

# Communicatio Socialis

ZEITSCHRIFT FÜR PUBLIZISTIK IN KIRCHE UND WELT

In Verbindung mit  
Michael Schmolke (Salzburg), Karl R. Höller (Aachen)  
und Kees Verhaak (Nimwegen)

herausgegeben von  
FRANZ-JOSEF EILERS SVD (AACHEN)

---

9. Jahrgang

Juli — September

Nr. 3

---

## Asiens Presse — ein weiterer Teufelskreis der Unterentwicklung

von Antonio G. Molina

Ende Oktober vergangenen Jahres fand in Tokio unter dem Patronat der west-deutschen Botschaft und der Zeitung „Asahi“ das *Japanisch-Deutsche Symposium*<sup>1</sup> statt. Die Teilnehmer, sämtlich der Informationswelt verbunden, diskutierten die Bedeutung der Presse in einer demokratischen Gesellschaft. Ihre Diskussion schlug eine Brücke zwischen den beiden Ländern Japan und Westdeutschland, die — geschichtlich gesehen — in den letzten Jahren weithin eine parallele Entwicklung an den Tag legten. Nach der Zerstörung im Zweiten Weltkrieg unternahmen beide Länder eine eindrucksvolle Anstrengung, die ihnen den geneideten Titel „Wirtschaftswunder“ eintrug. Wenngleich die Japaner in vieler Hinsicht anders sind, werden sie nicht selten „die Deutschen Asiens“ genannt und umgekehrt. Japan und Westdeutschland, in der Nachkriegszeit beide von den Vereinigten Staaten besetzt und protegiert, gelten heute als die zuverlässigsten Freunde der USA in Europa und Asien.

Zum anderen ist die lange Zeit anhaltende politische Stabilität ein weiterer gemeinsamer Nenner, und das positive Zusammenspiel zwischen Kapital und Arbeit begünstigte die Entwicklung der Arbeitswelt in beiden Ländern. Das Symposium verlief völlig harmonisch, und die vielleicht einzige Meinungsverschiedenheit bestand in der Auffassung über die Beziehungen zur Sowjetunion. Während die japanische Einstellung eine mehr passive war, beharrten Dr. Günther Gillessen wie andere deutsche Publizisten auf einer Art Entspannung auf der Grundlage der Gegenseitigkeit — „cash on delivery“.

---

P. Antonio Molina, ein spanischer Jesuit, wurde im Juni 1970 an der Sorbonne in Paris promoviert; seine Dissertation galt dem Thema „L'Eglise au carrefour de la communication. L'image, dans la presse, du Décret de Vatican II sur les moyens de communication, et la situation de la Communication sociale dans l'Eglise à la suite du Décret“. Molina lehrt heute an der Abteilung für Kommunikation der Sophia-Universität in Tokio.

## *Unter der Hängebrücke*

Das Japanisch-Deutsche Symposium in Tokio trug alle Merkmale eines Treffens auf einer „Hängebrücke“ — einer Begegnung zweier Giganten hoch über einem unermeßlichen Abgrund. Abgesehen von Hongkong und — in gewisser Hinsicht — von China befinden sich die übrigen asiatischen Länder mit ihrer Presse auf einem Niveau unter dem Nullpunkt.

Die technische Revolution der abendländischen Presse ermöglichten folgende Faktoren: die Preissenkung der Zeitungen, die Wahl des Absatzmarktes und die Mechanisierung und Freiheit der Zeitungsunternehmen. Beim Leserpublikum spielte die Anhebung des Kulturniveaus, konkret gesagt der Sieg über das Analphabetentum, entscheidend mit. Das sind eben genau die elementaren Fakten, die zu einem Großteil in der asiatischen Pressewelt erst noch eintreten müssen. Die Zeitungen steigern ihre Preise, statt sie zu senken, und zwar in unverhältnismäßig hohem Maß. Die Auffassung vom Zeitungsunternehmen steht noch in der handwerklichen Phase, und nur in sehr wenigen Ländern wurde eine Anstrengung unternommen, den Lesermarkt zu integrieren. Technisch ist zwar eine gewisse Entwicklung zu beobachten. Aber im Vergleich zu anderen Industrien geschieht sie zu langsam. Und schließlich ist der Kampf gegen das Analphabetentum erst noch zu gewinnen<sup>2</sup>.

Nach dem Überblick, den die Asiatische Verlegerkonferenz gab, lassen sich die Grundprobleme wie folgt zusammenfassen:

- a) Die Auflagensteigerung der Zeitungen entspricht in den letzten Jahren weder dem Rhythmus des Analphabetenrückgangs noch auch dem relativen Kaufkraftzuwachs in den meisten Ländern Asiens; so nimmt das Mißverhältnis zwischen wirklichen und möglichen Lesern zu anstatt ab.
- b) Die gegenwärtige Struktur der Zeitungsunternehmen erweist sich bei der Mehrheit der Zeitungen als immer weniger lebensfähig.
- c) Zur Zeit erfüllt die Presse in Asien ganz und gar keine Informations- und Erziehungsfunktion bei den Volksmassen; sofern nicht eine „technisch-kulturelle Revolution“ eintritt, wird die Schrift-Information sich beim augenblicklichen Entwicklungsrhythmus erst bis Mitte des kommenden Jahrhunderts bei den Volksmassen durchsetzen können.
- d) Der diktatorische Charakter der meisten asiatischen Regierungen macht die Presse zu einem Propaganda- und Kontrollorgan des Regimes, und demzufolge dient sie nicht als Informationsmedium und Kommunikationskanal für die Meinungen der Beherrschten<sup>3</sup>.

Wie für jedes Unternehmen, so ist auch für die Verlagshäuser die gefährlichste Krankheit immer der Absatzmangel ihrer Erzeugnisse. Wenn auf einem Markt eine „mögliche Nachfrage“ nach einem Erzeugnis besteht und dieses nicht in viel höherem Maß die „wirkliche Nachfrage“ der Konsumenten befriedigt, liegt ein grundsätzliches Systemversagen vor. Dann wird dieses Erzeugnis entweder nicht als notwendig angesehen, oder es bürdet den Käufern ein übermäßiges wirtschaftliches Opfer auf. Im Fall der asiatischen Presse scheinen beide Faktoren zusammenzutreffen. In Indien etwa überschreitet nach den jüngsten Statistiken die Anzahl der Schüler und Studenten 45 Millionen. Die Gesamtzahl der Lese- und Schreibkundigen reicht an die 115 Millionen. Insgesamt aber kommt die Verbreitung der Zeitungen kaum auf

sechs Millionen (1,4 Exemplare auf je 100 Einwohner). Auf den Philippinen erreicht die Gesamtauflage der Tagespresse noch keine Million Exemplare, während die Anzahl der Personen, die eine Schule besuchten, sechs Millionen erreicht und der Index der Lese- und Schreibkundigen bei 72 % liegt<sup>4</sup>. In Thailand belaufen sich Anmeldungen und Eintragungen an Schulen und Universitäten schätzungsweise auf etwa viereinhalb Millionen, die Zeitungen verzeichnen jedoch seit geraumer Zeit nur eine Gesamtauflage von 350.000 Exemplaren.

