

Michael Schmolke

Daten und Texte zur Reduzierung der kirchlichen Medienarbeit in Österreich und zum Ende von „Multimedia“

Im vorigen Heft hat „Communicatio Socialis“ in einer kurzen Notiz (S. 259) angedeutet, dass die kirchliche Medienarbeit in Österreich, soweit sie das Land als ganzes betrifft, „in Auflösung begriffen“ sei. Die Veränderungen, die seit April 2001 im Laufe des Sommers eingetreten sind, bedeuten in der Tat das „Ende der auf konziliärer bzw. synodaler Basis nach 1974 errichteten Strukturen kirchlicher Medienarbeit“ in Österreich.

Da sich die Abläufe – und insbesondere die treibenden Kräfte – noch nicht in belegbaren Einzelheiten nachzeichnen bzw. benennen lassen, begnügen wir uns mit der Dokumentation einer Auswahl von öffentlich zugänglichen Materialien.

1 Das Öffentlich-Werden der Ereignisse

Am 6. April 2001 meldete die katholische Nachrichtenagentur Österreichs, die KATHPRESS:

„Bischöfe ordnen Medienbereich neu

Journalistenausbildung wird künftig einen besonderen Schwerpunkt bilden

Wien, 6.4.01 (KAP) Die Österreichische Bischofskonferenz ordnet ihren Medienbereich neu. Bei der Frühjahresvollversammlung der Bischöfe in Mariazell wurde beschlossen, dass in Zukunft die Journalistenausbildung einen Schwerpunkt bilden soll. Im Hinblick auf die katholische Nachrichtenagentur ‚Kathpress‘ (die auch die Funktion einer Pressestelle der Bischofskonferenz wahrnimmt) sind Überlegungen im Gang, das Nachrichtenangebot der Agentur noch stärker auch für den innerkirchlichen Bereich zu nutzen. Das Medienbüro der Bischofskonferenz, dessen provisorisches Statut am 31. August ausläuft, wird in Zukunft als Fachreferat beim Sekretariat der Bischofskonferenz fungieren.

Zu den öffentlichen Diskussionen über Kündigungen im Bereich des Medienbüros stellte der Sekretär der Bischofskonferenz, Msgr. Ägidius Zsifkovics, fest, dass es sich um zwei Kündigungen handle; für die Betroffenen gebe es selbstverständlich eine Sozialplan. Das künftige Fachreferat wird als ‚schlanke Struktur‘ mit zwei zentralen Aufgabenbereichen –

als Kommunikationsplattform für die Öffentlichkeits-Verantwortlichen der Diözesen und bei der Koordination der Gottesdienstübertragungen in Radio und Fernsehen – tätig sein.

Das Konzept der katholischen Kirche in Österreich im Medienbereich basiert auf den vatikanischen Medieninstruktionen ‚*Communio et Progressio*‘ und ‚*Aetatis Novae*‘, betonte Msgr. Zsifkovics. Dieses Konzept werde den wechselnden Erfordernissen angepasst. Die Journalistenausbildung sei die große Herausforderung der kommenden Jahre. Details könnten aber jetzt noch nicht genannt werden.

Die Funktion des ‚Medien-Bischofs‘ wird erst bei einer der beiden nächsten Vollversammlungen des Episkopats neubesetzt werden. (ende)“

Die „Kathpress“, die für Österreich eigentlich die gleichen Funktionen erfüllen soll wie die KNA für Deutschland, unterscheidet sich von der KNA durch ihr auferlegte Multifunktionalitäten: Sie ist zugleich Pressestelle der Bischofskonferenz, und ihr Chefredakteur Erich Leitenberger ist¹ auch Direktor des Amtes für Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation der Erzdiözese Wien, Herausgeber der Wiener Kirchenzeitung sowie Herausgeber des Gratis-Verteilblattes „Dialog“ der Erzdiözese Wien.

2 Das Verschwinden des „Katholischen Zentrums für Massenkommunikation Österreichs“

Das „Medienbüro der Österreichischen Bischofskonferenz“, das laut Kathpress als „Fachreferat beim Sekretariat der Bischofskonferenz“ („Rumpfmedienbüro“) weiterarbeiten soll, war seit 1998 der Platzhalter für das 1974 gegründete „Katholische Zentrum für Massenkommunikation Österreichs“.

Bei diesem handelte es sich eindeutig um eine Reformstruktur im Sinne des Zweiten Vaticanums, näherhin der Pastoralinstruktion *Communicatio et Progressio* (CeP) (Nr. 120 u. 169 ff.). Seine Binnenstruktur ging, insofern sie teildemokratisiert und in ihren Aufgaben durch den „Österreichischen Synodalen Vorgang“ von 1974 sanktioniert war, über die Anforderungen von CeP hinaus.

1998 wurde das Zentrum, weil allgemein gespart werden musste, gewissermaßen in den einstweiligen Ruhestand geschickt. Seine Aufgaben sollte das „Medienbüro“ übernehmen. Dessen Stellung wurde in einem provisorischen Statut verbrieft, das bis zum 31. August 2001 befrei-

¹ Stand: Ende Juni 2001

stet, also *ad experimentum* gedacht war. Das Statut enthält u.a. folgende Regelungen:

„Die ÖBK hat dem bisherigen Katholischen Zentrum für Massenkommunikation Österreichs ein neues Statut gegeben. Das Zentrum heißt in Zukunft: Medienbüro der Österreichischen Bischofskonferenz. Das Statut tritt mit 1.9.1998 in Kraft.

I. Zweck und Aufgabe

§ 1

1. Die überdiözesane Institution für Medien und Kommunikation „Medienbüro der ÖBK“ ist eine Institution der Österreichischen Bischofskonferenz, welche mit der Wahrnehmung jener Aufgaben betraut ist, die im Dekret ‚Inter mirifica‘ des zweiten Vatikanischen Konzils, der Pastoralinstruktion ‚Communio et Progressio‘ und der Pastoralinstruktion ‚Aetatis Novae‘ sowie den entsprechenden Beschlüssen der Österreichischen Bischofskonferenz für den Bereich Medien und Kommunikation festgelegt sind.

Das Medienbüro ist von der Österreichischen Bischofskonferenz eingerichtet und leistet ihr bei der Erfüllung ihrer Aufgaben im Rahmen ihres Zweckes Hilfestellung.

2. Die Aufgaben des Medienbüros der ÖBK sind insbesondere:

- a) die Beratung der Österreichischen Bischofskonferenz in Medienfragen,
- b) die Förderung der kategorialen Seelsorge auf dem Gebiet der Medien und der Kommunikation,
- c) die Koordinierung und Förderung von diözesanen Stellen, der errichteten Fachreferate untereinander und im Sinne der ökumenischen Zusammenarbeit mit ähnlichen Institutionen anderer christlicher Bekenntnisse,
- d) die Wahrnehmung kirchlicher Interessen gegenüber gesellschaftlichen und staatlichen Institutionen, welche zweckverwandt sind,
- e) die Wahrnehmung der internationalen Zusammenarbeit mit internationalen christlichen Institutionen ähnlicher Zweckbestimmtheit,
- f) die Kooperation und die Hilfeleistung mit und für diözesane Institutionen ähnlichen Zweckes.

II. Organe

§ 2

1. Das Medienbüro der ÖBK hat folgende Organe:

- a) die Medienkommission der Österreichischen Bischofskonferenz,
- b) die Geschäftsführung,

c) die Fachreferate mit ihren Fachbeiräten.

2. Die Funktionsdauer der Kommissionen und Beiräte beträgt fünf Jahre und sie endet jedenfalls mit der konstituierenden Sitzung des nachfolgenden Gremiums.

§ 3 Medienkommission der Österreichischen Bischofskonferenz

1. Zusammensetzung

Die Medienkommission setzt sich zusammen aus

- a) dem Referenten in der Österreichischen Bischofskonferenz für Medienfragen als Vorsitzenden,
- b) dem Sekretär der Österreichischen Bischofskonferenz,
- c) dem von der Österreichischen Bischofskonferenz bestellten Geistlichen Assistenten,
- d) dem vom jeweiligen Diözesanbischof bzw. dem Militärordinarius bestellten Diözesanvertreter,
- e) dem Geschäftsführer,
- f) den Fachreferenten.

Die Medienkommission ist berechtigt, Fachleute in die Kommission zu kooptieren, die kein Stimmrecht haben. [...]

§ 5

Folgende Fachreferate werden eingerichtet:

- a) Fachreferat für Publizistik und Printmedien,
- b) Fachreferat für Rundfunk,
- c) Fachreferat für neue Medien, audiovisuelle Medien und Film [...]

§ 6 Fachbeiräte

Jedem Fachreferat ist ein Fachbeirat zuzuordnen. Die Zusammensetzung und Arbeitsweise der Fachbeiräte sind in Geschäftsordnungen zu regeln. Die Fachbeiräte haben die Aufgabe, die Fachreferate in ihrer Tätigkeit beratend zu unterstützen, aktuelle Fragen ihrer Zuständigkeit zu beraten und dazu Stellungnahmen an die Medienkommission der ÖBK abzugeben. [...]

