „flotte“ Theologien können auf ihren Wirklichkeitsgehalt abgetastet, auf verstehbare Elemente zurückgeführt oder aber als „theologische Nebelwerferei“ entlarvt werden (vgl. S. 21).

Ein wahres Arsenal von Problemstellungen im Brennpunkt von Homiletik und Publizistik liefert der Beitrag von Ulrich Saxer (Publizistikwissenschaftler), der „Die Rolle des Kommunikators“ in einem Vergleich zwischen Medien- und Mund-Publizistik auf die Rolle des kirchlichen Kommunikators, des Predigers, hin spezifiziert (S. 63—87). Dieser Aufsatz leistet vorbildlich interdisziplinäre Argumentation, so z. B. wenn Saxer die Aktualisierungsaufgabe der Verkündigung mit dem publizistischen Begriff der Aktualität vergleicht (S. 65 f.). Bei aller Schärfe in der Analyse der Verlegenheiten kirchlicher Rede vermeidet er jede Polemik. So gelingt es auch, Chancen aufzuzeigen in einer Situations- und Zielanalyse kirchlicher Kommunikation, die eine christliche Kommunikationspolitik als „Kunst des Möglichen“ — frei von Illusionen — möglich macht.

Den Aufsatz von Karl Wilhelm Dahm „Stationen des Hörens“ (S. 48–54) liest man als Fußnote zum gründlicheren Lerg/Zerfaß-Artikel, den Beitrag von Herbert Breit „Die Funktion der Gemeindepredigt innerhalb der Kommunikation der Gesellschaft“ (S. 88–101) als kleine Zugabe zur tiefgründigeren Saxer-Studie.

Der Aufsatzsammlung wurde ein umfangreicher Bücher- und Zeitschriftenbericht (S. 104–158) angefügt, wobei die äußerst spärliche Literatur zum verhandelten Thema der Medienkommunikation und Verkündigung auffällt (S. 148–156).

Man fragt sich schließlich, was der „Jahresbericht des IKH“ in diesem Vortragsband zu suchen hat; und was „IKH“ bedeutet, ist nur Eingeweihten, nicht aber dem Information suchenden Leser so ohne weiteres bekannt (IKH = Institut für Katechetik und Homiletik?).

G. Deussen

*Ferdinand Oertel*: Dialogforum Kirchenpresse. Neuorientierung in Kirche und Gemeinde. Limburg 1972 (Lahn-Verlag). 111 Seiten.

Die Einstellung der katholischen Wochenzeitung „Publik“ hat innerhalb und außerhalb der Kirche eine Diskussion über die katholische Presse, ihre Organisation und Struktur, ihre Funktion und ihre Zukunftschancen entfacht. Verbesserungsvorschläge, kritische Stellungnahmen zur Kirchenpresse und Gutachten haben eine Fülle an Material für eine Auseinandersetzung mit der katholischen Presse in die Öffentlichkeit gebracht. Ferdinand Oertel, Chefredakteur einer katholischen Sonntagszeitung, sieht das Ziel seines Buches darin, darzulegen, „was von dieser Kritik zutrifft und was nicht, wie die Situation der kirchlichen Presse in der Bundesrepublik wirklich aussieht, was es an Verbesserungsmöglichkeiten gibt und welche Rolle kirchliche Presse überhaupt für das Leben der Kirche, insbesondere auch in den Gemeinden spielt“.

Oertel geht es nicht darum, neue eigene Vorstellungen von der Kirchenpresse zur Diskussion zu stellen oder neue Untersuchungsergebnisse über die katholische Presse zu ver-

öffentlichen. Vielmehr beschränkt er sich weitgehend darauf, zahlreiche bereits veröffentlichte Ergebnisse zu sammeln, zu systematisieren und kurz zu kommentieren. Grundlage für seine Arbeit bilden in erster Linie Manuskriptdrucke der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse; daneben werden sowohl zahlreiche Daten aus den Untersuchungen Manfred Bedkers, die bereits in „Communicatio Socialis“ erschienen sind, übernommen als auch Darlegungen aus Michael Schmolkes Buch „Die schlechte Presse“.

Ferdinand Oertel sieht im II. Vatikanischen Konzil einen entscheidenden Wendepunkt für die Entwicklung der katholischen Presse. Mit diesem weltbewegenden Ereignis setzte — so Oertel — „eine wesentliche Verbesserung der kirchlichen Presse“ ein, die nicht zuletzt auch dadurch erreicht wurde, daß weite Teile der Kirche einsahen, daß Kommunikation nicht mehr nur monologisch von oben nach unten zu erfolgen, sondern auch umgekehrt Seine Arbeit, 354 Seiten, ist im Rahmen der Abhandlungen der Sozialethik von Wilhelm Weber und Anton Rauscher herausgegeben und beim Verlag Schöningh verlegt worden.

zu verlaufen habe. Die zahlreichen Äußerungen der deutschen Synode, des Papstes und katholischer Professoren zu diesem Thema werden vom Verfasser auf folgende Formel gebracht: „Den Medien kommt eine doppelte Funktion zu. Einerseits sollen sie den innerkirchlichen Kommunikationsfluß garantieren. Andererseits müssen die Medien die Präsenz der Kirche in der Gesellschaft herstellen.“

Oertel sieht die Notwendigkeit, gleichermaßen sowohl die Kommunikation der Kirche mit der Gesellschaft als auch die innerkirchliche Kommunikation anzustreben und zu verbessern. Konkrete Vorschläge enthält die Aussage, daß „im Rahmen einer modernen Öffentlichkeitsarbeit der Kirche ... auf dem Pressesektor durchaus noch manche Objekte denkbar“ sind, „die eine neue Kommunikation auf gesamtgesellschaftlicher Basis erschließen“, allerdings nicht.

Der Verfasser referiert Anregungen, die seitens der Synode für ein Nachfolgeorgan von „Publik“ gemacht worden sind und greift Vorschläge auf, die einem verstärktem Engagement katholischer Journalisten in den säkularen Medien größere Bedeutung zumessen.

Daß hier bereits fruchtbare Ansätze mit der Einrichtung des Münchener „Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses“ und der „Bayerischen Journalistenschulung“ zu erkennen sind, wird in dem Buch nicht erwähnt.

Die Funktion und Wirkung der Kirchenpresse kann sowohl strukturell durch verstärkte Kooperation der Blätter untereinander, möglicherweise sogar durch Fusion erhöht werden als auch inhaltlich durch allseitige Information über alle relevanten Ereignisse und Geschehnisse, über Entscheidungsvorgänge und Meinungsbildungsprozesse. Die Kirchenpresse muß sich befreien von dem Image der religiösen Erbauung und moralisierenden Unterhaltung. Die Information über die diözesanen Ereignisse, die Spiegelung der Vielfalt des kirchlichen Denkens und Handelns sollen nach Oertel wesentliche Aufgaben der Kirchenpresse sein. Er schließt sich der These Schmolkes an, „daß die Bistumspresse nur dann auch in Zukunft ‚Massenpresse‘ sein wird, wenn sie ihre Ausprägung als Informationsträger und Forum der Ortskirche findet“.

