

BERICHTE

Joe Nethisinghe †

Knapp zwei Monate vor seinem plötzlichen Tode am Morgen des 27. Dezember 1971 in Colombo hatte er noch an der Sitzung des Exekutivkomitees von UNDA in Rom als Vertreter Asiens teilgenommen. Der 1927 geborene und 1953 zum Priester geweihte P. Joe Nethisinghe war seit Jahren Vizepräsident von UNDA-Asien und leitete als Vorsitzender die gesamte, fast einwöchige UNDA-Asien-Konferenz im Februar des gleichen Jahres in Manila. In Colombo war er bis knapp ein Jahr vor seinem Tod Redakteur der dortigen katholischen Wochenzeitung „The Messenger“, außerdem für die Rundfunkarbeit verantwortlich und Kommunikationssekretär der Ceylonesischen Bischofskonferenz.

Bei der Trierer Vorkonferenz für die Teilnehmer aus Entwicklungsländern am Weltkongreß der Katholischen Presse in Luxemburg (vgl. CS 4:1971, 341—343) im Sommer 1971 war er es, der vehement die Notwendigkeit eines katholischen Informations- und Dokumentationszentrums für Asien am Sitz des Sekretariats der gesamtasiatischen Bischofskonferenz in Hongkong betonte. Für ein halbes Jahr — das ihm, wie er im persönlichen Gespräch gestand, nicht leicht wurde — hatte man ihn 1969 für den vorgesehenen Überseedienst von Radio Veritas nach Manila „ausgeliehen“. Vor allem dort muß ihm die Notwendigkeit einer besseren kirchlichen Informations- und Dokumentationsarbeit der asiatischen Länder klar geworden sein.

Noch im Dezember, drei Wochen vor seinem Tode, war die erste Nummer eines von ihm konzipierten Informationsdienstes der Bischofskonferenz von Ceylon in einem von ihm neu errichteten und geleiteten Informationsbüro erschienen ... Für die Rundfunkarbeit sollte ein Rehabilitationsprogramm für Jugendliche im Vordergrund stehen, das er wegen der letzten politischen Unruhen im Lande als besonders notwendig ansah.

Die kirchliche Kommunikationsarbeit in Ceylon, in Asien und insgesamt in der Dritten Welt hat zweifellos einen ihrer wenigen ausgebildeten Fachleute verloren. Wie Thomas Kardinal Cooray, Erzbischof von Colombo, in einem eigenen Schreiben an Freunde von P. Nethisinghe es ausdrückte: „Um uns zu trösten, ja um unseren Verlust noch schmerzlicher zu machen, kamen aus der ganzen Welt Sympathieunterstützungen für seinen unbezweifelbaren Beitrag in den verschiedenen Bereichen des Medienapostolates.“

F.J.E.

Kommunikation und Entwicklung in Ostafrika

Vom 15. bis 18. Dezember 1971 fand in Lusaka (Sambia) eine ökumenische Konferenz über „Kommunikation und Entwicklung in Ost- und Zentralafrika“ statt, an der neben Beobachtern aus anderen afrikanischen Ländern die offiziellen Vertreter für Kommunikation bei den Katholischen Bischofskonferenzen sowie die entsandten

Vertreter der nationalen Christenräte von Uganda, Kenya, Tansania, Malawi und Sambia teilnahmen. Thema und Verlauf der Konferenz hatten eigentlich zwei Wurzeln:

1. Schon bald nach der Einrichtung einer „Association of Episcopal Conferences of Eastern Africa“ (AMECEA), in der katholischerseits die Bischofskonferenzen der genannten Länder zusammenarbeiten, kam es zur Gründung eines eigenen Sekretariats für Kommunikation in Nairobi, das 1968 mit P. Joe Healey MM besetzt wurde. Das besondere Bemühen des Kommunikationssekretärs war es, durch Kurse und Kooperation auf lokaler Ebene in den einzelnen Ländern den Sinn für die Notwendigkeit publizistischer Arbeit zu wecken, einheimische Talente zu entdecken und zu fördern. Nationale Kommunikationsverantwortliche wurden innerhalb der Katholischen Sekretariate der nationalen Bischofskonferenzen ernannt, und im Jahre 1970 trafen sich zum ersten Mal alle katholischen Kommunikationsverantwortlichen in Nairobi, um Fragen gemeinsamer Arbeit und Planung für die Zukunft zu besprechen. Dabei stand bereits die ökumenische Zusammenarbeit im Mittelpunkt verschiedener Diskussionen.

2. Während der von „Sodepax“ im März 1970 in Driebergen (Niederlande) veranstalteten ökumenischen Konferenz auf Weltebene über „Church — Communication — Development“ kam es spontan zur Gründung einer eigenen „Sodepax Communications Working Group“ für Afrika, die die ohnehin schon bestehenden ökumenischen Kontakte speziell in Ostafrika verstärkte und vor allem die Zusammenarbeit im Bereich Kommunikation und Entwicklung deutlich als eine wichtige Priorität gemeinsamen Handelns heraus hob.¹ Man entschloß sich, zunächst in Einzelprojekten verschiedener Art in einigen ostafrikanischen Ländern Erfahrungen zu sammeln. So wurde in Nairobi ein „Jugend-Happening“ zum Thema Armut und Reichtum veranstaltet. Man holte junge Menschen zu einem Wochenende in das Kommunikations-Ausbildungszentrum der Allafrikanischen Kirchenkonferenz („All African Conference of Churches“, AACC) nach Nairobi, besuchte mit den durch eine Multimedia-Präsentation eingeführten Jugendlichen die Slums und das Hilton Hotel von Nairobi und ließ sie dann ihre Gedanken und Erfahrungen durch Artikel, Sendemanuskripte, Zeichnungen usw. ausdrücken. Ein anderes Projekt beschäftigte sich in West-Tansania (Shiyanga-Region) mit der Bewußtseinsbildung einfacher Frauen auf dem Lande durch einen koordinierten Einsatz verschiedener Medien, die mit den traditionellen Kommunikationswegen dieser Menschen abgestimmt war. In Sambia begann man mit der Produktion eines entsprechenden afrikanischen Films, der noch nicht vollendet ist. Er behandelt die „Zambian Helpers Society“ eine Vereinigung, die sich vor allem der Bewohner in den Randgebieten und Slums von Lusaka annimmt.

Die Aufgabe der Konferenz in Lusaka war nun entsprechend diesen Voraussetzungen wiederum zweifach: einmal wollte man aus den Pilotprojekten, über die ausführlich berichtet wurde, lernen und aufgrund der Erfahrungen für die Zukunft auf ökumenischer Basis weiterplanen. Zwei volle Tage waren für dieses Thema der Kommunikation für Entwicklung ausschließlich vorgesehen. Dann sollte zweitens aber auch allgemein über eine weitere Zusammenarbeit der christlichen Kirchen im Bereich der Kommunikation gesprochen werden, denn dieses Gebiet tritt ohne Zweifel immer mehr in das Bewußtsein der afrikanischen Kirchen. Hier ist besonders hervorzuheben, daß an der Konferenz auch einige in Afrika arbeitende Kommunikations- (vor allem Literatur-) Fachleute solcher christlichen Gemeinschaften teilnahmen, die nicht dem

Weltkirchenrat oder nationalen Christenräten angehören, was für die Konferenz in mehrfacher Hinsicht eine zusätzliche Bereicherung war, weil dadurch nicht nur die Erfahrungsbreite vergrößert wurde, sondern auch eine zukünftige gegenseitige Information, ein weiterer Gedankenaustausch und Möglichkeiten gemeinsamer Unternehmungen erleichtert wurden.

Insgesamt muß man sagen, daß die Zeit der Konferenz noch zu kurz war, um sich tief und eingehend genug mit dem gestellten Thema zu befassen. Den meisten Kirchenkommunikatoren sitzt eben das Hemd doch noch näher als der Rock, und so drängten sich manches Mal die eigentlichen Schwierigkeiten inner- oder auch zwischenkirchlicher Kommunikation mehr in den Vordergrund, als man es sich gewünscht hätte. Andererseits ist eine solche Entwicklung gerade dann verständlich, wenn sich aus so vielen Ländern zum ersten Mal so viele Kommunikationsverantwortliche in dieser Form treffen. Es bleibt abzuwarten, wie die Dinge sich weiter entwickeln.² Nachdem die Katholiken mit ihrem AMECEA-Kommunikationssekretariat sich auf ein jährliches gemeinsames Treffen schon seit 1970 festgelegt haben, glaubte man, sich auch Ende 1972 wieder auf ökumenischer Basis treffen zu können. Doch wurden von evangelischer Seite hier finanzielle Bedenken laut, weil die Budgets der betreffenden Kirchenräte für 1972 im Dezember 1971 bereits verabschiedet und diese Ausgaben nicht vorgesehen seien. Immerhin wurden Ort und Thema für die nächste Konferenz gemeinsam festgelegt: In Mukono, dem Kommunikationszentrum der (anglikanischen) „Kirche von Uganda“ bei Kampala soll das Thema „Kommunikation und pastorale Arbeit“ („Communication and the pastoral worker“) behandelt werden.

Bleibt noch zu erwähnen, daß die Konferenz in Lusaka nicht nur bei den beiden Tageszeitungen der Stadt und in Rundfunk und Fernsehen ein verhältnismäßig großes Interesse fand. Die Tagung wurde auch durch den Minister für Information, Rundfunk und Touristik, Sikota Wina M.P., mit einer bemerkenswerten Ansprache eröffnet, in der er die ergänzende Rolle und Aufgabe der christlichen Kirchen in der Kommunikation afrikanischer Staaten unmißverständlich umschrieb: „Wenn die Rolle der Kirche für die Entwicklung von Bedeutung sein soll, darf sie sich nicht allein auf die elektronischen Medien wie Sehfunk, Hörfunk und Film beschränken. Das sind nur Vehikel, welche die Rolle der Kirche in Entwicklungsländern widerspiegeln. Die Kirche muß einen Schritt weiter gehen. Sie muß fortfahren (im Bereich der Kommunikation) gerade dort tätig zu sein, wo Regierungen Angst haben, etwas zu beginnen, sei es aus Furcht vor internationalen Machtverstrickungen oder aus mangelndem Aktivismus und aus mangelnder Imagination. Sie muß nicht nur fortfahren, mit dem unvergleichbaren Beitrag, den sie bisher außerhalb des Kirchenraums geleistet hat, sondern muß auch sicherstellen, daß jene, welche für die Kommunikation der Aufgaben und Programme der Kirche verantwortlich sind, unmittelbar an den Entscheidungsprozessen für die kirchliche Arbeit beteiligt sind.“³

Franz-Josef Eilers (Aachen)

Anmerkungen:

1. Vgl. Sodepax (Hrsg.): Church — Communication — Development, A Sodepax Report. Genf 1970.
2. Von der Konferenz erarbeitete Grundsätze für wirksame Kommunikation in der Entwicklungsarbeit finden sich im Dokumentationsteil dieses Heftes (S. 163—170). Der Gesamt-

bericht der Tagung ist — ausgezeichnet redigiert und gestaltet — unter dem Titel „In African Accents ... A report of a Conference on Communications in Development“ von Multimedia Zambia (P. O. Box 8199, Lusaka) veröffentlicht worden.

3. Multimedia Zambia (Hrsg.): In African Accents ... A Report of a Conference on Communications in Development. Lusaka 1971, S. 6.

Imagewerbung für evangelische Weltmission

1971 machte sie zum ersten Mal Schlagzeilen: eine Kampagne, die der Öffentlichkeit Korrektur dessen vermitteln sollte, was man weitgehend unter Mission, unter christlicher, evangelischer Weltmission versteht. Die Evangelische Arbeitsgemeinschaft für Weltmission (EAGWM) in Hamburg hatte sich zum Ziel gesetzt, dem allgemeinen Verständnis eine zeitgemäße, wahrhaftige Alternative entgegenzuhalten.

Die Weltmission sieht sich bisher massiven Vorwürfen und Vorurteilen konfrontiert. Durch die soziale und politische Situation (vor allem in der Dritten Welt) im Kreuzfeuer der Kritiker, wurden lauter denn je Vorwürfe akzentuiert: „Vergessen der Ungerechtigkeit auf Erden“, „Reis-Christen nach dem Motto ‚volle Bäuche — volle Kirchen‘“, „Brückenkopf religiöser Intoleranz“.

Was man in breitesten Kreisen denkt, drückt sich deutlich aus in den Antworten von Nicht-Theologen, die für die zweite Informationsaktion Weltmission (IAW '72) im Rahmen eines Interviews (für ein Materialheft, das zur Gestaltung von Missionsveranstaltungen dient) gegeben wurden. Auf die Frage, ob er bereit sei, zwanzig DM zum Gehalt eines Afrikaners beizutragen, der in seiner Heimat missioniert, sagt ein Esslinger Redakteur: „Nein. Wer missioniert da eigentlich mit wessen Mitteln wen? Wenn ich ‚Mission‘ höre, stelle ich mir immer die tausendundeinste Witzzeichnung mit dem im Kessel kochenden Missionar vor. Und dann fällt mir sogleich der klassische Opferstock mit dem mechanischen Gag ein: Man gibt einem Neger Geld, auf daß er mit dem Kopf nicke.“ Eine schicke, pointierte, auf jeden Fall dekvuvrierende Aussage, die den Kern der geläufigen Anklage gegen den trifft, der sich anheischig macht, Mission heute ins Gespräch bringen zu wollen.