Nach dem von der UNESCO erstellten Richtsatz entspricht die Mindestverbreitung von Zeitungen (minimum adequacy of newspaper diffusion) zehn Exemplaren je 100 Personen. In Asien jedoch verzeichnen die — oft wenig zuverlässigen — offiziellen Statistiken einen mittleren Index von vier Zeitungen auf je 100 Personen, wobei der Ausnahmefall Japan in die Relation eingeschlossen ist. Die UNESCO gab in ihrer Information von 1973 folgende Verbreitungszahlen (diffusion rates) für je 100 Personen an<sup>6</sup>:

Sri Lanka	. . . . .	5,8
Philippinen	. . . . .	3,5
Thailand	. . . . .	2,4
Indien	. . . . .	1,4
Pakistan	. . . . .	1,0
Burma	. . . . .	0,9
Indonesien	. . . . .	0,7
Laos	. . . . .	0,6
Bangladesh	. . . . .	0,5
Nepal	. . . . .	0,3

Zu den privilegierten Ländern, die mühelos den Mindestsatz (take-off-point) schaffen, gehören nur:

Japan	. . . . .	52,2
Hongkong	. . . . .	48,5
Singapur	. . . . .	20,1

Alle verzeichneten Indices der Unter-Entwicklung und die beachtliche Lücke zwischen „möglichen Lesern“ und wirklichen Zeitungskonsumenten haben eine grundlegend wirtschaftliche Ursache. Die Presse wird in den meisten asiatischen Ländern als „Luxuserzeugnis“ angesehen. Seit 1948 stieg ihr Preis um das Siebenfache. Zur Zeit kostet eine Zeitung in Kalkutta, Kuala Lumpur, Bangkok oder Manila vier- bis sechsmal mehr als in London oder New York, bezogen auf die Kaufkraft der Leser. In Bengalen muß ein Grundschullehrer für das Jahresabonnement einer Tageszeitung einen Monatslohn zahlen. In Indien fordert das Abonnement noch von den Facharbeitern einen zehntägigen Arbeitslohn. Auf den Philippinen und in Thailand muß ein Arbeiter 22 Arbeitstage aufwenden, um eine Zeitung lesen zu können<sup>6</sup>. In England jedoch kann jeder Arbeiter ein Jahresabonnement mit einem Arbeitstag abdecken. So ist es nicht verwunderlich, daß die Relation Leser — Käufer auch unter den Lese- und Schreibkundigen in Asien so niedrig liegt und daß die Welt der Zeitungspresse für viele asiatische Geldbörsen ein Tabu-Bereich ist.

Dennoch erklärt der wirtschaftliche Faktor allein die Abneigung des asiatischen Publikums gegenüber der Zeitungspresse nicht ganz. Marktuntersuchungen in verschiedenen Ländern Asiens zeigen während der letzten Jahre eine fortschreitende Nachfrage nach unterschiedlichen Erzeugnissen, die bis vor kurzem noch abgelehnt wurden. So erfuhren die unteren Mittelklassen in vielen Ländern einen Kaufanreiz, der nur als „Konsumexplosion“<sup>7</sup> bezeichnet werden kann. Schreibfedern, Ventilatoren, Nähmaschinen, Rundfunkgeräte, Armbanduhren, Waschmaschinen etc. werden bei vielen Völkern Asiens mehr und mehr zu normalen Konsumartikeln. Wie soll man sich da erklären, daß die Zeitung einen so niedrigen Stand auf der Kaufskala einnimmt? Während in Manila und Bangkok 83 % der Bevölkerung eine Armbanduhr tragen, erklärten bei einer jüngst durchgeführten Befragung nur 52 %, innerhalb der letzten 24 Stunden eine Zeitung *gesehen* (nicht gekauft oder gelesen!) zu haben.

### *Informationskolonialismus*

Solange das Kostenproblem der einheimischen Zeitungen nicht gelöst wird, erscheint selbst in der optimistischsten Perspektive eine Verbesserung der Presse in Asien unmöglich. Tragischerweise zeigt jedoch eine Analyse der gegenwärtigen Wirtschaftsstrategie der asiatischen Zeitungsindustrie, daß die Zeitungen ihre Gestehungskosten in gar keiner Weise zu reduzieren in der Lage sind und infolgedessen auch nicht billiger verkauft werden können. Darum ist der Gedanke, die Presse könnte unter den asiatischen Volksmassen verbreitet werden, ohne der Kostenspirale der Produktion Einhalt zu gebieten, einfach utopisch. Auch in den stark entwickelten Ländern und bei einer in gewisser Weise autonomen nationalen Presseindustrie gerieten 1973 alle Produktionsvoranschläge aus dem Gefüge. In Japan z. B. stieg der Preis für Zeitungspapier (newsprint) zwischen Dezember 1973 und Juli 1974 um 51 %. So verteuerte sich der Abonnementspreis in Japan um 55 %, und die Anzahl der Abonnenten sank um runde 10 %, was noch nicht wieder wettgemacht werden konnte<sup>8</sup>.

In den übrigen asiatischen Ländern werden 85 % der zur Zeitungsproduktion gehörenden Materialien zu selbstmörderischen Preisen aus dem Westen eingeführt und verursachen einen Devisen-Aderlaß für die Wirtschaft dieser Länder<sup>9</sup>. Es gibt zur Zeit in Asien keine andere Industrie, die so stark an das Ausland gebunden ist wie die Presse. Die verfügbaren Statistiken 11 asiatischer Länder verzeichnen einen Tagesimport von 1.000 Tonnen Zeitungspapier. Für das laufende Jahr wird das Volumen an Quantität und Kosten zunehmen. Zu diesem Grundstoff sind noch die Maschinenimporte, die Reparaturteile und das fotografische Material hinzuzurechnen<sup>10</sup>.

Die Abhängigkeit vom Ausland ist nicht auf die Materialien der Zeitung begrenzt, sie wirkt sich vielmehr noch dominierender und gefährlicher auf der formalen Seite der Information und des Inhalts der Zeitungen aus. So wird inmitten der Entkolonisierungsepoche das sogenannte *freie Asien* täglich vom Westen durch die internationalen Nachrichtenagenturen und andere amerikanische und europäische Pressedienste weiterhin „kolonisiert“. Bei der Konferenz der UNESCO 1960 in Bangkok befaßte man sich mit dem Plan, eine *Asiatische Nachrichtenagentur* zu schaffen. Sie sollte die Information in Asien von diesem westlichen Monopol und „Imperialismus“ befreien. Als Ergebnis kam die *Organisation der Asiatischen Nachrichten-*

agenturen (OANA) zustande, die in bescheidenem Umfang daran arbeitet, die verschiedenen nationalen Nachrichtenagenturen zu koordinieren. Dennoch verhinderten die wirtschaftlichen und politischen Schwierigkeiten den Aufbau einer all-asiatischen Agentur zur Verbreitung von Information über Asien, die von den Asiaten selbst erarbeitet würde und nicht wie bisher von westlichen Korrespondenten nach ihren Kategorien und Kriterien „zusammengebraut“ wäre<sup>11</sup>.

Nach einer neuen Untersuchung übersteigt die Menge der Nachrichten, die den größten Teil der Redaktionen in Asien verläßt, keine 80 Themen mit einem Schnitt von insgesamt sechstausend Wörtern täglich. Diese Zahlen stimmen jedoch mit den redaktionell empfangenen Agenturdiensten überein. An asiatischen Themen bringt eine Zeitung wie „*Straits Times*“, die zu den Hauptzeitungen im asiatischen Südosten zählt, quantitativ normalerweise ein Maximum von 13 Nachrichten oder Kommentaren in Umlauf. Demzufolge fällt die Information über den eigenen Kontinent erschreckend knapp aus. Die meisten indischen Zeitungen veröffentlichen nur einmal wöchentlich Informationen, die in Manila, Seoul, Kabul etc. entstanden sind<sup>12</sup>. Dieser quantitative Mangel an asiatischen Nachrichten beeinflusst auch unmittelbar die Qualität der Informationen. Man kann unmöglich über die Situation und Ereignisse in einem Land angemessen informieren, wenn die Nachrichten nur tropfenweise und in großen Abständen veröffentlicht werden. Daher kennen auch die sich am nächsten stehenden Völker in Asien nicht selten einander nicht, und die wenigen Zeitungsleser nehmen die Probleme ihrer Nachbarn nur verzerrt zur Kenntnis. Im allgemeinen ist für Kommentare oder tiefergehende Information über aktuelle asiatische Ereignisse kein Platz, oder man beschränkt sich allenfalls darauf, „aufgewärmte Themen“ aus westlichen Zeitungen abzudrucken oder zu übersetzen<sup>13</sup>.