§ 7 Arbeitsweise

Der Vorsitzende der Medienkommission ist gegenüber dem Geschäftsführer in Sachfragen weisungsberechtigt. [...]

III. Finanzierung und Finanzkontrolle

§ 8

Die Finanzierung des Medienbüros obliegt der Österreichischen Bischofskonferenz, wobei seitens des Medienbüros getrachtet werden soll, durch Eigenproduktionen, Veräußerungen von Publikationen, Sponsor-

gelder, Subventionen nichtkirchlicher und kirchlicher Organisationen oder sonstiger Förderungen Mittel zu Finanzierung selbst aufzubringen. [...]

IV. Schlussbestimmung

§ 10 Inkrafttreten und Änderung der Statuten

1. Die Statuten des Medienbüros der ÖBK werden seitens der Österreichischen Bischofskonferenz beschlossen und im Amtsblatt der Österreichischen Bischofskonferenz veröffentlicht. [...]

§ 11 Aufhebung und Übergangsbestimmungen

1. Das Medienbüro der ÖBK kann nur von der Österreichischen Bischofskonferenz aufgelöst und aufgehoben werden. [...]

2. Alle Rechte und Pflichten, welche vom bisherigen Katholischen Zentrum für Massenkommunikation eingegangen wurden, werden vom Medienbüro der ÖBK mit seiner Konstituierung übernommen. Dabei wird festgestellt, dass diese Verpflichtungen dadurch, dass es sich auch beim bisherigen Katholischen Zentrum für Massenkommunikation um ein unselbständiges Werk der Österreichischen Bischofskonferenz gehandelt hat, der Rechtsperson Österreichische Bischofskonferenz zuzurechnen waren und sind.

Diese Statuten wurden von der Österreichischen Bischofskonferenz am

1. April 1998 ad experimentum auf die Dauer von 3 Jahren genehmigt und treten mit Wirksamkeit vom 1. September 1998 in Kraft.“

Das Medienbüro, dessen Rückbindung an die diözesanen Strukturen (und die Gläubigen!) der österreichischen Kirche nur noch dünn - durch den Beirat - gewährleistet war, beendet seine Tätigkeit aufgrund der Nicht-Verlängerung des Statuts im Sinne eines Beschlusses der Österreichischen Bischofskonferenz² (2.-5. April 2001 Mariazell).

Seine Weiter-Existenz als radikal abgespecktes Fachreferat verändert die Basis der kirchlichen Medienarbeit sowohl im theologischen als auch im organisationsstrukturellen Sinne. Es handelt sich fortan um eine Stabsstelle des Sekretariats der Bischofskonferenz, die aufgrund ihrer begrenzten Aufgabenstellung, ihrer kargen Personalausstattung³ und ihrer Unterstellung unter das Sekretariat nicht mit der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz verglichen werden darf. Eine Verbindung zu den Ideen von CeP ist nicht mehr zu erkennen. Der in der o.e.

² Die diesbezüglichen Protokollzeilen sind nicht öffentlich.

³ Fünf der sieben Mitarbeiter des Medienbüros wurde gekündigt, eine Kündigung wieder zurückgenommen.

Kathpress-Meldung gegebene Hinweis auf Journalistenausbildung als künftigen Schwerpunkt enthält nichts Neues: So lange wie das erloschene Zentrum gibt es die Katholische Medienakademie als studienbegleitende Institution mit zahlenmäßig geringem Absolventen-Output.

Die auf der Basis des Ex-Medienbüros von der Österreichischen Bischofskonferenz herausgegebene medienpraktische Fachzeitschrift „Multimedia“ (gegr. 1973), die mit ihrer Rubrik „Filmschau“ die Funktion der deutschen Zeitschrift „Filmdienst“ erfüllte, stellte mit der Nr. 13/2001 am 4. Juli ihr Erscheinen ein.

In den letzten Heften dieser Zeitschrift sind eine Reihe von Gastkommentaren erschienen, die sich mit der Ausdünnung der Medienarbeit und dem bevorstehenden Ende von „Multimedia“ kritisch auseinandersetzen.⁴

Communicatio Socialis-Mitherausgeber Michael Schmolke bekam in dieser Reihe Gelegenheit, das Zentrum, das Büro und „Multimedia“ sowie die Entscheidung der österreichischen Bischöfe kritisch zu beleuchten. Er schrieb in Nr. 11 vom 10. Juni 2001:

„Die Demontage

Was sich zur Zeit mit der katholischen Medienarbeit in Österreich abspielt, erinnert an die ersten Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg im besetzten Deutschland: Es wird demontiert. Allerdings sind es nicht die Sieger, die da abbauen lassen, sondern jene Instanz, deren Image in den letzten Jahren diffus geworden ist, weil sie zu einhelligen Aussagen nicht mehr bereit zu sein scheint: die Österreichische Bischofskonferenz. Eines der wenigen Plus-Konten, das die Konferenz noch in der Öffentlichkeit zu verbuchen hatte, war die von ihr getragene, aber fachlich relativ unabhängige Medienarbeit. Ihr Standort war seit 1998 das Medienbüro der Bischofskonferenz.

Ansehen und Autorität der Medienarbeit leiteten sich aus der fachlichen Kompetenz der Mitarbeiter des Büros ab. Sie müssen jetzt gehen, weil das Medienbüro aufgelöst wird. Dabei war diese Einrichtung selbst – daran muss erinnert werden – nur mehr die Schrumpf- und Sparversion einer Institution, auf die Österreichs Kirche stolz sein konnte. Ich spreche vom 1974 gegründeten Katholischen Zentrum für Massenkommunikation Österreichs. Es war eine Gründung im Sinne des Zweiten Vatikanums und wurde durch die Beschlüsse des Österreichischen Synodalen

⁴ Karl Volker Schmitt (Heft 7/2001), Hannes Mäser (Heft 8/2001), Bernhard Natschlager (Heft 9/2001), Jan-Uwe Rogge (Heft 10/2001), Michael Schmolke (Heft 11/2001), Armin Thurnher (Heft 12/2001), Fritz Hausjell (Heft 13/2001) und Sepp Brugger (Heft 13/2001).

Vorgangs voll in die Pflicht genommen, und zwar *expressis verbis* im Sinne der Pastoralinstruktion ‚*Communio et Progressio*‘ von 1971 (vgl. Teil IV, Ziffer 1 der Dokumente des ÖSV, Wien 1974). Auf dieser Basis war das Zentrum eine auf funktionstüchtige Weise teildemokratisierte Struktur der österreichischen Kirche. Ihre Ortskirchenstruktur kam dadurch zum Tragen, dass in jeder Diözese entsprechende Zentren eingerichtet wurden, in denen sich die Gliederung des Gesamtzentrums in Presse-, Hörfunk-, Fernseh- und Filmkommission spiegelte.

Auf Zweckmäßigkeit und Sparsamkeit wurde durchaus geachtet. So trat etwa in die Funktion der Pressekommission des Zentrums der Verband katholischer Publizisten, eine ohnehin bestehende Organisation, ein.

Es zeigte sich jedoch nur zu bald, dass der Rat aus den Kommissionen wenig gefragt war. Auf diözesaner Ebene funktionierten sie nur dort, wo sie Dienstleistungen im engsten Sinne des Wortes erbrachten, wie es z.B. die Hörfunkkommission für die Gottesdienstübertragungen im ORF-Programm taten.

Eine Verschlinkung der Zentrumsarbeit war also durchaus erwägenswert. Aber auch für dieses Vorhaben war der Rat der Fachleute kaum gefragt. Das Verschlinkungsergebnis „Büro“ – eben jenes, das jetzt aufgelöst wird – war im engeren Sinn nicht mehr konzils- und schon gar nicht synodenkonform; denn die auf dem Gebiet der Massenmedien theologisch durchaus zu rechtfertigende Teildemokratisierung wurde beiseite geschoben. Jetzt widerfährt das auch der Kompetenz – überflüssig zu sagen, dass die Kompetenz bei den „Laien“ lag (und liegt).

So bestätigt sich der Eindruck, der sich seit geraumer Zeit aufdrängt: Keiner der im aktiven Dienststand befindlichen österreichischen Bischöfe gibt zu erkennen, dass er über Kompetenz auf dem Felde der öffentlichen gesellschaftlichen Kommunikation (*communicatio socialis*) verfüge und diese auch wahrzunehmen bereit wäre. Sie wollen sich auch nicht helfen lassen. Während die Deutsche Bischofskonferenz seit Jahrzehnten über eine hochkarätig besetzte Publizistische Kommission (an ihrer Spitze Fach-Bischöfe wie Tenhumberg, Moser, Spital!) verfügt und außerdem noch auf den Rat der entsprechenden Kommission des Zentralkomitees der Deutschen Katholiken zurückgreifen kann, bedienen sich Österreichs Oberhirten allenfalls der Einzelberatung, meistens im Interesse der je eigenen Diözese. Dabei werden haarsträubende Fehler gemacht, wie es etwa Personalunionsbesetzungen in einander ausschließenden Funktionen sind (z.B. Pressestellenleiter und Kirchenzeitungschefredakteur in einer Person). Interessiert sind wenigstens einige Bischöfe an ihrer Präsenz in den Medien, werden aber oft zu reinen Quotenbringern instrumentalisiert.

