

Literatur-Rundschau

Dieter Stolte in Zusammenarbeit mit Joachim Haubrich: *Wie das Fernsehen das Menschenbild verändert*. München: Verlag C. H. Beck 2004, 204 Seiten, 19,90 Euro.

Auf die Frage, wie das Fernsehen auf seine Zuschauer wirkt, gibt die Fernsehwirkungsforschung keine einheitliche Antwort. Fest steht auf jeden Fall, dass es nicht wirkungslos ist. Die Fernsehverantwortlichen müssen daher erfahrungsgestützt die vermutete Wirkung einschätzen und entsprechend handeln.

Dieter Stolte, von 1982 bis 2002 Intendant des Zweiten Deutschen Fernsehens, macht mit dem Titel seines Buches deutlich, dass in seiner Sicht und nach seiner Erfahrung das Fernsehen das Menschenbild verändert. Er beschäftigt sich damit, wie die Veränderung aussieht. Der Titel erweckt beim Leser die Erwartung, es sei keine Veränderung zum Guten. Diese Erwartung wird nicht enttäuscht.

Um wessen Menschenbild handelt es sich? Die Menschen haben ein Bild von sich selbst und von ihren Mitmenschen. Im Fernsehen begegnen die Zuschauer einer Fülle von Bildern von Menschen. Es sind Bilder, die das Fernsehen vermittelt und solche, die es schafft. Folglich kann es ein eigenes einheitliches Menschenbild des Fernsehens nicht geben. Die Wirkung der Fernsehbilder von Menschen auf Menschen hängt nicht zuletzt von den Auswahlkriterien ab, von den Masstäben und Zielen der Fernsehprogramme sowie von der Rezeptionsdisposition der Zuschauer.

Was die Position des Menschen in

den Fernsehprogrammen angeht, sieht Stolte einen fundamentalen Unterschied zwischen dem öffentlich-rechtlichen und dem privatwirtschaftlich verfassten, kommerziellen Fernsehen. Entscheidend ist für ihn, dass die Werbewirtschaft und das werbefinanzierte Fernsehen nicht am Menschen, sondern an dessen Marktverhalten orientiert sind. Nicht der Mensch ist dort das eigentliche Programmziel, sondern es sind die Menschen als Quote zum Zweck des wirtschaftlichen Erfolgs der Fernsehveranstalter und damit der Werbekunden auf dem Medienmarkt.

Stolte listet auf, was die kommerziellen Veranstalter zum Schaden des Menschenbildes eingeführt haben: die Ausnutzung menschlicher Schwächen in den Talkshows, an Voyeurismus appellierende Darstellungen von Absonderlichem, von Perversionen und von ekelerregenden Zumutungen an Showteilnehmer und Zuschauer. Jeweils mit dem Hinweis, die Betroffenen hätten sich auf alles, was mit ihnen geschehen, freiwillig eingelassen und das Gebotene entspreche den Unterhaltungsinteressen und -erwartungen des Publikums. „Kommerzielles Fernsehen nutzt die verführerischen Reize des Mediums und die Verführbarkeit des Zuschauers häufig bis an die Grenze des Erlaubten auf eine legitime, aber auch verräterische Weise aus“ (S.46).

Einen Ansatz zur Kritik sieht Stolte ferner darin, dass das Privatfernsehen seiner Bezeichnung insofern gerecht wird, als es das Verhältnis von „öffentlich“ und „privat“ umgekehrt hat. „Im Schatten der Digitalen Revolution hat auch eine

gesellschaftliche Revolution eigener Art stattgefunden, indem der Privatmann immer weitere Teile des Bildschirms erobert. Es ist eine Revolution gegen die Gesellschaft als Solidargemeinschaft und für die Privat- und Ego-Gesellschaft“ (S.133). Fernsehen sei aber als Massenmedium keine Privatsache, und der Mensch sei auch nicht dazu ausersehen, Privates und Öffentliches miteinander zu vertauschen, zu vermischen oder beliebig damit zu spielen.