In Asien, vornehmlich in einigen Ländern, kostet es wegen der Unter-Entwicklung der Kommunikationskanäle viel Zeit und Geld, auf Nachrichtenfang auszugehen. Gewöhnlich erfährt man rascher und billiger, was in New York oder Paris vor sich geht, als das, was sich 100 Kilometer von den Redaktionsräumen entfernt abspielt. So seltsam es ist, es ist weniger kostspielig, in Kenntnis zu bringen, was die westlichen Korrespondenten über das Nachbarland und bisweilen sogar über das eigene Land sagen, als einen einheimischen Sonderkorrespondenten zu entsenden, geschweige denn, eine Agentur im Ausland zu unterhalten.

Nicht wenige asiatische Intellektuelle und Politiker jammern darüber, sie seien dazu verurteilt, durch das, was andere über sie zu sagen belieben, zu erfahren, was sie sind. Der bei den asiatischen Völkern nicht zu bestreitende Nationalismus beklagt bitter die verzerrte Tatsachenübermittlung seitens einer „Ausländergruppe“, die größtenteils die einheimischen Sprachen, die Kultur und Mentalität der Länder, über die sie informieren, nicht kennen. So bringen nicht wenige Reportagen, deren Informationsbasis eine Mixtur persönlicher Eindrücke ist, Klischees und Themen in Fülle, die kaum mit der Realität der asiatischen Nationen zu tun haben. Wir wollen die Grundlage dieser Anschuldigungen nicht leugnen, denn tatsächlich stammt häufig alles, was über Asien auf internationaler Ebene geschrieben wird, aus den Aufzeichnungen und Lieferungen westlicher Agenturen<sup>14</sup>.

Was treiben denn die Zeitungsredakteure an Ort und Stelle? Das Fehlen und die Unterentwicklung der Informationsindustrie in Asien beeinflusst die Qualität und drückt die Anzahl der Arbeitskräfte (manpower) in den meisten Redaktionsstäben. So wird der Beruf des Zeitungsredakteurs nur selten von qualifizierten Leuten

mit Universitätsniveau ergriffen, und das nicht nur aus wirtschaftlichen Rücksichten, sondern auch wegen der mangelnden beruflichen wie menschlichen Spannweite. Auch sind die Ausbildungszentren für Zeitungsredakteure knapp, trotz gewisser Bemühungen der UNESCO und anderer asiatischer Organisationen (wie etwa: *The Chinese Language Press Institute*, *The Southeast Asian Press Center*, *The IPI Asian Press Center*, *The IPI Asian Programme*, *Far Eastern University*, etc.). Seit 1968 lief langsam *The Press Foundation of Asia* an, eine neue Organisation, die Verleger und Redakteure vereinigt, deren Koordinierungsprogramm — einschließlich sieben Presseinstituten — die größte Hoffnung auf übernationaler Ebene zu sein scheint, um das Berufsniveau der asiatischen Zeitungsleute zu heben<sup>15</sup>.

Der westliche „Informationskolonialismus“ verfügt noch über eine andere mächtige Waffe in Asien: die internationalen oder ausdrücklich auf den asiatischen Kontinent ausgerichteten Ausgaben. In ihrer Mehrzahl bedeuten diese Wochenblätter (news magazines) in englischer Sprache eine unfaire Konkurrenz auf dem nationalen Markt gegenüber den einheimischen Veröffentlichungen ähnlicher Art, sowohl durch ihre Qualität als auch vom Preis her gesehen. Zur Zeit werden bestimmte Publikationen („Time“, „Newsweek“, etc.) zum gleichen Preis oder noch billiger verkauft als viele der nationalen Blätter. Auch in Japan sind die ständigen Verkaufsförderungskampagnen dieser ausländischen Wochenblätter (50 % Rabatt für Abonnements von 25 und mehr Wochen) eine Verlockung (challenge) für manche des Englischen kundige Leserschichten. Die Konkurrenz tritt besonders unerquicklich auf dem Anzeigenmarkt hervor. So ist von den vier Wochenblättern mit größerer Verbreitung in Asien, die etwa 4,92 Millionen Dollar unter sich aufteilen, nur eines asiatischen Ursprungs. Den Hauptanteil schlucken „Time Magazine“ (mit 1,8 Millionen) und „Newsweek“ (mit 1,35 Millionen) in ihren pazifischen Ausgaben. Im Gegensatz hierzu sieht die Presse der meisten Länder Asiens diese Geldflut über ihre Köpfe hinweg rauschen, kaum daß ihre Seiten davon genetzt werden, was durch die steigende Konsumhaltung der einheimischen Mittelklassen noch verstärkt wird<sup>16</sup>.

Das Anzeigengeschäft ist auch heute noch der alleinige Weg zu einer gewissen verlegerischen Unabhängigkeit und zugleich zu qualitativem Niveau. Wenn die Kassen leer sind, sparen die Direktoren soviel wie möglich bei der Manuskripterstellung (first copy cost). Somit wird der redaktionelle Kostenaufwand der Zeitung unverhältnismäßig niedrig gehalten im Vergleich zu den Druck- und Vertriebskosten. Kurzum, Druckerschwärze und Papier gelten mehr als der Inhalt, der gedruckt und vertrieben wird. Diese Kosten schlagen — beim Fehlen des Anzeigengeschäftes — fast voll beim Verkaufspreis zu Buch. Indien erhält nur einen Trostpreis im Verhältnis zum Umfang des Anzeigengeschäfts anderer Völker Asiens, seine Einnahmen 1973 lagen für alle Massenmedien zusammen noch unter 60 Millionen Dollar<sup>17</sup>.

In ganz Asien kann nur Japan sich im Anzeigengeschäft mit den fortschrittlichsten Ländern des Westens messen und ihnen oftmals sogar über die Schulter blicken. In den letzten Jahren stiegen die Anzeigeneinnahmen der Zeitungspressen um das Sechsfache und übersteigen jährlich die Milliarden-Dollar-Grenze<sup>18</sup>. 1973 gab es einen neuen Anzeigenrekord mit 3.617.747.400 Dollar, das bedeutete eine Steigerung um 22 Prozent gegenüber den vorhergehenden Jahren. Denselben Steigerungsprozentsatz erfuhr das Anzeigengeschäft durch den Zeitungsvertrieb. Das Fernsehen seinerseits verzeichnete eine Steigerung um 20 Prozent (1.160.409.500 Dollar)<sup>19</sup>. 1974 wirkten sich jedoch die Ölkrise und die Wirtschaftsrezession negativ auf den japanischen

Anzeigenmarkt aus. Das Gesamtvolumen des Anzeigengeschäfts erbrachte 3.847.039.400 Dollar mit einer nominalen Steigerung um 8,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Gleichwohl lag im Realwert ein Abstieg von 7,5 Prozent vor. Ebenso erlebte die Presse, die an zweistellige Steigerungen im Jahr gewöhnt war, 1974 nur ein nominales Wachstum von 6 Prozent bei einem Gesamteinkommen von 1.297.697.000 Dollar<sup>20</sup>.

Die abgrundtiefe Kluft, die Japan vom übrigen Asien trennt, ist unschwer zu erkennen. Die Wirtschaftsmacht der japanischen Presse kann ohne weiteres nicht nur den Neid der unterentwickelten Völker, sondern auch der meisten europäischen Länder heraufbeschwören, wo nicht wenige Zeitungen Jahr für Jahr gegen rote Zahlen ankämpfen müssen.

### *Die Freiheit ein „Luxusartikel“*

Die sozio-politische Situation Asiens fügt andererseits diesem düsteren Pressepanorama keinen rosaroten Pinselstrich hinzu. Außer Japan und Hongkong sieht das übrige Asien die Pressefreiheit als einen „Luxusartikel“ an. Nach der Information von IPI erfreut sich nur der fünfte Teil der Mitgliederländer der UNO gegenwärtig der Pressefreiheit<sup>21</sup>.

