

LITERATUR-RUNDSCHAU

Franz-Josef Eilers: Zur Publizistik schriftloser Kulturen in Nordost-Neuguinea. Steyl 1967 (Steyler Verlag, Reihe: Veröffentlichungen des Missionspriesterseminars St. Augustin, Siegburg, Nr. 18). 261 Seiten, 4 Karten, 2 Tabellen, 46 Bilder.

Die Untersuchung von Franz-Josef Eilers stößt nicht in eine „terra incognita“ vor. Das 20 Seiten starke Literatur-Verzeichnis seines Buches zeigt schnell, wie viele Forscher sich seit dem Anfang dieses Jahrhunderts mit der Bevölkerung Neuguineas und ihren ethnologischen und soziologischen Strukturen beschäftigt haben. Der Verfasser wertet die Ergebnisse dieser Untersuchungen aus, verbindet sie mit eigenen Erkenntnissen und Beispielen, die er im Laufe mehrmonatiger eigener Forschungen in Nordost-Neuguinea finden konnte, und ordnet diese Materialien zu einem Überblick, der die Lage in diesen Gebieten erstmalig unter dem publizistischen Aspekt schildert. Das ist das Neue an diesem Buch, daß es die Eigentümlichkeiten und Spezifika des publizistischen Prozesses unter den besonderen Bedingungen und Gegebenheiten eines Entwicklungslandes darstellt. Daß es sich hier um die Offenlegung der Strukturen des Kommunikationsprozesses in einer weitgehend schriftlosen Gesellschaft handelt, erhöht den Neuigkeitswert. Eilers hält sich in der Gliederung seiner Arbeit an den Ablauf des publizistischen Prozesses. Zunächst wendet er sich dem Kommunikator im Untersuchungsgebiet zu, schildert die Bedeutung des Individuums, der Gruppe und der Ahnengeister als Kommunikatoren, wobei er immer wieder versucht, Unterschiede zwischen den Stämmen und Volksgruppen des Berglandes und der Fluß- sowie Küstenstreifen herauszustellen. — In dem Kapitel über die Aussagemittel, das auch umfangmäßig den größten Raum der Untersuchung ausmacht, tritt die Stärke und zugleich eine Schwäche dieser Arbeit besonders gut zutage. Mit vielen Beispielen wird geschildert, welche Bedeutung und welchen Umfang die verschiedenen Aussagemittel im primitiv-publizistischen Prozeß

des Berglandes und der Niederungsgebiete Nordost-Neuguineas einnehmen. Unter Primitiv-Publizistik versteht der Verfasser dabei schriftlose Publizistik in horizontal-kultureller Sicht. Er unterscheidet die Aussagemittel in natürliche und künstliche, wobei er jeweils wieder zwischen optischen und akustischen trennt. Da findet man bei der Darstellung der natürlichen Aussagemittel Beispiele und Vergleiche über die Bedeutung von Gestik und Mimik, Tanz, Ruf, Rede, Gerücht und Gesang. Unter den künstlichen Aussagemitteln beschäftigt sich Eilers mit Feuer- und Rauchzeichen, Spiegelzeichen, Pflanzen als publizistischer Mitteilungsform, Trauer- und Schmerzzeichen, Körperzeichen sowie Gegenständen, Farben und Bildern, der Schlitztrommel, anderen Schlaginstrumenten, Blasinstrumenten und dem Schwirrholz. Die Wahl der Beispiele ist gut und gibt einen guten Einblick in die naturhafte Bedingtheit des Lebens dieser Menschen in Nordost-Neuguinea. Aber diese Überschau über die Aussagemittel, die Schilderung ihrer Anwendung im publizistischen Prozeß und der Vergleich ihrer Bedeutung in unterschiedlichen geographischen Regionen macht die Schwäche dieser Arbeit deutlich: Die meisten Dinge mußten beinahe „am Rande“ behandelt werden, um den Umfang dieses ersten Überblicks aus publizistischer Sicht nicht über das Maß wachsen zu lassen. Fast jedes der einzelnen Aussagemittel hätte im Mittelpunkt einer Spezialuntersuchung stehen können, die seine gesellschaftliche Bedeutung für die zwischenmenschliche Kommunikation bei den zahlreichen Völkern und Stammesgruppen des Untersuchungsgebietes umreißen müßte. Der Verfasser hat diese Schwierigkeit erkannt; er betont des öfteren, daß man an dieser und jener Stelle eine weiterführende Untersuchung ansetzen könnte.

Man müßte noch vermerken, daß der Verfasser richtig gehandelt hat, als er sich bei seinen Studien in Nordost-Neuguinea auf die Erfahrungen der lange im Lande tätigen Missionare gestützt hat, um ihre Kenntnis der gesellschaftlichen Zusammenhänge sowie der publizistischen Publikationsformen in den einzelnen Gebieten mit zu erschließen. Nur so konnte diese Arbeit entstehen, die hoffentlich noch ähnliche nach sich ziehen wird, bevor Beobachtungsfelder dieser Art schließlich ganz verschwinden. H. F. Meyer

Fritz Feuereisen / Ernst Schmacke: Die Presse in Afrika. München-Pullach 1968 (Verlag Dokumentation). 251 Seiten.