Als zentrale Frage wertet Stolte die, ob das Fernsehen, obwohl es unentwegt Menschen zeigt, das Menschliche als seine Mitte aus dem Blick verloren habe. „Der Mensch ist die Mitte des Mediums Fernsehen. Dieser Grundstruktur ist man verpflichtet, wenn man das Fernsehen als Menschenmedium bewahren will“ (S.171). An die kommerziellen Veranstalter gewandt (und damit auch an jene Verantwortlichen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, die sich das Menschenbild negativ verändernde Tendenzen der privaten Konkurrenten zu eigen gemacht haben) mahnt Stolte: „Je mehr aber der Mensch auf seine niederen Triebe und Bedürfnisse angesprochen und mit allein sinnlichen Reizen geködert, ja gefangen wird, desto mehr wird er durch die Medien selbst aus seiner Mitte gerückt, aus jenem natürlichen Ausgleich zwischen Sinnen und Geist“ (S.166).

Mitte steht also hier für Ausgleich und Balance, für das Vermeiden von Extremen und Exzessen, aber auch für die Integration des Menschen in die Solidargemeinschaft, gegen Vereinzelung und ego-gesteuerte Absonderung.

Diese Mitte muss im Fernsehen vermittelt werden in der Erwartung, dass die Vermittlung eine Wiederhinwendung zur Mitte bewirkt. Darin liegen für Stolte die Aufgaben von

ARD und ZDF, der Sinn, der Zweck und die Legitimation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Er stellt deshalb eine Akzessoritätsthese auf, entsprechend derjenigen des Bundesverfassungsgerichts, das die inhaltlichen Unzulänglichkeiten der kommerziellen Programme nur für hinnehmbar erachtet, soweit und solange der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Grundversorgung im Sinne des klassischen Rundfunkauftrags einschließlich seiner kulturellen Verantwortung erbringt. Stolte formuliert: „Alle Veränderungen im Menschenbild des Fernsehens sind nur hinzunehmen, solange ARD und ZDF an jenen Standards festhalten, die zum Wesen des Menschen gehören“ (S.200).

ARD und ZDF sollen also Hüter der Mitte sein und Wahrer eines Menschenbildes, das den Beschädigungen durch die kommerziellen Programme trotzt. Sind sie dazu in der Lage? Stolte bejaht die Frage. Er zählt die Angebote auf, die den am Menschen und seinen Bedürfnissen orientierten Standards entsprechen: eine „kulturelle Rundumversorgung“, Informationsprogramme mit Hintergrund, Unterhaltung, die von dem Zynismus der Kommerziellen frei ist, Forumsfunktion für die Probleme, die die Gesellschaft bewegen, und vor allem Respekt vor der Menschenwürde. Diese Standards sind leichter proklamiert als umgesetzt. Von ihnen geprägte Programme müssen vom Zuschauer akzeptiert werden. Da er verführbar ist, kann er vielleicht auch zu Mitte und Maß verführt werden. Freilich: „Die Mitte kann man nicht senden, man kann sie nur spüren“ (S.177). Dafür wird „ein Grundton der Kultiviertheit bei allen Sendern und in allen Sendungen“, den Stolte fordert, wohl nicht ausreichen. Konstruktive Kreativität der Programm-Macher ist gefordert.

Wer Stoltes Konzept als „Erziehungfernsehen“ wertet, muss sich daran erinnern, dass er als ZDF-Intendant die Wendung vom hoheitlichen volkpädagogischen Gehabe zum Angebotsfernsehen, das sich als Dienstleister der Gesellschaft versteht, nachhaltig betrieben hat. Sein Plädoyer ist nicht eines für die Rückkehr zu alten Positionen. Es ist vor allem kein verzweifelter Aufruf zum letzten Gefecht, das den Untergang in der Kommerzflut abwenden soll, sondern ein Appell zu einer selbstbewussten, publikumsgerechten und auf den „common sense“ der Zuschauer setzende wertorientierten Qualitätsoffensive. Ein idealistischer, aber auch ein optimistischer Appell.