Eine Hausfrau zur gleichen Frage: „... Mein Herz hängt zwar nur noch zu einem Teil an der Mission (seit ich weiß, was deutsche und westliche ‚Missionare‘ in der Fremde angerichtet haben), aber dennoch bin ich von der Notwendigkeit überzeugt, daß die Christen eine große Aufgabe darin haben, das Evangelium zu verbreiten. Ich weiß um die Wichtigkeit der Arbeit des schwarzen Missionars an seinem Ort. Dabei wird mehr für die Sache des Evangeliums herauskommen, als wenn deutsche oder europäische Menschen nach Afrika gehen und denen die Seligkeit bringen wollen.“ Sie ahnt etwas von einem der Probleme, die die konventionelle Missionstätigkeit der Nachfolgearbeit aufgeladen hat: Export „weißer“ Religion in die Dritte Welt, ohne den jüngeren Kirchen die Möglichkeit eigenständiger Entwicklung zu geben.

Telefon-Interviews mit Prominenten — in der soeben erschienenen IAW-Illustrierten (die die Pressestelle für Weltmission in 150.000 kostenlosen Exemplaren verteilt) abgedruckt — zeichnen die Problemlage noch schärfer. Die Schriftstellerin Margret

Boveri reagiert am eindeutigsten. Was fällt ihr spontan ein, wenn sie das Wort Weltmission hört?: „Bekleidung von Eingeborenen, die sehr viel besser ihr Leben weiterhin nackt oder mit Lendentüchern leben würden.“ Unter den befragten Prominenten finden sich auch Theologen — und es wird einmal mehr offenbar: Selbst sie geben verschiedenfältige Antworten zu den gleichen Fragen, die letztlich eine Sache des Theologen betreffen: den Missionsbefehl.

Die Situation ist deutlich: Außerhalb derer, die „Kirche“ zu einem Teil ihrer selbst gemacht haben, ist „Mission“ im Verlauf der letzten hundert Jahre mehr oder minder in Verruf gekommen. In den kirchlichen Ingroups ist bisher offensichtlich keine einhellige Formulierung dessen möglich, das man „das Eigentliche“ der Mission nennen könnte.

Was also tun, wenn man bei solchem Stand der Dinge Mission ins Gespräch bringen und nach Möglichkeit der Lage eine Imagekorrektur durchführen soll?

Die Initiatoren der EAGWM in Hamburg bedienten sich der Erfahrungen einer großen Düsseldorfer Werbeagentur (auch Berater der Aktion „Fahr ohne Promille“, des SPD-Wahlkampfes und der Halbzeitkampagne der Bundesregierung), um der Gegenwart ein richtiges Bild dessen, was Weltmission sein sollte (kein „abgestandenes Relikt aus der Kolonialzeit“), zu vermitteln.

Die erste IAW kam zum Sonntag Rogate im Mai 1971 zustande. Schon damals hatte man eine Illustrierte konzipiert, in der Kirchenpresse, in großen Tageszeitungen und Illustrierten bis hin zum „Spiegel“ Anzeigen veröffentlicht sowie großformatige Plakate mit den Anzeigenmotiven und -texten angeboten. Parallel dazu kam die IAW in allen Medien redaktionell vor, und für Gemeindeveranstaltungen war zum Thema Mission ein Materialheft zusammengestellt worden.

Die Reaktionen waren heftig. Ihre Skala reichte von emotionaler Ablehnung, die mit Verleumdungen, hinterhältigen und massiven Angriffen auf die Initiatoren gepaart war (ein Dekan: „ekelhafte Werbemethoden“, ein Pastor: „Verwässerung dessen, was Mission ist ... zu weltlich, zu gesellschaftspolitisch“, ein Diakon: „Missionsauftrag verfälscht“, ein anderer: „Und Ihr nennt Euch Weltmission, die Ihr die milden Gaben auf den Mist geworfen habt, da Ihr Schweinepriester es nicht zu Geld machen konntet, um den Diktatoren Waffen zu liefern ...“, andere: „Pornographen“, „Kommunisten“, „Heuchler“, „Verräter“, „Gottlose“ ...) bis zu Lob, das sich konkret auch immer wieder ausdrückte in Nachbestellungen für Schuldienst, Gemeinde und übergemeindliche Veranstaltungen. Das Material war unerwartet früh vergriffen.

Der Slogan heißt „Weltmission — Heute sind wir Partner“. Er soll wahrscheinlich für alle (der zunächst auf drei Jahre angelegten) Kampagnen beibehalten werden.

In den Anzeigen der ersten wie der jetzt (März bis Mai 1972) laufenden Aktion sind Coupons zur Bestellung der Illustrierten enthalten, in der Kirchenpresse dazu eine Kontoangabe, in der säkularen Presse Hinweise auf die katholischen Schwesterorganisationen.

Auf die IAW '71 wurden 857 briefliche, Postkarten- und notierte telefonische Reaktionen festgestellt. 1.169 Interessenten benutzten eine Bestellkarte für weiteres Material. Aus der säkularen Presse liefen 427 Coupons (Spiegel allein 162), aus der gesamten Kirchenpresse 30 (!) zurück. Die katholischen Werke zählten 203 Reaktionen, und aus der IAW-Illustrierten gingen 229 Coupons ein.

Verglichen mit der 71er Kampagne (im Rahmen der Anzeigen- und Plakatmotive bewußt aggressiv) ist die diesjährige Aktion milder und sachlicher geworden. (Diese Tendenz mag sicher ihre Berechtigung haben, Werbefachleute bedauern dies freilich.) Die Schlagzeilen der IAW '71: „Irrtum Nr. 1: ‚Weiße Männer, gehet hin in alle Welt und lehret alle Schwarzen.‘“ — „Alle weißen Missionare raus“ — „Wenn sie so für den Himmel auf Erden kämpfen (gezeigt wird ein Foto bewaffneter nicht-weißer Soldaten) — haben wir versagt.“ Kurze angefügte Texte verdeutlichen die Problemstellung und sollen zum Nachdenken anregen.

Eine weitere Anzeige („Er braucht kein Milchpulver — Er braucht einen Studienplatz. Und das ist auch unsere Aufgabe.“), die im Foto den Säugling an der Brust einer nicht-weißen Mutter zeigt, wurde von einem Leser mit den Worten quittiert: „Pornographie — niemals Werbung für die Mission“.

Blicken wir aber auf die neue Aktion. Da heißt eine Headline 1972: „Schade ums Geld“. Darunter:

„Wellblechbaracken und Papphütten am Rande der großen Städte in Stahlbeton zu gießen — das allein ist sinnlos. Dauerhafte Abhilfe kommt woanders her: durch Entwicklungshilfe für den ganzen Menschen.

Denn Slums und Elendsviertel wird es solange geben, wie eine Gesellschaft Arbeitslose, Ausgebeutete, Unterdrückte, Analphabeten, Kriminelle und Sozialhilfeempfänger produziert.

Das ist eine Herausforderung. Auch für Christen auf allen Kontinenten. Weil sie glauben, daß Christus in dieser Welt noch immer lebendig ist, können sie für eine menschenwürdige Welt arbeiten. In Obdachlosensiedlungen Kölns genauso wie im Smog der Industriegebiete Indiens und den verödeten Citys unserer Städte. Auch darin sind wir Partner.

Der missionarische Auftrag ist nicht erfüllt, wenn Christen nur Hunger stillen und Krankenhäuser bauen. Das Evangelium provoziert ebenso zur Kritik an der Verwilderung unserer Umwelt und zur Anklage gegen die Unwirtlichkeit unserer Städte. Denn es schafft innere und äußere Freiheit. Schafft Gleichheit vor Gott und den Menschen. Gibt Hoffnung und Mut zum Leben. In einer neuen Gemeinschaft mit Christus.“

Ein positives Beispiel — das Keyo-Industriezentrum in Japan (Mission in einer Industrie-Gesellschaft) — wird dagegengestellt.

Weitere Themen in diesem Jahr: „Koreas Not ist unser Nutzen.“ — „Wir sind nicht der gütige Gott, der aus den Wolken kommt.“ (Fortschrittsgläubigkeit in westlichen Ländern und Cargo-Kult in Neu-Guinea) — „Nächstenliebe kann tödlich sein.“ (Rassendiskriminierung und das Risiko für Betroffene, dagegen einzutreten) — „Wir sollten bei ihm in die Schule gehen.“ (Von afrikanischen Medizinern können wir lernen, daß Menschen nicht einfach reparierbar sind) — „Handbuch der Revolution.“ (Verbreitung der Bibel in der Welt).

Neu im Rahmen der zweiten Kampagne ist die Herausgabe eines mehrfarbigen großflächigen Posters, das „Das Abendmahl“ von Leonardo da Vinci und darin anstelle der Jünger Jesu jeweils deutlich einen heutigen Menschen je verschiedener Klassen, Gesellschaftsschichten und Hautfarben zeigt.

Der Auftrag zeitgemäßer Weltmission bedeutet spätestens in unserer Zeit — zumindest nach Meinung aufgeschlossener Theologen — Verbreitung des Wortes Gottes immer in Verbindung mit Aktivitäten gegen Unwissenheit, Intoleranz, Ausbeutung, Abglauben und alle Formen von rassistischen Vorurteilen.

Die zu erwartende Vielfältigkeit von Reaktionen aus allen Ecken der theologischen und nicht-theologischen Landschaft war der IAW-Planungsgruppe von Beginn ihrer Arbeit an klar. Auch sind sich alle Beteiligten mitsamt den Beratern aus der Werbeagentur einig, daß über Erfolg oder Mißerfolg nicht gestritten werden kann: Der erste Schritt war ein erfolgreicher Beginn der gewünschten Imagekorrektur. Die 72er Kampagne beginnt mittlerweile, in Hamburg gut und weniger gut gemeinte Reaktionen und — hoffentlich allenthalben — Früchte zu zeitigen.

Wolfgang Erk (Hamburg)

Kirche und Publizistik in der Londoner Fleet Street

Die „Fleet Street“ Londons ist als eines der bedeutendsten Pressezentren der Welt jedem Publizisten ein Begriff. Daß die Publizistik der „Fleet Street“ aber aus der Verbindung mit der Kirche erwachsen ist und daß diese Verbindung noch heute vielfach deutlich wird, dürfte weniger bekannt sein. Eigentlich ist es vor allem dem heutigen Pfarrer der „Fleet Street“ Pfarrei St. Bride, Rev. Dewi Morgan, zu verdanken, diese Beziehungen wieder bewußt gemacht zu haben.

Nicht unmittelbar in der Häuserfront der Londoner Pressestraße gelegen, aber doch nur durch eine Gasse von wenigen Metern erreichbar, ist St. Bride mit seinem engagierten Pfarrer die „Kathedrale der Presse“ in London. Zerstört durch einen deutschen Bombenangriff am 29. Dezember 1940, wurde die Kirche nach den ursprünglichen Plänen des Kirchenbaumeisters Christopher Wren (1631—1723) wiederaufgebaut. Es dürfte kaum ein Presseunternehmen der „Fleet Street“ geben, das nicht dazu beigetragen hat, daß die Kirche 1968 wieder eröffnet werden konnte.¹ Forschungsarbeiten gingen voran. Die Beziehungen, zwischen Presse und Kirche in London — das wurde u. a. bei den Forschungen zum Wiederaufbau deutlich — gehen mindestens ins 15. Jahrhundert zurück.