Zunächst einmal halten die Nationen des asiatischen kommunistischen Blocks an ihrem typischen Regime der Informationskontrolle fest. Nach dem Vorbild (pattern) Moskaus haben sämtliche Kommunikationsmittel den offiziellen Parteibestimmungen zu entsprechen. Indochina reihte sich als letztes Land diesem Typus der kontrollierten Information ein. Die Presse Südvietnams hatte schon geraume Zeit ihre Beweglichkeit verloren, und während der letzten Amtszeit von Nguyen Van Thieu waren praktisch fast alle Oppositionszeitungen verschwunden. Dennoch blieb eine demokratische Fassade, weil man sich nicht den Zorn Amerikas zuziehen wollte. Überdies konnten die ausländischen Korrespondenten sich frei bewegen und schreiben. Als Saigon dann von den „Befreiungstreitkräften“ besetzt war, machten sich die neuen Herren sofort daran, die „unbequemen Zeugen“ zu beseitigen, wie es der Korrespondent von „Le Monde“ ausdrückte. Binnen 25 Tagen nach der Kapitulation wurden 82 ausländische Journalisten des Landes verwiesen. Das Dutzend der gebliebenen Korrespondenten nahm weiterhin ab, und ihre Bewegungsmöglichkeit ist sehr klein. Die nationale Presse wurde von der Regierung beschlagnahmt, und in Saigon heißt die einzige Zeitung, die erscheint, „Giat Phong“<sup>22</sup>. Die Kontrolle wurde auf sämtliche Kulturmedien ausgedehnt, sowohl westliche Bücher wie westliche Musik wurden verboten. Der neue Verlag „Befreiung“ veröffentlicht nur Bücher über die Revolution und russische Übersetzungen. Die Bestimmungen von Radio Saigon über Disziplin, Ordnung und Wachsamkeit gegenüber der kapitalistischen Gefahr klingen — Ironie des Schicksals — denen der Zeit Thieus gegen die „kommunistische Infiltration“ sehr ähnlich . . .

In den andererseits „demokratisch“ genannten Staaten in Asien unterscheidet sich die Politik der Regierungen kaum hinsichtlich der Pressefreiheit von den kommunistischen Methoden. Auch wenn in den meisten von ihnen das Privateigentum an den Zeitungsunternehmen noch erlaubt ist, so beschränken Regierungskontrolle, Zensur und andere wirtschaftliche Druckmaßnahmen nach Dolchstoßmethode die Verfassungsgarantien über die Informationsfreiheit<sup>23</sup>. Indien, das sich seit seiner Unabhängigkeit einer gewissen liberalen Tradition erfreute, schloß mit den neuen Pressebestimmungen sämtliche Möglichkeiten freier Meinungsäußerung aus. Die Auslandskorrespon-



denten wurden gezwungen, die Annahme des gegenwärtigen Systems zu unterzeichnen oder das Land zu verlassen. So werden alle Informationen über die Maßnahmen der Opposition, für die Regierung ungünstige Kommentare und alles, was Geringschätzung oder Ablehnung für die offizielle Politik erregen könnte, mit Schärfe verhindert. „Indien war“ — nach den Worten von Indira Gandhi — „eine der wenigen unterentwickelten Nationen mit Pressefreiheit. Augenblicklich können wir uns diesen Luxus nicht leisten...“<sup>24</sup> Angesichts dieser Tragödie war sowohl die nationale als auch die ausländische Reaktion sehr gering. In einem Land mit mehr als 70 % Analphabeten ist die Presse gewiß ein Luxusartikel für die Elite, und ihre Probleme finden kaum Resonanz bei der großen hungernden Volksmasse.

Bangladesh ist dem Beispiel seiner Nachbarn gefolgt, und gegenwärtig erscheinen in Dacca nur vier Tageszeitungen, Eigentum der Regierung. Alle Journalisten sind der Einheitspartei Baksal angeschlossen, wie es dem jüngsten Dekret der Nationalversammlung entspricht. Die Philippinen haben seit der Proklamation des Kriegsrechts alle Zeitungen der Opposition ausgeschaltet, und die Information befindet sich seither in den Händen der Regierung Marcos. Vergeblich waren die Proteste einiger philippinischer Bischöfe und anderer internationaler Organisationen. Die neuen Verordnungen bestimmen, daß „die Information objektiv, genau und ehrenhaft sein muß“. Folglich kann nichts, was das Vertrauen des Volkes in die Regierung bedrohen könnte, an die Öffentlichkeit gelangen. Der Protest der Press Foundation of Asia (PFA) hat nur gute Worte gezeitigt. Nach der offiziellen Antwort hatte die Presse an der Konspiration gegen die Regierung Anteil, und die außergewöhnlichen Maßnahmen sind notwendig bis zur „Normalisierung“<sup>25</sup>.

In Indonesien nahm die Regierung die Tumulte 1974 anlässlich des Besuchs des japanischen Premierministers Tanaka wahr, um die gegen die Regierung gerichteten Zeitungen zu unterdrücken<sup>26</sup>. Die offizielle Anklage, sie „begünstigten die Gewalt“, überdeckte dem Anschein nach den Unwillen der Regierung über die Kritik mancher Zeitungen an der administrativen Korruption. Schon 1973 hatte Präsident Suharto seine Pressepolitik festgelegt: „Die Freiheit ist notwendig, aber wenn sie nicht mit Verantwortung geübt wird, entwickelt sich Zügellosigkeit zum Schaden des Volkes.“ Schließlich zeigt der Fall Südkoreas, wieweit eine totalitäre Regierung faschistischen Typs gehen kann, um das Land von der kommunistischen Diktatur des Nordens zu „befreien“. Seit anderthalb Jahren entfesselt Präsident Park eine Offensive, um die Hauptzeitung „Dong’ a Ilbo“ von Seoul zu unterdrücken. In aller Stille wurden die Inserenten eingeschüchtert, ihre Anzeigen zurückzuziehen, und eine Verleumdungskampagne ging durch die offizielle Presse. „Dong’ a Ilbo“ war im asiatischen Südosten durch seine Auflage von 600.000 Exemplaren und sein hohes journalistisches Niveau ein Ausnahmefall. 1920 gegründet, hat das Blatt sich stets durch seinen freiheitlichen Geist ausgezeichnet und trat tapfer den verschiedenen totalitären Regimes entgegen, unter denen das Land litt. Fünfmal während seiner langen Geschichte unterdrückt, ist es immer unbezwingbar wieder erschienen. Bei gemäßigter Orientierung kritisierte die Zeitung dennoch dort, wo sie es für notwendig hält. Diese Ausgeglichenheit befriedigte den Präsidenten Park nicht. Für ihn heißt die einzige Alternative beim politischen Urteil in seinem Land totale Treue oder Schweigen<sup>27</sup>.

### *Japans schwindelerregende Zahlen*

Japan ist in jeder Hinsicht in Asien eine Welt für sich. Eine perfekte Insel, nach Osten durch die Tiefen des Pazifiks und nach Westen durch einen noch tieferen



Ozean der Unterentwicklung getrennt. Seine stärksten Resonanzpunkte liegen immer in Amerika und Europa. Die japanische Presse wird wegen ihrer Technik, ihres Umfangs und ihrer Wirtschaftsmacht bewundert und von vielen mit Neid betrachtet. Die großen Tageszeitungen von Tokio, „Asahi“, „Yomiuri“, „Mainichi“, „Sankei“ und „Nihon Keizai“ bringen täglich einschließlich ihrer Morgen- und Abendausgaben mehrere Millionen Exemplare heraus<sup>28</sup>.

Der Schlüssel zu diesem Erfolg, der auch in Krisenzeiten gesichert ist, liegt an erster Stelle in der Treue der Leser. Gewiß ist die weitgespannte Kultur und Erziehung eine grundlegende Basis<sup>29</sup>, aber das erklärt nicht alles. Abgesehen von dem großen Anzeigenaufgebot, daß die Zeitungen aufnehmen, wie wir schon zuvor andeuteten, bietet der hohe Leserprozentsatz, der die Zeitung abonniert — der Straßenverkauf ist sehr gering — eine gesicherte wirtschaftliche Plattform über das ganze Jahr<sup>30</sup>. Das Verteilungssystem ins Haus durch Zeitungsjungen (newspaperboys), meist Schüler, bringt eine Ersparnis, die in vielen Ländern unbekannt ist. Dort schlucken die Vertriebsunternehmen bisweilen einen großen Teil der Zeitungseinnahmen. Hinzu kommt das Band der Zuneigung, das die Leser mit ihrer Zeitung verbindet, den familiären Beziehungen verwandt, die zwischen den Beschäftigten und ihrem Unternehmen bestehen.