Dietrich Schwarzkopf

Paul-Gerhard Roller: Das Wesen des Christentums als mediale Wirklichkeit – Eine fernsehanalytische Untersuchung in systematischer Perspektive. Leipzig: Evangelische Verlagsanstalt 2005 (zugleich Dissertation an der Theologischen Fakultät der Universität Tübingen 2004), 352 Seiten, 44,00 Euro.

Der Autor unternimmt nach eigenem Anspruch eine Neubestimmung des „Wesens des Christentums“ unter den Kommunikationsbedingungen des 21. Jahrhunderts. Ausgehend von einer exemplarischen Analyse der Verfilmung der bisherigen Geschichte des Christentums in der Sendereihe „2000 Jahre Christentum“ (im ARD-Fernsehprogramm zwischen November 1999 und Februar 2000 gezeigt) entwickelt er Kriterien einer Wesensbestimmung des Christentums im Diskurs zwischen Theologie und Medienwissenschaft. Der Theologe und Anglist Roller will so eine Medientheologie in nuce offerieren und damit auf eine seit län-

gerem gestellte Forderung von Medientheologen eingehen.

Zunächst zum inhaltlichen Aufbau. Nach kurzen Ausführungen zur Entstehungsgeschichte der Sendereihe in einem Teil I genannten Prolog werden in einem umfänglichen zweiten Teil fünf ausgewählte Folgen beschrieben und in jeweils einem medientheoretischen und einem theologischen Schritt näher beleuchtet. Einzelne Aussagen sind mit Bildern aus der Sendereihe hinterlegt, um für den Leser eine höhere Transparenz herzustellen. Die fünf ausgewählten Folgen stehen für christologische, eschatologische, ekklesiologische, soteriologische und säkulare Aspekte des Christentums und verdeutlichen damit auf der Metaebene auch die in der Sendereihe verfolgte Entwicklung des Christentums. Das sechste Kapitel in Teil II beleuchtet die Rezeption der Sendereihe und stellt damit den Abschluss der Beschreibung dar.

In Teil III werden die Sendungen in einen allgemeiner gehaltenen historischen, theologischen und medienwissenschaftlichen Kontext gesetzt. In dieser Zusammenschau kommt der Autor zum Schluss, dass die Sendereihe trotz gewisser zu hinterfragender Elemente eine neuartige und interessante Form dafür ist, das Christentum in zeitgemäßer Form darzustellen.

In inhaltlicher Hinsicht lässt sich der gewählte Zugang über die Auswahl dieser Fernsehserie als glücklich bezeichnen. Dafür spricht zum einen die Form der Sendung als historische Dokumentation, die über reine Verkündigungssendungen wie „Das Wort zum Sonntag“ oder die Übertragung von Fernsehgottesdiensten hinausreicht und aufgrund der interessanten Gestaltung zwischen 1,5 und 2,2 Millionen Zuschauer pro Folge interessieren konnte – ein für christlich geprägte Sendungen guter

Erfolg. Zum anderen ist es sicher auch für Theologen hilfreich, sich über die Möglichkeiten zeitgerechter und breitenwirksamer Kommunikationsarbeit Gedanken zu machen, zumal die Fernsehsender selten einer derartigen Form religiöser Sendung Raum geben. Ob dies am Interesse bzw. Desinteresse der Fernsehanstalten liegen mag oder an der Qualität des kirchlicherseits Angebotenen, kann hier nicht diskutiert werden.

Unangenehm überrascht bei der vorliegenden Arbeit aber die unzureichende theoretische Fundierung. Diese muss nicht zwangsläufig alle Strömungen medientheologischer Modellbildung referieren oder gar die kirchenamtlichen Aussagen diskutieren (die es nach evangelischem Verständnis - der theologischen Herkunft Rollers - so gar nicht gibt). Sie hätte aber aufzeigen müssen, aus welcher Sichtweise sich der Autor dem Thema nähert. Und es hätte dem Leser allemal erleichtert, einen Bogen zwischen der Zielsetzung und den Ergebnissen zu ziehen.