Auf der Strecke soll auch die Zeitschrift [Multimedia] bleiben, in welcher diese Zeilen erscheinen. Es handelt sich dabei um eine von drei Fachzeitschriften des Landes, die sich mit Fragen der öffentlichen Kommunikation beschäftigen, ohne dass sie von wirtschaftlichen Interessen beeinflusst werden. Sie ist – besonders aufgrund ihrer filmkritischen Tradition – die praxisnächste und entsprechend vielbenutzte. Weil sie stets um sachliche Korrektheit und journalistische/wissenschaftliche Qualität bemüht war, gehört sie zu jenen kirchlichen Organen, die in bescheidener, aber allseits respektierter Arbeit Punkte für die Kirche sammeln. Sie hatte – dies sei zur Ehre ihrer Herausgeber gesagt – stets viel Freiheit. Wenn sie nun wenigstens eingestellt würde wegen Aufmüpfigkeit! Nein, sie muss aufhören, weil es zu sparen gilt. Am anderen Ende fließt das Geld in PR-Aktivitäten, nach deren Sinn gefragt werden darf.“

3 Proteste

Da die Kündigungen der Mitarbeiter des Medienbüros vorsorglich schon vor der Entscheidung von Mariazell ausgesprochen wurden, gab es bereits im März warnende und kritische Stimmen in der österreichischen Presse. Angesichts der Ankündigung, dass auch „Multimedia“ eingestellt werden solle, nahm die deutsche „Funkkorrespondenz“ unter neutraler Überschrift⁵ kritisch Stellung – verständlicherweise: Man stelle sich vor, die Zentralstelle Medien und das Katholische Institut für Medieninformation würden aufgelöst und „Filmdienst“ wie „Funkkorrespondenz“ müssten ihr Erscheinen einstellen!?

In Österreich gipfelte die Protestwelle in einem „Offenen Brief an alle österreichischen Bischöfe“, der von P. Leo Wallner SJ, dem Geistlichen Assistenten des Medienbüros, konzipiert und in der Pfingstwoche 2001 abgeschickt wurde. Der Brief hat folgenden Wortlaut:

„Offener Brief an alle österreichischen Bischöfe

Die Unterzeichneten registrieren mit Bestürzung, dass das Medienbüro der Österreichischen Bischofskonferenz zur Jahresmitte liquidiert werden soll. Diese Vorgangsweise droht die Medienarbeit der Kirche nachhaltig zu beschädigen.

Das Katholische Zentrum für Massenkommunikation war eine Gründung im Gefolge des Zweiten Vatikanischen Konzils. Das Dekret *Inter mirifica* verlangt ausdrücklich, dass in den einzelnen Ländern eigene Stellen für

⁵ Österreich: Bischöfe ordnen Medienbereich, FK 18.2001, S. 19.

Presse, Film, Rundfunk und Fernsehen errichtet und mit allen Mitteln unterstützt werden.⁶ Die Aufgaben dieser Stellen sind in der Pastoralinstruktion *Communio et Progressio* ausführlich dargelegt⁷ und in der Pastoralinstruktion *Aetatis Novae* mit der Forderung nach einem Pastoralplan für soziale Kommunikation bekräftigt.⁸ Erst im April 1999 hat der Kongress der Medienbischöfe Europas in Montserrat/Barcelona⁹ die Medien- und Kommunikationskompetenz in der Kommunikationsgesellschaft als eine Schlüsselqualifikation bezeichnet und verlangt, dass

- die nationalen Bischofskonferenzen Maßnahmen zur Förderung von Medien- und Kommunikationskompetenz ergreifen;
- der Dialog und eine strukturelle Vernetzung zwischen den kirchlichen Verantwortlichen und wissenschaftlichen Institutionen, die die Entwicklung im Medienbereich verfolgen und/oder sich mit Medienethik befassen, gefördert wird;
- in der Medienarbeit ökumenische Zusammenarbeit als immer notwendiger angesehen wird.

Das Katholische Zentrum für Massenkommunikation, das diese Aufgaben wahrzunehmen hatte, wurde mit September 1998 in ein ‚Medienbüro der Bischofskonferenz‘ umgewandelt. Das neue Statut sollte drei Jahre *ad experimentum* gelten; es beraubte diese zentrale Stelle der relativen Selbstständigkeit, die das Zentrum bei enger Bindung an die Bischöfe gehabt hatte. Das Statut von 1998 wurde nun weder verlängert, noch trat der frühere Rechtszustand wieder in Kraft. Unmittelbar nach dem Rücktritt des Medienbischofs Weber wurde das Medienbüro zur Abwicklung freigegeben. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden auf die Jahresmitte 2001 gekündigt, die in Fachkreisen anerkannte Zeitschrift *multiMEDIA* wird mit Ende Juni eingestellt, das Schicksal anderer, z.T. ökumenischer Dienste ist unbekannt.

Im Zentrum für Massenkommunikation und in den Fachbeiräten des Medienbüros haben die wichtigsten katholischen Journalisten, Medienverantwortlichen und Publizistikwissenschaftler Österreichs drei Jahrzehnte hindurch mitgearbeitet und ihre Zeit und Energie investiert. Noch im Dezember 2000 hat das Medienbüro in Zusammenarbeit mit dem ORF ein erfolgreiches Internationales Symposium¹⁰ organisiert. Zahlreiche Veranstaltungen, Publikationen und Expertisen waren das Ergebnis der

⁶ *Inter mirifica*, 1962, 21. [Die Fußnoten 6 bis 10 tragen im Originaldokument die Nummern 1-5.]

⁷ *Communio et Progressio*, 1971, 169ff.

⁸ *Aetatis Novae*, 1992, 20ff.

⁹ Montserrat/Barcelona, 7.-11. April 1999.

¹⁰ „Medien - Utopien - Religion“, 1./2. Dezember 2000.

ehrenamtlichen Expertenarbeit des Zentrums und des Medienbüros bis heute. Niemand von den Beteiligten wurde über die Absichten der Österreichischen Bischofskonferenz informiert. In einer beispiellosen Brückierung wird die Arbeit von Jahrzehnten durch administrative Schritte ohne Rücksprachen, Beratungsvorgänge oder weiterführende Konzepte zunichte gemacht.

Dagegen protestieren die Unterzeichnenden. Niemand verschließt sich der Notwendigkeit von Reformen, Umstrukturierungen oder Sparmaßnahmen; aber Abschaffung statt Neukonzeption, die Vermeidung des Dialogs mit Fachleuten wie z.B. den Mitgliedern der bischöflichen Medienkommission und die Beseitigung der Vorgaben des Konzils müssen entschieden abgelehnt werden, weil dadurch professionelle Arbeit, Medienpräsenz, Laienarbeit in der Kirche und damit die Kirche selbst schweren Schaden erleidet.

Daher appellieren die Unterzeichnenden an den zukünftigen Medienbischof, dieser negativen Entwicklung energisch entgegenzuwirken, den Dialog wieder aufzunehmen und ein zeitgemäßes kirchliches Medienkonzept in Auftrag zu geben und für den Bestand der dazu notwendigen Institutionen Sorge zu tragen.“

[Es folgen 73 Unterschriften österreichischer Journalisten, Künstler und Wissenschaftler.]

Proteste ähnlicher Art hatte es schon 1997 angesichts der geplanten Reduzierung des Katholischen Zentrums zum „Medienbüro“ gegeben. Das Zentrum für Massenkommunikation der Erzdiözese Salzburg (formell bis heute nicht aufgehoben) schrieb am 24. Januar 1997 an den Grazer Bischof Johann Weber (damals Vorsitzender der Bischofskonferenz):

„Mit großer Bestürzung hat das Zentrum für Massenkommunikation der Erzdiözese Salzburg das Schreiben des Sekretärs der Bischofskonferenz an den Generalsekretär des Katholischen Zentrums für Massenkommunikation vom 2. Jänner 1997 über die ‚Neustrukturierung des Zentrums für Massenkommunikation‘ zur Kenntnis genommen.

Die Neustrukturierung des Zentrums für Massenkommunikation in der geplanten Form bedeutet, dass eine wichtige Gesprächsebene zwischen katholischer Kirche und Medien aufgelöst wird. Darüber hinaus wird innerkirchlich ein bewährtes Instrument der Mitwirkung und Mitverantwortung der Laien abgeschafft.

Das Zentrum für Massenkommunikation entspricht in seiner bisherigen Struktur – ein fachlich kompetenter Laie als Vorsitzender und ein medienfahrener Priester als geistlicher Assistent – den Intentionen des Kon-

zilsdekretes ‚Inter mirifica‘ und der Pastoralinstruktion ‚Communio et progressio‘. Auch die Bischofssynode über die Laien hat bekräftigt, dass hinsichtlich der Weltverantwortung der Christen die Laien ihren unverzichtbaren und maßgeblichen Beitrag zu leisten haben. Die Medien waren schon bisher und werden immer mehr ein solcher Lebensbereich.