Die Frage nach brauchbaren Unterlagen über die Presse in den Entwicklungsländern der verschiedenen Kontinente ist nicht leicht zu beantworten. Dieses Buch möchte „sich auf die wesentlichen Daten beschränken und auf den Benutzer in Wirtschaft und Werbung zugeschnitten sein, der Tag für Tag damit umgehen muß“ (Vorwort). In alphabetischer Reihenfolge werden die Länder Afrikas aufgeführt. Von den Zeitungen und Zeitschriften sind dann angegeben: Titel, politische Richtung, Anschrift, Auflage, Sprache, Erscheinungsweise, Leserkreis, Seitenzahl, Druckverfahren, Bildrastrer, Anzeigenpreis und Anzeigenschluß. Jeder, der sich ein wenig mit den Fragen der Publizistik in den Entwicklungsländern beschäftigt hat, weiß, wie schwierig es ist, für alle diese Rubriken entsprechende Auskünfte zu erlangen, und man ist in jedem Falle dankbar, endlich wenigstens den Anfang eines Handbuchs zu haben, von dem ausdrücklich auf der Titelseite gesagt wird: „Erste Ausgabe 1968“. Dies dürfte bedeuten, daß eine zweite Ausgabe erwartet und Kritik zur ersten Ausgabe gewünscht wird, die vielleicht bei den weiteren über Asien und Lateinamerika angekündigten Bänden bereits berücksichtigt werden kann.

Im Untertitel nennt sich dieses Werk ein „Handbuch für Wirtschaft und Werbung“. Dieser auch im Vorwort betonte Charakter eines Nachschlagewerkes schließt aber doch wohl keine ausführlichere Einführung aus, die sich mit den Quellen, der Systematik und der Formulierung der Stichworte im Tabellenteil des Buches auseinandersetzt. Dafür reicht das Vorwort der jetzigen Ausgabe mit seiner einen Seite wohl kaum aus. So ist der Benutzer des Handbuchs mehr oder weniger auf seine Phantasie angewiesen, wenn es etwa in der Rubrik „Leserkreis“ immer wieder heißt: Untere Schicht, mittlere Schicht, obere Schicht, alle Schichten. Wie soll man sich in afrikanischen Verhältnissen diese „Schichten“ vorstellen? Wer ist nun wirklich damit gemeint? Ob es keine präziseren Ausdrücke für eine solche Rubrik gibt? Weiter — um nur einiges zu nennen — wird in der Rubrik „Druckverfahren“ immer wieder von Kopierpresse, Offset, Rotation, Flachdruck,

einmal sogar schlicht von „Heidelberger“ (S. 77) geredet. Welches Flachdruckverfahren wird denn nun tatsächlich angewendet, wenn es nicht um Offset (auch ein Flachdruckverfahren!) geht? Bedeutet das Stichwort „Rotation“, daß mit einer Offset-Rotationsmaschine gedruckt wird, oder ist etwa eine Tiefdruck-Rotationsmaschine oder ein Hochdruckverfahren gemeint? Hier tritt lediglich typographische Unkenntnis hervor. Die immer wieder vorkommenden Fachausdrücke sollte man in einem eigenen Verzeichnis den entsprechenden englischen, französischen und spanischen Ausdrücken gegenüberstellen, statt nur in englischer Sprache andauernd alle deutschen Ausdrücke des Verzeichnisses zu wiederholen. Und selbst unter afrikanischen Bedingungen sollte man ein Monatsblatt Zeitschrift und nicht Zeitung nennen (z. B. Seite 100).

Was die Auswahl der angeführten Titel betrifft, scheint aus dem Vorwort deutlich zu werden, daß man glaubt, vollständig zu sein. Leider kann diese Behauptung, ein „Maximum des Möglichen“ (Vorwort) vorzulegen, nicht unwidersprochen bleiben. So ist die Presse der christlichen Kirchen in Afrika nur gelegentlich vollständig aufgeführt, und manchmal fehlen bedeutende Publikationen. In Nigeria werden z. B. außer dem „New Leader“ von Owerri keine anderen katholischen Zeitschriften, wie etwa „Independent“ (Ibadan, zwischen 11 000 und 13 000 Auflage), „Catholic Life“ (Calabar, 1965: 36 700), „The Light“ (Kabba, 3 000) erwähnt. In Uganda fehlen unter anderem etwa die Monatszeitschriften „Leadership“ (10 000), „Musizi“ (10 000), „Nil Gazette“ (5 000), „Kizito“ (35 000) und die über ganz Afrika verbreitete theologische Fachzeitschrift „African Ecclesiastical Review“ (2 500). In Tansania fehlt u. a. „Kiongozi“ (23 000), in Rhodesien etwa die anglikanische Zeitschrift „Link“ und das methodistische Blatt „Umbowo“ (5 000). Von den evangelischen Zeitschriften „Target“ (13 000) und „Lengo“ (13 000) ist unter Kenia nichts zu finden. Die im Tiefdruck hergestellte und mit Anzeigen ausgestattete illustrierte Zeitschrift „African Challenge“ (Sudan Interior Mission, ca. 150 000), oder die in Nigeria erscheinende Moslemzeitung „The Truth“ (ca. 10 000) sind nicht zu finden. Gewiß ist es sehr schwer, alle Titel afrikanischer Zeitungen und Zeitschriften zu erfassen, doch