Dabei hätte durchaus genügt, mit Verweis auf die zugänglichen Quellen und Basiswerke eine Art Diskussionsstand darzulegen. So ist man gezwungen, sich die Position des Autors (so er sie denn hat - die Wahl des Doktorvaters Eberhard Jüngel lässt dies jedenfalls vermuten) aus seinen Kommentierungen der einzelnen Folgen abzuleiten. Und damit ist auch der zentrale Mangel der Arbeit benannt: Sie gleicht in weiten Strecken einem Werkstattbericht oder einer Rezension, weniger einer Dissertation, und lässt die theoretischen Ausführungen in Teil III recht isoliert erscheinen.

Trotz des Defizits kann der Autor mit diesem Band einen aufschlussreichen Beitrag zur Weiterentwicklung der Medientheologie liefern. Insbesondere die dokumentarische Funkti-

on wird hierzu zählen. Wer wusste schon um die Details, in welcher Form kirchliche und Rundfunkvertreter um die Gestaltung der Sendungen ringen und entsprechend Einfluss auf die jeweils endgültige Fassung nehmen. Hieran wird erkennbar, welchen Besonderheiten christlich geprägte Rundfunkarbeit unterliegt und dass eine mediengerechte Stoffpräsentation offensichtlich nicht immer einhergehen kann mit der theologisch einwandfreien Darstellung.

Steffen W. Hillebrecht

Hans-Jürgen Jacobs/Wolfgang R. Langenbacher (Hg.): Das Gewissen ihrer Zeit. Fünfzig Vorbilder des Journalismus. Wien: Picus Verlag 2004, 280 Seiten, 19,90 Euro.

„Nicht nur der Erfolg ist entscheidend, sondern der Geist, aus dem heraus gehandelt wird.“ Dieser Satz stammt von Marion Dönhoff, 57 Jahre lang Herausgeberin der Wochenzeitung „Die Zeit“. Als die Gräfin im Jahr 2002 verstarb, hat Herbert Riehl-Heise in seinem Nachruf diesen Satz zitiert und hinzugefügt, jene Worte könnten gut über den Schreibtischen von Journalisten hängen - quasi zur täglichen Erinnerung. Riehl-Heise selbst hatte den Geist längst empfangen und sich immer wieder mit der eigenen Branche und mit journalistischem Fehlverhalten auseinandergesetzt - übrigens nicht nur im eigenen Blatt, der „Süddeutschen Zeitung“. Eines seiner Bücher trägt den Titel: „Arbeiten in vermintem Gelände. Macht und Ohnmacht des Journalismus“ (Wien 2002). Um Haltung und Anstand der Journalisten ging es Riehl-Heise. Und dies sind Dinge, die der Nachwuchs weder in Volontärkursen oder universitären Seminaren noch aus Praxisratgebern mit Titeln wie „Reportagen

schreiben“ oder „Die perfekte Recherche“ erfährt.

Tugenden lernt man am besten, indem man beobachtet, wie sich andere verhalten. Vorbilder sind also gefragt, und solche Vorbilder des Journalismus hat die „Süddeutsche Zeitung“ im Jahr 2003 in einer Serie vorgestellt. Ideengeber der Anthologie war neben Riehl-Heyse der Wiener Kommunikationswissenschaftler Wolfgang R. Langenbucher. Nun ist die Serie als Buch erschienen, ergänzt vor allem um wertvolle bibliographische Hinweise zu den einzelnen Porträts. Mitherausgeber des Buches ist der Leiter des SZ-Medien-Ressorts, Hans-Jürgen Jacobs, nachdem Riehl-Heyse im April 2003 nach schwerer Krankheit verstorben war. Dies erklärt auch, weshalb „der Riehl“ als einer von drei Dutzend Autoren fungierte und zugleich selbst mit dem letzten von insgesamt 50 Beiträgen gewürdigt worden ist.