Die Umwandlung des Zentrums für Massenkommunikation in einen Beirat des Medienbischofs widerspricht den Intentionen des Konzils und aller daraus folgenden päpstlichen und bischöflichen Dokumente sowie den Ergebnissen des Österreichischen Synodalen Vorganges (ÖSV) in diametraler Weise. Das Zentrum für Massenkommunikation ist eine unmittelbar aus dem ÖSV erwachsene Struktur, die nicht mit einem Federstrich ohne Befassung vergleichbar legitimierter Gremien aus der Welt geschaffen werden kann. Wir halten dieses Vorhaben für einen Rückschritt in der innerkirchlichen Mitbestimmung und darüberhinaus für demokratiethoretisch höchst bedenklich: der Eindruck in der Öffentlichkeit kann nur negativ sein.

Außerdem wird der intensive und fruchtbare Dialog zwischen fachkompetenten christlichen Laien und den Partnern in den Medien, insbesondere im ORF, fundamental gestört. Den diözesanen Medienkommissionen wird die Basis für ihre Zusammenarbeit mit den ORF-Landesstudios entzogen.

Das Zentrum für Massenkommunikation der Erzdiözese Salzburg ist gerne bereit, konstruktive Diskussionsbeiträge für eine neue Gliederung und Neudefinition der Fachbereiche im Rahmen der bestehenden Struktur des Zentrums für Massenkommunikation zu leisten. Insbesondere stellen die neuen Medien sowie künftige private Rundfunkanbieter eine Herausforderung dar. Dabei ist zu beachten, dass die bisherige partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem ORF nicht nur nicht gefährdet, sondern vertieft und intensiviert wird. Das Zentrum für Massenkommunikation der Erzdiözese Salzburg erwartet, dass aufgrund der hier vorgetragenen Argumente erneut Beratungen aufgenommen werden, und zwar unter Mitwirkung von Vertretern der Zentren aller Diözesen.“

Den Salzburger Erwartungen wurde seinerzeit nicht Rechnung getragen, und auch für den Offenen Brief von 2001 darf man angesichts der Sparzwänge, aber auch des wenig transparenten Verfahrens keine geeigneten Leser erwarten.

P.S.: Auch in einigen österreichischen Diözesen steht es zur Zeit nicht zum Besten um die kirchliche Medienarbeit. Ungeachtet der Kleinheit des Landes und der im großen Ganzen ähnlichen pastoralen Probleme gibt es Bischöfe, die die Medienarbeit aus Kooperationen heraus und in

die alleinige diözesane Kompetenz zurückzuführen bestrebt sind. Zudem führen Sparsamkeitserwägungen zur Besetzung publizistischer Berufsrollen, die funktional getrennt sein sollten, mit Personalunionen. So ist der Mediensprecher der Erzdiözese Salzburg seit mehreren Jahren auch Chefredakteur der Salzburger Kirchenzeitung „Rupertusblatt“. Dazu hat das Diözesanforum Salzburg (1994-1996) auf dem Diözesantag 1996 (18.-22. September) mit 128 gegen 27 Stimmen folgenden Antrag beschlossen:

„Die Funktionen des Leiters der Pressestelle der Erzdiözese (bzw. des Referats für Medien- und Öffentlichkeitsarbeit) und des Chefredakteurs des 'Rupertusblattes' sind nach übereinstimmender Ansicht der Medienpraktiker und der Kommunikationswissenschaftler unvereinbar und daher zu trennen.“

Der Erzbischof von Salzburg hat sich diesen Antrag in folgender Form (Verordnungsblatt 2/2 Februar 1997) zu eigen gemacht:

„Die Frage nach der Vereinbarkeit der Funktionen des Leiters der Pressestelle der Erzdiözese und des Chefredakteurs des 'Rupertusblattes' ist zu überprüfen und im Hinblick auf die Finanzierbarkeit zu entscheiden.“

Hans Kuhn-
Schädler

Die „feudale“ Situation der katholischen Kirchenpresse in der Schweiz

650.000 Abonnements für ca. 2,5 Millionen Katholiken

In der deutschsprachigen Schweiz erhalten 650.000 Haushalte die katholischen Kirchenblätter. Geht man davon aus, dass in der deutschen Schweiz rund 2,5 Millionen Katholiken und Katholikinnen leben, erreicht die katholische Presse den allergrößten Teil der katholischen Bevölkerung. Darin liegt eine große Chance für die Kirche: sie besitzt durch ihre Kirchenblätter ein unerwartet weitreichendes Sprachrohr.

Die hohe Abonnentenzahl erstaunt auf den ersten Blick, vergleicht man sie mit den Verhältnissen in Deutschland und in Österreich. Sie ist jedoch darauf zurück zu führen, dass die meisten Kirchenblätter in der deutschsprachigen Schweiz durch die einzelnen Kirchgemeinden oder die kantonalen Synoden bezahlt werden. Dem kommt die Einrichtung der landeskirchlichen Strukturen entgegen, die nachfolgend kurz skizziert wird.

Die Doppelstruktur Bistumskirche und Landeskirche

Eine schweizerische Besonderheit der römisch-katholischen Kirche in der Schweiz ist die Verdoppelung des kirchenrechtlichen Systems durch das staatskirchenrechtliche System, auf Grund dessen die Mitglieder der Kirche zugleich Mitglieder der öffentlich-rechtlichen Gebietskörperschaft sind (www.kath.ch/Portrait). Während sich die Bistumskirche und die Pfarrei auf das kirchliche Leben konzentrieren können, nehmen die Landeskirchen die administrativen-finanziellen Belange wahr.

Durch diese Doppelstruktur sind sowohl die „Bistumskirchen“ wie die „Landeskirchen“ zum stetigen Dialog herausgefordert, was beiderseits eine Bereicherung darstellt und auch dem demokratischen Empfinden der Schweizer Bürgerinnen und Bürger entgegenkommt.

Beispiel Bistum Basel

Das Bistum Basel umfasst 10 Kantone. Diese gelten einerseits als Bistumsregionen, denen ein Regionaldekan für die pastoralen Aufgaben vorsteht, andererseits haben sich in den meisten Kantonen öffentlich-

rechtliche Landeskirchen gebildet, in denen die Kirchgemeinden vertreten sind. Auf der lokalen Ebene gibt es die Verbindung von Pfarrei und Kirchgemeinde.

Diese Struktur ist auch für die kirchliche Presse von großem Vorteil. Die Kirchgemeinden verwalten die Steuergelder auf Gemeinde-Ebene, die Landeskirchen auf kantonaler Ebene. So haben die Finanzen einen starken Basisbezug. Für die kirchliche Presse bedeutet dies, dass sie von den Kirchgemeinden oder teilweise von den kantonalen Landeskirchen in ihre Budgets und Rechnungen aufgenommen werden. Die Abgabe der kirchlichen Presse an alle Haushalte ist eine kleine Gegenleistung für die Steuergelder, die an die Kirchgemeinden und an die Landeskirchen bezahlt werden.

Es hat sich gezeigt, dass die Kirchenbürgerinnen und Kirchenbürger ein großes Interesse an ihrem Printmedium haben. Die Schweiz kennt also keine Bistumsblätter, deren Herausgeber die Bistumsleitung ist. Ihre Presse ist weitgehend kantonal organisiert. Das heißt nun wiederum nicht, dass die Kirchenblätter nicht bistumsorientiert sind. Die Kirchenblätter der Bistumsregionen Basel enthalten beispielsweise Bistumsseiten, in denen der Bischof zu Worte kommt. Zudem berichten die Kantonalen Kirchenblätter regelmäßig über kirchliche Prozesse in den verschiedenen Bistumsregionen und selbstverständlich auch über das, was europaweit und weltweit geschieht. In den Kantonalen Kirchenblättern wird zudem den Pfarreien Platz eingeräumt. Meist sind dabei mehrere Pfarreien einer Region oder eines Dekanats enthalten.

Bunte Vielfalt

Die verschiedenen Namen der Kantonalen katholischen Printmedien weisen darauf hin, dass verschiedene Konzepte zu Grund liegen, die vor allem auf lokale Gegebenheiten zurück zu führen sind. So heißen sie: kirche + pfarrei; forum; kirchenblatt; Horizonte; Pfarrblatt des Kantons x; Kantonales Pfarrreiblatt ...

Die kirchlichen Blätter sind zusammengeschlossen in der ARPF (Arbeitsgemeinschaft der deutschsprachigen Pfarrreiblatt-Redaktionen). Die Arbeitsgemeinschaft hält einen regen Informationsaustausch und beschließt gemeinsame Projekte. Einige der kantonalen Pfarrreibblätter pflegen eine verstärkte Zusammenarbeit, teilweise in festen Kooperationen.