Die heutige neue St.-Bride-Kirche ist der achte Kirchenbau an dieser Stelle. Es gibt Anhaltspunkte dafür, daß bereits in altrömischer Zeit die Stelle der heutigen Kirche besiedelt war, an der dann die erste Steinkirche im sechsten Jahrhundert gebaut wurde. Sie war der irischen Heiligen St. Bridget von Kildare (geb. 453) geweiht.² Nach der Erfindung des Buchdrucks durch Gutenberg betrieb der Tuchhändler Caxton aus Westminster als Erster in London das Buchdrucken mit beweglichen Lettern. Er tat es als Hobby neben seinem Tuchhandel. Als Caxton im Jahre 1491 starb, erwarb sein Lehrling, der aus dem Elsaß stammende Wynkyn de Worde, das Buchdruckunternehmen, um es kommerziell auszuwerten. Um damit sein Brot zu verdienen, mußte sich der erste kommerzielle Drucker Londons nach einem Absatz-

markt für seine Produkte umschauen. Lesen und Schreiben war aber eigentlich nur Sache des Klerus. Dieser wohnte damals weder in Westminster noch in der mittelalterlichen Stadt. Er hatte sein Domizil zwischen diesen beiden Zentren an der heutigen „Fleet Street“, die sich zu einem klerikalen Wohnviertel entwickelt hatte, weil man einmal die teuren Lebenshaltungskosten von Westminster nicht bezahlen konnte oder wollte und weil man andererseits aber auch nicht auf den Schutz der mittelalterlichen Stadt angewiesen war, denn Kirchenbann und Exkommunikation waren ein noch wirksamerer Schutz gegen Diebe und Mörder. So beschloß Wynkyn de Worde nach nüchtern geschäftlichen Prinzipien, seine Druckerei mitten in jenes Zentrum zu verlegen, das damals sein Hauptabsatzmarkt war. Damit begann die Geschichte der „Fleet Street“ als eines publizistischen Zentrums, das sich mehr und mehr unabhängig von Regierung (Westminster) und Stadt fühlte, zunächst aber auf den Klerus als Kundschaft angewiesen war. Wynkyn de Worde starb 1535 und wurde in der St.-Bride-Kirche bestattet. Übrigens hatte schon sein Lehrer Caxton für seine Bücher mit einem Plakat unter dem Klerus der „Fleet Street“ geworben.³

Jene unter Caxton und Wynkyn de Worde begonnene Verbindung zwischen Klerus und Presse setzt sich dann weiter bis in unsere Tage in der Fachsprache der englischen Presseleute fort. So wird bis heute für das Ausrichten einer Zeile der ursprünglich theologische Ausdruck „justification“ (Rechtfertigung) gebraucht, und eine mit ungleichmäßiger Farbe gedruckte Seite nennt man „monks and friars“ entsprechend der schwarzen Kleidung bzw. der hellen Tonsur dieser beiden Klerikergruppen. Gelegentlich scheint es auch noch zur Eröffnung einer neuen Druckerei den Ausdruck zu geben, daß sie „konsekriert“ werde.⁴ Auch der Begriff „Chapel“, zunächst für eine Druckerei, dann aber auch für die entsprechenden Zusammenschlüsse der verschiedenen Fachkräfte im Pressewesen, dürfte auf diese geschichtlichen Zusammenhänge zurückgehen. So unterscheidet man heute noch die entsprechenden Fachgewerkschaften, wie die „Chapel of Printers“ usw., und deren Vorsitzende heißen — auch wenn sie Kommunisten sind — „Father of the Chapel“ (Abkürzung: FOC).⁵ Die Dachorganisation aller dieser Vereinigungen ist dann die „Imperial Chapel“ und ihr Vorsitzender der „Father of the Imperial Chapel“.⁶ Offensichtlich hat der Klerus lange Zeit für die Drucker Londons die Hauptkundschaft gestellt, so daß sich diese Ausdrücke und Bezeichnungen bis auf den heutigen Tag erhalten haben.⁷ Diese Beziehung zwischen Lesefähigkeit und Pressemarkt wird übrigens heute ja immer noch deutlich, wenn man die Situation in den Entwicklungsländern mit ihrem hohen Prozentsatz an Analphabeten studiert.

Bleibt noch nachzutragen, daß unter der Kirche von St. Bride inzwischen in einem Teil der ausgedehnten Krypta ein sehenswertes Museum eingerichtet wurde, das nicht nur die alte Geschichte dieser Kirche, sondern auch die Beziehungen zwischen Kirche und Publizistik an der Fleet Street zeigt.⁸

Franz-Josef Eilers (Aachen)

Anmerkungen:

1. Die Beheizung der Kirche erfolgt heute übrigens durch die Heizung der unmittelbar benachbarten Nachrichtenagentur Reuters. Vgl. zum Ganzen: Dewi Morgan: St. Bride's Church Fleet Street in the City of London. London 1969, S. 29.
2. Dewi Morgan: St. Bride's Church, a.a.O., S. 8.

3. Ebda., S. 14.
4. Mündliche Mitteilung von Dewi Morgan, der sich an ein Beispiel erinnert, bei dem es zur Einladung für die Eröffnung einer neuen Druckerei hieß, sie werde „consecrated with beer“.
5. Der Ausdruck „Father“ im Gebrauch der katholischen und anglikanischen Kirche entspricht unserem „Pater“ bzw. „Pfarrer“.
6. Vgl. Dewi Morgan: Origin of the Word „Chapel“, in: „The Black Art“, London 3:1964/65 (Nr. 4) 104–106.
7. Dewi Morgan, ebda., S. 105.
8. Pfarrer Dewi Morgan, dem wir die Angaben zu diesem Beitrag verdanken, bereitet gerade ein umfassendes Werk über die 2000jährige Geschichte von St. Bride vor, das unter dem Titel „Phoenix of Fleet Street: 2000 years of St. Bride's“ bei Charles Knight, Publishers, Bury St., London EC 3, erscheinen wird.

Die katholische Presse im französischsprachigen West- und Zentralafrika

Die katholische Presse des französischsprachigen Afrika befindet sich in einer schweren Krise. „Afrique Nouvelle“, einst berühmteste aller dieser Zeitungen, soll zum Sommer 1972 ihr Erscheinen einstellen. „Présence Chrétienne“ aus Togo erscheint schon „vorübergehend“ nicht mehr. „Afrique Chrétienne“, zuletzt auflagenstärkste katholische Zeitschrift des Kontinents, wurde in Kinshasa vom Präsidenten der Republik Zaïre aus politischen Gründen ein halbes Jahr verboten. Bei mehreren europäischen Hilfswerken sind 1970/71 Hilfsgesuche von fast allen Organen eingegangen. Um das Ausmaß des tatsächlichen Problems zu erfassen, hat das „Catholic Media Council, Publizistische Medienplanung für Entwicklungsländer e. V.“⁴¹ in Aachen eine Übersicht erarbeitet und allen zuständigen Stellen zugeleitet, um eine koordinierte Hilfe zu ermöglichen. Dabei ging es vor allem um die katholische Presse in Kamerun, in Dahomey, in Burundi, in Ruanda, in Senegal, im Tschad, in Gabon und in der Zentralafrikanischen Republik.

Allgemeine Situation der betroffenen Länder

Von Ruanda-Burundi, ehemals deutscher Kolonie, abgesehen, das ab 1918 von Belgien verwaltet wurde und seit 1962 unabhängig ist, sind alle genannten Länder alte französische Klonien, die 1960 unabhängig geworden sind. Außer Ruanda-Burundi, die zusammen kaum größer als Belgien sind, aber die größte Bevölkerungsdichte in Afrika zu verzeichnen haben, sind sie dünn besiedelt. Im Kongo-Brazzaville z. B. kommen sogar nur 2,4 Personen auf einen Quadratkilometer. Die Länder sind unterentwickelt, wenig industrialisiert und arm. Das Durchschnittseinkommen liegt bis zu mehr als zehnmal niedriger als in der Bundesrepublik Deutschland, wo es heute bei rund 10.000 DM pro Jahr liegt. Auch die wirtschaftliche Wachstumsrate pro Jahr ist äußerst niedrig, im Senegal sogar rückläufig.

Situation der katholischen Kirche

Während die katholische Kirche im Senegal nur 5 Prozent Mitglieder unter der Bevölkerung zählt, hat sie in Kongo-Brazzaville bereits 35 Prozent, in Ruanda aber 60 und in Burundi sogar 65 Prozent.

Die Hierarchie ist außer in Kamerun und Dahomey zur Mehrheit einheimisch, die Zahl der einheimischen Priester liegt jedoch überall niedriger als die Anzahl der ausländischen Missionare.

Überall verfügt die katholische Kirche über zahlreiche Katechisten, Hospitäler und ein weitverzweigtes Netz an Volksschulen, Höheren Schulen und Sozialwerken. Nur im Kongo-Brazzaville hat ein kommunistisches Regime chinesischer Abhängigkeit Schulen und Gesundheitsdienste verstaatlicht und jeden Einsatz sozialer Organisationen untersagt.

Situation der Presse im allgemeinen

— In Afrika ist die geschriebene Presse weniger entwickelt als in allen anderen Kontinenten. Die Gesamtauflage der Tageszeitungen des Kontinents beträgt 3,3 Millionen. 900.000 Exemplare davon entfallen allein auf Südafrika.

— Es besteht ein beachtlicher Unterschied in der Pressesituation der französischsprachigen Länder und dem englischsprachigen Anteil Afrikas. Nach dem Statistischen Jahrbuch der Vereinten Nationen von 1964 kommen in den englischsprachigen Ländern 8 Zeitungen auf 1.000 Einwohner, in den französischsprachigen nur 1,8 Zeitungen. Überhaupt läßt sich der Zustand als Folge der grundsätzlich voneinander abweichenden Politik der ehemaligen Kolonisatoren Großbritannien und Frankreich absolut nicht vergleichen. Großbritannien hat stets eine unabhängige Lokalpresse, sogar in den Eingeborenensprachen, befürwortet. So wurde in Niger die erste Zeitung bereits 1856 gegründet, im benachbarten Kamerun aber erst 1927. So verfügen die großen englischsprachigen Länder Afrikas bereits über eine einigermaßen „ausgewachsene“ Presse. Frankreich hingegen betrieb immer eine kulturelle Integration mit zentraler Kolonialpresse als politisch-kulturellem Einigungselement. Es gab also keine unabhängige Presse, erst recht nicht in einheimischer Sprache.

— Diese Einstellung Frankreichs erklärt gewisse Folgeerscheinungen: Einmal die mannigfachen Schritte, die Missionare unternahmen, um am Ende der Kolonialzeit, vor allem seit dem Zweiten Weltkrieg, eine freie Presse zu errichten, zum anderen das Verschwinden jeder französisch ausgerichteten Presse seit der Unabhängigkeit in den Jahren um 1960, sodann das Fehlen qualifizierter Redakteure, Vertriebsfachleute usw. Auch eine nationale Presse existiert noch kaum, oder sie ist unbedeutend. Andererseits liest die Elite in den Städten Afrikas Pariser Zeitungen und Zeitschriften. Z. B. verzeichnete der Pressevertrieb Dakar 1968 für „Le Monde“ 1.800 und für „Paris Match“ 4.000 Exemplare, während die beste, in Dakar herausgegebene katholische Zeitschrift „Afrique Nouvelle“ nur 850 Exemplare dort verkaufte.

Das ist in Ruanda-Burundi nicht viel anders als in Kamerun, in Dahomey ähnlich wie im Kongo-Brazzaville oder im Senegal. Und auch die Situation in Mali, Togo, Obervolta oder Niger unterscheidet sich kaum davon.

Im allgemeinen handelt es sich bei dieser Presse um Wochenzeitungen oder um zweiwöchentlich erscheinende Zeitschriften. Die Wochenzeitungen sind: „L'Effort Camérounais“ (Kamerun) — „Kinyamateka“ (Ruanda) — „La Semaine“ (Kongo-Brazzaville) — „Afrique Nouvelle“ (Senegal). Zweiwochenschriften: „Ndongozi“ (Burundi) — „La Croix du Dahomey“ (Dahomey).

Außer der 16seitigen „Afrique Nouvelle“ haben alle diese Publikationen 8 Seiten Umfang. Außer den landessprachlichen Organen „Ndongozi“ und „Kinyamateka“ erscheinen sie in französischer Sprache.

Alle hier genannten Periodika wurden vor der Unabhängigkeit in den Jahren zwischen 1949 und 1955 begründet. Die meisten haben eine erfolgreiche Zeit mit beachtlicher Verbreitung erlebt, wie folgender Vergleich zeigt:

	Höchstauflage	Gegenwärtiger Stand
„Kinyamateka“	30.000	1.400
„Ndongozi“	25.000	13.500
„L'Effort Camérounais“	6.500	1.500
„La Croix du Dahomey“	6.000	4.000
„La Semaine“	15.000	7.000
„Afrique Nouvelle“	20.000	10.000

Die Folgen dieses Auflagenrückgangs sind natürlich bei allen Blättern finanzielle Schwierigkeiten. Die zuständige Bischofskonferenz ist gezwungen, entweder das Erscheinen einzustellen, oder das Defizit auszugleichen. Darum gelangten die Gesuche um Unterstützung an die entsprechenden Hilfsorganisationen im Ausland. Nur „La Croix du Dahomey“ hat noch eine einigermaßen ausgeglichene Bilanz.

Die Zielsetzung dieser Periodika ist ziemlich komplex, was natürlich situationsbedingt ist: Die Missionare sehen in ihnen seit der Gründung ein absolut notwendiges Erziehungsmittel neben der Schule. Anderen gelten sie als religiöse Informations- und Bildungsmittel. Da es an Zeitungen fehlt, werden die kirchlichen Blätter auch Zeitungen bzw. Zeitschriften sozialer, kultureller und internationaler Information. Teilweise stießen sie sogar bis in den politischen Entscheidungsbereich vor, was die Erfolge in der Kolonialzeit erklärt. Obwohl diese Periodika als „Bistumszeitungen“ gegründet wurden, machte der Episkopat sie unter der Leitung von Laien zu Werkzeugen und Trägern christlichen Gedankenguts zum allgemeinen Wohl, im Dienst der Entwicklung der betreffenden Länder.