„Aufmacher“ hieß die Zeitungsserie, weil Journalisten nicht nur Aufmacher, also Schlagzeilen, produzieren sollen, sondern weil sie selbst „als Aufmacher gebraucht werden: als Menschen, die sich und ihren Lesern die Augen öffnen, damit sich allen zusammen die komplizierte Welt ein wenig besser erschließt“ (S. 17). Das Buch trägt nun den Titel „Das Gewissen ihrer Zeit“ - in Anlehnung an Joseph Görres, Anfang des 19. Jahrhunderts einflussreicher Herausgeber des „Rheinischen Merkurs“, der häufig „das Gewissen seiner Zeit“ genannt wurde. Oder vielleicht auch, weil sich der selbstbewusste Gründungsherausgeber der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“, Paul Sethe, selbst als „Gewissen der Nation“ bezeichnete.

Liest man die anregenden, jeweils etwa fünf Seiten langen Porträts, dann stößt man immer wieder auf jene Charaktereigenschaften, die

Riehl-Heyse so wichtig waren - professionelle Werte, die einen Journalisten und Chronisten der Zeit auszeichnen (sollten). Da wird die schon erwähnte Gräfin Dönhoff vorgestellt, in deren Augen guter Journalismus „mehr mit Moral als mit Marketing zu tun hatte, mehr mit Überzeugung als mit Zielgruppenanpasserei, mehr mit Schwarzbrot als mit Milchbrötchen“ (S. 210). Oder es ist die Rede von Theodor Wolff, dem Chefredakteur des „Berliner Tageblatts“. Dieser „schrieb nicht nur, er gestaltete die innere Verfassung des Blattes nach ebenso festen Grundsätzen wie seine eigenen Artikel“ (S. 109). Die Porträtierten hätten Texte hinterlassen, „die Maßstäbe setzen, die bis heute gelten und klar machen, wie sehr ein freier, funktionierender Rechtsstaat unabhängigen, recherchierenden Journalismus braucht“ (S. 9), schreibt SZ-Chefredakteur Hans Werner Kilz im Vorwort.

Der Band würdigt Journalisten aus drei Jahrhunderten. Chronologisch geordnet ist der Kanon nicht nur ein Nachschlagewerk, eine Sammlung menschlicher Erfolgsgeschichten und Schicksale. Im Zusammenhang gelesen sind die Porträts auch eine personalisierte Geschichte des deutschsprachigen Pressewesens. Sie beginnt hier mit der Zeit der Aufklärung und Vertretern wie Gotthold Ephraim Lessing, führt stürmisch durch die Zeiten des Vormärzes, vertreten zum Beispiel durch Philipp Jakob Siebenpfeiffer, „hauptberuflich bürgerlicher Revolutionär und Streiter gegen die Zensur“ (S. 61). Auf den Kampf um die Pressefreiheit im 19. Jahrhundert folgt das Bemühen mutiger Frauen wie Louise Otto oder Berta von Suttner, in einem bis dato reinen Männerberuf Fuß zu fassen. Und schließlich gehören viele Namen in die Zeit der Herrschaft der Nationalsozialisten, die Journalisten

zur Propaganda zwingen, in einigen Fällen aber auch mutige Kritik, wenn auch nur „zwischen den Zeilen“, nicht verhindern konnten. Jüdischen Autoren - und die deutschsprachige Publizistik ist maßgeblich von Juden geformt worden, wie die Lektüre verdeutlicht - blieb nur die Flucht ins Exil.

Karl Kraus, Egon Erwin Kisch, Henri Nannen, Rudolf Augstein - all dies sind Menschen, die das Bild des Journalismus geprägt haben. Sie sind bekannt als jener Wiener Publizist, der in der „Fackel“ die *Journaille* kritisierte, als der „rasende Reporter“, als „Stern“-Chefredakteur und „Spiegel“-Herausgeber. Aber die Auswahl hält auch Überraschungen parat: Nicht jedem dürfte geläufig sein, dass die Dichter Heinrich Heine und Theodor Fontane in erster Linie Journalisten waren. Matthias Claudius hat uns schöne Verse hinterlassen. Einer beginnt mit den Worten: „Der Mond ist aufgegangen“. Die kennt jedes Kind. Aber was weiß man schon über Claudius' Tätigkeit beim „Wandsbeker Boten“? Oder ein Beispiel aus neuerer Zeit: Theodor Heuss. Er war nicht nur Bundespräsident, sondern lange Zeit Journalist - übrigens schon in jungen Jahren ein sehr erfolgreicher.