Zukunftsperspektiven

Wir sehen in unseren kirchlichen Printmedien in der Schweiz gute Perspektiven für die Zukunft. Sowohl die Konzepte, als auch die Ausgangslage sind vorteilhaft:

- die Kirchenpresse ist basisorientiert und zugleich offen für die Gesamtkirche.
- die lokale (kantonale) Orientierung erleichtert den Dialog.
- die Redaktionen können stärkere Beziehungen zur Leserschaft aufbauen; sie sind „greifbar“ nahe und zumeist lokal bekannt.
- die Kirchenpresse spiegelt den Lebensraum der Leserschaft wider. Die Menschen erkennen sich darin.
- sie ist ein kirchlicher Spiegel, in den die Menschen neugierig hinein sehen, vor allem wenn sie Berichte aus ihrem Lebensbereich vorfinden.
- die Leserschaft kann leicht zu Wort kommen: Telefonate, Leserbriefe, Besuche in der Redaktion.
- die Gebietsgröße erlaubt es der Redaktion, in kurzer Zeit in Erscheinung zu treten.

All diese Vorteile dürfen aber nicht dazu verführen, sich damit zu begnügen. Es ist noch einiges zu verbessern:

- Beispielsweise ist das Erscheinungsbild bei manchen Kirchenblättern veraltet, von der Papier- und Druckqualität und dem Layout her. Darin besteht wohl ein Nachteil gegenüber großräumigeren kirchlichen Printmedien; die Auflage ist oft zu klein, um ein wirklich ansprechendes Kirchenblatt zu gestalten und herauszugeben. Da wären Kooperationen in größerem Umfang wünschenswert, wie sie teilweise schon verwirklicht und angestrebt werden.
- der lokale Bezug kann den Horizont nach der „größeren Kirche“ einschränken.
- die Basis beschließt jährlich, wie viel Geld sie für ihr Kirchenblatt ausgeben will. (Bekanntlich sind die Schweizer sehr sparsam ...) Da braucht es immer wieder gute Argumente, um die Budgetposten „über die nächste Runde“ zu bringen.
- nicht zuletzt ist es die Kirche selbst: wird ihr Sprachrohr auch zukünftig noch gefragt sein?

Solidarisch und missionarisch

Immer wieder fordern Behördenmitglieder, die Kirchenblätter nur an jene abzugeben, die diese auch wünschen. Dieser Wunsch ist aus finanziellen

Gründen verständlich, doch erweist er sich als eine Falle. Mit dem Rückgang der Abonnentenzahl steigen automatisch die Kosten für die einzelnen Abonnements, da die Grundkosten dieselben bleiben. Da diese von den Kirchgemeinden oder den Landeskirchen bezahlt werden, ändert sich am finanziellen Aufwand der Geldgeber kaum etwas.

Aufschlussreich ist auch folgende Erfahrung: es gibt Kirchgemeinden, die den Haushalten über eine gewisse Zeit das Kirchenblatt zustellen und dann ein Gratis-Bestell-Abonnement beilegen. Die Bestellungen erweisen sich dabei als oft gering. Einerseits werden die Bestellzettel übersehen, es braucht zudem einen Aufwand, sie auszufüllen und zu frankieren, andererseits meinen einige, dass sie durch ein Nichtabonnieren sparen können. Das größte Kirchenblatt der Schweiz, das „forum“ des Kanton Zürichs mit einer Auflage von 170.000 Exemplaren, schlug den umgekehrten Weg ein. Man legte dem modern gestalteten „forum“ ein Schreiben bei, in dem man der Freude Ausdruck verlieh, ihnen regelmäßig ihr Blatt gratis zustellen zu können. Wer die Zustellung des Kirchenblattes aber nicht wünsche, dürfe dies mitteilen. Die Herausgeber rechneten mit einer Abbestellung von 30.000 bis 50.000 Exemplaren. Zum Erstaunen der Herausgeber sind nur wenige Abbestellungen erfolgt.

In diesem Verhalten ist auch eine missionarische Haltung der Kirche zu erkennen. Die Kirche soll immer und immer wieder zu den Menschen gehen, auch mit den modernen Medien. Es kann sein, dass sie oft übersehen werden. Doch lohnt es sich schon, wenn sie im „Printmedienwald“ hier und dort präsent sind. Denn das einzige Blatt, das die Menschen von der Kirche erhalten, sollte nicht die Steuerrechnung sein.

Missionarisch bedeutet für die Kirchenpresse auch, vom Erscheinungsbild und der Sprache her den modernen Menschen anzusprechen. Kirchliche Printmedien dürfen von der Professionalität her nicht abfallen gegenüber anderen Zeitungen und Zeitschriften. Im Erscheinungsbild zeigt die Kirche ihr Gesicht und wieviel wert ihr die Leserinnen und Leser sind.

Catholic Communication Work in Ghana

In general, we enjoy in our Second Republic in Ghana - in contrast to many other African countries - great religious freedom. This is very positive for the established Christian Churches but negative in the way that many charismatic and fundamental religious groups, intruded from outside and financed from there, act very aggressively in the field of religion.

The Catholic Church has about two millions of faithful which is 12% of the total population. The Catholic Church is the largest single religious community but in minority to the combined Protestant Churches. Our Church is well organised in 18 dioceses, and all bishops are native ones.

As for communications, they are quite well developed within the Church. I am - as a layperson - head of the National Office for Communications of the Ghana Bishops' conference, located in Accra. The National Office was founded in 1960. Before that time, there were several diocesan offices which were run by missionaries. At that time, those offices were mostly concerned with film work: they were showing movies with religious contents in parishes around the dioceses. The National Office also started with showing movies but then began to air programs on radio, too. Well known became a meditational program of 30 minutes, although called „The Hour of St. Francis“.

In Ghana, the state policy does not allow political parties or religious groups to operate their own stations. We do have state-owned radio and TV stations which however are obliged to deliver public services. That includes giving free time to religious groups for airing their programs. Since 1993, when the law allowed freedom of speech, also private persons can operate media. This led to the installment of many private stations. Among them are two private stations which are run by Catholics: In the diocese of Wa in the north of the country, Radio Progress is operated by a group of Catholics, and members of the order of the Combonis started a radio station for schools. Right now, a third station is in planning. They can be operated freely but not labelled as Catholic.

The situation is different in the sector of printed periodicals. Everyone can publish newspapers including political parties and Churches. The oldest national Catholic weekly, „The Standard“, was founded around 1945 as second religious paper in Ghana (the first one was „The Christian Messenger“, founded by Presbyterians in 1930). Up to 1985, „The Standard“ was the only Catholic national weekly, spread all over the country and also read by Non-Catholics. Because of its opposition to the

regime at that time, „The Standard“ was banned by the government from 1985 till 1992. As the government then passed the freedom-of-speech law, „The Standard“ could be published again. It did, however, not reach the same circulation as before, because meanwhile many other papers were installed. Today, we have 27 private owned newspapers in Ghana. Within the Church, four dioceses do now have their own Catholic weeklies. They mainly publish news from parish life contributed by free-lance laypeople. They are sold but also need subsidies. It is interesting that most of the editors are laypeople, too.

The work of the National Office today covers all kinds of communications on all levels. So, we coordinate all diocesan and national activities in the fields of print media, radio and television. We advice all bishops on activities in the secular media effecting the Church. We also inform the bishops about relevant policies of the government on such topics.

In the field of media we help the church in the allocation of air time for radio programs on the national radio and TV stations. Besides giving free time to all denominations, the stations also sell more time for money. Unfortunately, the Catholic Church does not have money to buy additional air time. Protestant Churches and especially the charismatic Churches do have money and are buying lots of time for their religious aims.

In general, I must state that the cooperation between the Churches in this field of radio programming is working well. The Muslims do get free time on Fridays, the Christians on Sundays. During the week each denomination can have time for reflections in the morning or in the evening, even for opening and closing the daily transmission of the station. All religious groups meet every three months to distribute the free time we get from the national radio among us. If someone believes he has not got enough time he may buy more time on his own, if he has got the money.

The National Office is also active in media education. Last year, we organised a large seminar in Accra with three parts: one for priests and seminarians, one for catechists and those involved in education, and one for all diocesan communication workers. The topic for all groups was the Vatican document „Aetatis novae“ and how to apply it to communications in parishes and dioceses. Main speaker was Father White from Rome.

Besides distributing all pastoral letters or words of the bishops to parishes we also issue press releases on important events or positions of the Church. One big project we want to realise now is to build a studio for both radio and TV programs. I myself have advised the Communication office of the bishops not to plan a station of their own because it will be too expensive to run. An own studio, however, is possible and helpful as the National Ghana Broadcasting Company is going to operate commerci-

ally. The company will remain in public service but also make money by selling as much time as possible. So we now could cut down costs for such time by producing own programs for airing on the national radio. Incidentally, we hope to get support for this project by Missio and Misereor.

