

etwa 25 Jahren waren in Amerika so grundlegende Änderungen vor sich gegangen, daß eine bloße Neuauflage nicht mehr genügt und ein neues Werk, das vorliegende, geschrieben werden mußte. Aber nicht der zweite Weltkrieg hat, wie man meinen sollte, den größten Anteil an diesem Umbruch, sondern die lang andauernde Depression der dreißiger Jahre. Sie hat die Psychologie der Amerikaner stark beeinflusst. Die grundlegende amerikanische Haltung zur Wirklichkeit sieht S. in dem Erlebnis der immer weiter vorangeschobenen Grenze. Davon kommt der Optimismus, der immer zu eroberndes Neuland sieht, jetzt, wo die geographischen Grenzen erreicht sind, in immer neuen technischen Errungenschaften. Davon kommt auch der mit dem Optimismus zusammenhängende Unternehmungsgeist. Dazu sind dann auch die religiösen Einflüsse zu zählen, die von den verschiedenen Schichten der großen Einwanderungswellen herrühren und noch heute sehr wirksam sind. Es werden im einzelnen untersucht. Es hat sich in Wirtschaft und Politik eine eigene Mentalität ausgebildet, die sich immer weiter von ihren europäischen Ursprüngen entfernt. Der Staat mit seinen Einrichtungen ist von der europäischen Staatsidee sehr verschieden. Präsident und Kongreß sind mit den entsprechenden europäischen Ämtern und Parlamenten nicht gleichzusetzen. Die vornehmsten Kreise hielten sich bis auf wenige Ausnahmen meist von der Politik fern. Einstellung und Bedeutung der beiden großen Parteien werden untersucht. Das anschaulich geschriebene und gut übersetzte Buch vermittelt einen guten und auf Tatsachen gegründeten Eindruck von der Besonderheit der amerikanischen Kultur und von der Psychologie seiner Bewohner. I. Bleibe

Soziologie

Handbuch der Soziologie. Herausgegeben von Prof. Dr. Werner Ziegenfuß. I. B. (611 S.) Stuttgart 1955, Ferdinand Enke Verlag. DM 62,—.

Von dem auf zwei Bände angelegten Handbuch liegt nunmehr der erste Band vor. Er enthält Beiträge von Dr. Maus, Mainz, über die Geschichte der Soziologie; Prof. Ziegenfuß, Nürnberg, über Wesen und Formen der Soziologie; Prof. Keiter, Hamburg, über soziale Anthropologie; von dem verstorbenen Prof. Hellpach, Heidelberg, über Sozialpsychologie. Prof. Lorenz, Göttingen, berichtet über Sozialstatistik und Bevölkerungslehre; der ebenfalls verstorbene Prof. Muhs, Berlin, über die Gesellschaftsauffassung des historischen Idealismus; während Prof. Kofler, Köln, demgegenüber die Gesellschaftsauffassung des historischen Materialismus darlegt; endlich ein Beitrag von Prof. Stammer, Berlin, über Gesellschaft und Politik oder

über politische Soziologie. Allein die Aufzählung dieser Themen zeigt, wie außerordentlich, wie bedenklich weit der Begriff Soziologie heute gefaßt wird. Andererseits wird dem Studenten der Soziologie damit ein umfassender Überblick über dieses ganze weite Gebiet geboten. Während dieser erste Band die verschiedenen Methoden und Richtungen des gesamten Forschungsgebietes darstellen will, soll der zweite Band die menschliche Gesellschaft selbst in ihrem Stufenaufbau und ihre Lebensvorgänge, ihre Gestaltungskräfte und Ausdrucksformen zur Darstellung bringen. Das für den zweiten Band angekündigte Register wird die praktische Brauchbarkeit dieses Handbuches zweifellos noch sehr erhöhen. F. zu Löwenstein S.J.

Weber, Alfred: Einführung in die Soziologie. (525 Seiten) München 1955, R. Binder & Co. Verlag. DM 12,80.

Es handelt sich bei der vorliegenden Arbeit weniger um eine Einführung in das Gebiet der Soziologie überhaupt, als um eine Einführung in die besondere, von dem bekannten Heidelberger Gelehrten vertretene Richtung der sogenannten Kultursociologie. Alfred Weber hat eine Reihe seiner ehemaligen Schüler zur Mitarbeit herangezogen, die auf diese Weise gewissermaßen zum ersten Mal einer breiteren Öffentlichkeit vorgestellt werden. So finden sich Beiträge von Gräfin Leonore Lichnowsky, Nikolaus Sombart, Hanno Kesting, Herbert v. Borch, Heinz Markmann, Götz Roth, Emil Faul und Hans-Joachim Arndt. Der letzte Teil des Buches bringt noch einen Überblick über soziologische Schulen des Auslandes. Leider macht sich ein sehr deutlicher Unterschied zwischen der Qualität der Beiträge des Heidelberger Meisters und der seiner Schüler bemerkbar. Deren Beiträge sind zum Teil doch etwas sehr mager ausgefallen und beeinträchtigen damit in etwa den Wert der sonst verdienstvollen Arbeit. F. zu Löwenstein S.J.

Michlig, Paul: Innerbetriebliche Werbung um Mitarbeit. Ein Handbuch für die Praxis. (207 S.) Essen 1953, Verlag W. Girardet. DM 19,80.

Etwas verwirrend ist vielleicht der Titel. Es geht um das, was man sonst wohl die Schaffung des rechten Betriebsklimas nennt. Weil dieses sich aber nicht durch Befehl schaffen, weil es sich überhaupt nicht „machen“ läßt, weil es erworben sein will und weil sich „erwerben“ (wenigstens philologisch) von „werben“ herleitet, darum spricht Michlig von innerbetrieblicher Werbung. Wenn man auch über die Richtigkeit dieses Titels verschiedener Meinung sein kann — inhaltlich bietet der Verfasser eine Fülle außerordentlich wirklichkeitsnaher, praktischer Ratschläge über das rechte Verhalten der im Betrieb schaffenden Menschen zueinander; über das Wecken des Interesses des Arbeiters