Klar ist: Die Herausgeber mussten eine Wahl treffen, wer zu den 50 Vorbildern des Journalismus gezählt werden darf. Es war eine subjektive Entscheidung - ein risikoreiches Unternehmen im Zeitalter der Casting-Shows und Bestsellerlisten. Jeder, der die Medienlandschaft und die Geschichte des Journalismus kennt, wird Vorbilder in der Liste vermissen und andere ungerechtfertigt aufgeführt finden. Warum zum Beispiel wurden nur sieben Frauen aufgenommen, warum nur vier Vertreter des Rundfunks? Und gibt es für die heutigen Nachwuchsjournalisten nur

Vorbilder aus der deutschsprachigen Publizistik? Einen verbindlichen Kanon zu schaffen, dieses Projekt musste genauso scheitern wie der Versuch des Fernsehens, seine Zuschauer die größten Deutschen („Unsere Besten“ im ZDF) küren zu lassen. Aber das war auch nicht das Anliegen von Herbert Riehl-Heysen.

Christian Klenk

Sebastian Haffner: *Das Leben der Fußgänger. Feuilletons 1933–1938.* Herausgegeben von Jürgen Peter Schmied. München: Carl Hanser Verlag 2004, 397 Seiten, 23,50 Euro.

Der 1999 verstorbene Sebastian Haffner wurde als streitbarer Journalist und Autor sehr erfolgreicher zeitgeschichtlicher Werke bekannt, unter anderen über Churchill und Hitler. Geboren 1907 in Berlin als Raimund Pretzel, schloss er sein Jurastudium genau im Jahr 1933 mit dem Assessorexamen ab, verabschiedete sich danach aber schrittweise in den Journalismus. Er schrieb zunächst häufig für die „Vossische Zeitung“ (eingestellt 1934), dann überwiegend für die gehobeneren, gutbürgerlichen *Illustrierten des Ullstein Verlags* (ab 1938 *Deutscher Verlag*), „Koralle“ und „Die Dame“, sowie für die „Neue Modenwelt“, hier schließlich als Redakteur. Haffner im Gespräch mit Jutta Krug 1989: „Davon lebte man gar nicht ganz schlecht, und man hatte wirklich auch noch das Gefühl, man lebt in einer Nicht-Nazi-Welt.“ Aber „1938 wurde es ernst, und da beschloß ich, nun doch zu gehen“.

Haffner emigrierte im Sommer 1938 nach England, also noch vor der sogenannten Reichskristallnacht. Wie er rückblickend erklärt, emigrierte er weniger aus politischen als aus privaten Gründen. Er wollte mit seiner jüdischen Freundin zusam-

menleben, dagegen standen die Nürnberger „Rassengesetze“. Die NS-Gesetzgebung, insbesondere die antisemitischen Gesetze, überzeugten ihn allerdings schon viel früher davon, „daß es keinen Rechtsstaat mehr gab“. So war Haffner zwar nicht unmittelbar gefährdet, verfügte jedoch, wie es auch seine erst posthum unter dem Titel „Geschichte eines Deutschen“ erschienenen Aufzeichnungen aus dem Jahr 1939 belegen, über eine sehr genaue Einschätzung des Nationalsozialismus. In England heiratete er seine Freundin und fasste unter enormen Anstrengungen (er beherrschte die Sprache kaum) verhältnismäßig rasch Fuß im Journalismus. Nicht zuletzt zum Schutz seiner Familie in Deutschland, aber auch, um sich in England als nicht-jüdischer (also nicht „rassisch“ Verfolgter) zu erkennen zu geben, nahm er das Pseudonym Sebastian Haffner an. Sebastian nach Johann Sebastian Bach und Haffner nach Mozarts Haffner-Sinfonie, so erklärte er später.