sollte man wenigstens die verhältnismäßig kleine Zahl im Druck erschienener Werke zur Presse Afrikas als Forschungsanregung benutzen, und man sollte sich auch daran erinnern, daß es auf kirchlicher Seite Pressevereinigungen gibt, die vielleicht ausgerechnet der Presse in Afrika besondere Untersuchungen gewidmet haben (wie z. B. die Katholische Weltunion der Presse). Alle diese Dinge sollen nicht die Bedeutung des vorliegenden Handbuches mindern, das als erster Versuch durchaus geschätzt werden kann. Wohl aber sollte die Sammeltätigkeit für ein solches Werk mit etwas mehr Umsicht und mit einem Mindestmaß an wissenschaftlich-fachlicher Fundierung durchgeführt werden. Man ist dankbar für dieses Buch, das von rund 300 Publikationen Afrikas wichtige Angaben vermittelt. Noch ist es allerdings den Kinderkrankheiten nicht entwachsen. F.-J. Eilers

Hans Dieter Müller: Der Springer-Konzern. Eine kritische Studie. München 1968 (R. Piper & Co. Verlag). 402 Seiten (S. 311—402: Arbeitsmaterialien und Dokumentation).

Einen guten Monat vor den durch das Attentat auf R. Dutschke ausgelösten Osterunruhen 1968 erschien Hans Dieter Müllers „kritische Studie“ über das größte Presseunternehmen der Bundesrepublik Deutschland, den (vulgo) Springer-Konzern (Axel Springer Verlag GmbH, Berlin, Hamburg, mit allen Untergliederungen). Man wird Müller, obwohl er sein Buch nicht sine ira et studio geschrieben hat, nicht vorwerfen dürfen, er habe zur Zuspitzung der Situation beigetragen. Viele, selbst fachlich orientierte Studenten, hatten die Studie auch nach Ostern noch nicht einmal zur Kenntnis genommen, geschweige denn gelesen, wie Stichproben des Rezensenten ergeben haben. Alle jedoch, die in Sachen Springer mitdiskutieren wollen, sollten Müller lesen. Es handelt sich, trotz erheblicher, durch Voreingenommenheit bedingter Mängel um die reichste Informationsquelle, die bisher zum Thema vorliegt. Die derzeitige Struktur des Konzerns, auch die Personalien seiner Schlüsselpositionen werden deutlich dargestellt. Wo es um das Funktionieren gedruckter Massenpublizistik geht, weigert sich Müller, die Beobachtung mitzuvollziehen, daß nur ein ge-

wisser Anpassungsmechanismus die Funktionsfähigkeit sichert. Obwohl er (S. 110) erkennt, daß die „Bild-Zeitung“ „selber ein Produkt der neuen Gesellschaft“ ist, behauptet er, daß sie sich „ohne jede Beziehung zum Bewußtsein dieser Gesellschaft“ entwickelt habe, — denn das Bewußtsein der Gesellschaft liegt für ihn nach wie vor bei der Kulturkritik der Elite, der es darum geht, „die Aufklärung zu retten“ (S. 82). Müllers Lieblingsorgan zu diesem Behufe ist anscheinend der „Stern“, die Informationsillustrierte neuen Stils“, der „vorzüglich gemachte ‚Stern‘“, die „qualifizierte Informationsillustrierte“ (S. 82, 246, 62). Der „Stern“ ist offenbar ohne die „allen Springer-Objekten eigentümliche Phase der Anpassung an die Bedürfnisse des Marktes“ (S. 76) angekommen. Wo Müller Autoren der Springer-Presse und ihr Publikum abqualifiziert (S. 271 ff.), wird es oft peinlich. „Hätte Kennedy“, schreibt Müller (S. 88), „... auch die ‚Bild-Zeitung‘ gelesen, so hätte sie seine Befürchtung, daß die Deutschen zu kontrolliertem ... Handeln unfähig seien, deprimierend bestätigt.“ Hätte Kennedy dazu noch einige Abschnitte aus Müllers „Springer-Konzern“ gelesen, wär’s ihm nicht besser gegangen. Als Kuriosum zum Schluß: von fast allen behandelten Persönlichkeiten aus dem Hause Springer wird auch ihr militärischer Werdegang, sofern sie einen hatten, mitgeteilt, mit Rang und Waffengattung.

M. Schmolke

Henk Prakke, Franz W. Dröge, Winfried B. Lerg, Michael Schmolke: Kommunikation der Gesellschaft. Einführung in die funktionale Publizistik. Münster 1968 (Verlag Regensberg, Reihe „Dialog der Gesellschaft“ Bd. 2). 172 Seiten.

