

Trümmerfilme und gesellschaftskritische Werke, die freilich in den fünfziger Jahren in beiden Teilen des Landes schnell verflachten.

Der in den frühen Bänden arg hölzerne Übersetzungsstil ist diesmal ein wenig geglättet. Aber immer noch ist an Stilblüten kein Mangel. Ein sehr kompetent zusammengestellter Bildteil und ausgezeichnete Register (für beide verantwortlich Fred Gehler) runden den Band ab.

ULRICH v. THÜNA, Bonn

Jon Gartenberg: *Glossary of Filmographic Terms* 1989. – Brüssel ²1989: FIAF. Fédération Internationale des Archives du Film [Auslieferung München: K. G. Saur] 1989, 149 Seiten.

Gaffer, best boy oder grip sind Begriffe, die der Kinobesucher seit einigen Jahren in der Stabliste amerikanischer Filme entdecken kann, wenn sie, wie heute zur Kostenersparnis üblich, in der englischen Fassung über die Leinwand flimmert. Es sind Begriffe, die der Neugierige in seinem normalen Lexikon nicht findet. Bevor er aber entrüstet fordert, wie in den guten alten Zeiten die Stabliste ins Deutsche zu übersetzen, kann er zu einem ungewöhnlich zuverlässigen Lexikon greifen, das nahezu alle Begriffe der Stabliste in insgesamt 12 Sprachen übersetzt. Dieses »Glossary« hat die Internationale Vereinigung der Filmarchive im Selbstverlag in zweiter, verbesserter und erweiterter Auflage herausgebracht. Ihm entnehmen wir, daß gaffer schlicht mit Elektriker, best boy der (im Deutschen unübersetzbare) erste Assistent des Elektrikers und key grip im Deutschen mit Techniker zu übersetzen ist (im Französischen heißt er plausibler chef machiniste de plateau).

Es hat schon mehrere Fachwörterbücher zur Filmterminologie gegeben, darunter ein ordentliches Filmwörterbuch der Geyer-Kopierwerke in den sechziger Jahren sowie ein Taschenbuch der Mosaik Film ebenfalls in den sechziger Jahren, das neben einem Wörterbuch noch ein Glossar filmtechnischer Begriffe und viele nützliche Tabellen enthielt. Neben den Titeln der Bibliographie im hier besprochenen Band kenne ich noch die umfassende Fachbibliographie mehrsprachiger Filmwörterbücher in der Zeitschrift »Film

Theory« (Münster, Jg. 1986/Nr. 10–11). Die genannten Wörterbücher enthalten Begriffe über die ganze Breite der Technik. Gartenberg beschränkt sich nur auf die Begriffe, die in einer Stabliste erscheinen können, ist aber da von größter Genauigkeit. Erfreulicherweise sind die Begriffe für den englischen, französischen, deutschen, spanischen und russischen Sprachbereich erläutert. Alle Wörter sind von Fachleuten unter den Mitgliedern der FIAF überprüft worden. Die Einteilung folgt innerhalb von Sachgruppen dem Alphabet; Register erschließen den gesamten Inhalt. Außer den bereits genannten Sprachen werden noch Übersetzungen gegeben für das Bulgarische, Tschechische, Niederländische, Ungarische, Italienische, Portugiesische und Schwedische.

Soweit ich es überschauen kann, ist das Werk weitgehend druckfehlerfrei und auch typographisch eine vorzügliche Leistung der belgischen Druckerei. Was nun die Zuverlässigkeit der Übersetzungen betrifft, liegt es nahe, sich den Begriff des Produzenten, Produktionsleiters, executive producer anzusehen, der gerade in seiner Übersetzung vom Englischen her Schwierigkeiten bietet. Der executive producer ist in Amerika der Spitzenmanager innerhalb einer Produktionsfirma und hat nicht unbedingt nur mit einem einzelnen Film zu tun. Zutreffend heißt es im Lexikon, das Deutsche würde keine Übersetzung hierfür kennen. In der französischen Sprache gibt es den producteur exécutif und den producteur délégué, die nach dem sehr kompetenten Filmlexikon des Larousse-Verlages synonym sind. Ich bin der Ansicht, und darin folge ich Gartenberg, daß der producteur exécutif dem producteur délégué übergeordnet ist und dem amerikanischen executive producer entspricht. Der producteur délégué ist entweder, so sieht es Gartenberg, im deutschen Sprachgebrauch ein Mitproduzent oder aber weit häufiger ein Mitarbeiter des Produzenten (auf Amerikanisch producer), der sich innerhalb einer großen Produktionsfirma um die Herstellung eines einzelnen Films kümmert. Dann gibt es weiter den amerikanischen Begriff des production manager, den Gartenberg richtig mit Aufnahmeleiter übersetzt. Es ist der Mann, der für den täglichen Arbeitsablauf einer Produktion vor Ort zuständig ist. Die für den production manager angege-