More difficult is the situation with TV programs. In many other African countries, the Catholic Church is producing own programs for TV or religious videos, like in our neighbour country Burkina Faso. For us, it is not possible to use these programs because of the language difference. We could work together with Nigeria because we have the same language, and with Gambia. However, even if there are no language problems, the cultural background is too different. We hope to find solutions within the Association of Episcopal ConferenceS of anglo-phone West Africa which has a commission for communications, the Catholic Media Association of West-Africa.

Finally, we are promoting professional journalism. On the national level, we have the association for Catholic journalists of all media fields. This Guild of Catholic Journalists was founded about 1970. Today we have exactly 103 members, all fulltime-journalists, most of them working in secular media, especially in radio and television, also in the national network. We do not have a Catholic institution for training journalists, but in Ghana there are several communication schools: the Ghana Institute for film and Television, the Ghana Institute of Journalism and the Ghana University for Communication Studies, all operated by the government. Those schools can be attended by Catholics as well, the State doesn't care about the religion of the participants. As a matter of fact, I myself learned journalism at those schools.

If we want to train someone especially in Catholic media work, we are sending them outside the country, for instance to the West African training center for Communications in Kaduna (Nigeria) or to Rome or to other places in Europe or America.

Papst Johannes
Paul II.

Herausforderungen der „Medienkultur“ bewältigen

Ansprache am 16. März 2001 an die Teilnehmer
der Vollversammlung des Päpstlichen Rats für
die sozialen Kommunikationsmittel

Eminenzen,
geschätzte Brüder im Bischofsamt,
liebe Freunde in Christus!

1. Es ist mir eine Freude, euch anlässlich der Vollversammlung des Päpstlichen Rats für die sozialen Kommunikationsmittel begrüßen zu können. Ich ergreife die Gelegenheit, meinen Dank zum Ausdruck zu bringen für all das, was ihr tut, um die Kirche in ihrer vielfältigen Präsenz in der Medienwelt zu unterstützen. Insbesondere möchte ich eurem Rat meine Glückwünsche aussprechen für seinen besonderen Beitrag zum Großen Jubiläum des Jahres 2000.

Das Jubiläum war wirklich eine besondere Glaubenserfahrung in der Stadt Rom und in der ganzen Kirche. Die gelungene Durchführung haben wir zu einem bedeutenden Teil der Aufmerksamkeit zu verdanken, die die verschiedenen Medien den Veranstaltungen des Jubiläums entgegenbrachten. Der Päpstliche Rat hat dabei einen wertvollen Dienst geleistet, indem er die weltweiten Fernsehübertragungen vieler Heilig-Jahr-Feiern koordiniert und den Menschen, die in den Bereichen des Radios, des Fernsehens, der Printmedien und des Fotojournalismus tätig sind, professionelle und pastorale Hilfe geboten hat. Der Rat war auch verantwortlich für die Organisation der unvergesslichen Heilig-Jahr-Feiern der Journalisten im Juni und für das Jubiläum der im Showgeschäft Tätigen im Dezember. Euer Einsatz war zweifelsohne von dem Wunsch geleitet, das Jubiläum zu einer glaubwürdigen Antwort auf den Aufruf des Evangeliums zu machen, „den Armen eine gute Nachricht zu bringen, den Gefangenen die Entlassung zu verkünden und den Blinden das Augenlicht“ (Lk 4,18).

2. Über die Jahre hindurch hat der Päpstliche Rat für die sozialen Kommunikationsmittel äußerst positive Erfahrungen gemacht bei der Zusammenarbeit mit den internationalen Medien, um den Menschen in aller Welt wichtige Ereignisse des kirchlichen Lebens zu übermitteln. Ich denke zurück an den Anfang dieser Aktivitäten und besonders an das Heilige Jahr 1975, als euer Rat unter Leitung von Kardinal Andrzej Maria Deskur und durch die großzügige Unterstützung der Columbus-Ritter ein Modell für diese Art von religiösen Sendungen entwickelte. Ich danke Gott für all das, was bisher erreicht worden ist, und ermutige euren Rat,

den Auftrag fortzuführen, der euch durch die Apostolische Konstitution *Pastor bonus* anvertraut ist.

3. Die Arbeiten, die ihr bei eurer letzten Generalversammlung im Jahr 1999 bewältigt habt, ermöglichten es dem Rat, im vergangenen Juni das Dokument *Ethik in der sozialen Kommunikation* zu veröffentlichen. Es soll ein moralischer Wegweiser sein im Umgang mit den sozialen Kommunikationsmitteln, einer komplexen menschlichen Wirklichkeit mit vielen Facetten, in der ethische Aspekte oft den kommerziellen Interessen untergeordnet werden. Ich freue mich, dass ihr in diesen Tagen ein ähnliches Dokument behandelt habt, das sich mit dem Thema der "Ethik im Internet" befasst. Dies ist in Anbetracht der schnellen Entwicklung der „cyber-communications“, die viele moralische Fragen mit sich bringt, in der Tat mehr als angebracht. Die Kirche kann nicht eine bloße Beobachterin der sozialen Folgen von technischen Entwicklungen bleiben, die solch entscheidende Auswirkungen auf das Leben der Menschen haben. Eure Überlegungen über die „Ethik im Internet“ können daher von großer Hilfe für die Hirten der Kirchen und Gläubigen sein, die sich mit den vielen Herausforderungen der im Entstehen begriffenen „Medienkultur“ auseinanderzusetzen haben.

Die Probleme und Möglichkeiten, die die neue Technologie, der Globalisierungsprozess, die Deregulierung und Privatisierung der Medien bereiten, stellen neue ethische und auch spirituelle Herausforderungen für all jene dar, die im Bereich der sozialen Kommunikation tätig sind.

Diese Herausforderungen werden sich vor allem denen stellen, die annehmen, dass „der Dienst am Menschen, der Aufbau einer auf Solidarität, Gerechtigkeit und Liebe gegründeten menschlichen Gemeinschaft und das Aussprechen der Wahrheit über das menschliche Leben und seine endgültige Erfüllung in Gott waren, sind und ... der eigentliche Kern der Ethik in der sozialen Kommunikation“ [bleiben] (Ethik in der sozialen Kommunikation, 33). Ich bete dafür, dass diese hohen Ziele immer die Arbeit des Päpstlichen Rats für die sozialen Kommunikationsmittel leiten mögen. Im Vertrauen auf die Fürsprache Mariens erteile ich euch und euren Familien von Herzen meinen Apostolischen Segen.

Zum Abschluss seiner Ansprache, nach dem gemeinsamen Gebet des „Angelus“, sagte der Papst:

Der „Angelus“ ist die erste Kommunikation, die wichtigste Kommunikation in der Menschheitsgeschichte.

(Aus: Osservatore Romano, Deutsch, vom 4. Mai 2001)

Streitbarer Publizist und Humanist

Zum Tod von Hermann Boverter

Unerwartet verstarb am 1. Juni 2001 der Publizist und Medienwissenschaftler Hermann Boverter während eines Amerikaaufenthaltes im Alter von 72 Jahren. Mit Boverter, der bis zuletzt in unermüdlicher Schaffenskraft zeitkritische Bücher und Artikel veröffentlichte, an medienwissenschaftlichen und politischen Tagungen teilnahm und selbst Bildungsveranstaltungen veranstaltete, verliert die katholische Publizistik eine profilierte Persönlichkeit, die sich in Wort und Schrift als engagierter, auch streitbarer Anwalt einer christlich-humanistisch geprägten demokratischen Gesellschaft, einer ethisch verantworteten Öffentlichkeits- und Medienarbeit sowie einer konzils offenen, Standpunkt beziehenden Kirche äußerte, ob gelegen oder ungelegen.

Am 8. Dezember 1928 in Düsseldorf geboren, durchlebte Boverter eine bewegte Zeit, angefangen von der Nazidiktatur und den Kriegswirren über den Neubau einer demokratischen Gesellschaft, einer fortschreitenden Säkularisierung mit dem „Versanden von Kirchlichkeit“ bis hin zur globalen Kommunikationsgesellschaft. Entscheidend für seine Geistes- und Lebenshaltung wurde in seiner Studienzeit ein Fulbright Stipendium, das ihm 1951/52 zu einem einjährigen Amerikaaufenthalt verhalf. Dabei lernte er vor allem „das starke Gefühl von Freiheit“ in der „tiefverwurzelten Demokratie“ der „dynamischen Gesellschaft“ Amerikas kennen und schätzen, so dass er sich selber als „Atlantiker“ bezeichnete. Er heiratete in New York seine Frau Dorothy, dozierte zwei Jahre an einer Universität in New Jersey und kehrte dann jedoch mit seiner anwachsenden Familie nach Deutschland zurück.

