

Duden oder einen Ploetz« und dort hilfreiche Namen und Daten, Hinweise und Anregungen finden

Der Anspruch wird eingelöst, soweit es sich um Anregungen, Beispiele und Konzepte für PR-Aktivitäten handelt. Weniger kompetent zeigt sich das Werk in seinen massenmedienbezogenen Darstellungen. So bleibt unverständlich, warum die in Deutschland erscheinende Tagespresse als alphabetisch nach Verlagsorten geordnete Anschriftensammlung von 360 Zeitungsverlagen präsentiert wird; gerade der PR-Treibende und -Planende könnte mit einer Gliederung nach Publizistischen Einheiten bzw. Vollredaktionen oder mit einer Gruppierung nach Erscheinungsorten mehr anfangen. Der Vorteil einer Loseblattsammlung, ständig auf dem laufenden sein zu können, wird bei Namen und Adressen nicht ausgenutzt: Die Mitgliederliste der Landespressekonferenz Saar kam nach fünf Jahren, die Mitgliederlisten der Landespressekonferenz sowie der Auswärtigen Presse in Hamburg nach vier Jahren, die der Landespressekonferenzen Bremen, Hessen und Nordrhein-Westfalen nach zwei Jahren auf den Stand von 1976. Die Verzeichnisse der Bayerischen Landtagspresse und der Landespressekonferenz Kiel wurden zuletzt 1977, das Mitgliederverzeichnis der Landespressekonferenz Niedersachsen als aktuellstes im Februar 1978 erneuert. Der Abschnitt Deutsche Wirtschaftspresse und -journalisten ist seit der dritten Auflage nicht überarbeitet.

Das Themenspektrum des Handbuches reicht von den Trägern der Öffentlichkeitsarbeit über ausgewählte Zielgruppen bis hin zu den Techniken, Medien und Instrumenten. Im Beobachtungszeitraum 1977 und 1978 wurden folgende Beiträge neu aufgenommen: PR – Ein Traumberuf, Die PR-Lehre an deutschen Universitäten und Fachhochschulen, Medizin und PR, PR des Gesundheitswesens und der gemeinnützigen Verbände, Die Marktforschung, Die Gewerkschaft im Urteil der Öffentlichkeit, Frauenverbände und -organisationen, Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen, Beratungsgremien des Bundesministeriums für Forschung und Technologie, Ausschnittsdienste, das Austrittsinterview – kein überflüssiger Luxus!, Public Relations durch Sozialbilanzen. Sie cha-

rakterisieren die Breite der Angebotspalette. Die Fülle an Informationen und Arbeitshilfen läßt sich jedoch nicht voll ausschöpfen, da sie – in einem gewachsenen Werk zugegebenerweise schwierig – nicht ganz befriedigend organisiert ist. Die Texte sind insgesamt 18 sich zum Teil stark überschneidenden Sachgruppen zugeordnet; das Stichwortverzeichnis, das mit jeder Lieferung korrigiert werden müßte, kommt nur einmal im Jahr neu. Der Vorteil der Individualität der Beiträge (Mühlbradt arbeitet mit rund fünfzig PR-Fachleuten und Journalisten zusammen) führt zum Nachteil mangelnder Strukturierung, was durch aktuelle Stichwort- und Inhaltsverzeichnisse ebenfalls ausgeglichen werden könnte. Weitere Nachlässigkeiten in der lektoratsmäßigen Betreuung machen sich bemerkbar, wenn laut »Anweisung, zum Einordnen der Ergänzungsblätter« Beiträge ersatzlos zu entfernen sind, die erst Monate später in der überarbeiteten Neufassung vorliegen. Beispiele: Hans Anders' Text »Der Leserbrief« entfällt mit Lieferung 71 und wird mit Lieferung 74, Ilse Babs Beitrag »Die Bundeswehr« entfällt mit Lieferung 76 und wird mit Lieferung 77 ersetzt.

BARBARA BAERNS, Bochum

Hans Mathias Kepplinger (Hrsg.): *Angepaßte Außenseiter*. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. – Freiburg (Brsg.) und München: Verlag Karl Alber 1979 (= Alber Broschur Kommunikation, Bd. 8), 284 Seiten.

Der Band enthält hauptsächlich Examensarbeiten aus dem Institut für Publizistik der Universität Mainz. Man kann Kepplinger und seine Kollegen zu diesem Niveau nur beglückwünschen. Er bietet in einem Einleitungskapitel unter dem Stichwort der Kommunikatorforschung eine Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse. Diese beruhen vielfach auf empirischem Material, dessen Herkunft allerdings nicht immer ausreichend dokumentiert ist. Von diesem »Schönheitsfehler« abgesehen gibt der Band in gedrängter Form den gegenwärtigen Stand der empirischen Forschung in einer Weise wieder, die für die weitere Arbeit ausgesprochen hilfreich und nützlich ist. Kepplinger konzentriert sich in sei-

ner Einführung auf einige Thesen, die von der Berufswahl über die soziale Einordnung (Klassenlage) der Journalisten bis zu ihrem beruflichen Selbstverständnis, ihrer Rolle in der Gesellschaft, ihrer Verantwortungsbereitschaft bis zu ihrer Funktion als Gegenelite zu den Machtgruppen in Politik, Verwaltung und Wirtschaft reichen. Es versteht sich von selbst, daß die Thesen im strengen Sinn nicht als bewiesen gelten können und daß insbesondere Fallstudien zu abweichenden Ergebnissen führen werden. Als Orientierung zur Bildung von neuen Hypothesen ist dieses Material jedoch hervorragend geeignet.