bene französische Bezeichnung *directeur de production* scheint mir weniger üblich zu sein als der Begriff *régisseur*. Man sieht, bei diesen Begriffen herrscht fröhliches Durcheinander und völlig zweifelsfreie Übersetzungen gibt es nicht. Gerade in diesen Bereichen spielt die Eitelkeit eine große Rolle und macht aus einem Hänschen gern einen Hans. Sehr gut ist Gartenberg und seinen Mitarbeitern übrigens der Abschnitt »Bauten« gelungen, also »art direction« oder »direction artistique«, in dem die unterschiedlichen Begriffe des *art director*, *set designer*, *set decorator* und *production designer* gut voneinander abgesetzt sind. Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, daß in Frankreich statt des (sprachlich natürlich englischen) Begriffes *perchman* (der im Amerikanischen *boom operator* heißt und den es als eigenen Begriff im Deutschen nicht gibt), nun eher *perchiste* verbreitet ist. Der *perchiste* ist der Techniker, der den »Galgen« bedient, an dem das Mikrofon angebracht ist.

Einen sehr ordentlichen Ausweg aus dem beschriebenen Labyrinth bietet das vorliegende Buch. Aufpassen muß man freilich auf den Seiten 107 bis 111, weil dort der Block der bulgarischen, tschechischen, italienischen, ungarischen, niederländischen, portugiesischen und schwedischen Übersetzungen durch den versehentlichen Wegfall eines Begriffes um eine fortlaufende Nummer verschoben ist. ULRICH v. THÜNA, Bonn

Peter Braun: *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache*. Sprachvarietäten. – Stuttgart, Berlin, Köln und Mainz: Verlag W. Kohlhammer GmbH ²1987 (= Urban Taschenbücher, Bd. 297), 260 Seiten.

Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hat das Problem der Mediensprache weitgehend der Linguistik überlassen. Peter Braun, seit 1965 als didaktisch orientierter Autor ausgewiesen, hat Arbeiten zur Pressesprache in der DDR und zu den Germanismen im Pariser »L'Express« vorgelegt. Der Inhalt dieses Taschenbuches ist im wesentlichen ein umfassender Literaturbericht in drei Kapiteln über Sprachvarietäten, Tendenzen der Gegenwartssprache und zur Sprachgeschichte nach 1945. Übergrei-

fende Aspekte gehen dabei ein wenig in den vielen Details unter. Auch sucht man gelegentlich nach Titeln in der Bibliographie, auf die Braun im Text verweist (z. B. V. Klemperer und B. Mogge). Er bezieht seine Darstellung auf das standardsprachliche Varietätenfeld, das er in Feldkonstellationen (Fachsprache, Sondersprache, Umgangssprache, Literatursprache) gliedert. Zur Pressesprache findet man etwas unter den Aspekten parteiliche Sprache, Modalpartikeln und Satzstrukturen. Die Beispiele stammen im wesentlichen aus »Bild«, »FAZ«, »Der Spiegel«, »WAZ« und der »Zeit«, für die im Register S. 106 ergänzt werden müßte.

KURT KOSZYK, Dortmund

Michael Kunczik: *Die manipulierte Meinung*. Nationale Image-Politik und internationale Public Relations. – Köln und Wien: Böhlau Verlag GmbH & Cie 1990, (VI), 259 Seiten.

Im Zuge des Funktionswandels der Massenmedien, der Mediatisierung der Politik und des Aufkommens der Mediendiplomatie ist eine gesteigerte internationale Public Relations-Tätigkeit der Staaten zu beobachten. Für diese wird es immer wichtiger, im Ausland unterschiedlichste Kommunikationsaktivitäten zu betreiben. Die Bedeutung des Problems ist also unumstritten. Mit Recht wird in der Erforschung des Untersuchungsgegenstandes ein Defizit festgestellt, das nicht nur die Politologen, sondern auch die Medienwissenschaftler verursacht haben. Deshalb ist es Kunczik als Verdienst anzurechnen, diesen bisher nicht umfassend untersuchten Themenbereich aufzugreifen und einen Überblick über den derzeitigen Forschungsstand zu vermitteln.

In der Einleitung konzentriert sich Kunczik auf die Analyse wesentlicher Forschungsfragen. Er sucht den Leser an die Thematik der staatlichen PR heranzuführen und beleuchtet die heutige Praxis staatlicher Imagepflege in den internationalen Kommunikationsbeziehungen. Dem allgemeinen Teil schließen sich ausgewählte Fallbeispiele zur internationalen Public Relations und Imagepflege der Staaten an. Kunczik beginnt mit einem historischen Abriss der staatlichen PR während der letzten einhundert Jahre. Er befaßt