Die Fülle der Daten und Fakten, die in dem vorliegenden Buch zusammengetragen sind, die übersichtliche Aufzählung von „Titel, Auflagenhöhe und Verlage der über 100 Blätter der katholischen Kirchenpresse“ machen das Buch zu einer Orientierungshilfe für die Kirchenpresse für jedermann. Eine Ausweitung der Literaturhinweise und eine sorgfältigere Zitationsweise wären jedoch wünschenswert. Ein Beispiel: Das zitierte Werk „Massenmedien, die geheimen Verführer“, herausgegeben von Josef Othmar Zöllner (Augsburg 1965), wird man vergeblich suchen; der Titel des Buches lautet richtig „Massenmedien — die geheimen Führer“.

*J. Hoeren*

*Jakobus Wössner* (Hrsg.): Religion im Umbruch. Soziologische Beiträge zur Situation von Religion und Kirche in der gegenwärtigen Gesellschaft. Stuttgart 1972 (Ferdinand Enke Verlag). 419 Seiten.

Endlich mal wieder ein richtiges Buch, ein „dicker Wälzer“, solide gebunden, mit Inhalts-, Mitarbeiter-, Namens- und Sachver-

zeichnis, nicht billig, aber dafür ansehnlich und haltbar. Ansehnlich auch der Autorenkreis: v. Deschwanden, Erlinghagen, Golomb, Helle, Höllinger, Hoffmann, Holl, Klaus, Luckmann, Luhmann, Morel, Singer, Staudinger, Tenbruck, Vaskovics und Wössner selbst — nicht nur eine stattliche Anzahl, sondern auch Leute von z. T. unbestrittener Prominenz. Bei der großen thematischen Bandbreite des Readers ist es nicht überraschend, daß auch etwas für den speziell publizistik- und kommunikationswissenschaftlich Interessierten abfällt; es sind vor allem die beiden Beiträge von Helle und Klaus sowie beiläufig bei v. Deschwanden, Hoffmann und Luhmann.

Bernhard Klaus (Medien und religiöses Verhalten, S. 286—327) geht davon aus, daß das „gesprochene Wort der Rede, das zum Verstehen führt und den Willen bewegt“, das „ursprüngliche Mittel zum Glauben“ ist: „eine wirkende Kraft!“ (S. 286). Er definiert die Propheten als „Primär-Kommunikatoren“, Christus als „Generalkommunikator“, die Bibel als „Nachrichtenspeicher“ für die „kirchliche Rede“ und behauptet, religiöses Verhalten sei und bleibe in erster Linie religiöses Sprachverhalten (S. 286 ff.). Deshalb sei der Sinn der publizistischen Medien immer dann erfüllt, „wenn sie den Radius der hörenden Rezipienten beliebig erweitern und die Verstehensmöglichkeit auf die jeweils medienspezifische Weise intensivieren“ (S. 290). Leider schöpft Klaus im folgenden nur selten direkt aus der doch in den letzten Jahren recht munter sprudelnden Quelle der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften und zieht es vor, seinen Wissensdurst nach gesellschaftlichen Funktionen der Massenkommunikation vornehmlich bei Gewährsleuten theologischer Fakultäten zu stillen. So darf man sich weder über seinen sorglosen Umgang mit dem Öffentlichkeitsbegriff (S. 290) wundern, noch darüber, daß er Dovifat zum Kronzeugen einer längst zur Phrase gewordenen Idealisierung des Journalistenberufs macht (S. 299).

Hinzu kommen einige „moralische“ Ungeheimheiten, die höchstens noch durch das (schreckliche) Wort vom Zweck, der die Mittel heiligt, zu erklären sind; denn einerseits distanziert sich Klaus zwar wiederholt von Vorwürfen der „Meinungssteuerung“ und „Bewußtseinsmanipulation“ sowie der Über-



nahme moderner Anpassungsideologien durch die Kirche (S. 302/S. 295), andererseits möchte er durch den publizistischen Einsatz vertrauter Leitbilder und Idole bei der Jugend landen (S. 302), durch kirchenpublizistische Vermittlung von Sicherheits-, Hingabe-, Selbstwert- und Zukunftserlebnisse an die zentralen Sehnsüchte der Menschen anknüpfen (S. 304 ff.) und erreichen, daß sich die kirchlichen Medienexperten auf Rezipienten einstellen, die „punktuell eingesetzte Informationsbruchstücke“ zu konsumieren gewohnt sind (S. 295). Dennoch täte man Klaus Unrecht, würde man nur Negatives berichten. Immerhin entkräftet er recht plausibel die gängigsten Argumente wider den kirchlichen Mediengebrauch (S. 292 ff.), kritisiert die bisherige offizielle Medienpolitik beider Konfessionen prägnant und differenziert (S. 297 f.) und übt eine wohlthuende Zurückhaltung bei der Erörterung publizistischer Wirkungen. Umso ausgiebiger läßt er sich auf medienpädagogische Fragen ein und diskutiert Möglichkeiten von Photographie, Film und Fernsehen als Mittel der Didaktik und Demonstration im Religionsunterricht (S. 313 ff.). Warum er übrigens Buch, aktuelle Presse und die „Tonträger des Wortes“ (S. 308 ff.) hierbei nicht berücksichtigt, mag zwar zu mancherlei Vermutungen Anlaß geben, dürfte aber bestenfalls bei McLuhan Verständnis finden.

Horst Jürgen *Helle* (Symboltheorie und religiöse Praxis, S. 200—214) gelangt im Sausechritt von der Semiotik über Interaktionstheorie und Wissenssoziologie zur Theologie. Nachdem er die Begriffe Zeichen, Medium, Information und Nachricht in ihrer semantischen Dimension definiert hat (S. 201 f.), grenzt er den Symbolbegriff ab und erörtert verschiedene mutmaßliche Struktur- und Funktionsmerkmale verbaler („akustisch-analytischer“) und non-verbaler („visuell-ganzheitlicher“) Kommunikation (S. 202 f.), über die man sich lange mit ihm streiten könnte. Zu ebenfalls erheblichen Kontroversen laden im folgenden seine Unterscheidung von sach- und sinngerichtetem Handeln bzw. die Zuordnung seines „Symbols“ zum zweiten Typ ein (S. 204 f.), ebenso seine Typologie des sozialen Wissens (Bekenntnis-, Fakten- und Normenwissen; S. 206) und seine Typologie „der an symbolischer Kommunikation beteiligten Subjekte“ („empirische“

und „definierte“ Subjekte; S. 207). Aus einer Kombination dieser Typologien entstehen die „Bekenntnisgruppe“ als „definiertes Subjekt des Bekenntniswissens“, die Organisation als „definiertes Subjekt des Normenwissens“ und Individuen und Primärgruppen als „empirische Subjekte des Faktenwissens“ (vgl. S. 207 ff.). Am Ende dienen diese Kategorien bei ihrer „Anwendung auf die religiöse Praxis“ lediglich als Beschreibungshilfen vergangenen oder aktuellen religiösen Geschehens; ihr Wert für ein geschlossenes theoretisches Konzept wird nicht deutlich erkennbar. Der Rezensent kann sich der Vermutung nicht entziehen, daß Helle seine semiotische, soziologische und kommunikationswissenschaftliche Terminologie zur Rationalisierung eines eher theologischen Interesses an tradierten religiösen Verhaltensweisen und liturgischen Riten einsetzt. Siehe S. 213: „Die bekenntnishaften Bewußtseinsinhalte können ihrer Natur nach nicht ausschließlich diskursiv verbal, sondern müssen mindestens auch visuell-symbolisch ausgedrückt werden. Darum ist religiöse Praxis auf symbolische Kommunikation verwiesen ... Insoweit ... ist es völlig unangemessen, eine restlos verbale Erklärbarkeit allen Geschehens zu fordern.“