Für die Lektüre der nun erstmals gesammelt erschienenen Feuilletons, die der Autor noch als Raimund Pretzel zwischen 1933 und 1938 schrieb und großenteils auch veröffentlichte, ist der biographische Hintergrund wichtig. Die Feuilletons stehen für Haffners journalistische Tätigkeit jener Jahre. Was teilen sie mit über seine ja doch sehr ausgeprägte Wahrnehmung der damaligen politischen Entwicklung? Der Herausgeber, Jürgen Peter Schmied, ist in seinem Nachwort bemüht, nach politischen Anspielungen „zwischen den Zeilen“ zu suchen. Es gibt sie aber nur so selten und nur so vage, dass sie zu vergessen sind. Der Journalist Pretzel nahm in seinen Feuilletons, veröffentlichten wie unveröffentlichten, keinen erkennbaren Bezug auf die ihn umgebende politische Realität nach der Macht-

übernahme durch die Nationalsozialisten.

Mit welcher Brillanz aber äußert er sich über das sonstige, das unpolitische Leben! Als würden gerade durch das politische Wegsehen besondere Beobachtungs- und Sprachpotentiale freigesetzt. Und natürlich spielt die Wahl des Genres dabei eine Rolle, die wohl kein Zufall war, wenn man sich aus der Politik heraushalten wollte.

Haffners Feuilletons scheinen zu schweben. Dezidierter, liebenswürdiger Humor und Witz – eindeutig kultiviertester Provenienz – schaffen Distanz und gleichzeitig Nähe im Umgang mit den Tücken des Alltagslebens. Ob es um widerständige Objekte geht wie die Zigarette, das Telefon oder das Auto (bzw. die davon abhängigen Verhaltensweisen), um Mode, um Ehekrach oder Ehescheidung, den Umgang mit Geld oder die Kunst, sich beschenken zu lassen – darüber lächelt man meistens, lacht manchmal laut und fühlt sich selbst ertappt. Der Rezensent ging dies vor allem bei einem (unveröffentlichten) Text von 1937 so, der den Titel „Die Ansichtspostkarte“ trägt. Aber auch die „Ermunterung zum Müßiggang“ (erschieden 1937 in der „Dame“) hat es in sich. Im Grunde braucht man dieses Buch nur irgendwo aufschlagen – und schon liest man sich fest. Ein Alltagsleben jenseits der Politik existiert heute eben genauso wie damals, die dazugehörigen Verdrängungsleistungen gleichfalls. Nur zwei Texte, „Die Fensteröffner und die Fensterschließer“ sowie „Kleines Credo“, lassen an einigen Stellen ahnen, dass da noch etwas gewesen ist. Beide blieben unveröffentlicht, beide wurden 1934 verfasst. Aber sie erscheinen harmlos, gemessen an den damaligen Realitäten.

Was festzuhalten bleibt, ist das

Fehlen jeglichen NS-Jargons. Haffners Sprache widersteht hier konsequent. Es gibt ganz vereinzelte Ausnahmen, die leicht dem verbreiteten nationalkonservativen Sprachgebrauch zuzuordnen sind. So darf die Arbeit an der Sprache wohl als eine von Haffner beabsichtigte Abgrenzung erscheinen, damit war er jedoch keineswegs allein im deutschen Journalismus. Dieser Balanceakt wurde auch in späteren Jahren noch unter-

nommen. Aber Haffner hat sich schließlich nie zum politischen Widerständler stilisiert. Über die schwierigen Jahre, bis er 1942 Redakteur beim „Observer“ wurde, äußert er sich im bereits zitierten Interview nüchtern und leicht amüsiert, very British. Seit 1948 war er britischer Staatsbürger, 1954 kehrte er, zunächst als Korrespondent des „Observer“, nach Berlin zurück.

Verena Blaum