Gewisse Sonderaspekte sollte man nicht übersehen:

— „Kinyamateka“ (Ruanda) und „Ndongozi“ (Burundi) nehmen eine Sonderstellung ein; sie erscheinen in den zugleich volkreichsten, am weitesten christianisierten und ärmsten Ländern Afrikas. Sie sind auch die einzigen Publikationen in der Eingeborensprache.

— Die Veröffentlichung von „La Semaine“ in Brazzaville ist als einzige öffentliche Tätigkeit der Kirche in der Volksrepublik Kongo unter kommunistischem Regime verblieben. Das Wohlwollen hat jedoch praktische Gründe: Die Wochenschrift spielt eine Rolle im gesamten ehemaligen fransösischsprachigen Äquatorialafrika wie auch im benachbarten Tschad, Gabon und der Zentralafrikanischen Republik.

— „Afrique Nouvelle“ (Senegal) ist die bedeutendste Zeitung für die gesamte fransösischsprachige Christenheit in Westafrika, insonderheit für die jungen Staaten Mali, Elfenbeinküste, Senegal, Obervolta, Kamerun, Niger, Dahomey, Togo und Mauritien. Die Bischofskonferenzen dieser Länder kamen 1965 überein, dieser Zeitung eine Sonderstellung vorzubehalten, und sie erneuerten diesen Beschluß 1968.

— „L’Effort Camérounais“ und „La Croix du Dahomey“ sind genau genommen zwei Nationalzeitungen. Sie sollten zunächst religiöse Informationsträger sein, wurden aber unter dem Druck der Ereignisse sozusagen staatliche Zeitungen christlicher Prägung, was übrigens die Schwierigkeiten mit ihren Regierungen erklärt.

Nützlichkeit und Notwendigkeit dieser Presse

Die Bemühungen um das Überleben dieser Presse sind berechtigt. Denn die Presse ist für die Entwicklung der Länder wichtig. Eine Presse als Träger christlichen Gedankenguts ist erforderlich. Zudem besitzt eine religiöse Presse ihren eigenständigen Wert.

Nach Ansicht der Fachleute ist das gedruckte Wort für den sozialen Fortschritt ein unentbehrlicher Faktor. Die Presse dient der Information, aber auch der Bildung, besonders da, wo Unterrichts- und Bildungswesen noch nicht genügend ausgebaut sind. Der Rundfunk mit seiner Überfülle an Information macht das geschriebene Wort nicht überflüssig, sondern fordert geradezu den schriftlichen Kommentar.

Afrika kennt drei kulturelle Entwicklungsschichten: Eine europäisierte Elite in den Großstädten, die Zugang zu allen Medien hat; eine ziemlich große Mittelschicht, die zwar geschult ist, die europäischen Sprachen nicht hinlänglich beherrscht, aber bildungs- und fortschrittshungrig ist und Rundfunk- und Pressekommentare dringend braucht; eine Volksschicht schließlich, die gar nicht europäisiert ist, noch in der überkommenen Familie und im Klan lebt und eine Presse in der Heimatsprache für Grundausbildung im Gesundheitswesen, in der Landwirtschaft und in Tagesfragen benötigt. Man kann behaupten, daß wirtschaftliches Wachstum und Entwicklung der Informationsmittel eng korrelieren.

Was für die Entwicklung gilt, trifft auch auf die christliche Lebensauffassung zu. Die christlichen Gemeinschaften sind in diesen Ländern in allen Fällen Minderheiten. Sie brauchen eine Presse, um ihr Weltverständnis öffentlich bekannt zu machen. Die Publikationen tragen unter der Leitung von Laien auch aktiv zur nationalen Entwicklung bei.

Die Kirche braucht dieses Kommunikationsmittel nicht zuletzt zur religiösen Information und Bildung. Gewiß kann man fragen, ob nicht Entwicklungs- und Religionsfragen als zwei verschiedene Aspekte zu trennen wären. Aber die finanziellen Schwierigkeiten lassen eine Doppelgleisigkeit nicht zu.

Die Ursachen für den Rückgang

Die Ursachen und Gründe für den Rückgang der katholischen Zeitungen und Zeitschriften sind mannigfach und verschiedenartig:

1. Schwierigkeiten im wirtschaftlichen Bereich

Die Kosten für Papier-, Nachrichten- und Bildmaterialbeschaffung sind gestiegen. Das Papier für Ruanda und Burundi kommt aus Europa um das Kap der Guten Hoffnung über Dar-es-Salam und den Tanganyika-See. Bis zur Ankunft an Ort und Stelle hat es dreifache Kosten. Sämtliche Zeitungen werden in Druckereien von Ordensgenossenschaften zu einem Vorzugspreis gedruckt. Folglich können die Druckereien nicht modernisiert werden. Der Herstellungspreis pro Exemplar liegt im Vergleich zum Verkaufspreis ungünstig, bei „Ndongozi“ beträgt der Herstellungspreis sogar das Zweieinhalbfache des Verkaufspreises. Das Anzeigenaufkommen ist oben-drein recht gering und die Kundschaft arm.

2. Personelle Schwierigkeiten

Es gibt ganz allgemein zu wenig qualifiziertes Personal. Das betrifft nicht so sehr die Redakteure, die Journalistenschulen in Afrika oder Europa besuchten. Wohl aber muß man sagen, daß ihre Zahl wegen fehlender Finanzen begrenzt ist. Die meisten Blätter verfügen nur über einen Redakteur. „Afrique Nouvelle“ ist der einzige Fall mit drei Redakteuren. Katholischer Journalist zu sein, ist als Beruf nicht attraktiv. Die Regierungen sind nicht gut auf ihn zu sprechen. Er wird schlecht bezahlt. Ein Taxifahrer verdient oft mehr.

Der eigentliche Personalmangel besteht auf der kaufmännischen Ebene, bei der Geschäftsführung, Verwaltung, Buchhaltung, Vertriebstechnik und Werbung. Hier fehlt es an ausgebildeten Leuten. Oft nimmt ein Priester die Geschäftsführung wahr, der keine entsprechende Qualifikation oder Ausbildung mitbringt.

3. Mangelhafte Vertriebsorganisation

Die Verkehrsverbindungen sind in diesen Ländern ohne Eisenbahn und Straßen mangelhaft. Der Vertrieb wird meist durch die Missionsstationen wahrgenommen, mit allen Vor- und Nachteilen. Wo der Klerus sich einsetzt, klappt es. Aber oft werden die Exemplare auch nicht verteilt, und das Geld bleibt aus. Den Bischöfen wird eine gewisse Sorglosigkeit und Interesselosigkeit gegenüber der Presse nachgesagt, sofern sie nicht unmittelbar für die Publikation verantwortlich sind.

4. Konkurrenz

Die Einführung des japanischen Transistors hat die sozialen Kommunikationsmittel in der Entwicklungswelt revolutioniert. Der Rundfunk hat bei der Nachrichtenüber-

tragung und Massenerholung die Rolle der Presse eingenommen. Wenn auch die Presse wichtig bleibt, ist sie doch nicht mehr die einzige und erste Informationsquelle.

Die aus Frankreich eingeführte Presse bedeutet eine scharfe Konkurrenz. Für Dakar wurden bereits Ziffern genannt. Die ursprünglich aus Tunis stammende sozialistisch ausgerichtete Wochenschrift „Jeune Afrique“ mit Farbdruck, die jetzt in Paris herausgegeben wird, wird in ganz Schwarzafrika mit 80.000 Exemplaren verkauft.

5. Politische Schwierigkeiten

Vor der Unabhängigkeit haben diese Zeitungen und Zeitschriften ein gewisses politisches Gewicht gehabt. Ihr Erfolg hing mit ihrer kritischen Haltung gegenüber der Kolonialverwaltung zusammen. Die jungen afrikanischen Regierungen mögen jedoch keine Kritik. Sie lassen kaum eine Meinungs- und Pressefreiheit zu, weil diese, wie sie sagen, Stammesfehden nähre und Wirtschaft und Entwicklung hemme. Staatliche Kontrolle ist folglich normal. Diese führt verschiedentlich zu Zensur und Erscheinungsverboten, die wiederum finanzielle Einbußen und Abbestellungen zur Folge haben. Sobald eine Zeitung aber aus politischen Rücksichten rein religiöses Informationsblatt wird, bleibt nur das Interesse der religiös Engagierten wach.

Zu diesen Hauptschwierigkeiten kommen noch andere: Es fehlt an Lokalkorrespondenten. Das Layout läßt zu wünschen übrig, ebenfalls das Bildmaterial. Die Selbständigkeit der jungen Staaten zeigt Abneigung gegenüber Zeitungen aus anderen afrikanischen Ländern. Die kirchlichen Publikationen kennen kaum eine Zusammenarbeit. Es fehlt eine geeignete Presseagentur für Westafrika.

Daß diese Presseorgane den Bischofskonferenzen gehören, ist für die meisten die einzige Überlebensbasis. Der Episkopat hat stets die Schulden beglichen oder nach Mitteln für einen Ausgleich des Defizits gesucht. Private Blätter könnten sich kaum halten. Die Regierungen weichen vor dem Einfluß der Kirche zurück.

Einige vorläufige Schlußfolgerungen

— Die schwierige allgemeine Situation der Presse im französischsprachigen West- und Zentralafrika ist unbestritten. Vor der Unabhängigkeit gab es eine bescheidene Presse von und für Europäer. Nach der Unabhängigkeit blieben — abgesehen von Ausnahmen — nur Presse und Informationstätigkeit der Regierungen sowie die katholischen Zeitungen und Zeitschriften.

— Die katholischen Publikationen hielten bis jetzt stand, weil sie von den Bischofskonferenzen finanziell, aber auch politisch gestützt und unterstützt wurden, weil ihnen die wohlwollende technische Hilfe der Missionare zugute kam und weil die Missionsstationen als Vertriebsnetz funktionierten.

— Die katholischen Zeitungen, die für die öffentliche Meinung etwas bedeuten, sind jedoch in Gefahr zu verschwinden, weil sie selbst als Unternehmen und auch ihre Vertriebsmethoden auf schwachen Füßen stehen.

— Wenn man alles recht bedenkt, dürfte es dennoch nicht unmöglich sein, diesen Zeitungen das Rückgrat zu stärken und ihre Auflagen bis zu einer ausgeglichenen Bilanz anzuheben.

— Es wären Prioritäten zu beachten, etwa so: „Kinyamateka“ und „Ndongozi“ sind wichtig für die Entwicklung einer ziemlich großen Bevölkerung; „La Semaine“ ist die einzige Zeitung und einzige freie Stimme in vier Staaten des ehemaligen französischen Äquatorialafrika; „Afrique Nouvelle“ ist sehr einflußreich in vielen französischsprachigen afrikanischen Ländern; „L’Effort Camérounais“ und „La Croix du Dahomey“ sind Nationalzeitungen von großer Bedeutung für ihre Länder.

Josef Hosse (Essen)

Anmerkungen:

1. Vgl. CS 5:1972, 57—63.

Grundsätze der Lusaka-Konferenz vom Dezember 1971 zur Kommunikation für Entwicklung¹

The contribution of communications to development in our countries has been the main theme of this conference on Christian communicators from East and Central Africa. We are agreed on a number of basic principles on which our recommendations for action are based.

Der Beitrag der Kommunikation für die Entwicklung in unseren Ländern war das Hauptthema dieser Konferenz christlicher Kommunikatoren aus Ost- und Zentralafrika. Wir einigten uns auf einige Grundsätze, auf die wir dann unsere Empfehlungen gründeten.

1. COMMUNICATIONS IN DEVELOPMENT

We believe that development will take place where Christian service and the Christian message are effectively communicated. We see development as the building up of the whole man, and through him, the building up of the whole nation.

In development, governments and churches often share the same goals. Communicators can help in defining these common goals and in reaching them. At the same time we recognise that in its proper desire to work with governments in serving the people, the Church must preserve its integrity as the Church.

Christian communicators can be especially effective in the fields of:

the life of the society and the community

education

nutrition, and

medicine.

Churches and their communicators should make a thorough study of their Government's development plans to see where their contribution can be effective.

1. KOMMUNIKATION IN DER ENTWICKLUNGSARBEIT

Wir glauben, daß Entwicklung dort stattfindet, wo christlicher Dienst und die christliche Botschaft erfolgreich mitgeteilt werden. Wir sehen Entwicklung als ein Aufbauen des ganzen Menschen und durch ihn den Aufbau der ganzen Nation.

Im Bereich der Entwicklung haben Regierung und Kirchen oft die gleichen Aufgaben. Kommunikationsleute können helfen, diese Aufgaben zu beschreiben und zu erreichen. Gleichzeitig erkennen wir an, daß die Kirche in ihrem berechtigten Verlangen in Zusammenarbeit mit den Regierungen dem Menschen zu dienen, ihre Integrität als Kirche bewahren muß.

Christliche Kommunikationsfachleute können einen besonders wirkungsvollen Dienst leisten auf folgenden Gebieten:

dem Leben der Gesellschaft und der Gemeinschaft

Erziehung

Ernährung und

Gesundheitswesen.