Niklas *Luhmann* (Die Organisierbarkeit von Religion und Kirchen, S. 245—285) vermutet, daß die Erhaltung kirchlicher Mitgliedschaft heute „auf eine ungewöhnlich konkrete, sinnfällige Rücksignalisierung der Präsenz von Kirche“ angewiesen ist, „auf eine gewisse Publizität kirchlicher Aktivitäten, auf die Existenz kirchlicher Bauten, auf Besonderheiten der Sprache und des Tonfalls usw.“ (S. 260), und er begründet diese Vermutung mit der „komplexen“, „prekären“, „umwelt-empfindlichen“ und im einzelnen viel zu wenig bekannten Motivlage seitens der primär „rechnerischen“ Mitglieder, also einer wachsenden Mehrheit. Im folgenden beschreibt er die durch zunehmende Verflechtung der kirchlichen Organisationen mit anderen gesellschaftlichen Systemen wachsenden externen Interaktionsfelder bzw. internen Entscheidungslasten der Kirchen, die die Erwartungen der meisten Mitglieder weit „überwuchern“ und zu zwei internen Konsequenzen führen: a) zunehmende Spezialisierung der offiziellen Kirchendienste und b) zunehmend „generalisierende Prozesse der Meinungsbildung und Entscheidungslegitimation,

die die Kirche befähigen können, überzeugend für ihre Mitglieder zu sprechen“ (S. 264). Im übrigen zählt Luhmann Kommunikation zu den zentralen strukturgebenden Merkmalen jeder, also auch der kirchlichen Organisation: „Als Organisation ist die Kirche ein Stellensystem“ und insofern auch durch notwendig eingeschränkte Kommunikationsmöglichkeiten gekennzeichnet, nämlich durch „Einschränkungen der Möglichkeit eines jeden, mit jedem jederzeit über alles zu reden“ (S. 278/279).

Lutz Hoffmann (Management und Gemeinde, S. 369—394) betont im Hinblick auf die Bildung von Kommunikationsmustern in der Gemeinde durch kirchliche Führungskräfte die Bedeutung „motivierender Rücksichten“, während z. B. im Industriebetrieb rationale Gesichtspunkte und formale Rollendefinitionen die primären kommunikativen Kriterien seien. „Gemeindeleitung verlangt daher eigene Techniken der Informationszirkulation und Rückkopplung, der Gruppenarbeit und Gesprächsleitung“ (S. 393).

Leo von Deschwanden (Die Rolle des Gemeindepriesters zwischen Kirche und Gesellschaft, S. 395—409) hält es im Interesse einer exakten Analyse der Rollenbeziehungen eines Gemeindepriesters „für sehr gefährlich, in das Verhältnis Priester—Laien gleichsam ex definitione Kommunikationsstrukturen hineinzuinterpretieren“ (S. 402).

J. Westerbarkey

*Bayerischer Rundfunk* (Hrsg.): Gebrauchswörterbuch Fernsehen. München 1972 (Bayerischer Rundfunk). 213 und 30 Seiten.

*ARD in Zusammenarbeit mit BBC und ZDF* (Hrsg.): Fachwörterbuch Hörfunk und Fernsehen. Englisch-Deutsch, Deutsch-Englisch. Berlin-München 1972 (Siemens AG). 194 und 199 Seiten.

Nicht nur die Zahl der Mitarbeiter unserer Hör- und Sehfunkanstalten wird immer größer, sondern auch der Austausch mit anderen Ländern in Europa und Übersee wird immer stärker. Schon aus diesen Gründen wird verständlich, daß es nicht nur hilfreich, sondern notwendig ist, Fach- und Gebrauchswörterbücher zur Hand zu haben.

Dem Journalisten etwa, der für das Fernsehen schreibt, steht ein technisch und organisatorisch immer komplizierter werdender Betrieb zur Realisierung seines Manuskripts gegenüber. Um ihm — aber auch allen anderen, die direkt oder indirekt mit der Produktion zu tun haben — eine Handreichung zu geben, hat die Fernseh Abteilung des Bayerischen Rundfunks ihr Gebrauchswörterbuch zusammengestellt. Die Fachleute dieser Abteilung haben in Teamarbeit mit anderen Abteilungen wichtige Fachausdrücke alphabetisch zusammengestellt und erläutert. Ein tabellarischer Anhang gibt außerdem weitere Informationen etwa durch eine Laufzeit-tabelle für Film in Meter und Sekunden, für Magnetbänder, über Spurlagen bei Magnetfilm, Überblendzeichen und Farbken-nung für Fernsehfilme usw. Insgesamt ein äußerst hilfreiches Bändchen, das weit über den Bayerischen Rundfunk hinaus Verwendung und Anerkennung finden dürfte.

In eine andere, nicht minder wichtige Richtung als das Münchner Bändchen geht ein Fachwörterbuch Hörfunk und Fernsehen, das von der Firma Siemens, München, und dem Londoner Verlag Pitman veröffentlicht wurde. Als Herausgeber zeichnet die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) in Zusammenarbeit mit der Londoner BBC und dem Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF). Besonderer Anlaß für die Veröffentlichung dürften vor allem die Olympischen Spiele in München 1972 mit ihrem Großangebot an Hörfunk- und Fernsehprogrammen für die ganze Welt gewesen sein. Dieses Buch ist ein Fachwörterbuch zur Übersetzung vom Englischen ins Deutsche und umgekehrt. Es gibt keine Erläuterungen zu Begriffen, sondern nur die Übersetzungen. Da sich allerdings nicht alle Wörter und Begriffe der drei mitarbeitenden Anstalten bzw. der beiden Sprachbereiche decken, werden z. T. mehrere Übersetzungsmöglichkeiten angeboten. Auch Amerikanismen sind z. T. besonders gekennzeichnet. Insgesamt sind rund 12.000 Wörter im deutsch-englischen Teil und 17.000 Ausdrücke im englisch-deutschen Teil erfaßt. Wer als Deutscher im englisch sprechenden Ausland mit Hör- oder Sehfunk zu tun hat, dürfte kaum ohne dieses handliche Büchlein auskommen.