Die japanischen Zeitungen liegen auf einem mittleren Niveau zwischen der Kategorie der Qualitätszeitungen und der Boulevardpresse. Bei einem Vergleich mit Europa springt ihre betonte Einförmigkeit in die Augen. Nicht nur die Herstellung und typographische Aufmachung sind sehr ähnlich, sondern auch die journalistische Linie weist in eine gemeinsame Richtung, bei der Nuancen kaum wahrnehmbar sind. Im Gegensatz zu Europa, wo alle Zeitungen, die unter dem faschistischen oder nationalsozialistischen Regime (Italien, Deutschland, Frankreich etc.) verschwanden — oder den Namen wechselten, setzte in Japan nach dem Zusammenbruch die Presse praktisch ihr Leben ohne große Veränderung fort, obwohl sie bedingungslos mit der imperialistischen Politik zusammengearbeitet hatte<sup>31</sup>. Diese Zweiseitigkeit oder Fähigkeit zur „Anpassung“, die auch auf anderen Gebieten wie der Politik und der Wirtschaft zu beobachten sind, erreichen in Japan Ausmaße, die für Menschen aus dem Westen nur schwer verständlich sind.

Die gegenwärtige Einstellung der japanischen Presse könnte als gegen die Regierung gerichtet bezeichnet werden, wenngleich ihre Kritik und ihre Angriffe einen gutmütigen Ton aufweisen, der weit entfernt ist von den Herausforderungen und Streitigkeiten der amerikanischen Presse<sup>32</sup>. Im Bereich der internationalen Politik ist ein ständiger „Antiamerikanismus“ zu beobachten, der in Gegensatz steht zu der Milde und Diskretion, mit der die Konfliktfälle zwischen Japan und den Ländern des kommunistischen Blocks behandelt werden. „Japan-Times“, die wohl eine der wenigen proamerikanischen Tageszeitungen in englischer Sprache ist, schrieb in einem Leitartikel: „Die Frage der Ehrbarkeit der japanischen Presse mußte einmal untersucht werden... Die Schweigsamkeit über die sowjetischen Dissidenten, die Repression etc. sind schwerlich erklärbar. Zumal da die japanische Presse gleichzeitig dazu Tag für Tag mit sensationellen Titeln auf der ersten Seite auf den Freiheitsmangel in Südkorea einhämmert...“<sup>33</sup> Dieser diskriminierende Unterschied in der Behandlung (approach) zwischen Osten und Westen, der beim Japanisch-Deutschen Symposium klar zutage trat, wird immer ein Kuriosum für eine Institution wie die japanische Presse bleiben, deren sozio-ökonomische Strukturen grundlegend kommerziell und kapitalistisch sind.

Eine im vergangenen Jahr veröffentlichte Studie über die Meinungsfreiheit in Asien von Kyozi Mori in der angesehenen Zeitschrift „Japan Quarterly“<sup>34</sup> übergeht die Situation der asiatischen sozialistischen Nationen. Der Verfasser stellt zunächst absolute Prinzipien für die Freiheit auf und beschränkt ihre Anwendung auf Südkorea, die Philippinen, Taiwan etc. „Die Massenmedien [in diesen Ländern] werden durch die Regierungskontrolle mit einem Maulkorb versehen. ... Alle totalitären Systeme sind zur Korruption verurteilt ... Öffentliche Kritik ist dann unentbehrlich, um die Korruption und den Mißbrauch der Macht zu verhindern.“ Trotzdem fügt Kyozi Mori mit einer ein wenig überraschenden Logik hinzu: „Die Tatsache, daß keine Korruptionsanklage in der Presse der kommunistischen Länder veröffentlicht wird, kann nicht der Informationskontrolle in diesen Ländern angelastet werden ...“<sup>35</sup> Die Gegenwartssituation der letzten Jahre würde ein interessantes Feld für eine vergleichende Inhaltsanalyse darüber abgeben, wie die japanische Presse über internationale Ereignisse in ihrem Verhältnis zu Japan informiert oder auf diese reagiert hat. Um nur einige Themen zu nennen, bei denen die publizistische Diskriminierung offensichtlich erscheint, würde es die Mühe lohnen, einmal die Zornesausbrüche gegen die amerikanische Besetzung von Okinawa und die „Toleranz“ gegen die gegenwärtige sowjetische Besetzung der Inseln im Norden Japans zu analysieren. Dieselbe Ungleichheit läßt sich beobachten gegenüber den Verhandlungen um den Verteidigungspakt mit den USA und angesichts des gegenwärtigen Engpasses rund um den Freundschaftsvertrag mit Peking und Moskau. Heftige und langanhaltende Reaktionen, als der Führer der südkoreanischen Opposition, Kim Dae Jung, in Tokio seiner Freiheit beraubt wurde, und unbegreifliche Milde, als ein japanisches Schifferboot durch Nordkorea aufgebracht wurde, wobei zwei Japaner getötet und zwei weitere schwerverletzt wurden, da das Küstenwachtschiff ohne vorherige Warnung beschossen wurde und die Verletzung der fremden Hoheitsgewässer obendrein noch zweifelhaft blieb. Die Form, wie die Presse seit der Ölkrise ihre Haltung gegenüber Israel geändert hat, hätte eher als „Ölschmeichelei“ denn als journalistische Aufrichtigkeit bezeichnet werden müssen.

Eine der Schlußfolgerungen des Japanisch-Deutschen Symposiums in Tokio lautete, daß beide Länder eine aktivere Stellung im internationalen Bereich beziehen müßten, um das gegenwärtige System der „beiden Supermächte“ zu brechen. Wenn man dieses Ziel jedoch nicht auf möglichst unparteiische Weise anstrebt, wird man schwerlich ein angemessenes Echo finden. Die japanische Presse und die übrigen Massenmedien haben gigantische Ausmaße erreicht. Ihre Zahlen und die Verwendung der fortschrittlichen und neuesten Kommunikationstechniken rufen unablässig unsere Bewunderung hervor, vor allem im asiatischen Kontrast. Aber zu gleicher Zeit wird dieser schwindelerregende materielle Fortschritt nicht von einer umfassenden und menschlichen Entwicklung begleitet, deren das Zeitungswesen nicht entraten kann und darf.

### *Das Senfkorn — die katholische Presse in Asien*

Vielleicht bietet, um die katholische Presse in Asien zu definieren, die optimistischste Form das Wort aus dem Evangelium von dem kleinen „Senfkorn“. Zumindest trägt dieses Bild — trotz seiner Winzigkeit — eine Dynamik der Hoffnung und der Möglichkeiten für die Zukunft in sich. Es muß hier erneut auf das hingewiesen werden, was wir über die asiatische Presse im allgemeinen sagten. Die katholische Kirche und ihre Kommunikationsmittel leben eben in diesem sozio-ökonomischen Milieu, und die asiatischen Christen, ob sie nun Leser nichtkonfessioneller Zeitungen

oder katholischer Publikationen sind, entrichten nicht den politisch-kulturellen Umwelteinflüssen ihrer respektiven Länder. In einem Buch „Die Religion und ihre Informationsindustrie“<sup>96</sup>, das im vergangenen Jahr in Japan veröffentlicht wurde und die publizistischen Aktivitäten der religiösen Organisationen in Japan behandelt, wird die katholische Presse nicht einmal erwähnt. Diese Unterlassung, die wir in einer Studie, die vorgibt, die Welt der religiösen Massenmedien vorzustellen, für ungerechtfertigt halten, deutet andererseits die Position an, die den christlichen Publikationen in Japan zuerkannt wird. Ausgenommen auf den Philippinen, überschreiten die Katholiken in Asien nirgendwo die Grenze einer unbedeutenden Minderheit. Und was die Situation noch erschwert, ihr Einfluß im Fall der kommunistischen Regime ist praktisch auf nationaler Ebene gleich null. In anderen Ländern wie Südkorea, Taiwan, Malaysia etc. entspricht die Bewegungsfreiheit der Christen dem Grad der Treue gegenüber der offiziellen Politik. Sodann sieht die Presse der Kirche sich in den meisten Fällen auf einen innerkirchlichen Aktionsradius beschränkt, ihre Hauptzwecke sind die Evangelisation oder die Katechese im strengen Sinn. Bei der Mentalität vieler Bischöfe und des asiatischen Klerus gegenüber den Massenmedien und der kärglichen Initiative und dem Fehlen der technischen und kulturellen Vorbereitung der einfachen Gläubigen sind die Presse, der Rundfunk etc. ein Monopol der Hierarchie und der ausländischen Missionare. Wenn wir uns hier auf die traditionellen „Missionsländer“ beschränken, so bietet die katholische Presse in Asien folgendes Panorama<sup>97</sup>:

*Japan:* Seit dem Vatikanum II wird in der Kirche von Japan die strukturelle Basis der nationalen und diözesanen Kommunikationsorgane geplant. So bestehen ein Nationalkomitee und Regionalbüros für die Kommunikationsmittel in 16 Diözesen. In 12 von ihnen wird monatlich ein Diözesanbulletin herausgebracht, das in den Pfarreien verteilt wird. In Japan wie in fast allen asiatischen Ländern erscheint keine einzige katholische Tageszeitung. Der „Katoriku Shinbun“ (Catholic Weekly), der unter Verantwortung der Bischofskonferenz herausgegeben wird, ist die einzige Wochenzeitung von nationaler Verbreitung. Die Mehrheit der katholischen Publikationen erscheint monatlich. Gegenwärtig gibt es drei Zeitschriften allgemeiner Art („Katholisches Bild“, „Der Freund der Familie“, „Ritter unserer Lieben Frau“), zwei Publikationen spiritueller Art („Stimme“ und „Herz-Jesu-Bote“) und andere spezialisierte Zeitschriften für das weibliche Publikum („Tagesanbruch“), für Intellektuelle („Welt“), für Katechumenen („Katholisches Leben“), für Kinder („Die Welt des Kindes“) und für den Klerus („Missionarisches Bulletin“). Die Gesamtauflage dieser Publikationen erreicht 197.000 Exemplare. Andere katholische Publikationen gehören zur Kategorie der Vierteljahresschriften (Quarterly), zwei für Intellektuelle („Theologische Auswahl“ und „Soziale Probleme“), eine für Katechisten („Katechese“) und zwei weitere für die Frau („Liebe“ und „Forum“).

1973 wurden 52 Bücher religiöser Thematik in katholischen Verlagen veröffentlicht, überdies weitere Forschungswerke an der katholischen Sophia-Universität. Im Rundfunk sendet das *Good Shepherd Movement* (Osaka) ein tägliches Programm von 5 Minuten über 35 Lokalsender und zwei Wochenprogramme von 15 Minuten im Fernsehen. 1974 stiegen die Kosten dieser Sendungen über kommerzielle Sender auf 37 Millionen Yen. In Japan erreicht mit Ausnahme der Sonderpublikationen mit Universitätsniveau die Mehrzahl der Zeitschriften kaum die außerchristlichen Kreise. Eine Ausnahme im Rahmen der Massenkultur in Japan bildet die Volkstümlichkeit, der sich nicht wenige katholische Schriftsteller erfreuen, wie Shusaku Endo, Sawako

Ariyoshi, Hisashi Inoue, S. Miura, Ayako Sono etc. 1974 standen verschiedene Romane dieser Autoren mit religiösem Thema lange Zeit auf der Bestseller-Liste des Landes. An der Sophia-Universität gibt es eine Abteilung für Zeitungswesen und ein Fernsehzentrum. Die katholischen Journalisten der kommerziellen Presse von Tokio gehören dem Klub der katholischen Journalisten an.

*Hongkong:* Nach Japan findet sich in Hongkong die meistentwickelte Presse Asiens. Auf religiöser Ebene haben die verschiedenen protestantischen Konfessionen eine breite publizistische Tradition. Die katholische Kirche besitzt in der britischen Kronkolonie zwei Wochenschriften („Kung Kao PO“ und „Sunday Examiner“) — Die Publikationen für Studenten sind am zahlreichsten („Chu Fai“, „Vox Amica Pictorial“, „Vox Amica Bi-Weekly“). Weitere Monatsschriften werden für die Arbeiterklassen publiziert („Search“, „Lok Fung PO“, „Shi Toi Nin“). Außer den Pfarrbulletins erscheinen in Hongkong zwei Vierteljahresschriften (Quarterly) für den Klerus, „Dialogue“ (zweisprachig) und „Yun“ (in chinesischer Sprache).

In Hongkong ist das Bombardement der Auslandspresse zweifellos am intensivsten, nicht nur seitens der westlichen Welt, sondern auch vom chinesischen Festland aus. Das ist ein *handicap* für die einheimischen Publikationen, die katholischen nicht ausgenommen.

*Südkorea:* Südkorea ist ein weiteres Land, in dem die Protestanten, vor allem die Lutheraner, über eine ausgedehnte publizistische Tradition verfügen. Im vergangenen Jahr stellte die lutherische Kirche 80 % ihres Haushaltsplans für die Entwicklung ihrer Publikationen und Rundfunkprogramme bereit. Auf interkonfessioneller Ebene arbeitet der National Council of Churches, unter dessen Namen verschiedene Verlagshäuser tätig sind. Die Katholiken, die 2,8 % der Bevölkerung ausmachen, veröffentlichen eine Wochenschrift („Sipo“), eine Monatsschrift allgemeiner Art und eine andere für Kinder. Die Erzdiozese von Taegu besitzt eine Tageszeitung für allgemeine Information, und die Diözese Wonju verfügt über 40 % der Anteile am lokalen Rundfunk MBC. An der katholischen Universität von Sogang besteht eine Abteilung für Massenkommunikation. 1973 wurden 468 Bücher über Religion mit einer Gesamtauflage von über einer Million Exemplaren veröffentlicht. Einer jüngsten Information zufolge sind die katholischen Massenmedien sämtlich in Händen der Ordensleute und des Klerus, da es unter den Laien an Fachleuten auf diesem Gebiet fehlt.

*Taiwan:* Die Hierarchie von Taiwan veröffentlicht gegenwärtig zwei Wochenschriften, fünf Monatsschriften und drei Vierteljahresschriften. Hinzu kommen 15 Pfarrbulletins. Neuerdings erreichte die Monatsschrift „Kuang Chi“ (Teenager) eine Auflage von 5.000 Exemplaren. Im vergangenen Jahr wurde eine Blattfolge „Christian Eye“ mit Erfolg herausgegeben (15.000 Exemplare).

Das *Kuangchi Communications Center* widmet sich der Produktion von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, und die katholische Verlegervereinigung verfügt über zwei Rundfunkstationen. Der im Apostolat der Massenmedien arbeitende Klerus beklagt häufig das geringe Verständnis der Hierarchie und die mangelnde wirtschaftliche Unterstützung.

Ihrerseits geben die protestantischen Konfessionen „The Christian Tribune“ heraus, und die Lutheraner publizieren eine Wochenschrift mit großer Auflage, „The Sower Weekly“. Die katholische Universität von Fu Yen veranstaltet Kurse über die Massenmedien.