In Düsseldorf begann Hermann Boverter 1957 seine journalistische Laufbahn, zunächst bei der Rheinischen Post, dann im Jugendhaus Düsseldorf. In der katholischen Jugend verwurzelt, gründete er Anfang der 60er Jahre, als die Jugend-Illustrierte „Twen“ neue Akzente im Zeitschriftenwesen setzte, eine inhaltlich und grafisch ebenso modern gestaltete katholische „Illustrierte für junge Erwachsene“ mit dem programmatischen Titel „Kontraste“. Nebenher wurde Boverter publizistisch stark in der Bildungsarbeit tätig und übernahm 1968 eine neue Aufgabe als Direktor der katholischen Thomas-Morus-Akademie des Erzbistums Köln in Bensberg. In der Aufbruchszeit nach dem Konzil und der politischen Umbruchszeit nach dem 68er Studentenaufstand ließ Boverter in der Akademie die aktuellen Zeit- und Glaubensfragen offen diskutieren und machte Bensberg neben der Münchener Akademie der bayeri-

schen Bistümer zu einem Zentrum des christlichen Dialogs in Kirche und Welt.

Lange Jahre war Boverter dann Vorsitzender der Gesellschaft katholischer Publizisten, förderte die internationalen Kontakte katholischer Journalisten mit den europäischen Nachbarn, insbesondere Frankreich und Polen, sowie im Rahmen der Weltunion der katholischen Presse insbesondere mit Amerika. Sehr früh setzte er sich für die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses in den Bensberger Journalistenkursen ein.

Boverter erlebte einen tiefen Einschnitt und Bruch in seiner Biografie, als es nach der Zerstörung des Bensberger Akademiegebäudes 1980 zu einem persönlichen Konflikt mit dem Träger der Akademie kam und er seine Anstellung verlor. Nur durch zwei Eigeninitiativen gelang es ihm, seinen damaligen „Überlebenskampf“ für sich und seine Familie zu gewinnen. Auf der einen Seite widmete er sich freiberuflich der Kommunikationswissenschaft, wobei er in seinem Alter zwar nicht das Ziel einer Professur erreichte, aber in Lehraufträgen an den Universitäten in München und Bonn Grundlagen der Kommunikationstheorie und insbesondere sein Lieblingsthema Medienethik behandelte. Dokumentiert ist diese Arbeit in mehreren Büchern mit kennzeichnenden Titeln wie „Ethik des Journalismus“, „Pressefreiheit ist nicht grenzenlos“, „Medien und Moral“ und „Medienspektakel“. Auch hierbei zeigte sich der starke amerikanische Einfluss in Medientheorie und -praxis. Nicht zuletzt behandelte er diese Thematik auch häufiger in „Communicatio Socialis“.

Seine zweite Initiative betrifft die Gründung der Thomas-Morus-Gesellschaft, durch die er Leben und Werk des großen englischen Humanisten und Christen des 16. Jahrhunderts neu entdecken half. Was er an diesem Märtyrer für Glaubens- und Gewissensfreiheit besonders schätzte, war auch ihm Lebensimpuls: Freiheit und Festigkeit des Gewissens sowie Zivilcourage in Wort und Tat.

Zivilcourage und geistige Unabhängigkeit hat Boverter immer wieder bewiesen und dafür persönliche Nachteile in Kauf genommen. Mutig und unerbittlich kritisierte er Zeiterscheinungen in Gesellschaft und Kirche, in denen er den Verlust von tragenden Werten und Strukturen zu erkennen glaubte. Dabei vertrat er seine Auffassungen kompromisslos und oft mit extremem Beharren auf der eigenen Position, was ihm nicht nur Freunde einbrachte.

Seine persönliche Integrität, seine humanistische Bildung und seine feste Verwurzelung im Glauben trugen ihm Respekt, Anerkennung und Dank vieler ein, die ihm persönlich verbunden waren.

ASIEN

Bangladesch

In bengalischer Sprache ist der Weltkatechismus nach sechsjähriger Übersetzungsarbeit erschienen. Erzbischof Michael Rozario stellte den Katechismus in Dhaka vor.

Indien

An einer *Veranstaltung über die neuen Informationstechniken* und ihre Bedeutung für die Kirche nahmen in Bangalore über 160 katholische Medienvertreter und Priester teil. Es wurde vorgeschlagen, in allen Seminaren und katholischen Erziehungsinstitutionen eine kontinuierliche Medienarbeit durchzuführen. Ziel kirchlicher Medienarbeit, so stellte die von der Medienkommission der Indischen Bischofskonferenz veranstaltete Tagung fest, sei es nicht nur, die Kirche zu verteidigen, sondern sich für Menschenwürde und Menschenrechte einzusetzen.

Japan

Nach 42 Jahren sind Ende März 2001 die Übertragungen von Radio-Vatikan-Programmen in japanischer Sprache eingestellt worden. Für die täglich zwei Mal 20 Minuten langen Sendungen fehlen finanzielle Mittel.

Ihren letzten katholischen Buch-

laden mussten die Daughters of St. Paul in Japan schließen, weil sich das Buchgeschäft immer mehr auf Supermärkte verlagert hat. Ursprünglich unterhielt der Orden in Japan 19 Buchhandlungen.

Korea

Ein Computer-Netzwerk hat die Diözese Pusan in Südkorea für ihre diözesanen Büros und 93 Pfarrgemeinden eingerichtet. Auf einer Website werden in koreanischer Sprache Informationen über das kirchliche Leben und Materialien zur Gemeindepastoral zugänglich gemacht.

Macao

Das Medienzentrum des Bistums Macao konnte sein 25-jähriges Bestehen feiern. Es versorgt die örtlichen und benachbarten Gemeinden mit Materialien zur Verbreitung christlicher Wertevorstellungen. Das Zentrum stellt Radio-, Fernseh- und Video-Programme her und fördert Film- und Kulturveranstaltungen. Die Radioprogramme sind auch über eine Website abzurufen.

Philippinen

Neuer Leiter des Kurzwellensenders von Radio Veritas auf den Philippinen ist seit Anfang 2001 der Steyler Pater Carlos Lariosa. Der Pater, der vom Medienbüro

OSC der Asiatischen Bischofskonferenz ernannt wurde, war zuvor u.a. Direktor des Medienzentrums in Accra (Ghana).

Sri Lanka

Unter dem Titel „Katholische Antworten auf Fragen der Fundamentalisten“ hat das Nationalkomitee für Missionsaktivitäten einen umfangreichen Katalog herausgegeben, der die christlichen Glaubensinhalte verständlich macht. Der Katalog ist auch in Sinhalesisch und in der Tamilsprache erhältlich, da vor allem diese Sprachgruppen mit anti-kirchlichen Thesen operieren.

SÜDAMERIKA

Argentinien

In einer Serie von Filmforen haben OCIC-Argentinien und die Theologische Fakultät der Moron-Universität bei Buenos Aires Filme zum Thema „Werte und Jugend“ gezeigt und diskutiert, darunter auch den 1999 in Mar del Plata mit dem OCIC-Grand Prix ausgezeichneten Film „Plaza de Almas“. An den Diskussionen über inhaltliche und technische Aspekte dieser aussagestarken Filme nahmen auch die Produzenten teil.

Brasilien

Stärkere Kooperationen untereinander und Kontakte mit katholischen Universitäten und Medien-

institutionen beschlossen OCIC, UCLAP und UNDA auf ihrer 5. Kontinentalversammlung in Curitiba. In drei Veranstaltungen behandelten die Verbände eigene Themen: ein Refresher-Programm, einen Workshop von Prix Jeunesse und allgemeine Medienstudien. Die Verbände wollen eigene Aktivitäten fortführen, aber stärker als bisher im Rahmen des neuen internationalen katholischen Verbandes für Film und Rundfunk, SIGNIS, zusammenarbeiten.

Scharfe Kritik an TV-Sendern ihres Landes hat die Brasilianische Bischofskonferenz (CNBB) geübt. Bestimmte Fernsehsendungen „tragen nichts zur menschlichen Bildung bei, sondern fördern Gewalt, ethnische Diskriminierung und moralischen Verfall“, heißt es in einem CNBB-Schreiben über die Sozialen Kommunikationsmittel. Die Bischöfe wenden sich zugleich gegen den Vorwurf der Zensur. Auch die Medien müssten Werte und Normen respektieren, die menschliche Sozialbeziehungen erst ermöglichten.

EUROPA

Deutschland

Die beiden großen Kirchen in Deutschland haben ARD und ZDF Unterstützung bei der Einführung wettbewerbsfähiger Online-Angebote und beim Erhalt der Mischfi-

finanzierung aus Werbung und Gebühren zugesagt. Ein attraktives Online-Angebot gehöre zum Grundversorgungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Programme, heißt es in einer in Köln veröffentlichten gemeinsamen Erklärung von Kirchen und öffentlich-rechtlichen Sendern. Die Mischfinanzierung aus Werbung und Gebühren sei ein bewährtes und zukunftsfähiges Modell.