K. A.

*Robert T. Oliver: Communication and Culture in Ancient India and China.* Syracuse, N. Y. 1971 (Syracuse University Press). 312 Seiten.

Die Rhetorik — Kommunikation im Titel dieses Buches steht weithin für Rhetorik — im alten Indien und China ist wahrhaftig ein bemerkenswertes Studienobjekt für einen westlichen Wissenschaftler. Die Rhetorik eines Volkes wird von seiner Kultur bestimmt, und hier beginnt bereits die Schwierigkeit eines solchen Unternehmens. In asiatischen Kulturen findet sich keine abgeschlossene Lehre von der Rhetorik im altrömischen oder auch im westlich demokratischen Sinne. So hat sich der seit 1942 in und mit Asien, speziell mit Korea, beschäftigte Autor zur Aufgabe gestellt, die Art der Rede und Kommunikation im alten Indien und China durch das Studium der philosophischen Klassiker und der Lebensstile der betreffenden Gesellschaften zu eruieren (S. 31). Dabei ist allerdings der Begriff „Rede“, „Rhetorik“, aber auch der der Kommunikation sehr weit zu fassen. Bei allem — das wird vor allem im Abschnitt über Indien deutlich — geht es mehr um eine indirekte Rhetorik und Kommunikation, d. h. der Verfasser stellt vor allem eine Evaluation der rhetorischen Seite „religiös“-kultureller Entwicklungen an, wobei „religiös“ nicht im modernen Sinne von Religion verstanden werden darf. Nach dem Verfasser ist Religion in diesem modernen Sinne weder bei Buddha, noch bei den Upanishaden intendiert.

Methodologisch geht Robert T. Oliver jeweils so vor, daß er bedeutende Vertreter bzw. Schulen der entsprechenden Kulturbereiche darstellt und deren rhetorische Praxis und — soweit vorhanden — Theorie darzustellen versucht. So soll nach den Upanishaden nicht der Kommunikator den Rezipienten beherrschen wollen, sondern beide müssen gemeinsam die Welteinheit zu ergründen versuchen (S. 52). Für Gautama (Buddha) gilt auch in der Rhetorik sein allgemeines Prinzip, vom Unwesentlichen zum Wesentlichen vorzudringen (vgl. S. 75 ff.). Das Ziel der Kommunikation ist für ihn u. a. ein Verstehen der Situation, nicht deren Veränderung. Der Redner soll dem Hörer nicht eine Erfüllung, eine Befriedigung geben, sondern sogar helfen, das Verlangen danach zu überwinden (S. 78). Seine Rede muß wahr, rea-

listisch (entsprechend den Umständen) und nützlich sein (S. 80).

Während für die indische Kultur der Mensch Teil des Universums ist und sich daraus auch publizistische Konsequenzen ergeben, spielt in China die menschliche Gesellschaft eine besondere Rolle. Das rhetorische Milieu Chinas ist bestimmt durch Tradition, Familiensinn usw., die aber nicht zum Individualismus im modernen Sinne in der Rhetorik führen. Das publizistische Leben Chinas ist durch Regeln und Etikette bestimmt (vgl. z. B. S. 91 f.). Bereits in der vorkonfuzianischen Zeit weist das „Buch der Geschichte“, das die Zeit von 2250 bis 628 v. Chr. umfaßt, für den Herrscher Shun die Ernennung eines „Ministers für Kommunikation“ aus (S. 103). Konfuzius (6. Jh. v. Chr.) ging es um die praktischen Probleme der Welt. Er empfahl wenigstens „14 Methoden zur Überzeugung“ (S. 103), auch wenn von ihm keine eigentliche Rhetorik besteht. Später leistet Mencius einen bedeutenden Beitrag zur Publizistik (S. 162) ...

Ohne Zweifel hat Robert T. Oliver mit seinem Buch ein bisher unbekanntes Gebiet der Publizistik geöffnet. Leider konnte er dafür auch jeweils nur die in entsprechenden europäischen Sprachen vorliegenden Texte aus Indien und China (z. T. gebraucht er Übersetzungen, die nur im vorigen Jahrhundert erschienen) benutzen. Man möchte wünschen, daß in einer immer mehr sich auch kulturell eins werdenden und sich verzahnenden Welt Olivers Beginn ergänzt wird durch Forscher, die selbst aus den angesprochenen Kulturräumen kommen, zugleich aber auch die Fähigkeit haben, uns in westlicher Ausdrucksweise an den offensichtlich reichen publizistischen Schätzen asiatischer Vergangenheit teilhaben zu lassen.

*F. J. Eilers*

*John A. Lent* (Hrsg.): *The Asian Newspapers' Reluctant Revolution.* Ames/Iowa 1971 (The Iowa State University Press). 373 Seiten.

Als vor mehr als zehn Jahren im Institut für Publizistik der Universität Münster ein Oberseminar über „Publizist und Publikum in Afrika“ abgehalten wurde, erhielt die Buchveröffentlichung aus dieser Arbeit den bescheidenen und zugleich einschränkenden Un-

tertitel: Eine erste Erkundung. Die damalige Arbeit über Afrika war Frucht gemeinsamen Bemühens im Seminar. Auch bei einem Buch über die Presse in Asien, das zehn Jahre später erscheint, wird man mit diesem Untertitel beginnen müssen. Bei der Gesamt- und Einzeldarstellung der Presse in 16 asiatisch-australischen Ländern kann es sich auch dann nur um eine „erste Erkundung“ handeln, wenn für einzelne Länder bereits der eine oder andere Einzelbeitrag erschienen ist.

John A. Lent, der verdienstvolle Herausgeber dieses Buches, hat für die einzelnen Länder je einen Verfasser gewonnen, der entweder selbst aus dem betroffenen Land stammt oder dort doch längere Zeit gearbeitet hat.

So enthält das Buch nach kurzen Einleitungen von Wilbur Schramm und Herausgeber Lent neben zwei allgemeinen, mehr einleitenden Darstellungen (An Asian Press in Perspective; English-Language Press of Asia) Einzelbeiträge zu folgenden Ländern: China (je ein Beitrag vor 1949 und nach der kommunistischen Besetzung), Hongkong, Japan, Korea, Taiwan, Australien, Burma, Indonesien, Malaysia und Singapur, Philippinen, Thailand, Südvietnam, Ceylon, Indien und Pakistan.

Da es sich in allen Fällen um Einzelbeiträge einzelner Autoren handelt — „Casestudies“ nennt sie der Herausgeber —, kann man keine Gesamtübersicht im Sinne eines Lexikons erwarten. Jeder Verfasser bringt seine Erkenntnisse und Erfahrungen in seinen Länderbericht ein — wobei dann durchaus eine überraschende Fülle von Informationen geboten wird.

Wie immer bei solchen Veröffentlichungen ist es das Schicksal dieses Bandes, daß sich auch in Asien Dinge schnell ändern können. Der Versuch gegen die Pressefreiheit in Singapur und die Entwicklungen auf den Philippinen sind hier ein Beispiel. Auch wenn dadurch bestimmte Beiträge heute schon mehr historischen als aktuellen Wert haben, behalten sie durchaus ihre Bedeutung auch zum Verständnis der heutigen Situation.