Die Kirchen und ihre Kommunikatoren sollten eine eingehende Studie über die Entwicklungspläne ihrer Regierung machen und sehen, wo ihr Beitrag von Nutzen sein kann.

We recognise that many of those implementing the Government's plans will be Christians, and that the Church's contribution may effectively be made through them as well as through official Church representation in development programmes. We believe that our Churches will readily offer personnel to development projects in our countries, as well as any other help they can give.

We see the advantage of using the Africa respect for leaders, of church and community, in adding weight to the ideas of development which are communicated.

We see the need for the voice of the people to be heard through the Church's communications media.

2. PROGRAMMING AND PRODUCTION

In contributing to development, there are several themes which can be effectively emphasised by all the media:

the plans and achievements of national development

matters of topical African concern

cultural and education articles and programmes which contain the Christian ethic

the offering of Christian solutions to the day's pressing problems.

We believe there is greater opportunity and greater impact for these themes than for strictly religious material, both in broadcasting and publishing. In tackling these themes, Christian communicators can interest and influence the decision makers in government, business and other areas of leadership.

3. THE LOCAL EMPHASIS

We can increase the effectiveness of our communication by making sure that our material is produced in Africa, by Africans

Wir erkennen an, daß viele, die Regierungspläne ausführen, selbst Christen sind und daß der Beitrag der Kirche sowohl erfolgreich durch sie als auch durch die offiziellen kirchlichen Programme für Entwicklung geleistet werden kann. Wir glauben, daß unsere Kirchen gern bereit sind, Personal für Entwicklungsprojekte in unseren Ländern zur Verfügung zu stellen, als auch jede andere Hilfe zu leisten, die sie geben können.

Wir sehen den Vorteil, die afrikanische Achtung vor Führern der Kirche und der Gemeinschaft zu nutzen, um den Entwicklungsideen, die publiziert werden, mehr Gewicht zu geben.

Wir sehen die Notwendigkeit, die Stimme des Volkes durch die christlichen Kommunikationsmedien hörbar zu machen.

2. PROGRAMMARBEIT UND PRODUKTION

Im Beitrag zur Entwicklung können verschiedene Themen von allen Medien erfolgreich unterstrichen werden:

Pläne und Erfolge der nationalen Entwicklung

spezielle Aufgaben für afrikanische Verhältnisse

kulturelle und erzieherische Beiträge aus der Sicht christlicher Ethik

Angebot christlicher Lösungen für Gegenwartsprobleme.

Wir glauben, daß es für diese Themen eine größere Möglichkeit und eine größere Bedeutung gibt als für streng religiöses Material, sowohl in Presseveröffentlichungen als auch im Rundfunk. Bei Behandlung dieser Themen können christliche Kommunikatoren entscheidende Verantwortliche in Regierung, Wirtschaft und Führungsgremien interessieren und beeinflussen.

3. BETONUNG DER ÖRTLICHEN GEBENHEITEN

Wir können den Erfolg unserer Kommunikation verbessern, wenn wir dafür sorgen, daß unsere Unterlagen von Afrikanern spe-

and bearing in mind the specific needs of Africa. We need to pay more attention to the needs and aspirations of ordinary people and the conditions and culture in which they live.

We feel for example, that more attention must be given

a) to television programmes giving simple instruction to the less educated, in areas where they can watch TV; cooking, nursing, home and child care can all be effectively televised;

b) to films made for a specific audience in a local development situation, through which they can learn, scene by scene, what is taking place;

c) to reflect the values and thought patterns of African life and culture in the African Press, and not simply echoing the Western Press;

d) to greater use of African musicians and traditional African music, which has always been a medium of communicating the common man's feelings and needs;

e) Interpretation of Africa to overseas countries by Africans, from within Africa, is also an urgent task for Christian communication programmes.

4. CO-OPERATION AND CO-ORDINATION

These aims emphasise the need for greater co-operation between

a) the leaders of the Churches and their communications specialists, both in discussing the use which should be made of the media in the Church's mission and in feeding back reactions to the Church's communication;

b) the communications specialists and agencies of the Church, national governments and international development organisations. This can ensure that Christian communications are effectively used in development.

ziell für die afrikanischen Notwendigkeiten in Afrika hergestellt werden. Wir müssen außerdem den Bedürfnissen und Erwartungen der einfachen Leute mehr Aufmerksamkeit schenken und den Bedingungen und den Kulturen, in denen sie leben.

Wir finden z. B., daß mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden müßte:

a) solchen Fernsehprogrammen, die den weniger Gebildeten einfache Bildung in solchen Gebieten geben, für die das Fernsehen geeignet erscheint, wie Kochen, Krankenpflege, Haus- und Kinderpflege;

b) solchen Filmen, die besonders für die lokale Entwicklungssituation einer bestimmten Zuschauerschaft gemacht sind, durch die sie Szene nach Szene lernen kann, was vor sich geht;

c) der Wiedergabe entsprechender afrikanischer Werte und Denkrichtungen afrikanischen Lebens und afrikanischer Kultur in der afrikanischen Presse und nicht der einfachen Wiedergabe westlicher Ansichten;

d) einer größeren Nutzung afrikanischer Musiker und traditioneller afrikanischer Musik, die immer ein Mittel der Kommunikation für Gefühle und Bedürfnisse des einfachen Mannes gewesen ist;

e) die Interpretation Afrikas in anderen Kontinenten durch Afrikaner aus Afrika selbst ist ebenso eine dringende Aufgabe christlicher Kommunikationsprogramme.

4. ZUSAMMENARBEIT UND KOORDINATION

Diese Aufgaben unterstreichen die Notwendigkeit einer größeren Zusammenarbeit zwischen:

a) den Führern der Kirchen und deren Kommunikationsfachleuten, sowohl in der Diskussion des Mediengebrauchs für kirchliche Aufgaben als auch in der Wiedergabe des Echos auf kirchliche Kommunikation;

b) den Kommunikationsfachleuten und den kirchlichen Agenturen; nationalen Regierungen und internationalen Entwicklungsorganisationen. Dies kann sicherstellen, daß christliche Kommunikation erfolgreich für die Entwicklung gebraucht wird.

It is vital that Churches should understand their Government's thinking and policy on the part Church communications can play in development;

c) Christian communications specialists in one medium, e.g. publishers with publishers, and also between specialists in different media. In particular, specialists in the developing field of television have much to gain from close contact with specialists in other media.

5. PLANNING

The specific role that communications will play should be planned into any development project. In the area of communications, as in all other areas of the project, planning should be based on the felt needs of the people involved in the project, which have first to be discovered. We confess that many of us in the past have sometimes ignored this in trying to satisfy ourselves or other groups and individuals who had their own message to communicate, regardless of the audience.

So our planning must be based on research and evaluation.

6. RESEARCH AND EVALUATION

We recognise that not enough research has been done into the work of the media in Africa, and into the value of the media in specific situations.

Communicators need to make use of market research into such questions as the number of their audience, the level of its comprehension and the degree to which it accepts the material which is being offered. They also need to do research in depth on the effects of their communication on society, to discover if it is, in fact, changing attitudes and inspiring action.

Market research is valuable in determining future programmes in any one medium. Depth research will help communicators to shape long-term policy on the use of the different media.

Es ist lebensnotwendig für die Kirchen, das Denken und die Politik ihrer Regierungen zu verstehen und welche Rolle darin Kirchenkommunikation spielen kann;

c) den christlichen Kommunikationsfachleuten eines Mediums, z. B. Verlegern mit Verlegern und auch zwischen den Spezialisten verschiedener Medien. Besonders Fachleute im sich ausbreitenden Bereich des Fernsehens können besonders viel lernen von den Fachleuten anderer Medien.

5. PLANUNG

Die besonderen Möglichkeiten der Kommunikation sollten in jedes Entwicklungsprojekt eingeplant werden. Im Kommunikationsbereich, wie in allen anderen Bereichen des Projektes, sollte man ausgehen von den klaren zunächst zu untersuchenden Bedürfnissen jener Menschen, für die das Projekt bestimmt ist. Wir bekennen, daß viele von uns in der Vergangenheit manchmal diese Tatsache außer acht gelassen haben in dem Versuch, uns selbst zu genügen oder bestimmten Gruppen oder Einzelnen, die glaubten, ihre eigene Botschaft verkündigen zu müssen ohne Rücksicht auf die Empfänger. Unsere Planung muß also aufbauen auf Untersuchungen und Evaluationen.

6. FORSCHUNG UND EVALUATION

Wir erkennen an, daß nicht genügend Untersuchungen gemacht worden sind im Bereich der Medienarbeit in Afrika und in den Möglichkeiten der Medien für bestimmte Situationen.

Kommunikatoren müssen Marktanalysen beachten, die sich etwa mit der Größe ihrer Zuhörerschaft, dem Grad ihrer Empfangsbereitschaft und dem Maß, in dem sie die empfangenen Unterlagen annimmt, beschäftigen. Sie müssen auch tiefgehende Untersuchungen über den Effekt anstellen, den ihre Kommunikation auf die Gesellschaft hat, um festzustellen, ob man wirklich Gewohnheiten ändert und Aktivität fördert.

Marktanalysen sind hilfreich bei der Erstellung zukünftiger Programme für jedes Medium. Tiefgreifende Untersuchungen werden den Kommunikatoren helfen, eine langfristige Politik für die einzelnen Medien zu entwickeln.

All communications programmes should have a method through which they can regularly learn the reaction of their audience to what they are communicating. Where communication has been effective the programme can be revised.

We hope that Churches will conduct research at the level of international professional rules and standards. It is often an advantage to employ a researcher from outside the local situation, who can bring freshness and objectivity to his task, but we believe that he should always be assisted by a local researcher in interpreting and evaluating the data.

Communicators should be aware of relevant research being carried on by bodies such as universities, and should communicate this knowledge to those who need it.

We hope that if research is taken seriously by the Churches, the expert advice which results will also be taken seriously and acted upon. We recognise that this may at times involve changing the existing function of a programme, or even closing it.

7. TRAINING

Training in the communications skills, related to African culture and development, is of the greatest importance. The lack of trained communicators in Africa, especially in the mass media, is still acute.

We would recommend to the Churches a strategy for communications training, bearing in mind these considerations:

a) Stage one Careful selection of candidates based on their abilities and potential. Short Workshops are useful occasions for discovering communications talents.

b) Stage two Initial Training. This should be given in Africa, probably at one of the comparatively short courses offered by the All Africa Conference of Churches (Radio Training), the Africa Literature Centre (Writing and Journalism) etc.

Alle Kommunikationsprogramme sollten eine Methode haben, durch welche sie regelmäßig die Reaktion des Publikums auf ihre Botschaft feststellen können. Wo die Kommunikation nicht erfolgreich war, kann das Programm geändert werden.

Wir hoffen, daß die Kirchen Untersuchungen anstellen im Bereich internationaler fachlicher Regeln und entsprechenden fachlichen Standards. Es ist oft von Vorteil, jemanden von auswärts mit solchen Untersuchungen zu beauftragen, der neue Frische in seine Aufgabe und Sachlichkeit bringen kann, aber wir glauben auch, daß er immer von einem örtlichen Untersucher assistiert werden sollte, der ihm hilft, die Daten zu interpretieren und zu evaluieren.

Kommunikatoren sollten sich bewußt sein darüber, daß entsprechende Untersuchungen durch Organisationen wie Universitäten durchgeführt werden und sie sollten dieses Wissen jenen weitergeben, die es brauchen.

Wir hoffen, daß die Kirchen, wenn sie entsprechende Untersuchungen ernstnehmen, auch den Rat der Experten annehmen und entsprechend handeln. Wir erkennen an, daß dies manchmal mit einer Änderung oder sogar Beendigung eines augenblicklich laufenden Programmes verbunden sein kann.

7. AUSBILDUNG

Eine Ausbildung im Bereich der Kommunikation, abgestimmt auf afrikanische Kultur und Entwicklung, ist von größter Wichtigkeit. Der Mangel ausgebildeter Afrikaner, speziell in den Massenmedien, ist immer noch akut. Wir möchten den Kirchen eine Strategie für die Kommunikationsausbildung folgendermaßen vorschlagen:

a) Erster Schritt: Sorgfältige Auswahl der Kandidaten, gegründet auf deren Fähigkeiten und Möglichkeiten. Kurze Arbeitsgemeinschaften sind brauchbare Gelegenheiten, um Kommunikationstalente zu entdecken.

b) Zweiter Schritt: Anfangsausbildung. Diese sollte in Afrika gegeben werden, vielleicht in einem der verhältnismäßig kurzen Kurse, die von der Allafrikanischen Kirchenkonferenz in Radioausbildung oder vom Afrikanischen Literatur-Zentrum in Journalistik usw. angeboten werden.

The training should be chosen for its suitability to the abilities of the trainee and to the work he will be expected to do. Churches should, wherever possible, avoid sending a person straight from school to further training, but should provide work experience first.

c) Stage three Further Training.

Churches should make written agreements about the future employment of those they send for further training and should ensure that they have faced the commitments involved in employing their candidates suitably when they return.