Dem Autorenteam des Instituts für Publizistik in Münster ist mit diesem schmalen Band ein gewichtiger Beitrag zur Grundlegung der Wissenschaft von der gesellschaftlichen Kommunikation gelungen. „Einführung“ in dem Sinne, daß auch Elementares, scheinbar Gesichertes mit- und neubedacht wird, ist es nicht minder ein Konzentrat von Wissenschaftstheorie, Disziplingeschichte und Systematisierung des Erkenntnisgegenstandes, das auch den bestandenen Publi-

stikwissenschaftler zu fesseln, zu belehren und vor allem immer wieder anzuregen vermag. Der Nichtfachmann wiederum wird von diesem zwar anspruchsvoll, aber gesamthaft nicht in einer verwehrend esoterischen Terminologie geschriebenen Werk denkbar vielseitig und kompetent, wenn auch natürlich recht abstrakt, über die gesellschaftliche Kommunikation und die sie am intensivsten bearbeitende Disziplin orientiert werden.

Freilich zeugt gerade auch dieses Buch von den spezifischen und besonders zahlreichen Schwierigkeiten, mit denen eine Wissenschaft sich auseinandersetzen muß, welche die zwischenmenschliche Kommunikation, und zwar vor allem in ihren öffentlichen, gesellschaftlich geregelten Leistungen, erhellen will. Die stürmische Vergrößerung des Materialobjekts im Zuge der modernen Kommunikationsrevolution etwa hat eine radikale Revision der ursprünglich zeitungswissenschaftlichen Grundlagen, das Totalphänomen Kommunikation andererseits die Integration fremddisziplinärer Ansätze und Verfahren in die Publizistik erzwungen. Der an den Universitäten institutionell sanktionierte Gegensatz zwischen nomologischen und historisch-hermeneutischen Wissenschaften spiegelt sich hier in der Kollektivarbeit verschiedenartiger wissenschaftlicher Temperamente: Spannungen, die den publizistikwissenschaftlichen Gegenstandsbereich auszeichnen.

H. Prakke versteht dieses Werk „als eine selbständige Fortsetzung von Walter Hagemanns ‚Grundzügen der Publizistik‘“ (S. 7). Der Vergleich der beiden Lehrbücher zeigt allerdings, daß der Akzent auf der Selbständigkeit und nicht auf der Fortsetzung liegt. Gerade die vielen Verweise auf Hagemanns System offenbaren, wie sehr dieser doch der älteren Publizistik zurechnet, die sich, geisteswissenschaftlich orientiert, um den Publizisten, seine Aussagen und Intentionen und deren institutionellen Rahmen, indes ohne ausreichende Berücksichtigung von deren gesamtgesellschaftlicher Verflochtenheit bemüht hat. Diese Einseitigkeit korrigiert nun die „funktionale Publizistik“, deren Gesichtskreis sich eben durch den Einbezug der empirisch verfahrenen angelsächsischen Kommunikationssoziologie sehr erweitert hat, radikal: Dem überkommenen vertikalen Verständnis des publizistischen Wirkungswillens stellt sie das Horizontalbild

des publizistischen Prozesses entgegen, der Kausalitätsvorstellung diejenige der Interdependenz.

Zumindest vorläufige Grenzen erwachsen der funktionalen Publizistik gerade und vor allem durch ihre Entscheidung für die empirische Sozialwissenschaft und den Funktionalismus. In der ersteren figuriert nämlich Kultur lediglich als Residualkategorie, und der letztere leider bekanntlich an einem gewissen statischen Vorurteil. So leistet denn auch dieser vorliegende Entwurf die Integration des von den Autoren als konstitutiv für ihren Gegenstand erkannten sozio-kulturellen Wandels in die funktionalistische Theorie erst bedingt, und die weitgehende, wohl scharfsinnige und eigenständige Auflösung des Gegenstandes von Publizistik in Sozialbeziehungen läßt nicht vergessen, daß dieser gleich stark auch im objektivierten Geist, eben dem Objektbereich Kultur, gründet. Zum Hagemannschen Ansatz steht dieser funktionalistische mithin wohl eher komplementär denn kontinuierend und berücksichtigt daher zu Recht auf Kosten scheinbarer Geschlossenheit auch systemfernere Gesichtspunkte weiter.