Ein anderes Bedenken wiegt allerdings schwerer: Ist es nicht zu viel verlangt, wenn man in einem Buch von 373 Seiten versucht, 16 Länder einzeln darzustellen? Das ergibt schon rein numerisch (einschließlich Sachregister und

Literatur) pro Land „nur“ 24 Seiten. Damit kann man kaum der asiatischen Wirklichkeit, die nicht nur kulturell sehr unterschiedlich ist, gerecht werden.

Der Wert dieser Veröffentlichung liegt also mehr in jener „ersten Erkundung“, für die man dem Herausgeber und seinen Mitarbeitern dankbar sein muß. Dieser „ersten Erkundung“ sollte dann allerdings ein genaueres Studium für einzelne Länder und Regionen des asiatischen Kontinents folgen. Herausgeber John A. Lent hat schon für die Presse- und Kommunikationsforschung auf den Philippinen einiges in dieser Richtung geleistet. Augenblicklich befindet er sich zum Aufbau eines publizistischen Universitätsausbildungsprogramms in Malaysia. Man möchte wünschen, daß es ihm und den anderen Mitarbeitern an der „widerwilligen Revolution“ der asiatischen Presse gelingt, weitere vertiefende Arbeit in Forschung und Lehre zu leisten. Ein Ansatz hierzu findet sich übrigens zum Teil schon in den Fußnoten einzelner Beiträge des jetzigen Buches und in der geographisch angeordneten Bibliographie (S. 341 bis 353), die in dieser Form bisher wohl noch nicht bestand.

*F. J. Eilers*

## KURZBESPRECHUNGEN

*Carl Hundhausen:* Wirtschaftswerbung. Berlin 1971 (Verlag Walter de Gruyter & Co, Reihe „Sammlung Götschen“ Bd. 5007). 357 Seiten.

Carl Hundhausen, Honorar-Professor an der Technischen Hochschule Aachen, stellt in einem weiteren Buch den Gesamtkomplex der Verbindung des Grundbegriffes „Werbung“ zu wirtschaftlichen Aufgaben, Funktionen oder Zielsetzungen dar. In sorgfältiger Arbeitsweise behandelt der Verfasser zunächst die Wirtschaftswerbung in ihrer Hinordnung zum Wettbewerb, untersucht dann die Beziehungen zwischen Anbieter und Nachfrager unter dem Einfluß der Werbung und handelt diverse Einzelprobleme ab. Nicht uninteressant ist auch für den an der Wirtschaftswerbung nicht direkt Interessierten der Ab-

schnitt „Die Verantwortung der Werbetreibenden vor der Öffentlichkeit“ (S. 314 bis 318) mit dem Nachweis weiterführender Literatur.

M. P. B.

*Hans Müller: Säkularisation und Öffentlichkeit am Beispiel Westfalens. Münster 1971 (Verlag Mehren und Hobbeling). 220 Seiten.*

Die Vertreter des empirisch-analytischen Zweiges der Publizistik, mit Gegenwarts- und Zukunftsfragen befaßt, stellen gerne die historisch-deskriptive Arbeitsweise als ein anachronistisches Unterfangen im modernen Wissenschaftsbereich dar. Die vorliegende Dissertation beweist treffend das Gegenteil. „Mit Verwunderung, Bedauern oder Schadenfreude“ ist von Historikern „immer wieder festgestellt worden, daß die deutschen Katholiken die Säkularisation fast widerstandslös hingenommen haben“ (S. 192). Dies mehr oder weniger unüberlegte (Vor-)Urteil untersuchte der Verfasser auf seine Gültigkeit am Beispiel Westfalens. Die historische Fragestellung, „wie die Bewohner der geistlichen Länder diese Ereignisse damals beurteilten“ (S. 2), bedurfte einer publizistischen Lösung. Der Verfasser mußte versuchen, die „öffentliche Meinung“ jener Zeit — „die immer in allen Bevölkerungsteilen vorhandenen Meinungen, Stimmungen und Gefühle, die durch politische oder andere Vorgänge ausgelöst wurden“ (S. 63) — einzufangen und mit der „öffentlichen Meinung“ in anderen Reichsgebieten zu vergleichen. Abgesehen davon, daß für andere Landesteile solche Vorarbeiten kaum vorlagen, bedeutete diese Arbeitsweise bei den auch in Westfalen ungenügend erschlossenen Quellen keinen geringen Einsatz. Das Ergebnis der Untersuchungen rechtfertigte den Arbeitsaufwand und die Gratwanderung zwischen Historie und Publizistik. Der Verfasser konnte nachweisen, daß die Säkularisation auf die Stimmung der Bevölkerung großen Einfluß hatte (S. 192 f.); weltliche Stifte oder Klöster konnten ohne Widerstand säkularisiert werden, wenn die betreffende Bevölkerung von ihnen nicht wirtschaftlich abhängig war. Bei der Säkularisation von Klöstern und Stiften, deren spezielle Ausformung von Religiosität der Volksfrömmigkeit entsprach, machte sich bei

der Bevölkerung sofort Widerstand bemerkbar. — Die Bedeutung der vorliegenden Dissertation liegt nicht nur in der Korrektur eines historischen Vorurteils, sondern vor allem in der Durchführung der Arbeit. Von historischer Seite mußten publizistische Quellen erschlossen werden, deren Aufschließung Aufgabe von Publizisten gewesen wäre. Zudem macht die Dissertation deutlich, welche Aufgaben interfakultativ gelöst werden könnten. Vielleicht kann aber auch dieses Buch dazu beitragen, den Sinn und Wert historischer Arbeit auf publizistischem Gebiet exemplarisch zu verdeutlichen.

M. P. Becker

*Council on Higher Education in the American Republics* (Hrsg.): *Education for Journalism in Latin America*. New York 1970 (Council on Higher Education in the American Republics, Institute of International Education, 809 United Nations Plaza, New York, N.Y. 10017). 40 Seiten.

Von 70 Journalistenschulen Lateinamerikas haben nicht mehr als ein halbes Dutzend auch nur einen einzigen Dozenten, der hauptamtlich angestellt ist (S. 21). Insgesamt erhalten die journalistischen Ausbildungsstätten Lateinamerikas keine gute Note, und auch das Ansehen des journalistischen Berufes ist nicht gerade hoch. Die Bezahlung ist so schlecht, daß mindestens 80 % aller Journalisten eine zweite bezahlte Tätigkeit ausüben müssen (S. 22). Freundschaftliche oder familiäre Beziehungen sind für eine Anstellung meist mehr entscheidend als jede fachliche Qualifikation (S. 23). Dieses düstere Bild des Journalismus in Lateinamerika findet sich in einem Bericht des „Council on Higher Education in the American Republics“ (CHEAR), der im wesentlichen aus einem Beitrag von Raymond B. Nixon besteht. Er wurde für eine Konferenz erarbeitet, die vom 22. bis 27. Februar 1970 in Buenos Aires durch CHEAR veranstaltet wurde. Prof. Nixon sammelte seine Daten bei zwei Informationsreisen Ende 1969 und Anfang 1970 in verschiedenen lateinamerikanischen Ländern. Einer guten geschichtlichen Übersicht der Journalistenausbildung in diesem Kontinent folgt eine Darstellung der heutigen Lage, wo-



bei zumindest das von der UNESCO geförderte „Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo“ (CIESPAL) ein gewisser Lichtblick zu sein scheint. Von CIESPAL stammt denn auch die Liste der Januar 1970 in Lateinamerika bestehenden Journalistenschulen, jeweils mit Namen, Anschrift, Gründungsjahr, rechtlicher Stellung und wissenschaftlichem Standort (S. 30—37).