When trainees return, Churches should give them the opportunity to use their new skills creatively. Contact should be maintained by the organisers of the training programmes with their graduates to see that they are using their knowledge and passing it on to others.

A period of work experience or in-service training is usually necessary before a communications worker is sent for further institutional training. The value of in-service training will depend on the amount of attention which can be given to the trainee by the qualified communications with whom he works.

Where suitable further institutional training is available in Africa it should be considered by Churches who sponsor students. A suitable institution for further training, either in Africa or overseas, should be selected from all those available, with strict attention to the needs and abilities of the individual and the post for which he is being trained.

With overseas courses, it is valuable if there are tutors on the training staff who know the trainee's local situation and his needs.

At all times, communicators should make imaginative use of in-service training of all kinds, including the secular media, and the

Die Ausbildung sollte entsprechend ihrem Nutzen für Fähigkeiten des Anwärters und entsprechend seiner zukünftigen Arbeit ausgesetzt werden. Die Kirchen sollten, wo immer möglich, es vermeiden, jemanden unmittelbar von der Schule zur weiteren Ausbildung zu schicken, ohne ihm zunächst eine praktische Erfahrung vermittelt zu haben.

c) Dritter Schritt: Weitere Ausbildung.

Die Kirchen sollten schriftliche Übereinkommen über zukünftige Anstellung jener abschließen, die sie zur weiteren Ausbildung schicken und dafür sorgen, daß sie klar ihre Verpflichtungen sehen, die sie eingehen, wenn ihre Kandidaten entsprechend ausgebildet zurückkommen. Wenn die Kandidaten zurückkommen, sollten die Kirchen ihnen die Möglichkeit geben, ihre neuen Fähigkeiten schöpferisch zu gebrauchen. Die Organisatoren der Ausbildungsprogramme sollten mit ihren Graduierten Verbindung halten, um dafür zu sorgen, daß sie ihre Kenntnisse entsprechend gebrauchen und sie an andere weitergeben.

Ein bestimmtes Maß an Arbeitserfahrung oder In-Service-Training ist gewöhnlich notwendig, bevor jemand zu einer weiteren institutionalisierten Ausbildung geschickt wird. Die Güte der „In der Arbeit“-Ausbildung wird von dem Maß der Aufmerksamkeit abhängen, die dem Auszubildenden von entsprechend qualifizierten Kommunikatoren, die mit ihnen zusammenarbeiten, gegeben werden kann.

Wo eine passende institutionelle Ausbildung in Afrika möglich ist, sollte sie von den sendenden Kirchen beachtet werden. Eine entsprechende Ausbildungsstätte, sei es in Afrika oder Übersee, sollte nach jenen Möglichkeiten ausgesucht werden, die klar den Notwendigkeiten und Fähigkeiten des Einzelnen und seinen zukünftigen Aufgaben entsprechen.

Bei Kursen in Übersee ist es hilfreich, wenn Tutoren im Ausbildungsstab vorhanden sind, die die örtliche Situation des Schülers und dessen Bedürfnisse kennen.

Immer sollten Kommunikatoren einen einfallsreichen Gebrauch der vielen Möglichkeiten des In-Service-Training machen, einschließlich innerhalb weltlicher Medien und

exchange of staff with other communications offices working in the same medium.

We strongly emphasise the need for communications training facilities in Africa to be strengthened, especially in the recruiting and support of qualified staff, who would combine practical professionalism with an understanding of African and Christian values. We would encourage the growth of communications departments and libraries in African universities.

Greater use could be made of experienced communications teachers with an understanding of Africa, invited from overseas for short periods to strengthen training programmes, perhaps during a sabbatical year.

Training for the management of Christian communications projects is a particular priority, in view of the number of Church programmes in Africa which have failed recently, partly through lack of management skills. It is unfair to expect that men trained as communicators will also be natural managers, and the investment at present being put into training communicators is often lost for the want of management abilities.

8. FINANCE

We believe that the mass communication programmes of the Church are now in many parts of Africa the most important way of reaching society at large with the Gospel, and they should receive a high priority in every Church.

Communications projects which seek financial help from outside the country must obviously be carefully planned and presented by the Church or Christian body making the request. We would emphasise the need to provide the funding agencies which are approached with a portfolio showing:

a) the findings of adequate research on the need for the project

im Austausch des Stabes mit anderen Kommunikationsbüros, die im gleichen Medienbereich arbeiten.

Wir unterstreichen sehr die Notwendigkeit zur Verbesserung der Ausbildungsmöglichkeit in Afrika, besonders in der Beschaffung und Unterstützung eines qualifizierten Lehrstabes, der fachliches Können mit einem Verständnis afrikanischer und christlicher Werte verbindet. Wir unterstützen den Ausbau von Kommunikationsabteilungen und entsprechenden Bibliotheken an afrikanischen Universitäten.

Mehr Gebrauch könnte von erfahrenen Kommunikationslehrern gemacht werden, die Afrika verstehen und die aus Übersee für kurze Perioden eingeladen werden, um Ausbildungsprogramme zu verbessern, etwa während eines Frei-Jahres.

Die Ausbildung für das Management christlicher Kommunikationsprojekte hat eine besondere Priorität, speziell im Hinblick auf eine Reihe von kirchlichen Programmen in Afrika, die in letzter Zeit zugrunde gingen aus Mangel an entsprechenden Fähigkeiten zum Management. Es ist nicht fair, von solchen, die als Kommunikatoren ausgebildet wurden, zu erwarten, daß sie auch von Natur aus Manager sind, und so ist die Investition, die augenblicklich im Bereich der Kommunikationsausbildung gemacht wird, verloren, wenn man Fähigkeiten zum Management benötigt.

8. FINANZEN

Wir glauben, daß die Massenkommunikationsprogramme der Kirchen jetzt in vielen Teilen Afrikas der wichtigste Weg sind, die Gesellschaft zu einem großen Teil mit der Frohbotschaft zu erreichen, und sie sollten deshalb eine hohe Priorität in jeder Kirche erhalten. Kommunikationsprojekte, die finanzielle Hilfe von auswärts suchen, müssen selbstverständlich von der anfragenden Kirche oder Organisation sorgfältig geplant und vorgetragen werden. Wir möchten die Notwendigkeit unterstreichen, die Hilfswerke, die angegangen werden, mit entsprechenden Unterlagen zu versorgen, die folgendes nachweisen:

a) die Ergebnisse einer angemessenen Untersuchung, die die Notwendigkeit des Projektes zeigt;

- b) a clear description of the project
- c) the endorsement of co-operating bodies
- d) detailed costing.

We recognise a special need for Christian communications programmes in Africa to have ways of generating regular income within their own countries so that anxiety and inefficiency of annual appeals for funds can be done away with, and Churches can responsibly plan, budget, recruit and train in the long term for their own programmes. We would ask the international agencies to help the African Churches to achieve this.

- b) eine klare Beschreibung des Projektes;
- c) die Befürwortung der zusammenarbeitenden Institutionen;
- d) detaillierter Kostenanschlag.

Wir erkennen die besondere Notwendigkeit christlicher Kommunikationsprogramme in Afrika an, Wege zu öffnen, um zu einem regulären Finanzaufkommen innerhalb des eigenen Landes zu gelangen, so daß Beunruhigung und Ineffizienz jährlicher Bitten um Hilfe aufhört und die Kirchen auf lange Sicht verantwortlich für ihre eigenen Programme planen, budgetieren, auswählen und ausbilden können. Wir möchten die internationalen Stellen bitten, den afrikanischen Kirchen zu helfen, dieses zu erreichen.

Anmerkungen:

1. Vgl. den Bericht „Kommunikation und Entwicklung in Ostafrika“ in dieser Ausgabe S. 148—151.

DOKUMENTATIONSHINWEISE

Paul VI.: Responsabilità degli operatori della comunicazione sociale. In: „L'Osservatore Romano“, 112:1972 (N. 36) v. 13. 2. 1972. Ansprache an Vertreter von Radio Montecarlo.

Original: Italienisch.

Paul VI.: La Verità: criterio base della comunicazione sociale. In: „L'Osservatore Romano“, 112:1972 (N. 54) v. 5. März 1972. Ansprache an die Mitglieder der Päpstlichen

Kommission für die Soziale Kommunikation. Original: Italienisch.

— : Commissions — aid to a pastoral strategy, Report of a Review of the Bishops' Conference of England and Wales (for presentation to the Bishops' Conference in September 1971). In: „Mass Media“ No. 56—62 (S. 18—20) ohne Ort und Jahr (London, Catholic Information Office of England and Wales, Avante House, 9 Bridge Street, Pinner Middex).

CHRONIK · CHRONIK · CHRONIK

Innerhalb der geographischen Ordnung gilt grundsätzlich folgende Reihenfolge: a) allgemeine Publizistik, b) Presse, c) Hörfunk, d) Sehfunk, e) Film, f) sonstige Gebiete (Meinungsforschung, Werbung etc.)

AFRIKA

GABON

Katholische Rundfunkarbeit: Um ein wöchentliches, statt bisher vierzehntägliches katholisches Radioprogramm (je halbstündlich) wurde P. Garnier vom nationalen Gabonesischen Radio und Fernsehen gebeten. Zu Weihnachten 1971 wurden der Kirche insgesamt je drei Programmstunden für den Hör- und Sehfunk des nationalen Senders offeriert.

KONGO-BRAZZAVILLE

„*La Semaine*“, in Brazzaville erscheinende katholische Wochenzeitung, die auch in weiteren vier afrikanischen Ländern verbreitet ist, konnte seine eintausendste Ausgabe veröffentlichen und gleichzeitig auf ein zwanzig-jähriges Bestehen zurückblicken. Zu diesem Jubiläum empfing die Redaktion Glückwünsche aus aller Welt.

LIBERIA

Radio ELWA, eine von der Sudan Interior Mission betriebene Rundfunkstation, hat ihre Programm- und Organisationsstruktur aufgrund einer umfassenden Hörerforschung geändert. Das neue Motto der Station lautet: „Your Good Friend Station showing you the way to a better life“. Besonderer Schwerpunkt wird jetzt auf lokal ausgerichtete Programme gelegt. Die Verantwortung für die verschiedenen Abteilungen ist mehrheitlich einheimischen Kräften anvertraut. Besondere Zielgruppe sind jetzt vor allem Jugendliche, die auch durch eine entsprechende Multimedien-Kampagne zusätzlich erreicht werden sollen. Auch sollen entsprechende

Hörerklubs eingerichtet werden, um eine bessere persönliche Verbindung zur Rundfunkstation sicherzustellen.

MALAWI

Eine Schallplatte mit religiösen Gesängen wurde von den Armen Klarissen in Lilongwe veröffentlicht. Die bereits stark verbreitete Platte enthält religiöse Gesänge in der Chichewa-Sprache, die mit einheimischen Instrumenten begleitet werden. Eine Übersetzung der Texte in französisch und englisch wird jeweils mitgeliefert.

SENEGAL

UNESCO-Seminar: Ein vierwöchiges Seminar über Herstellung und Vertrieb von Zeitschriften für die Landbevölkerung wurde von der UNESCO in Dakar Mitte Januar 1972 bis Mitte Februar 1972 für Teilnehmer aus zehn französischsprachigen afrikanischen Ländern veranstaltet.

SÜDAFRIKA

„*Impact*“ heißt eine neue vierzehntäglich erscheinende Zeitschrift, die von einer Gruppe von Schönstatt-Jungen für die Schönstatt-Jugend Südafrikas in Cape Town veröffentlicht wird. Das neue Blatt will sich vor allem den Fragen der modernen Jugend widmen.

TANSANIA

Eine Übersetzerstudienwoche für Übersetzungen kirchlichen Schrifttums in Suaheli fand Anfang 1972 im christlichen Literaturzentrum in Dodoma (Zentral-Tansania) statt. Der zweiwöchige Kurs war den grundlegenden Techniken für Bibelübersetzung und andere

christliche Literatur gewidmet. Teilnehmer der Tagung waren vor allem Mitarbeiter von Christenräten und theologischen Seminaren.

UGANDA

Ein Kommunikationsseminar für Priester, Religiösen und Laien fand in der Diözese Malala im November 1971 statt. Das vom Publizistiksekretariat der Diözese veranstaltete Seminar sollte die Teilnehmer vor allem mit der Bedeutung der Massenmedien und ihrem praktischen Gebrauch vertraut machen.

„*Afer*“ (African Ecclesiastical Review), eine bekannte theologische Zeitschrift für das englischsprachige Afrika, hat den Redaktionssitz seit dem 1. Januar 1972 von Masaka an das Pastoralinstitut für Ostafrika nach Gaba (bei Kampala) verlegt, Redakteur der Zeitschrift ist P. Geerdes W.V. (P.O. Box 6150, Kampala). Die vierteljährlich erscheinende Zeitschrift erreicht jährlich einen Umfang von rund 500 Seiten und widmet sich vor allem pastoralen und allgemeinen theologischen Fragen, die für Afrika von Bedeutung sind.

„*Voice*“ nennt sich eine neue Vierteljahresschrift, die als Hauszeitschrift des „Bishop Tucker College“ (Church of Uganda) seit September 1971 herausgegeben wird.

