



trum von Textsorten abdecken: 'news stories', Leserbriefe, cartoons, Karikaturen, Kleinanzeigen, programmatische Schlüsselszenen aus Journalistenromanen, die im Fleet-Street-Milieu spielen, Tabellen und Sektordiagramme zur Nutzung und Wirkung einzelner Zeitungen; zu den thematischen Schwerpunkten, die sowohl landeskundliche als auch medienwissenschaftliche Erkenntnisinteressen befriedigen, gehören dabei die Präsentation der Monarchie, das Problem der Pressekonzentration und andere Einschränkungen der freien Meinungsäußerung, die werbebewußte Selbstdarstellung der Zeitungen, der Nordirland-Konflikt.

Im Teacher's Book bietet der Verf. Textanalysen, didaktische Reflexionen und methodologische Instruktionen, die sich auf die Texte des Students' Book beziehen und weitere Dokumente zur vertiefenden Behandlung bereitstellen; hier legt er auch seine primären, begrüßenswerten Lernziele dar: "a more conscious and critical approach to the information, suggestions and entertainment offered by the mass media" (S. 7), emanzipatorische, den Einflüsterungen der Unterhaltungsindustrie trotzend Einübung in Toleranz und Demokratiebewußtsein, der ein Training an zahlreichen sprachlichen Registern entspricht. Leider bleiben dabei wichtige medienwissenschaftliche Ansätze und Aspekte völlig ausgespart oder werden nur unzureichend berücksichtigt: die gestellte Authentizität so mancher Nachrichtengeschichte, die doch nur Sekundärerfahrung vermittelt; die Komplementärfunktionen von Zeitung und Fernsehen, die der Verf. zugunsten der Konkurrenzfunktionen vernachlässigt; die informationsschaffende und -prägende Macht der Medien, die ebenso relevant ist wie ihre informationssammelnde und -vermittelnde Tätigkeit; die vielfältigen semiotologischen und narratologischen, auf die 'Mythen des Alltags' (Roland Barthes) abzielenden Deutungsmuster, die ebenso wichtig sind wie die vom Verf. bevorzugten - gelegentlich etwas formalistisch anmutenden - kommunikationswissenschaftlichen Ansätze (zum Exempel die Lasswell-Formel).

Insbesondere wird auch die visuelle, nicht-verbalsprachliche, bildrhetorische Komponente des Mediums Zeitung, die in einem von "anschaulichem Denken" (Rudolf Arnheim) und ungezügelter "Ikonomanie" (Günther Anders) bestimmten "optischen Zeitalter" (Karl Pawek) von großer Bedeutung ist, nur unzureichend berücksichtigt: So fehlen z.B. hermeneutische, aus den Erfahrungen der Inter-Media-Forschung gespeiste Programme für eine Interpretation von Pressefotos, die in ihrem Charakter als Bildnachrichten, als Mittel politischer Meinungsbildung doch auch zum Aussagespektrum einer Zeitung gehören (schließlich intendiert der Titel auf das, "what the papers say"). Reizvolle Ansatzpunkte sind in den vorgelegten Dokumenten durchaus vorhanden, werden aber nicht genutzt: So wird z.B. auf die zeichnerische Transposition der englischen Redewendung 'My home is my castle' in einer Anzeigenwerbung der 'Times' nicht näher eingegangen (Students' Book, S. 13).

Zu den Mängeln der beiden Bände zählen auch: die Aussparung wesentlicher linguistischer Studien und Arbeitsbücher in den Auswahlbibliographien (z.B. G. N. Leech: *English in Advertising*. London 1966; Peter F. McDonald und Juan C. Sager: *The Languages of English*

Journalism. A Workbook for Students. München 1974; H. Straumann: Newspaper Headlines. London 1935); gelegentliche faktische Fehler (so ist die 'Financial Times' durchaus nicht "limited to financial news", Teacher's Book, S. 19, sondern enthält auch die allgemeinpolitische Rubrik 'World News' und die Feuilletonseite 'The Arts'); schließlich auch die lustlose Annotierung der Anthologietexte: medienhistorische Ideogramme wie "Grub Street" (Students' Book, S. 80) als Kürzel für das "Volk der Schreiberlinge" bleiben ebenso unerklärt wie presse-rechtlich relevante Termini, so z.B. "law of contempt of court" (ebd., S. 86) oder "libel" (ebd., S. 93), eine juristische Fachvokabel, die einer deutlichen Abgrenzung gegenüber "defamation" bedürfte. Dennoch: zwei reiche, anregende Bände.

Werner Bies