Diese innere, aber eben die Sache selbst konstituierende Spannung zwischen Sozialem und Kulturellem durchwirkt das ganze Buch und äußert sich auch im Methodischen; das Spektrum der Verfahren reicht von der geschichtlichen Deutung, die im Grunde meist auch den Orientierungsrahmen der positivistisch ausgerichteten Soziologie bereitstellt, bis zu Mathematisierungsversuchen. Die alten Konzepte „Universalität“ und „Kontinuität“ etwa werden elegant im neuen Zusammenhang der funktionalen Publizistik konkretisiert und letztlich auch quantifiziert (S. 136 f.), wogegen man beim Kriterium „Aktualität“ dessen Doppelbezug zu Subjektivem und Objektivem, seine stärkere qualitative Dimension, theoretisch weiter gelten läßt (S. 121 f.). So reißt denn auch die Verbindung zu der 1965 in Assen erschienenen, von Winfried B. Lerg, Michael Schmolke und Gerhard E. Stoll herausgegebenen Festgabe für Henk Prakke, „Publizistik im Dialog“, in der M. Schmolke an diese Verortung des Aktualitätskriteriums im Objektbereich Kultur erinnert, nicht ab. Beides macht den Wert dieser „Einführung in die funktionale Publizistik“ aus: der Wille und die Kompetenz zur Systematisierung und Theoretisierung

des Ansatzes und der Verzicht auf dessen Verabsolutierung. U. Saxer

Harry Pross: *Moral der Massenmedien. Prolegomena zu einer Theorie der Publizistik.* Köln—Berlin 1967 (Verlag Kiepenheuer und Witsch). 240 Seiten.

Wer sich durch den Titel zur Lektüre dieses Buches angeregt fühlt, sei gewarnt: der Titel steht dem Inhalt im Wege. Ob Mißgriff oder Spekulation, — diese Frage werden nur Autor und Verlag beantworten können. Glaubt man dem Klappentext, so legt Pross „den moralischen Kern der Massenkommunikation bloß“. Was immer man darunter verstehen mag — nimmt man selbst die unverbindlichsten Kategorien ethisch interpretierter Eigengesetzlichkeit zu Hilfe —, das Buch gibt unbefriedigende Auskunft. Das mag jene verärgern, die sich etwa einen fruchtbaren Beitrag zur bislang unergiebigem Diskussion über den Ort moralischer Verantwortlichkeit im publizistischen Funktionsmodell versprochen; in dieser Hinsicht nachsichtigere Leser finden eine — wenn auch ohne Titel — ansprechende Arbeit. Ihnen bleibt aber ebenfalls eine zweite Konzession nicht erspart: auch der Untertitel ist dem Buch eine Nummer zu weit. Pross legt eine vorzügliche Darstellung publizistischer Erscheinungen des Abendlandes vor, wie sie schon, weniger gründlich, Hagemann in seinen „Grundzügen“ historisch und geographisch typologisierte. Doch im epistemologischen Sinn münden seine Ausführungen weder in eine „Theorie der Publizistik“, noch bieten sie brauchbare Prolegomena zu einer solchen Theorie. Der essayistische Glanz überspielt methodologische Ansätze, die spärlichen Definitionen erweisen sich als wenig stringent, die Terminologie ist feuilletonistisch.

Solche Kritik richtet sich gegen den Anspruch, nicht gegen den Inhalt des Buches. Der Autor erkennt und skizziert aus einem erstaunlichen historischen Fundus die Bedeutung der gesellschaftlichen Umrahmung für jeden publizistischen Prozeß, aus der er ihn interpretiert. Er sieht das erste Modell abendländischer Publizistik in der Gestalt der Aristotelischen Rhetorik. Die dankenswert umfassende Beschäftigung mit der Rede, einem wichtigen, leider in Vergessenheit geratenen Kommunikationsmittel occidentalischer Geschichte, ist wohl das größte

Verdienst dieses Werkes. Pross beschreibt ihre Erscheinungsformen in den griechischen Stadtstaaten, ihre soziale Rolle im ur-demokratischen Prozeß. Die Polis-Bezogenheit aristotelischer Rhetorik, im späteren Rom profanisiert und bis zur Formelhaftigkeit instrumentalisiert, wird im jungen Christentum vor allem durch Augustinus in die Gott-Bezogenheit umgedeutet. Den Austausch der Autoritäten begünstigt die gleichzeitige Kombination von Rede und Schrift. Schrift-bezogen ist dann die Kommunikation einer neuen Kulturbewegung am Ende des Mittelalters. Das Informationsmonopol des geistlichen Standes wird gebrochen, das Medium selbst zur Autorität: Machiavelli. Der Autor tritt der Welt gegenüber und nutzt die gottgeschenkte Freiheit: Luther. Über das Buch zieht das politische Ideal in die Publizistik ein: Thomas Morus.

Damit leitet Pross vom Themenkreis „Das Abendland bis 1500“ (S. 17—81) zu einem zweiten über: „Die europäische Expansion“ (S. 85—185). Nicht mehr „das Wort oder die Kunst, Gott oder die Polis“, der Apparat des Mediums tritt mit Gutenberg in den Vordergrund. Gleichzeitig liegt das Beziehungsmodell Autor — Medium — Empfänger fest. Die Zeitung: Antwort auf die menschliche Neugier; die Zeitschrift: bürgerliches Moralisieren; die audio-visuellen Medien: Begleiter der wirtschaftlich-politischen Expansion Europas bis zu deren Erschöpfung.