F. J. E.

*Gernot Joerger:* Die deutsche Gefangenenpresse in Vergangenheit und Gegenwart. Stuttgart 1971 (Ferdinand Enke). 199 Seiten.

Unter dem Stichwort „Gefängnispresse“ läßt sich verschiedenes fassen. Deswegen ist es wichtig, zunächst klare Begriffe zu schaffen: Man könnte darunter allgemein alle Presseerzeugnisse verstehen, die ins Gefängnis gelangen, dann aber auch Druckerzeugnisse, die im Gefängnis selbst hergestellt werden, gleich ob es sich um periodische Veröffentlichungen oder andere Druckerzeugnisse handelt. Dem Verfasser dieser ersten ausführlichen Studie zum Thema geht es aber weniger um diese Art von „Gefängnispresse“. Er behandelt in seinem Buch jene Druckpresse, die periodisch erscheint und die „inhaltlich eigens auf Gefangene abgestimmt ist“ (S. 6).

In der Gefängnispresse dieser Zeit zeigt sich dann auch in gewissem Sinn die Geschichte und Entwicklung des Strafvollzugs: Während diese Presse vor dem Zweiten Weltkrieg, soweit sie damals bestand, meist von „vorgesetzten Stellen“ für Gefangene „gemacht“ wurde, entstehen nach dem Zweiten Weltkrieg mehr und mehr eigene Gefangenenredaktionen, die ihre Zeitschriften für die Mitgefangenen herausbringen. Warum sollte nicht auch ein Gefängnis wie jede Schule eine Art Hausblatt haben, das einmal von den Gefangenen für die Gefangenen, dann aber z. T. auch für Außenstehende gemacht ist, die aus irgendeinem Grunde daran interessiert sind oder sein sollten? Tatsächlich hat nach den Feststellungen Joergers die Gefängnispresse allerdings bei Richtern, Kriminologen, Sozialwissenschaftlern und Fürsorgern „keine besondere Aufmerksamkeit gefunden“ (S. 126).

Nach einer ausführlichen geschichtlichen Übersicht behandelt Joerger „Einzelaspekte der Gefängnispresse“, wobei anhand ganz bestimmter Veröffentlichungen die technisch-wirtschaftlichen Aspekte, die journalistische Arbeit, die Leser, Form und Inhalt, sowie die rechtlichen Aspekte ausführlich besprochen werden.

Es ist erstaunlich, welche Fülle von Informationen in diesem Buch zusammengetragen ist. Man liest mit Interesse, was tatsächlich auch im Gefängnis publizistisch geschieht oder geschehen kann und welche Schwierigkeiten, aber auch welche Möglichkeiten vonseiten des Strafvollzugs sich dadurch ergeben. Allerdings ist Gefängnispresse bisher erst in relativ wenigen Anstalten verbreitet. Für die Gefängnisseelsorger — die gelegentlich auch schon jetzt als Mitarbeiter oder Förderer auftauchen — läge hier sicher eine nicht zu unterschätzende Aufgabe. Störend empfindet man bei der aufschlußreichen Studie die Nennung der Quellen und Belege mitten im Text, so daß man manchmal aus ganzen Zeilen mit Zahlen die Teile eines zusammenhängenden Satzes herausfinden muß (z. B. S. 132 f., 139 ff.).

F. J. E.

*Hartmut Kiock:* Kommunikations-Marketing — Die Technik journalistischer Anpassung. Düsseldorf 1972 (Bertelsmann Universitätsverlag, Reihe „Gesellschaft und Kommunikation“, Bd. 12). 166 Seiten.

Die Arbeit prüft eine Hypothese zum Anpassungsjournalismus. Sie lautet: „Wenn Massenmedien in einer demokratisch verwalteten Industriegesellschaft auf Absatz angewiesene Wirtschaftsunternehmen sind, dann passen sie sich in extremer Weise den vermeintlichen Interessen der Rezipienten an“, mit anderen Worten, dann macht das jeweilige Wirtschaftsunternehmen Massenmedium: „Redaktions-Marketing.“ Diese Dann-Komponente wurde an vier Faktoren untersucht: 1. dem Marketing-Denken, 2. den Marketing-Zielen, 3. den Marketing-Informationen und 4. den Marketing-Maßnahmen der Redaktion.

Besonders interessant — obwohl die Hypothese vom Redaktions-Marketing sich durch

Fallstudienprüfung am Beispiel einer Publikumszeitschrift bewährt hat — ist das Ergebnis bei der Prüfung der Marketing-Ziele: „Die Anpassungs-Hypothese behauptet, ein kommerziell organisiertes Massenmedium strebe nach Gewinnmaximierung durch Auflagenmaximierung.“ Diese Behauptung hält der Verfasser nach der vorgelegten Fallstudie wie durch viele andere empirische Untersuchungen für „widerlegt“. Unternehmen verfolgen nicht nur ein Ziel, nämlich den Gewinn, sondern eine Fülle von Zielen. Es geht nicht um den „maximalen Gewinn“, sondern allein um einen „befriedigenden Gewinn“. Die Objektspolitik zielt nicht auf eine möglichst hohe Auflage, sondern auf „eine möglichst große und zugleich qualifizierte Leserschaft“. Hier wird deutlich ein Einbruch in die rein materiell verplante Verhaltensweise sichtbar.

Die vorliegende Arbeit führt zunächst in vier Kurzkapiteln theoretisch in das gesetzte Ziel, in das Verhältnis von Zeitungswissenschaft und Marketing, in die Marketing-Terminologie und Marketing-Sinn in der Kommunikations-Industrie und in die Erforschung des Redaktions-Marketing ein und wendet sich dann der Praxis des Redaktions-Marketing, dem „Kernstück der Arbeit“, zu. Dieses vergleichsweise sehr umfangreiche Kapitel „beschreibt im Detail die Technik journalistischer Anpassung an kommerziell nutzbare Leserbedürfnisse und demonstriert, wie die Chefredaktion einer Publikumszeitschrift eine Redaktion dazu einsetzt, die Absatzziele des Verlagsmanagements mit journalistischen Mitteln zu realisieren“.