In den anderen asiatischen Ländern außer Indonesien sind die Aktivitäten der katholischen Presse sehr beschränkt. In Indonesien gibt es den Ausnahmefall einer katholischen Tageszeitung, „Kompas“. Sie wird von Laien geleitet und hat eine Auflage von 200.000 Exemplaren, obwohl die christliche Gemeinschaft innerhalb der mohammedanischen Bevölkerung eine Minderheit darstellt. Dieselbe Gruppe von Kompas gibt verschiedene Zeitschriften in Magazinform für Erwachsene und junge Leute heraus („Intisari“, „Midi“, „Bobo“). Regelmäßig werden katholische Programme über die staatlichen Rundfunkanstalten und die Fernsehstationen ausgestrahlt. Die lokalen Rundfunkprogramme, in verschiedenen Sprachen, haben großen Erfolg, und ihre Zuhörerschaft ist sehr zahlreich.

Die Situation in Malaysia und Singapur, die beide vorherrschend mohammedanisch sind, ist sehr viel anders. Trotz der durch die Verfassung garantierten Religionsfreiheit leiden die christlichen Konfessionen unter einer offensichtlichen Diskriminierung. Kein Katholik darf am politischen oder administrativen Leben teilhaben. Die nationale Presse veröffentlicht keine Nachrichten religiösen Inhalts. Ausnahmsweise an den großen Festtagen werden die Katholiken eingeladen, den Rundfunk für einige Minuten zu nutzen und so nach außen hin zu demonstrieren, daß die Religionsfreiheit respektiert wird. Die katholischen Publikationen beschränken sich auf „Catholic News“ und auf „Crusader“, eine Vierteljahresschrift, die vom Episkopat von Singapur subventioniert werden. Die Pfarrbulletins in Händen des Klerus geben die Gemeinschaft der Gläubigen keine Möglichkeit zum Mitwirken. Den vielleicht nützlichsten Dienst leistet das *Information Center*, das Bücher und Zeitschriften aus dem Ausland importiert und diese zu stark verbilligten Preisen anbietet.

In Laos hat die katholische Minderheit zufolge des Analphabetentums (75 %), der politischen Unsicherheit der letzten Jahre und der staatlichen Zensur kaum eine Möglichkeit, die gedruckten Kommunikationsmittel zu nutzen. Außer den sehr unregelmäßigen Pfarrbulletins rechnet die Kirche gegenwärtig mit keiner anderen Publikationsart. Die einzige katholische Monatsschrift stellte vor einigen Jahren wegen mangelnder Abonnenten und fehlenden Geldes ihr Erscheinen ein.

In Thailand wird eine katholische Zweiwochen-Zeitschrift veröffentlicht (6.500 Exemplare), aber im allgemeinen hat sich die katholische Presse nicht akklimatisiert. Die Vorliebe der Thailänder zielt vor allem auf Rundfunk und Kino.

Über Kambodscha und Südvietnam sind unter dem neuen politischen Regime die Informationen spärlich, besonders in religiöser Hinsicht. In Saigon hat die katholischen Publikationen das gleiche Schicksal ereilt wie die übrige Presse des alten Regimes. Die Wiedervereinigung von Nord und Süd läßt voraussehen, daß sich die gleiche Pressepolitik wie in Hanoi konsolidieren wird. Das bedeutet absolute Kontrolle der Informationsmedien durch die Regierung und die anderen Parteiorgane.

Kurzum, zu den von Natur aus gegebenen Problemen dieser asiatischen Nationen und ihrer Presse kommen für die katholischen Massenmedien andere nicht geringe besonders „kirchliche“ Probleme. Konkret gesagt, sowohl auf der Konferenz von Bangkok wie auf der von Tokio belegte die katholische geschriebene Presse den traurigen Titel eines „armen Vетters“ für sich. Der Nachdruck auf Rundfunk, Film und andere audiovisuelle Medien erklärt sich zum Teil aus dem niedrigen kulturellen und literarischen Niveau dieser Nationen. Trotzdem machen nach unserer Meinung die vorherrschend „evangelisierende“ Orientierung *ad extra* und die vertikale und klerikale Struktur der Lokalkirchen und der katholischen Bewegungen die Integra-

tion der Gemeinschaften und die aktive Teilnahme ihrer Mitglieder zunehmend schwieriger. Die Tragödie vieler asiatischer Kirchen und der Katholiken ist es, daß sie nach dem Empfang der Taufe frei im Raum isoliert bleiben, ohne daß sie einen Organismus bilden können, der sie integriert und ihnen ihre eigene Identität innerhalb der nichtgläubigen Masse gibt. Um diesen Zusammenhalt zu verwirklichen, ist ein Dialog an der Basis unumgänglich. Der Rundfunk und das Fernsehen sind — ohne daß wir seinen außergewöhnlichen Ausstrahlungseffekt leugnen wollen — nicht immer die geeignetsten Medien für eine Kommunikation in beiden Richtungen. Darum ist gegenwärtig nach der zwischenpersönlichen Mini-Kommunikation die Entwicklung einer Presse, die in einer für alle verständlichen Sprache geschrieben ist, erstrangig notwendig. In Tokio, auf der Regionalkonferenz der bischöflichen Kommissionen über die Kommunikationsmittel, sagte jemand: „In den Pfarrbulletins und in den Diözesanzeitschriften muß ein echter Dialog zwischen den Gläubigen und den Priestern, zwischen den Lesern und dem Redakteur gefördert werden...“ Die Versuchung vieler Missionare und Pfarrer angesichts der kulturellen und katechetischen Abweichung ihrer „Schäflein“ besteht darin, sich in einem Monolog abzukapseln — der vielleicht sehr theologisch und römisch ist —, aber total losgelöst von der Mentalität und den Eigentraditionen jeder Gemeinschaft. Das „vorgelebte Despotentum“, das in Asien auf allen Ebenen so leicht ist, hat vor den Toren der katholischen Kirche nicht halt gemacht. Es ist nunmehr notwendig, mit einem Schlag den Teufelskreis zu durchbrechen, der das Volk durch fehlende Information ausschließt und die Unfähigkeit noch dazu paternalistisch schützt, indem man die wahre Pädagogik, belehrend heranzubilden und dann die anderen handeln zu lassen, endlos verzögert.

#### Anmerkungen:

1. Die deutsche Delegation wurde vertreten durch Dr. Theo Sommer („Die Zeit“), Dr. Günther Gillissen („FAZ“), Prof. Arnulf Baring (Freie Universität Berlin). Die japanische Teilnahme beschränkte sich auf die Journalisten von „Asahi“. Die Sitzungen fanden hinter geschlossenen Türen statt, und die meisten Tokioter Journalisten enthielten sich der Information über das Symposium. Das alles offenbart einen befremdlichen, aber sehr typischen Sinn für „Kooperation“ in den Wettbewerbsbeziehungen der japanischen Zeitungen.
2. Nach den jüngsten Statistiken: Japan 2 %, Taiwan 15 %, Sri Lanka 24 %, Philippinen 28 %, Südkorea 29 %, Thailand 32 %, Vietnam 33 %, Burma 40 %, Indonesien 57 %, Malaysia 57 %, Kambodscha 59 %, Indien 66 %, Laos 75 %, Bangladesh 78 %, Pakistan 84 %.
3. Kakuma Takahashi: Mass Media no Shuen (Der Untergang der Massenmedien), in „Chuo Koron“, 4:1975, S. 73—143.
4. John A. Lent: Reluctant Revolution, Iowa State University Press 1971.
5. „Asahi Shinbun“ v. 23. 10. 1973.
6. Perspectivas del Consumo actual (Übersetzung), in: „Chosa Joho“, 3:1975, S. 58 ff.
7. Ebd.
8. The Japanese Press 1975. Nihon Shinbun Kyokai, Tokio 1975.
9. I. K. Gujral: The Shortage of Newsprint in Asia. UNESCO-Bericht 1974.
10. Ebd.
11. Siddhartha: Asian News Agency, in: „Daily Mainichi“ v. 25. 4. 1975.
12. Ebd.
13. Alan Charkley: Newspapers in Asia still have Problems, in: „Mainichi“ v. 22. 9. 1974.
14. Varindra T. Vittachi: The Media and the Third World, in: „Newsweek“ v. 7. 4. 1975.
15. Asian Cultural Center for UNESCO. Tokio, Juni 1974.
16. „Yomiuri Shinbun“ v. 7. 10. 1974.
17. Communicators in the Philippines. Manila 1975.