Die Evangelische Medienakademie besteht seit 50 Jahren. Seit Januar 2001 hat die 1951 im schwäbischen Bad Boll gegründete Einrichtung ihren Hauptsitz in Berlin. Den Gründern ging es nach den Erfahrungen der NS-Zeit darum, verantwortungsbewusste und unabhängige Journalisten auszubilden. Wegen der großen Nachfrage etablierte sich die Christliche Presse-Akademie (cpa) als feste Institution unter dem Dach des Frankfurter Gemeinschaftswerkes der Evangelischen Publizistik. Im Jahr 1988 erfolgte dann die Umbenennung in Evangelische Medienakademie/cpa. Seit der Gründung haben rund 5.000 Journalistinnen und Journalisten die jährlich rund 35 angebotenen Kurse besucht. Die evangelische Kirche finanziert das Angebot, die Kursteilnehmer müssen nicht unbedingt Christen sein.

ARD und Börsenverein des Deutschen Buchhandels wollen künftig intensiver zusammenarbeiten. Wie die ARD-Pressestelle

in Köln mitteilte, würdigten Vertreter des Buchhandels bei einem gemeinsamen Gespräch in Leipzig die Leistungen der ARD-Sender bei Literaturverfilmungen und Hörspielproduktionen. Auch die Fernsehfilme und Dokumentationen der Sender seien eine Bereicherung des kulturellen Lebens. Nach Angaben der ARD widmeten sich im Ersten Programm im vergangenen Jahr rund 130 Sendungen literarischen Themen.

Die Sendung „Himmel und Erde“ im NRW-Lokalfunk ist das erfolgreichste Kirchenmagazin im bundesdeutschen Privatfunk. Das ergab eine Sonderauswertung der jüngsten Zahlen der Media Analyse (MA) 2001. Nach Angaben von Radio NRW (Oberhausen), Mantelprogrammanbieter für die NRW-Lokalradios, erreicht das an Sonn- und Feiertagen ausgestrahlte Kirchenmagazin in der Stunde von 8 bis 9 Uhr durchschnittlich 984.000 Hörer. Das entspricht einem erneuten Zugewinn von 16.000 Hörern gegenüber der MA 2000 mit 968.000 Hörern.

Das bislang im Augsburgener Weltbild Verlag erschienene *Weltbild-Magazin* fusioniert künftig mit einer Teilaufgabe der Zeitschrift „Lenz“. Wie der Verlag in Augsburg mitteilte, geht der neue Kombi-Titel von Juni an unter „Weltbild jetzt mit Lenz - für die besten Jahre“ in den Verkauf. Hinter „Lenz“ steht der Kölner Verlag Senior Publications

Deutschland, eine Tochter der Bayard Presse aus Frankreich und der Roularta Media Group aus Belgien. Nach Weltbild-Angaben will sich das neue Produkt als Lifestyle-Magazin für die „Best-Ager, die aktive Generation der über 50-Jährigen“, am Markt positionieren. Die verkaufte „Lenz“-Auflage betrug zuletzt 86.000 Exemplare. Die Augsburger Verlagsgruppe Weltbild hatte im Januar 2001 mitgeteilt, das Magazin Weltbild in seiner bisherigen Form einzustellen.

Frankreich

Der öffentlich-rechtliche Fernsehsender „France 2“ hat offiziell Berichte über ein Aus für die religiösen Verkündigungssendungen dementiert. Die sonntäglichen Sendungen bleiben erhalten, sagten Sprecher der Direktion des Senders nach französischen Zeitungsberichten. Zuvor war gemeldet worden, die Sendungen sollten zu Gunsten einer Fußball-Berichterstattung gestrichen werden. „France 2“ verwies darauf, dass die religiösen Sendungen zum gesetzlich verankerten Grundauftrag der Fernsehstation gehörten und Streichungen daher nur nach einer Gesetzesänderung möglich würden.

Die große französische katholische Wochenzeitung „La Vie“ hat ihre Aufmachung geändert. Das Blatt will sich jetzt auch an Nichtchristen wenden, erklärte Redaktionsdirektor Max Armanet

in Paris. Zielgruppe sind alle, die sich gegen eine rein am Konsum orientierte Gesellschaft wendeten. „La Vie“ will Sinnfragen stellen und den Lesern nahe sein. Nach Angaben des Blattes sollen weiterhin auch „die der Welt zugewandten Christen“ von „La Vie“ angesprochen werden. Gewünscht werde eine Verjüngung der Leserschaft. Vor allem die Zielgruppe der 35- bis 50-Jährigen solle die Wochenzeitung kaufen.

Österreich

Eine Neuordnung ihres Medienbereichs hat die Österreichische Bischofskonferenz (ÖBK) während ihrer Frühjahrsvollversammlung eingeleitet. (Siehe dazu den umfangreichen Bericht mit Dokumentationen von Michael Schmolke in diesem Heft S. 334 ff.)

Zum Medienbischof wurde anstelle des vorzeitig emeritierten Bischofs von Graz, Johann Weber, inzwischen dessen Nachfolger, Bischof Egon Kapellari, ernannt.

Mehr Religion bietet jetzt das österreichische Fernsehen (ORF). Der Hauptabteilung Religion sind 25 zusätzliche Sendestunden im Jahr zugeteilt. Damit solle, so Abteilungsleiter Gerhard Klein, einem steigenden Bedürfnis der Zuseher nach Orientierung im ethischen und religiösen Bereich entsprochen werden. Der ORF strahlt seit 17. April 2001 die Sendung „kreuz&quer“, den kritischen Religions-Themenabend,

nicht mehr vierzehntäglich, sondern wöchentlich aus. Acht Mal im Jahr ist eine philosophisch-ethische Diskussion geplant, bei der in- und ausländische Philosophen und Ethiker Kontrovers-Themen debattieren sollen. Mit neuem Konzept wird „Feier-Abend“ (ORF 2) an 15 Feiertagen im Jahr „glaubwürdige Zeugen“ vorstellen. Für die Programmausweitung wird die Zusammenarbeit mit ZDF, Bayerischem Rundfunk (BR) und arte verstärkt. So soll 2002 die in Kooperation mit dem BR gedrehte zehnteilige Serie über Klöster an der Donau ausgestrahlt werden.

Russland

Das katholische TV-Studio „Kana“ mit Sitz in Nowosibirsk besteht seit fünf Jahren. Zuständig für den Sender ist der katholische Bischof Josef Werth SJ, Apostolischer Administrator für Westsibirien. Er gründete „Kana“ 1996 gemeinsam mit P. Stanislaw Pomykala SJ, Direktor des Zentrums der Jesuiten für spirituelle Entwicklung „Inigo“. Nach Einschätzung von Beobachtern stieß „Kana“ in den vergangenen Jahren bei den Rezipienten im gesamten Gebiet der früheren Sowjetunion auf hohe Akzeptanz. Zu den wichtigsten Produktionen des Senders gehört das „Katholische Video Journal“, das speziell für die Pfarreien produziert wird. Dieses Magazin berichtet über das Leben der Katholiken in Russland und

aus anderen Ländern, bietet Informationen über die Aktivitäten des Papstes, bringt Reportagen zu Ereignissen aus den Gemeinden und stellt die Arbeit verschiedener kirchlicher Organisationen vor.

Vatikan

Angesichts der wachsenden Bedeutung des Internet hat Papst Johannes Paul II. die katholische Kirche aufgerufen, an dieser Entwicklung aktiv mitzuwirken. Die Kirche dürfe nicht in der Rolle des Zuschauers verharren, sagte er zum Abschluss einer internationalen Konferenz des Päpstlichen Medienrates zum Thema Internet. Der Prozess der Globalisierung, Deregulierung und Privatisierung der Medien stelle alle Nutzer vor neue ethische und auch geistige Herausforderungen. Der Medienrat will in den kommenden Monaten ein praxisorientiertes Papier über „Ethik im Internet“ sowie ein weiteres Grundsatzzpapier zu diesem Thema erarbeiten (*Wortlaut der Papstansprache siehe DOKUMENTATION*).

Strikte Wahrheit und Offenheit muss nach Ansicht des amerikanischen Erzbischofs John Foley oberstes Gebot jeder Öffentlichkeitsarbeit sein, auch in der Kirche. Vertuschen oder Lügen zerstörten die Glaubwürdigkeit eines Presseverantwortlichen, seien moralisch schlecht und politisch unkorrekt, sagte der Präsident des Päpstlichen Medienrates Anfang

Mai 2001 bei einer Medien-Fachtagung in der vom „Opus Dei“ getragenen Santa-Croce-Universität. An der Konferenz über Kommunikation zwischen Kirche und Medien nahmen rund 100 Pressesprecher von Diözesen und anderen kirchlichen Einrichtungen sowie Medienexperten teil.

Radio Vatikan hat sein Mittelwellenprogramm um die Hälfte heruntergefahren. Statt wie bislang 14 ist der Papstsender jetzt nur noch täglich für sieben Stun-

den auf der Frequenz 1530 kHz zu hören. Die Kürzungen seien über den Tag verteilt; allerdings gebe es eine kontinuierliche Funkstille zwischen 14.30 und 19.10 Uhr. Der Sender hatte die Maßnahme angekündigt, nachdem das italienische Umweltministerium einen zu hohen Ausstoß elektromagnetischer Wellen bei den Sendeanlagen von Santa Maria de Galeria nördlich von Rom gemessen und mit Abschaltung des Stroms gedroht hatte.