Forschungsstand und Literatur (eigenes Verzeichnis) sind bis Juni 1971 berücksichtigt. Die Arbeit wendet sich dem Grenzgebiet von Soziologie und Betriebswirtschaft zu. Der zur Redaktionsbefragung im März 1971 verwendete Fragebogen ist am Schluß beigelegt. Die Dissertation von Hartmut Kiock — darum handelt es sich — zeichnet sich durch Übersichtlichkeit aus. Diese erleichtert den Zugang.

J. H.

und Tätigkeitsberichte von Afrikanern, die sich im pastoralen Bereich theoretisch und praktisch mit „Communications“ beschäftigt haben. Das breite Spektrum der Themen zeigt, daß „Communications“ als Begriff nicht nur auf die Arbeit in Presse, Rundfunk und Fernsehen sowie im audio-visuellen Sektor bezogen wird, sondern auch auf die Adaption von traditionellen kulturellen Ausdrucksmitteln: Tanz, Drama, Gesang, Erzählungen in Liturgie und Katechese.

Aus den Berichten spricht überwiegend Optimismus gegenüber einer neuen Perspektive, unter der Probleme der Missionierung, der Kirchenbildung und der Entwicklung besser verstanden und damit einer Lösung näher geführt werden können. Dem Trend zu „Communications“ scheint ein doppeltes Interesse zugrunde zu liegen: der Wunsch nach Verbesserung der Kommunikation im kirchlichen Raum mit Hilfe besserer Medien sowie das Bestreben, die afrikanische Identität in der Kirche mit Hilfe traditioneller Ausdrucksformen zu bewahren. Ob sich aber beides unter der Formel „Communications“, die kirchlicherseits auch noch der Vermittlung christlich-abendländischer Verkündigungstheologie dient, verbinden läßt, ist fraglich. McLuhans These, daß sich mit dem Medium auch die Botschaft ändert, scheint bei den Überlegungen der afrikanischen Autoren noch keine Rolle zu spielen. Dennoch wird man sich in Afrika auf die Dauer nicht jener Reflexion entziehen können, die in Wechselwirkung mit „Communications in Action“ einen Prozeß begleitet, in dem sich neue, möglicherweise christliche Bewußtseinsinhalte auf der Grundlage einer bereits veränderten soziokulturellen Praxis bilden. Daß traditionelle „Communications“ in dieser Praxis noch relevant sein werden, ist unwahrscheinlich.

W. Herzog

20 Africans write on: Communications in Action Kampala 1972 (Gaba Publications, P. O. Box 4165). 76 Seiten.

Die Aufsatzsammlung enthält Erfahrungs-

## Allgemeine Publizistik

*Götz Frank*, Die Rezeption eines Internationalen Gegendarstellungsanspruchs in das Recht der BRD. In: „Zeitschrift für Rechtspolitik“, München 6:1973, S. 84—88.

*Ernest Milcent*, A l'Hôtellerie, les sermons sont en couleur et les enfants du catéchisme font de la photo. In: „informations catholiques internationales“, Paris 19:1973 (No. 430), S. 3—6.

Interview mit P. Pichard, dem Begründer des Centre International de documentation audiovisuel de Lisieux.

*Hans Reinhard Rapp*, Nachhilfe für theologisches Reden? Vom Nutzen der Informationstheorie. In: „Evangelische Kommentare“, Stuttgart 6:1973 (Nr. 3), S. 132—135.

*Ders.*, In die Zukunft sehen. Gespräch mit dem Publizisten Walter Dirks. In: „Evangelische Kommentare“, Stuttgart 6:1973 (Nr. 3), S. 159—162.

*R. G. Scholten*, Godsdienstsociologie in Nederlandse theologische en sociaal-wetenschappelijke tijdschriften 1965—1972. In: „Nederlands Theologisch Tijdschrift“, 's-Gravenhage 27:1973 (Nr. 1), S. 71—77.

## Presse

*Gerhard Kripahle*, Der Wettbewerb im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenhandels in der BRD. In: „Marktwirtschaft“, München 5:1973 (Nr. 2), S. 14—15.

*Focko Lüpsen*, Tiger ohne Zähne: Selbstkontrolle und Kodex der Presse. In: „Evangelische Kommentare“, Stuttgart 6:1973, S. 168.  
*Giancarlo Zizola*, Douze revues catholiques italiennes s'engagent à travailler aux côtés du mouvement ouvrier. In: „informations catholiques internationales“, Paris 19:1973 (No. 425), S. 7—10.

## Film

*Joseph de Benoist*, Le cinéma africain est en plein développement. In: „informations catholiques internationales“, Paris 19:1973.

Bericht über das Vierte Panafrikanische Filmfestival in Ouagadougou/Obervolta.

*Françoise Dufurnet*, Le cinéma italien contre tous les „pères“, Dieu y compris. In: „informations catholiques internationales“, Paris 19:1973 (No. 427), S. 20—22.

*Bearbeitet von Victoria Drasen (Mannheim)*

## Publizistisch relevante Äußerungen Papst Johannes' XXIII. im chronologischen Überblick

von Giselbert Deussen

### Einleitung

Wie kirchliche Kommunikation in der Wirklichkeit funktioniert oder nicht funktioniert, wird immer mehr zum Gegenstand kritischer Studien. Zum Verständnis dessen, was und wie in der Kirche „kommuniziert“ wird und woraus dies historisch gewachsen ist, gehört unbedingt die Kenntnisnahme des Verständnisses der „Spitze“ der kirchlichen Kommunikationssysteme von dem, was Kommunikation im allgemeinen und was kirchliche Kommunikation im besonderen ist. Die Struktur der Kirche als einer hierarchischen Organisation bringt es mit sich, daß dieses Verständnis ihres höchsten Hierarchen praktische Auswirkungen auf das Verhältnis der Kirche zur Publizistik hat. Die folgende Dokumentation von publizistisch relevanten Äußerungen Johannes' XXIII. und (in den folgenden Heften) Pauls VI. wollen das Studium der historisch gewachsenen Strukturen in der Kommunikationsgestalt der Kirche erleichtern. Zur Dokumentation der Äußerungen zu publizistischen Fragen der Vorgänger dieser Päpste verweisen wir auf die beiden vom Vatikan-Sender herausgegebenen Dokumentenbände mit päpstlichen Äußerungen zu Presse und Funk: Radio Vaticana (Hrsg.), *Documenti Pontifici sulla Stampa* (1878—1963), Vatikan o. J. (1964), und: ders., *Documenti sulla Radio e sulla Televisione* (1929—1962), Vatikan o. J. (1962); in der folgenden Übersicht abgekürzt: Doc. s. Rad. Weitere Abkürzungen: AAS = „Acta Apostolicae Sedis“ (Typis Polyglottis Vaticanis) und OR = „L'Osservatore Romano“, Vatikan.