18. The Japanese Press 1973. Nihon Shinbun Kyokai, Tokio 1973.
19. Ebd.
20. Japanese Press Yearbook 1975. Nihon Shinbun Kyokai, Tokio 1975.
21. „Asahi Shinbun“ v. 16. 10. 1974.
22. „Daily Mainichi“ v. 4. 2. 1975. Früher gab es in Saigon 11 Zeitungen in vietnamesischer Sprache, 10 in chinesischer Sprache, eine in englischer und eine weitere in französischer Sprache.
23. Report of the Meeting of Experts on the Development of the Periodical Press, Tokio, Juni 1974.
24. W. Borders: Censorship in India, in: „Asahi E. News“ v. 2. 10. 1975; vgl. „Yomiuri Shinbun“ v. 4. 12. 1975. Pledge of Allegiance?, in: „Time“ v. 11. 8. 1975.
25. Curbing the Role of the Press, in: „Economic Eastern Review“ v. 27. 6. 1975. Rommel Corro: R. P. Press not Dead but Barely Kept Alive, in: „Yomiuri“ v. 20. 11. 1974.
26. Kenneth L. Whiting: Oppressed Indonesia Press, in: „Japan Times“ v. 5. 3. 1975.
27. Mark Frankland: Dong's Ilbo Resists Tyranny, in: „Asahi E. News“ v. 31. 1. 1975; Anonymus: „Chuo Koron“, 3:1975, S. 215—225.
28. Mittlere Auflagen von 1974: „Asahi“: 10.883.237 Exemplare; „Yomiuri“: 10.557.005; „Mainichi“: 7.063.368; „Sankei“: 2.876.227; „Nihon Kaizai“: 2.626.191 (einschließlich der Morgen- und Abendausgabe).
29. Analphabetentum existiert praktisch nicht. Die obligatorische Schulausbildung wird zu 100 % genutzt, mehr als 89 % der Schüler setzen ihre Ausbildung an der High School fort. Gegenwärtig sind an den Universitäten mehr als zwei Millionen Studenten immatrikuliert.
30. Vgl. 20. 10. 1975. Die Woche, die jährlich der Information in Japan gewidmet ist. Alle japanischen Zeitungen stellen mehrere Seiten zur Verfügung und geben einen Überblick über die Pressesituation.
31. El Control de la Opinión durante la guerra (Übersetzung). Sohzo Matsuura, Shirakawa shoin, Tokio 1975.
32. Vgl. z. B. den „Finanzskandal“, der den Premierminister K. Tanaka abzudanken zwang, dessen Betrugerei aber noch nicht aufgeklärt ist.
33. „Japan Times“ v. 15. 10. 1973.
34. Bd. XXII, Nr. 2, April-Juni 1975, S. 119—125.
35. Ebd., S. 121; vgl. Osamu Miyoshi / Shinkichi Etoh: Chugoku Hodo no Henkô wo tsuku (Kritik gegen die Begünstigung der Information über China), Tokio 1975.
36. A Yamamoto / S. Aoki: Jôhō Sangyô toshite Shukyô. The Simul Press, Tokio 1975.
37. Die benutzten Hauptreferenzwerke waren: die Informationen und Akten der First Regional Conference on Social Communication in Asia, Bangkok, Juni 1974; East Asian Regional Meeting of Episcopal Commissions for Social Communication, Tokio, Juli 1974; JESCOMEA Newsletter, 1974—1975, Manila.

## SUMMARY

With Japan being an exception, the Asian press generally is still underdeveloped. The newspaper prices are exceptionally high. The market seems to be neglected. The newspaper industry grows slowly. Illiteracy is still predominant, thus widening the gap between actual and potential readers. The press does not seem to fulfill a real function for information and education. Most of the Governments make the press their organs for propaganda and control. In many countries the distribution of newspapers does not come up to the minimal standard set by UNESCO. Newspapers are luxury goods. The costs for these products are rising steadily. Dependence from outside dominates the content of the paper. American and European news services still „colonialize“ the so-called free Asia. Thus the information about their own continent is quite meager. Western news and newspapers instead are imitated and more or less re-printed or copied. This western information colonialism is further strengthened through massive distribution of international editions of western news magazines. The Japanese press with its enormous circulation figure is admired universally but despite this, the human element is not sufficiently developed also there. Finally, the

author gives an overview over the catholic press in Asia. He calls for a catholic press to be understood also by the general public. Real dialogue between faithful and priests, between readers and editors and the change from paternalistic to real pedagogy leading to self-responsibility are necessary.

## R É S U M É

La presse asiatique est considérablement sous-développée. Le Japon y est avant tout une exception. Le prix des journaux est démesurément élevé. Le marché des lecteurs est trop négligé. L'industrie des journaux croît trop lentement. L'analphabétisme règne encore trop. Ainsi grandit le déséquilibre entre les lecteurs réels et les lecteurs potentiels. La presse n'a aucun véritable rôle d'information et d'éducation. La plupart des gouvernements font de la presse leur organe de contrôle et de propagande. Dans beaucoup de pays, la diffusion des journaux ne correspond même pas au taux de base minimum de l'UNESCO. Les journaux ont valeur „d'articles de luxe“. Pour beaucoup de bourses asiatiques, la presse journalière est „taboue“. De plus, le coût de la vie s'élève sans cesse. La dépendance vis-à-vis de l'étranger domine aussi du côté du contenu. Les services de presse européens et américains continuent de „coloniser“ la soi-disant libre Asie. Ainsi, les informations sur le propre continent sont maigres. Au lieu de cela, on se contente souvent d'imprimer ou de traduire les journaux occidentaux. Pour cela, le métier de rédacteur n'est pas non plus attractif. Le „colonialisme d'information“ occidental est encore renforcé par les devoirs internationaux dirigés vers l'Asie et la réclame massive pour elle. En revanche, la presse japonaise, avec ses chiffres vertigineux, trouve certes partout des admirateurs, mais la presse n'a pas encore trouvé au Japon le vaste développement humain dont elle ne peut ni ne veut se passer. Finalement, l'auteur donne un petit aperçu de la presse catholique en Asie, limité aux „pays de mission“ traditionnels. Il plaide en faveur d'une presse catholique commune, d'un véritable dialogue entre croyants et prêtres, lecteurs et rédacteurs, et d'un abandon du paternalisme en faveur d'une vraie pédagogie qui mène à l'autoresponsabilité.

## R E S U M E N

La prensa asiática está subdesarrollada. La única excepción se encuentra en Japón. La prensa diaria es desproporcionadamente numerosa. El mercado de lectores está descuidado. La industria periodística crece demasiado lentamente. El analfabetismo sigue marcando la pauta. Por ello aumenta la desproporción entre lectores reales y potenciales. La prensa no cumple una función verdaderamente informativa y educativa. La mayoría de los gobiernos han hecho de la prensa sus órganos de propaganda y control. En muchos países la difusión de periódicos apenas alcanza el nivel mínimo fijado por la UNESCO. Los periódicos siguen siendo „Artículo de lujo“. Consecuencia: crece la espiral de costes. La dependencia del extranjero afecta también al contenido de los rotativos. Agencias de prensa estadounidenses y europeas siguen „colonizando“ la llamada Asia libre. Por ello se carece prácticamente de información sobre el propio continente. Con frecuencia se reproduce o se traduce la prensa occidental. Ello hace poco atractiva la profesión periodística. La „colonización informativa“ occidental se intensifica por las ediciones internacionales difundidas en Asia y por la masiva propaganda que de ellas se hace. Por el contrario la prensa japonesa encuentra admiradores por todas partes, a pesar de que en Japón no se llegó en este terreno a un desarrollo completo. El autor da por último una breve panorámica de la prensa católica en Asia, limitándose a los „países de misión“ tradicionales. Aboga por una prensa católica popular, por un diálogo auténtico entre creyentes y jerarquía, entre lectores y redactores, y por la renuncia al paternalismo en beneficio de una verdadera pedagogía que conduzca a la propia responsabilidad.