Auf einen herausragenden Beitrag von Ursula Hoffmann-Lange und Klaus Schönbach sei besonders hingewiesen. Sie befassen sich mit der beruflichen Mobilität und dem politischen Bewußtsein der Medienelite. Wir haben es mit einer Sekundärauswertung des Materials der bekannten Elite-Untersuchung von Kaltefleiter/Wildenmann aus dem Jahre 1972 zu tun. Bedenkt man den Einfluß der Medienelite in den Superorganisationen des Rundfunks und der großen Pressehäuser, darüber hinaus in den Begegnungen mit Politikern und Wirtschaftsführern, so kann gar nicht genug geschehen, um deren Einstellungen und Verhalten so genau wie möglich kennenzulernen. Erstaunlich die soziale Immobilität im beruflichen Werdegang. Das hängt wohl mit der hohen Komplexität der Tätigkeitsfelder zusammen, die sehr lange Zeiten der Einarbeitung erfordern und im Bereich der öffentlich-rechtlichen Medien auch verhältnismäßig große Sicherheit verbürgen. Außerdem finden wir in diesem Beitrag Einzelheiten über die Parteipräferenzen dieser Medienelite, die bekanntlich zu den von Noelle-Neumann aufgegriffenen Kontroversen über die Wirkung von publizistischen Aussagen auf das Wahlverhalten der Bürger geführt haben. Hoffmann-Lange und Schönbach sprechen in der Überschrift ihres Beitrages von einer »geschlossenen Gesellschaft«. Man darf wohl diese Bezeichnung nicht allzu ernst nehmen: Was hier den Druck einer »Geschlossenheit« macht, muß man wohl mit Professionalität übersetzen. Wir beobachten seit längerem, daß die von der Wissenschaft schon seit je geforderte berufsfachliche Spezialisierung allmählich »greift«. Daß eine solche Entwicklung auch soziale Konsequenzen hat, liegt in der Natur der Sache.

Einen zweiten Hinweis verdient der Beitrag von Wolfgang Donsbach über Legitimitätsbewußtsein und Legitimationsgründe von Journalisten. Er zeichnet sich durch eine überraschende Vertrautheit mit der kommunikationspolitischen Materie und der politikwissenschaftlichen Fachsprache aus. Inhaltlich geht es um die Funktion der Journalisten als Berichterstatter oder Kritiker der gesellschaftlichen Vorgänge. Donsbach arbeitet die Widersprüche zwischen der Kritikbereitschaft und der subjektiven Unverantwortlichkeit der Journalisten gut heraus. Selbstverständlich wird auch die problematische Legitimierung durch das Publikum behandelt.

Zahlreiche nützliche Informationen über die Arbeit der Lokaljournalisten enthalten die Beiträge von Robert Rohr und Holger Mühlberger, über die freien Mitarbeiter von Ines Elster. Ein seltenes Thema greifen Jürgen Wilke und Ulrich Müller mit der Analyse der Konflikte zwischen Autonomie und Interessenvertretung bei PR-Journalisten auf. Rüdiger Schulz wendet sich nochmals dem Entscheidungsverhalten von Verlegern und Chefredakteuren zu. Schließlich sei auf eine aufschlußreiche Zusammenstellung der Kenntnisse über Ausbildung und Einkommen im Journalismus von der Mitte des 19. Jahrhunderts bis zur Gegenwart hingewiesen (Konstanze Rohde). FRANZ RONNEBERGER, Nürnberg

Joseph H. Kaiser: *Das Recht des Presse-Grosso*. – Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 1979, 166 Seiten.

Um es gleich vorweg festzuhalten: Der Titel des Buches ist viel zu eng. Es ist richtig, daß in der Flut juristischer und rechtspolitischer Literatur zum Thema Pressefreiheit der Pressevertrieb immer noch eine Lücke bildet. Aus der Absicht Kaisers, diese zu schließen, ist ein Buch entstanden, das historische Entwicklung, Aufgaben und Leistungen des Presse-Grosso – auch im internationalen Vergleich – ausführlich beschreibt und wertet sowie juristisch faßt, und das ist mehr, als der Titel aussagt. Als langjähriger Berater des Bundesverbandes der Deutschen Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten sucht Kaiser das rechtlich zu untermauern, was heute das