Die Reden Johannes XXIII. zu Fragen der Publizistik beziehen sich meist auf die publizistischen Erfordernisse in der Darstellung der Konzilsereignisse. Was seine Einstellung zu Fragen der Meinungs- und Pressefreiheit angeht, so sind seine Äußerungen dazu ebenso kurz wie bedeutend. Das interessanteste und bedeutendste Dokument hierzu ist seine Friedenszyklika „Pacem in terris“ (besonders in den Nummern 12 und 90). Wenn Johannes in doktrinärer Hinsicht auch kaum anders dachte als sein Vorgänger, der einer Beschneidung der Pressefreiheit in weitester Hinsicht noch das Wort redete, so ist es doch sein Verdienst, ein ganz neues „Klima“ des kirchlichen Engagements auf dem Gebiet der Massenkommunikation geschaffen zu haben. An die Stelle der alten Ressentiments wollte er die vertrauensvolle Zusammenarbeit gesetzt wissen. Als erster Papst erkennt er das Recht auf Information als Menschenrecht an und begründet es in der katholischen Naturrechtslehre.

### Chronologischer Überblick über publizistisch relevante Äußerungen Papst Johannes' XXIII.:

Datum	Art und Bezeichnung	Sprache	Quelle
15. 11. 1958	Botschaft an die lateinamerikanische Bischofskonferenz	ital.	AAS L: 1958, S. 1004

Datum	Art und Bezeichnung	Sprache	Quelle
16. 2. 1959	Rundfunkbotschaft an das japanische Volk	lat.	AAS LI: 1959, S. 204 f.
22. 2. 1959	Motu proprio „Boni pastoris“	lat.	AAS LI: 1959, S. 183—187
12. 3. 1959	Rundfunkbotschaft zum 1. Jahrestag der ersten Sendung von Radio Vatikan nach Lateinamerika	span.	Doc. s. Rad. S. 266 f.
2. 4. 1959	Audienzensprache an die Teilnehmer am 3. nationalen Kongreß der katholischen Tages- und Periodischen Presse	ital.	AAS LI: 1959, S. 359—362
19. 4. 1959	Rundfunkbotschaft an die Katholiken Belgiens	franz.	AAS LI: 1959, S. 313 f.
29. 6. 1959	Enzyklika „Ad Petri Cathedram“	lat.	Doc. s. Rad. S. 272
5. 9. 1959	Audienzensprache an katholische Lehrer	ital.	Doc. s. Rad. S. 273
25. 3. 1959	Audienzensprache an die Generaloberen der Orden und religiösen Institute Lateinamerikas	ital.	AAS LII: 1960, S. 348
18. 5. 1959	Botschaft an Kardinal Alfrink, Erzbischof von Utrecht	franz.	AAS LII: 1960, S. 480 f.
29. 5. 1960	Rundfunkbotschaft an die Gläubigen von Costa Rica	ital.	AAS LII: 1960, S. 473
5. 6. 1960	Motu proprio „Superno Dei nutu“	lat.	AAS LII: 1960, S. 436
5. 6. 1960	Rundfunkbotschaft an die Katholiken Afrikas	franz.	AAS LII: 1960, S. 474
12. 6. 1960	Rundfunkbotschaft zur Einweihung von Radio Sutatenza in Columbien	ital.	Doc. s. Rad., S. 286—288
Juli 1960	Brief anlässlich der 47. sozialen Woche in Frankreich	ital.	Doc. s. Rad., S. 289 f.
5. 7. 1960	Brief an Kardinal Josef Frings, Erzbischof von Köln	lat.	AAS LII: 1960, S. 766
21. 8. 1960	Brief an Kardinal Josef Wendel anlässlich des internat. euchar. Kongresses	lat.	AAS LII: 1960, S. 813
28. 10. 1960	Audienzensprache in der Peterskirche	ital.	AAS LII: 1960, S. 956
25. 11. 1960	Hörfunkansprache zum 25jährigen Bestehen von Radio „Caritas“ in Paraguay	span.	AAS LII: 1960, S. 982—984
4. 12. 1960	Ansprache vor katholischen Journalisten anlässlich des 2. Kongresses der „Unione Cattolica della Stampa Italiana“ (UCSI) in Rom	ital.	AAS LII: 1960, S. 1014—1019
6. 1. 1961	Hörfunkansprache zur Eröffnung einer kath. Hörfunkstation in Nicaragua	span.	AAS LIII: 1971, S. 106
12. 2. 1961	Ansprache zum 30jährigen Bestehen von Radio Vatikan	ital.	AAS LIII: 1961, S. 151—153



Datum	Art und Bezeichnung	Sprache	Quelle
29. 6. 1961	Brief an Erzbischof M. J. O'Connor, den Vorsitzenden des päpstl. Rates für Film, Funk und Fernsehen, anlässlich des 25. Jahrestages der Enzyklika „Vigilanti cura“	lat.	AAS LIII: 1961, S. 491—495
15. 7. 1961	Enzyklika „Mater et Magistra“	lat.	AAS LIII, 1961, S. 453 f.
1. 10. 1961	Ansprache anlässlich der Besichtigung von „Santa Maria Galeria“	lat.	AAS LIII: 1961, S. 682 f.
6. 10. 1961	Audienzansprache vor Teilnehmern des internat. Kongresses der Filmschaffenden	franz.	AAS LIII: 1961, S. 678 f.
20. 10. 1961	Audienzansprache vor Vertretern der „Association nationale des Périodiques catholiques de province“	franz.	AAS LIII: 1961, S. 719—721
24. 10. 1961	Audienzansprache an Vertreter der „Association de la Presse Etrangère en Italie“	franz.	AAS LIII: 1961, S. 721—724
6. 11. 1961	Hörfunkbotschaft an die Völker Afrikas	lat.	AAS LIII: 1961, S. 733 f.
7. 12. 1961	Ansprache anlässlich des 1. internat. Kongresses für Schulfunk und Schulfernsehen	franz.	AAS LIII: 1961, S. 816 f.
7. 12. 1961	Hörfunkbotschaft in der „Krankenmesse“ über Radio Luxemburg	franz.	OR vom 7. 12. 1961 und Doc. s. Rad., S. 327
3. 4. 1962	Andienzansprache an die Vorbereitungskommission des II. Vatikanischen Konzils	ital.	OR vom 3. 4. 1962 und Doc. s. Rad., S. 328—330
2. 5. 1962	Audienzansprache an Schriftsteller und Journalisten	franz.	AAS LIV: 1962, S. 455—457
13. 10. 1962	Audienzansprache an Konzilsberichterstatter	franz.	AAS LIV: 1962, S. 816—819
27. 11. 1962	Hörfunkbotschaft anlässlich der Einweihung einer Sendeabteilung von Radio Vatikan für Australien und Neuseeland	lat.	AAS LV: 1963, S. 50 f.
27. 1. 1963	Audienzansprache vor Journalisten des OR und anderen Journalisten	ital.	AAS LV: 1963, S. 99—101
11. 4. 1963	Enzyklika „Pacem in terris“	lat.	AAS LV: 1963, S. 257 ff. Besonders: nn. 12, 90.

*(Es folgen publizistisch relevante Äußerungen Papst Pauls VI.)*