„*Calling You*“ heißt ein neues Informationsblatt für Berufswerbung, das seit Oktober 1971 von der Diözese Tororo in englischer Sprache herausgegeben wird.

ZAÏRE

„*Afrique Chrétienne*“, katholische Wochenzeitschrift in Kinshasa, wurde auf die Dauer von sechs Monaten von der Regierung am 20. Januar 1972 verboten, weil sie einen kritischen Artikel zu der Forderung der Regierung veröffentlicht hatte, die christlichen Vornamen wieder abzuschaffen und zu den ursprünglich afrikanischen Namen zurückzukehren. Die Zeitschrift wurde bereits im Januar 1969 von der kongolesischen Regierung auf ein Jahr verboten. Da der inkriminierte Beitrag als von Kardinal Malula inspiriert galt, wurde der Kardinal aus seiner Wohnung ausgewiesen. Am 26. Januar wurde

dann auch noch der Verlag und die Druckerei der St.-Pauls-Schwester für ein halbes Jahr geschlossen, in dem „*Afrique Chrétienne*“ erschien. Das von italienischen Schwestern geleitete Unternehmen veröffentlichte neben „*Afrique Chrétienne*“ auch die Zeitschriften „*Actualités Africaines*“ und die Monatszeitschrift für Kinder „*Antilope*“ (Auflage 30.000). Das Informationsministerium der Regierung wirft dem Verlag, in dem auch Bücher verlegt werden, vor, seit Jahren „tendenziöse“ Artikel veröffentlicht zu haben, die gegen den „revolutionären Volksgedanken“ verstießen. Die Druckerei konnte inzwischen ihre Tätigkeit wieder aufnehmen.

Eine Informations- und Kommunikationsabteilung soll unter der Leitung von Alpha Diallo-Tayire beim Allafrikanischen Kirchenrat (All African Conference of Churches) eingerichtet werden. Nach diesem Beschluß des Allafrikanischen Kirchenrates bei seiner Sitzung in Kinshasa im Januar 1972 soll die Abteilung in drei Gruppen arbeiten: Informationsdienst, Public Relations, Dokumentation und Übersetzungen. Vorgesehen ist auch die Herausgabe von zwei neuen Zeitschriften, von denen eine ein monatlich erscheinendes Informationsblatt sein und die andere vierteljährlich unter dem Titel „*Theologia Africana*“ veröffentlicht werden soll.

AMERIKA

ANTIGUA

Publizistik-Regionalkonferenz: Eine Regionalkonferenz der Publizistikverantwortlichen aus den Bischofskonferenzen von Mexiko, Zentralamerika und aus dem Karibischen Raum ist am 14. Jan. 1972 in Antigua zuende gegangen. Die unter dem Vorsitz von Bischof Luciano Metzinger, dem Publizistikverantwortlichen der Lateinamerikanischen Bischofskonferenz (CELAM) stehende Versammlung befaßte sich vor allem mit der apostolischen Aktivität der Kirche in den Kommunikationsmedien. Ähnliche Konferenzen sind für verschiedene Teile des lateinamerikanischen Kontinents vorgesehen, die in einer kontinentalen Konferenz ihren Abschluß finden soll.

ARGENTINIEN

Radiogottesdienst abgesetzt: Die Absetzung des sonst regelmäßig ausgestrahlten Sonntagsgottesdienstes eines Rundfunksenders in der Stadt La Rioja hat bei der Bevölkerung, speziell bei Journalisten und Arbeitern, starke Proteste ausgelöst. Der Eigentümer der betreffenden Rundfunkstation hatte dem Bischof von La Rioja, Enrique Angelelli Carretti, eine entsprechende Erlaubnis, angeblich auf „Wink von höchster Stelle“, entzogen. Der Bischof gilt als einer der fortschrittlichsten seines Landes. Mehrfach hatte er bei den Sendungen erklärt, daß sowohl der Klerus als auch die Gläubigen „gemäß dem Evangelium am politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Leben“ aktiv Anteil zu nehmen hätten.

BOLIVIEN

Alphabetisation: Insgesamt 3.500 Bolivianer des Hochlandes von La Paz haben im Jahre 1971 vor allem durch den Einsatz von Radioschulen Lesen und Schreiben gelernt. Zentrum der von „Misereor“ finanzierten Aktion ist Radio San Gabriel in Penas, das während der Aktion über 233 Empfangs- und Unterrichtsstellen im bolivianischen Hochland um La Paz verfügte. Der Kurs führte innerhalb von acht Monaten zu den Anfangsgründen des Schreibens und Lesens, war aber auch mit entsprechenden Sendungen über Hygiene, landwirtschaftliche Methoden und Religion gekoppelt.

BRASILIEN

Die Presse Brasiliens wurde in einem Leitartikel der offiziellen Kirchenzeitung von Sao Paulo scharf angegriffen. Der brasilianischen Presse wurde darin vorgeworfen, daß sie immer dann die Kirche der Subversion beschuldige, wenn Mitglieder des Klerus nach wirklicher Gerechtigkeit riefen. Den vollen Text des entsprechenden Dokuments der letzten Bischofssynode, so erklärte der Beitrag, veröffentliche man aber nicht, weil offensichtlich „bestimmte Gruppen daran interessiert sind, das Dokument so lange wie möglich zu verschweigen“.

CHILE

TV-Chefredakteur entlassen: Der Direktor des Fernsehsenders „Kanal 13“ suspendierte den Chefredakteur Leonardo Caceres von seinem Dienst. Dem Chefredakteur wird nun vorgeworfen, daß er „unfähig sei, der Wahrheit zu dienen“. Im Hintergrund der Entlassung scheint eine Spannung zwischen Kirche und Staat zu stehen. Nach den Angaben von Geistlichem Rat Direktor Paul Hasbun, der zugleich Leiter der Pressestelle der Erzdiözese Santiago ist, hatte „Kanal 13“ als einziger fälschlich behauptet, der Erzbischof von Santiago, Kardinal Raúl Silva Henríquez habe Fidel Castro eingeladen. Eine entsprechend distanzierte Erklärung des Erzbischofs über die Zusammenkunft mit Castro habe der Sender ebenso verschwiegen wie auch das ausführliche Dokument des chilenischen Episkopates über Kirche und Sozialismus in Chile, das zum Teil sehr kritische Sätze enthielt.

HAÏTI

Radio Lumière hat seit der Einführung eines 24-Stundenprogramms am 1. Januar 1971 seine Hörerpost um das Zehnfache steigern können. In einem der letzten Monate des Jahres 1971 allein hat die Station 7 537 Briefe empfangen. Von diesen Briefen waren 4 140 Antworten auf ein Programm mit volkstümlichen Songs, und 2 258 waren Antworten von Schülern auf einen entsprechenden Wettbewerb. Neuerdings wurden Dreiminutensendungen mit biblischen Themen eingeführt, die in das Gesamtprogramm des Tages eingebündelt werden.

KANADA

Video-Therapie: Der Bischof der Diözese Victoria lud zur Zusammenarbeit mit einem Jugendarbeitsteam P. Bob Kelly ein, der durch den Einsatz von Videotape-Recordern für psychotherapeutische Zwecke als der „Mann mit der Fernsehkamera“ bekannt geworden ist. Ziel der neuen Methode ist es, durch den Einsatz von Videorecordern (Wiederholung von Aufnahmen, Ausschnitten aus Sendungen usw.), der Selbstfindung der Jugendlichen zu dienen.

PERU

Die öffentliche Meinung über die Kirche wurde vom Publizistik-Institut der katholischen Universität von Lima untersucht. Nach der Untersuchung bringen die Zeitungen Perus im Durchschnitt täglich 13 Meldungen kirchlichen Inhalts. Von diesen Meldungen geben 65 % das positive Bild einer sich erneuernden Kirche, während die restlichen 35 % der Meldungen einer noch „prä-konziliaren“ Kirche gelten. Die Autoren der Untersuchung betonen, daß es notwendig sei, ein umfassenderes Bild der christlichen Gemeinschaft, der Evangelisation und der Kirche in ihrer gemeinsamen Aufgabe für die Menschheit zu geben. Die Hierarchie des Landes müsse die Kommunikationsmittel über religiöse Fragen regelmäßiger und deutlicher informieren.

VENEZUELA

„*Semaforo*“ (Ampel) nannte sich eine erfolgreiche Ausstellung, die in Caracas von über 150 000 Menschen besucht wurde und die sich mit graphischen Darstellungen, Fotos und audiovisuellen Mitteln den Themen der Unterdrückung des Menschen, seiner Ohnmacht gegenüber der Technik und der Konsumgesellschaft widmete.

VEREINIGTE STAATEN

Eine neue Publizistikvereinigung der Diözese Little Rock hat sich zum Ziel gesetzt, das ethische und moralische Niveau der Kommunikationsmittel in den Vereinigten Staaten zu heben. Der Vereinigung gehören vor allem Journalisten an; ihr Vorsitzender soll jeweils ein in den säkularen Medien arbeitender Journalist sein.

Ein interkonfessioneller Medienkurs soll im Sommer 1972 an der Loyola Universität in New Orleans stattfinden. Der Kurs wird vom „National Institute for Religious Communications“ durchgeführt.

„*People*“ heißt eine neue offizielle Publikation des nationalen katholischen Laienrates („National Council of Catholic Laity“,

NCCL) die Anfang 1972 zum ersten Mal in englischer und spanischer Sprache erschienen ist. Das neue Organ ersetzt die bisherigen Zeitschriften „Word“ (des Nationalrates katholischer Frauen) und „Parish Today“ (des Nationalrates katholischer Männer). Die neue Zeitschrift wird für katholische Laien jeden Alters und jeder Sprache in den Vereinigten Staaten herausgegeben; sie hat sich zum Ziel gesetzt, besonders die alltäglichen Fragen und Sorgen des „Mannes auf der Straße“ aufzugreifen. Durch die Veröffentlichung entgegengesetzter Meinungen zu bestimmten Fragen sollen außerdem die Leser aus ihrer Reserve zu aktiver Mitarbeit geführt werden. Chefredakteur der neuen Zeitschrift ist Carolyn Sherman.

„*Herder & Herder*“, Tochterfirma des deutschen katholischen Herder Verlages (Freiburg), ist an den größten Verlag für theologische Bücher in den USA, an die McGraw-Hill Book Company verkauft worden. Der Firmenname soll noch etwa zwei Jahre weitergeführt werden. Der Führungsstab des New Yorker Hauses wird Mitte 1972 nach Frankfurt verlegt, um in Abstimmung mit dem deutschen Verlagshaus ein eigenständiges deutsches Verlagsprogramm zu entwickeln. Als zweiter Geschäftssitz des alsdann deutschen Hauses „Herder & Herder“ soll New York erhalten bleiben.

Ein interdenominationelles Filmkomitee zur Verleihung eines jährlichen Filmpreises wurde gemeinsam von Katholiken, Protestanten und Juden in New York gegründet. Der jährliche Preis soll jeweils einem Film verliehen werden, der in besonderer Weise religiöse und ökumenische Fragen behandelt.

Gegen Pornographie und Obzönität in Film und Fernsehen hat sich in einem Hirtenbrief der Bischof von Manchester, Msgr. Ernest Primeau, gewandt. Wenn schon die Filmindustrie selbst nicht in der Lage sei, ihre Filme zu zensurieren, ob es dann nicht nötig sei, daß jemand anders sich dieser Sache annehme, fragt der Bischof unter anderem. Er betont, daß er durchaus nicht jede Form der Geschlechterziehung verurteile, aber es sei doch die Pflicht der Christen, zu motivieren, zu erziehen und zu inspirieren.

ASIEN

CHINA

Radiosendungen nach Rotchina hofft Evangelist Kent Martin (Hongkong) über Radio Vila Verde in Macao ausstrahlen zu können. Nach entsprechenden Verhandlungen mit der Station hofft man, ein 15minütiges Programm pro Woche und täglich drei Kurzsendungen (Spots) biblischen Inhalts ausstrahlen und damit Christen jenseits des Bambusvorhangs erreichen zu können. (Vgl. auch unter „Korea“ die Aktivitäten anderer evangelischer Gruppen für China).

INDIEN

Ein christliches Literaturschiff, das den Namen „Logos“ trägt und von evangelischen Missionaren angeheuert wurde, bereist seit 1971 verschiedene Hafenstädte Indiens, um von Bord aus christliche Literatur zu verteilen und durch ein „Closed Circuit“ Fernsehen an Bord des Schiffes die Besucher mit dem Christentum bekannt zu machen. Während eines zehntägigen Aufenthaltes in Bombay haben nicht weniger als 70 000 Menschen das Schiff besucht, auf dem täglich 50 Fernsehprogramme gezeigt wurden. Da das Fernsehen in Indien augenblicklich nur in Delhi besteht, sahen die meisten Besucher zum ersten Mal einen Fernsehapparat.