Die alte Welt sieht sich durch die Mittel „globaler Kommunikation“ (abschließender Themenkreis S. 187—233) einer neuen gegenüber, „die zwar die Techniken, nicht aber alle Werte des Westens übernimmt“. Hier wagt der Autor Ansätze zu einem interkulturellen Vergleich zeittypischer Kommunikationssysteme. Bei der Beschreibung des „atlantischen“ (Teilung der publizistischen Gewalten), des „sowjetischen“ (Kollektive Organisation) und des „Entwicklungs-Modells“ (Fundamentaler Umbau) entzieht er sich zwar der Gefahr einer subjektiv angelegten publizistischen Geographie, doch verleiht ihn der kulturkritische Impetus zuweilen zu recht apodiktischen Urteilen.

Trotz des wissenschaftlichen Anspruchs, den es zu recht erhebt, bietet Pross' Buch eine anregend-unterhaltsame Lektüre. Das mag

dem gewandten Stilisten zu verdanken sein, mehr aber noch seinem Geschick, dem Leser in jedem einzelnen Kapitel das „tua res agitur“ zu suggerieren, ihn von der aktiven Rolle des Empfängers im publizistischen Prozeß zu überzeugen: Das Übermittelte bedarf der Teilnahme. Wie jede perspektivische Interpretation leidet aber auch diese — manchmal zu eingängige — Geschichtsdeutung an ihren Verkürzungen. So kann man z. B. das Mittelalter nicht einfach mit dem Hinweis auf das geistliche Informationsmonopol überspringen, ohne die ritterlich-heldische Publizistik in Epos und Minnesang auch nur zu erwähnen. Je weiter er den gedanklichen Bogen spannt, umso mehr unterlaufen dem Autor peinliche Schnitzer in der historischen Genauigkeit. Lessing war nicht, wie in der Fußnote 14 (S. 109) behauptet wird, „Redakteur der Witzbeilage der ‚Vossischen Zeitung‘“, sondern redigierte das geistig anspruchsvolle Beiblatt mit dem Titel „Das Neueste aus dem Reiche des Witzes“. Aus dem vielzitierten Wort Friedrichs II., die „Gazetten sollten nicht genieret werden“ (S. 117), läßt sich keineswegs der Schluß ableiten, der aufgeklärte Absolutismus habe der Presse einen größeren Freiheitsraum gewährt als „Rousseaus puritanische Utopie“. Des Preußenkönigs Dekret entsprang taktischen Erwägungen und bezog sich allein auf die favorisierte „Berliner Privilegierte Zeitung“. Ebenso anfechtbar sind die recht oberflächlich gesehenen Zusammenhänge zwischen Meinungsfreiheit und Zunftzwang (S. 121) wie der undifferenzierte Vergleich deutscher Pressesituation im 19. Jahrhundert mit heutigen „ähnlichen“ Vorgängen in den Entwicklungsländern (S. 123). Der Behauptung, den europäischen Berufsjournalismus gebe es erst seit der Französischen Revolution (S. 128) widerspricht die Tatsache, daß bereits das 16. Jahrhundert berufsmäßige Zeitungsschreiber kannte. Ansonsten ein erfreuliches Buch, dessen Anspruch, Vorbemerkungen zu einer Theorie der Publizistik zu geben, die Unterstützung durch ein ordnungsgemäßes Sachregister verdient hätte.

K. Höller

KURZBESPRECHUNGEN

Heinrich Brüning: Reden und Aufsätze eines deutschen Staatsmanns, herausgegeben von Wilhelm Vernekohl unter Mitwirkung von Rudolf Morsey. Münster 1968 (Verlag Regensberg). 358 Seiten.

Es handelt sich um eine besonnene Auswahl von Partei-, Reichstags- und Nachkriegsreden des ehemaligen Zentrums politikers und Reichskanzlers, gehalten zwischen 1930 und 1954. Mitabgedruckt ist ein Brief Brünings an Rudolf Pechel (1947 erstmals in dessen „Deutscher Rundschau“ veröffentlicht) unter der Sach-Überschrift: Wie Hitler die Macht eroberte. Biographische Zeugnisse (S. 309—335) und erläuternde Anmerkungen zu den Texten vervollständigen den Band. Die historische und politische Fachkritik wird mit solchen Auswahlgaben, zumal da Brüning selbst das letzte Wort noch nicht gesprochen hat, nicht ganz glücklich sein. Für den an der Geschichte christlicher Politik und Publizistik in unserem Lande interessierten Zeitgenossen sind die Einzelzeugnisse aufschlußreich. Die sachbezogene Besonnenheit Brünings wird in den Reichstagsreden durch Zwischenrufe der Extremisten von links und rechts markiert.

M. S.

Hans Dieter Jaene: Der Spiegel. Ein deutsches Nachrichtenmagazin. Frankfurt/M. 1968 (Fischer Bücherei Nr. 905, Informationen zur Zeit). 128 Seiten.

Neben „den“ Illustrierten und der „Bild-Zeitung“ gehört das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ (Hamburg) zu den publizistischen Erscheinungen, die a) fast jedermann bekannt sind und b) von Berufenen wie Unberufenen im Munde geführt werden, wenn es um die legendären Mächte der Massenmedien geht. Viele Freunde und gepflegte Feinde delectieren sich, zwischen Anerkennung, Kulturkritik und Verketzerung schwankend, am „Spiegel“. Über ihn hat jetzt Ex-„Spiegel“-Redakteur (1947—1966, mit Unterbrechungen) Jaene eine verlängerte „Spiegel“-Geschichte geschrieben. Sie bietet dem Leser die Reproduktion einer Redaktionswoche und gibt präzise formulierte Beispiele zu der Frage, woher (Klappentext:) „die Redaktion ihre Nachrichten und Informationen bekommt, nach welchen Gesichts-

punkten Titelgeschichte und Personalien ausgewählt werden, wie eine Wochenausgabe zusammengestellt, gedruckt und vertrieben wird“. Nützlich.

M. S.

G. Kaiser/J. Ritter: *Illustrated Radio and Television Manual*. Lusaka, Sambia, 1967 (Radio and Television Committee, P. O. Box 315). 63 Seiten.

Dieses Handbuch wurde von evangelischen und katholischen Missionaren gemeinsam geschaffen. Reich illustriert mit Zeichnungen von Thompson Simpasa, ist es gedacht als Hilfe für alle, die sich vor allem in Missionsländern mit religiösen Hörfunk- und Fernsehsendungen beschäftigen. Nach kurzen grundsätzlichen Hinweisen über die christliche Funkarbeit enthält das Heft eine Fülle praktischer Hinweise für journalistische Tätigkeiten von der Vorbereitung des Sendemanuskripts bis zur Sendung selbst und der dann notwendigen Nacharbeit. Ganz aus der Praxis geschaffen — das jetzt gedruckt vorliegende Heft entstand aus zunächst vervielfältigten Handreichungen —, bildet es weit über Sambia, ja über Afrika hinaus einen ausgezeichneten Leitfaden für alle, die sich der christlichen Funkarbeit widmen oder widmen wollen. Ausgezeichnet ist es auch als Handbuch für Pastoralkurse und Seminarien.

F. J. E.

Giovanni Rommerskirchen/Giuseppe Metzler/Willy Henkel (Hrsg.): *Bibliographia Missionaria*, Anno XXXI: 1967, Rom 1968 (Pontificia Biblioteca Missionaria „De Propaganda Fide“), 179 Seiten + Anhang.

Von den 1 393 Zeitschriftenartikeln oder Büchern, die aus der katholischen Missionsliteratur des Jahres 1967 in dieser Bibliographie, die den Anspruch erheben darf, alle wesentlichen Publikationen zu erfassen, aufgeführt sind, widmen sich keine zehn irgendwelchen Fragen der Publizistik. Diese Tatsache scheint jene Erfahrung zu bestätigen, nach der die Bedeutung und die Aufgabe der publizistischen Mittel gerade im Bereich der Weltmission weder von den zuständigen Wissenschaftlern, noch von den Praktikern genügend überdacht wird. Von den notwendigen Untersuchungen zu einer entsprechenden Planung ganz zu schweigen (missionspublizistische Beiträge u. a. unter den Nummern: 283, 318, 322, 351, 371, 563).

F. J. E.

Waldemar Wilken: *Brücken zur Kirche. Public Relations der Kirche*. Berlin und Hamburg 1967 (Lutherisches Verlagshaus, Reihe „Missionierende Gemeinde“, Sonderband 2). 262 Seiten.

Der Themenkreis „Kirche-Werbung-Verkündigung“ ist noch sehr wenig bearbeitet. Für die zeitgemäße Verkündigung ist eine Auseinandersetzung mit den Phänomenen der Werbung dringend nötig. Der Verfasser hat bereits in seinem ersten Buch „Die Werbung der Kirche“ (1967) eine gründliche Studie zu diesen Fragen geliefert. Der vorliegende Band behandelt nun die „Public Relations“ in ihrer Bedeutung für die kirchliche Verkündigung. Neben grundsätzlichen Betrachtungen über das Verhältnis der kirchlichen Arbeit zu den Möglichkeiten moderner Interessenweckung und einer Geschichte der Public Relations bringt Wilken sehr ausgewogene Gedanken für Möglichkeiten heutiger kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit. Die zahlreichen Analysen und Beispiele geben eine gute Handreichung für die Praxis. Der Verfasser zeigt ein gutes kritisches Gespür für das, was möglich ist und was sowohl dem Empfinden des heutigen Menschen als auch der Würde der Frohbotschaft entspricht. Übertriebene Werbung ist dem Evangelium nicht angemessen. Wo die Grenzen sind und wo noch unausgeschöpfte Möglichkeiten stecken, wird dem Leser bei der Lektüre dieses Buches immer wieder deutlich vor Augen gestellt.

A. K. Ruf

ZEITSCHRIFTENHINWEISE

Allgemeine Publizistik

Hanns Lilje, *Kirche und Massenkommunikationsmittel, Rede zur Einweihung des Stuttgarter Evangelischen Pressehauses am 22. Januar 1968*. In: „Medium“, Zeitschrift für evangelische Rundfunk- und Fernseharbeit, München, 5:1968 (Heft 1) 1—12.

Heinz Schuster/Karlheinz Hoffmann, *Massenmedien und Verkündigung, Vorbemerkungen zu einer noch ausstehenden Recherche*. In: „Concilium“, Internationale

Zeitschrift für Theologie, Nijmegen (Zürich/Mainz) 4:1968 (Heft 3, März) 220 bis 225.

Gerhard E. Stoll, Kirche und Massenkommunikation. In: „Medium“, Zeitschrift für evangelische Rundfunk- und Fernseharbeit, München, 5:1968 (Heft 1), 13—17. Abdruck eines Artikels aus „Evangelische Welt“ (Gadderbaum-Bethel) mit grundsätzlichen Gedanken zum Thema, das bei der 4. Vollversammlung des Ökumenischen Rates der Kirchen in Uppsala unter dem Generaltitel ‚Mission‘ eingeordnet wurde.

Alois Sustar, Die Information nach dem Konzil. In: „Der große Entschluß“, Wien, 23:1968 (Jänner und Februar), 179—181, 212—217. Vortrag auf dem dritten Fortbildungskurs „Paxmontana“ der schweizerischen Gemeinschaft der katholischen Presse.

Presse

Wiborada M. Duft, Presse-Apostolat der Canisius-Schwester in Rhodesien. In: „Bethlehem“, Illustrierte Monatsschrift der Bethlehem-Missionare, Immensee (Schweiz) 72:1968 (Nr. 5/Mai), 242—245. Über die Tätigkeit von 6 Kanisiuschwester in der Mambo-Press in Gwelo.

Al Imfeld, Die Welt von heute und der christliche Journalist. In: „Bethlehem“, Illustrierte Monatsschrift der Bethlehem-Missionare, Immensee (Schweiz) 72:1968 (Nr. 5/Mai), 224—229.

Vishwa Mohan Mishra, ‚The Lutheran Standard‘: 125 Years of Denominational Journalism. In: „Journalism Quarterly“, Iowa City 45:1968 (No. 1, Spring), 71—76.

Josephine J. Mutamba, Rhodesiens erste schwarze Journalistinnen. In: „Bethlehem“, Illustrierte Monatsschrift der Bethlehem-Missionare, Immensee (Schweiz) 72:1968 (Nr. 5/Mai), 238—241. Bericht einer einheimischen Journalistin über ihre Ausbildung in Rhodesien und Tansania.

Michael Traber, Presse und Entwicklungsländer. In: „Bethlehem“, Illustrierte Monatsschrift der Bethlehem-Missionare, Im-

mensee (Schweiz) 72:1968 (Nr. 5/Mai), 212—219. (Verfasser ist Chefredakteur der Monatsschrift „Moto“ (32.000 Auflage) und Leiter der 1958 gegründeten Mambo-Press in Gwelo, Rhodesien)

Ursel Wolff, Theologische Information in der Tagespresse. In: „Reformatio“, Bern, 17:1968 (Heft 3, März), 169—177.

Hörfunk

William E. Fore, Eine kurzgefaßte Geschichte des religiösen Rundfunks in den Vereinigten Staaten. In: „Medium“, Zeitschrift für evangelische Rundfunk- und Fernseharbeit, München 5:1968 (Heft 1), 18—25. Englisch Original in: The Christian Broadcaster, London 14:1967 (No. 3, Dezember) 16—20.

Wilhelm Schmidt, Krankengottesdienst im Hörfunk. In: „Medium“, Zeitschrift für evangelische Rundfunk- und Fernseharbeit, München 5:1968 (Heft 1), 26—40. Sollen eigene Krankengottesdienste gesendet werden oder nicht? Eine kommentarlose Zusammenstellung von Stellungnahmen und Gutachten für den Deutschlandfunk (Köln).

Leo Waltermann, Rundfunk als Kanzel? In: „Concilium“, Internationale Zeitschrift für Theologie, Nijmegen (Zürich/Mainz) 4:1968 (Heft 3, März), 197—203.

Sehfunk

Jacques Dessaucy, Fernsehsatellit und Verkündigung. In: „Theologie der Gegenwart“, Bergen-Enkheim b. Frankfurt 11:1968 (Heft 1), 11—15. In etwa 5 bis 10 Jahren wird es möglich sein, über Satelliten gemeinsame Fernsehprogramme für ganze Erdteile unmittelbar an die einzelnen Empfänger zu geben. Drei Satelliten würden die ganze Welt versorgen. Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die Missions- und Seelsorgsarbeit der Kirche? Welchen Einfluß wird eine solche Entwicklung auf die „dritte Welt“ haben? Verfasser ist Sekretär des „Office des Communications par Satellites (OCOSAT)“, Brüssel. Es handelt sich um die deutsche Fassung eines Artikels aus „Eglise Vivante“, Paris 19:1967, 289—394.