„*Petrus*“ heißt eine neue Zeitschrift, die von P. Leoncini, dem Rektor des Diözesanseminars von Vijayawada herausgegeben wird. Das Monatsblatt enthält u. a. Beiträge, die aus der englischen Wochenausgabe des „L'Osservatore Romano“ übernommen werden, mit dem ein entsprechendes Abkommen getroffen wurde. Das neue Blatt wird in der „Angel Press“ gedruckt, die dem Seminar von Nuzvid angeschlossen ist. Als Leser seiner Zeitschrift glaubt P. Leoncini sowohl Priester und Ordensfrauen wie auch Laien gewinnen zu können.

„*Viswadeepthi*“, bisher von Steyler Missionaren in Indien herausgegebene religiöse Zeitschrift, wurde mit einer ähnlich gelagerten Zeitschrift der indischen Karmeliten unter dem Titel „Kudumbadeepam“ zusammengelegt.

JAPAN

Diözesanpublizistik: Die Vorschläge der Sachkommission V (Publizistik) der Generalversammlung der Erzdiözese Tokio (5.—12. 12. 1971), eine Diözesaninformationsstelle zu errichten, die katholische Wochenzeitschrift und andere Zeitschriften zu verbessern sowie die Katholiken an Hörfunk und Fernsehen stärker zu beteiligen, wurden mit überwältigender Mehrheit angenommen.

Bibel-Kassetten: Die erste Produktion einer farbigen Bibelserie auf Video-Kassetten wurde beim katholischen Nationalkomitee im Oktober 1971 von „Video Japonica“ in Verbindung mit der Sony Corporation vorgeführt. Die Kassettenserie wird vor allem für ein neuentwickeltes Sony-Farbkassetten-Fernsehen produziert.

KOREA

Ein FEBC-Sender mit Programmen speziell für Rotchina, der seit 1971 von der „Far East Broadcasting Company“ (FEBC) auf der koreanischen Insel Cheju errichtet wird, soll ab März 1972 seine Testsendungen aufnehmen; die Gebäulichkeiten für Angestellte und Sendeanlagen sollen bis Ende September vollendet sein. (Vgl. CS 4:1971, 260 und 261 China.)

PHILIPPINEN

FEBC-Provinzsender: Einen neuen Lokalsender hat die „Far East Broadcasting Company“ für Legaspi (Senderzeichen: DZUI) in Vorbereitung. Es handelt sich um einen 5-KW-Sender. Auch in Cebu, der zweitgrößten Stadt der Philippinen, hat sich bereits ein lokales Radiokomitee gebildet, das auch dort einen eigenen Sender errichten möchte.

EUROPA

DEUTSCHLAND

Der UCIP-Rat, das oberste Gremium der „Union Catholique Internationale de la Presse“ (UCIP) hat auf seiner Sitzung in Düsseldorf am 11./12. Dezember 1971 beschlossen, den 10. Weltkongreß der Katholischen Presse 1974 in einem Entwicklungs-

land abzuhalten; ferner wurde darauf hingewiesen, daß eine große Zahl katholischer Journalisten weder von der Kirchenleitung noch von der Seelsorge angesprochen würden. Der Dialog mit diesen Kollegen finde lediglich in den Berufsvereinigungen statt. — Auf der Sitzung des Rates in Düsseldorf hat der bisherige Generalsekretär der UCIP, Msgr. Jesús Iribarren sein Amt als Generalsekretär der Katholischen Weltunion der Presse niedergelegt.

Ein ökumenisches Publizistentreffen über die Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“ fand am 26./27. November 1971 in Bad Wimpfen statt.

Ein Gesamtkonzept kirchlicher Publizistik sollte eine gemischte Kommission aus den Sachkommissionen I, V und VI der Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland nach einem Beschluß der Zentralkommission der Synode ausarbeiten, um damit die Diskussion über die kirchliche Publizistik für die Vollversammlung der Synode vom 10. bis 14. Mai vorzubereiten. Außer dieser Kommission befassen sich inzwischen auch der publizistische Beirat des Zentralkomitees der Deutschen Katholiken, die publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz, die Sachkommission VI der Gemeinsamen Synode und ihr Arbeitskreis „Medien“, die „Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse“ und die Arbeitsgemeinschaft der kirchlichen Hauptstellen für Publizistik mit dem gleichen Thema eines Rahmenplans für die publizistische Arbeit der Kirche in Deutschland.

„*Publik-Forum*“ nennt sich eine neue Zeitschrift, die von der „Leserinitiative Publik“ in Frankfurt seit Ende Januar 1972 herausgegeben wird. Verantwortliche Redakteure sind Heinz-Wilhelm Brodtkmann (Münster) und Werner Schwaderlapp (Frankfurt). Fester Mitarbeiter aus der ehemaligen Publik-Redaktion ist Harald Pawlowski.

Publik-Abonnenten: Mehr als 5 000 ehemalige „Publik“-Abonnenten beziehen nach einer Mitteilung der KNA jetzt das Hamburger (evangelische) „Deutsche Allgemeine Sonn-

tagsblatt“; wie es ferner heißt, soll die Hamburger „Zeit“ etwa 800 ehemalige und der „Rheinische Merkur“ (Köln) etwa 1 000 Publikabonnenten gewonnen haben.

Ein zentrales Presse- und Informationsamt der Kirche in Deutschland hat der Münchener Zeitungswissenschaftler Dr. Hans Wagner nach dem Tod von „Publik“ als Alternativlösung für den Dialog zwischen Kirche und Welt in einer Sendung des Bayrischen Rundfunks am 23. Nov. 1971 vorgeschlagen. In einem Gespräch des 1970 gegründeten „Kreises junger katholischer Journalisten in Bayern“ am 1. Dezember wurde insbesondere dieser Vorschlag abgelehnt und vor einem „Bulletin-Journalismus“ gewarnt.

Mit Kirchenpresse-Vermittlungstests will die in München von Dr. Hans Wagner herausgegebene Zeitschrift „Lebendige Zelle“ überprüfen, ob die deutsche Kirchenpresse die „Kommunikationsfreiheit der Bischöfe“ und das „Informationsrecht der Katholiken“ verletzt. Wagners Untersuchungsbericht „Bischofskonferenz und Gemeinde“, veröffentlicht in der „Lebendigen Zelle“ Nr. 5/6 des Jahrgangs 1971, hat scharfe Kritik der dort gescholtenen katholischen Bistumspresse herausgefordert. Dem Autor werden Praxis-Fremdheit und unzulängliche Methoden vorgeworfen.

„*Internationale katholische Zeitschrift*“ heißt eine neue Publikation, die seit Januar 1972 im Verlag für christliche Literatur Communio GmbH, Rodenkirchen/Köln, erscheint. Erste Aufgabe der Zeitschrift ist nach den Aussagen des für die Redaktion verantwortlichen Mitherausgebers Franz Greiner der Versuch, die „Erscheinung der Konfrontation in den kirchlichen Gemeinschaften nach und nach abzubauen“. Dem Herausbergremium gehören neben Greiner Hans Urs von Balthasar, Albert Görres, Karl Lehmann, Hans Maier, Josef Ratzinger und O. B. Roegele an. Die Zeitschrift erscheint zweimonatlich. Die Finanzierung der Zeitschrift soll durch einen Förderverein mit Spenden gesichert werden.

„*neues hochland*“ nennt sich seit dem 1. Januar 1972 die bekannte, vor 70 Jahren von Carl Muth gegründete Zeitschrift „Hoch-

land“. Als neuer Herausgeber und Redakteur zeichnet Helmut Lindemann (61) verantwortlich.

„*Junge Zeit*“ heißt seit Januar die bisher unter „Der Pflug“ bekannte Zeitschrift, die vom katholischen Landjugendseelsorger für Bayern, Hans Wittmann (München), herausgegeben wird. Die Zeitschrift erscheint im Verlag der Landesstelle der Katholischen Landjugend Bayerns e. V. in Verbindung mit der Bundesstelle in Dingden (Westf.).

„*Katholischer Digest*“: Zeitschrift für die Familie (KD) soll im Lauf des Jahres 1972 auf einen zweiwöchentlichen Erscheinungstermin umgestellt werden. Chefredakteur des Blattes ist der CSU-Landtagsabgeordnete Franz Handlos (München).

„*Leben und Erziehen*“, katholische Eltern- und Familienzeitschrift (Aachen), hat Ende 1971 die Bezieher der bisher im Verlag Georg Westermann erschienenen Zeitschrift „Elternblatt“ übernommen. Das „Elternblatt“ verstand sich als „Sprachrohr, Informationsorgan und Bindeglied zwischen Eltern, Lehrern und Schülern“. Der Westermann-Verlag (Braunschweig) hatte das Blatt im Frühjahr 1970 vom Rundschau-Verlag Itzehoe übernommen.

„*Stimme der Orthodoxie*“, offizielles Organ des mitteleuropäischen Exarchats der russisch-orthodoxen Kirche in Ost-Berlin, hat seit Mitte Oktober 1971 den orthodoxen Priester Michael Turtshin (33) als Chefredakteur.

Kirchenzeitungskonzentration: Vier katholische Kirchenzeitungen (Ruhrwort-Essen, Bonifatiusbote-Fulda, Der Sonntag-Limburg, Glaube und Leben-Mainz) haben eine Kooperation beschlossen, die sich „zunächst auf den Austausch von redaktionellen Beiträgen“ der einzelnen Blätter erstrecken soll. Ferner sind regelmäßig gemeinsame Konferenzen vorgesehen.

„*Unterwegs—Magazin für Reise und Urlaub*“, die schon bisher gemeinsam von den evangelischen Kirchen und der katholischen Kirche in Bayern und Baden-Württemberg vertrie-

bene Zeitschrift, soll jetzt auch in Niedersachsen gemeinsam von den evangelisch-lutherischen Landeskirchen Hannover und Braunschweig zusammen mit der Diözese Hildesheim verbreitet werden. Das Blatt soll gratis über Reisebüros und Hotels verteilt werden.

„*Jugend Film Fernsehen*“, gemeinsam vom Arbeitszentrum Jugend Film Fernsehen e. V. und dem Wissenschaftlichen Institut für Jugend- und Bildungsfragen in Film und Fernsehen, München, herausgegebene Zeitschrift erscheint ab Januar 1972 als Vierteljahrschrift (bisher zweimonatlich).

Als „*Concepte*“-Herausgeber zeichnet ab 1972 die „Zentrale für Fragen der Sozialethik und Volkshygiene e. V.“, Köln, die mit dem früheren „Volkswartbund“ identisch ist.

Katholischer Pressebund e. V.: Als einen großen Erfolg wertet der Katholische Pressebund e. V. (Köln) seine Werbeaktion unter Mitgliedern des katholischen Studentenvereins „Unitas“, wodurch innerhalb von drei Wochen um die Jahreswende 300 neue Abonnenten für die „Deutsche Tagespost“ gewonnen werden konnten.

Die Pressestelle der Diözese Limburg konnte mit Beginn des Jahres 1972 personell und sachlich erweitert werden. Zum neuen Leiter wurde Götz Kochem (44) berufen. Die Pressestelle wurde um die Sachbereiche „Informations- und Öffentlichkeitsarbeit“ erweitert. Der Informationsdienst der Diözese wird weiterhin unter Verantwortung von Walter Bröcker und Heinz Kleiter herausgegeben.

Gemeinschaftswerbung: Sieben Blätter der katholischen Sonntags- und Magazinpresse haben erstmals eine gemeinsame Werbeaktion unter dem Motto „Sie können wählen“ gestartet. In Großanzeigen machen sie in ihren eigenen Blättern auf das reiche Angebot der katholischen Presse aufmerksam. Es handelt sich um die Blätter: „Altöttinger Liebfrauenbote“, „Bayerisches Sonntagsblatt“, „Die christliche Familie“, „Liberiusblatt“, „Neue Bildpost“, „Weltbild“, „Frau im Leben“.

Einen Ausbau der KNA (Katholische Nachrichtenagentur) hat der bayerische Presseklub im Rahmen eines Gesamtkonzepts zur kirchlichen Publizistik in Deutschland am 13. Januar 1971 in München gefordert.

Meinungsfreiheit und Diskussion sind nach Meinung des Paderborner Erzbischofs Kardinal Jaeger in der Kirche erforderlich. In einem Gottesdienst für die in Paderborn versammelten KNA-Redakteure betonte der Kardinal, daß die Kirche als vorläufige Institution die Journalisten nicht vereinnahmen könne. Eine Nachrichtenagentur habe die Verpflichtung zur Wahrheit.

Vor neuen pressepolitischen Experimenten im deutschen Katholizismus hat der Diözesanrat der Katholiken des Erzbistums Freiburg gewarnt. In einer Erklärung vom 25. Januar betont der Vorstand des Diözesanrates, er halte den Ausbau und die Förderung der „bestehenden, organisch gewachsenen katholischen Presse“ für den richtigen Weg und wende sich zugleich gegen die Einrichtung eines zentralen kirchlichen Presse- und Informationsamtes.

Einen Raum freier Entfaltung brauche die kirchliche Presse, um gedeihen zu können, betonte der evangelische Publizist Sepp Schelz in einem Abschiedsleitartikel als regelmäßiger Kolumnist im „Berliner Sonntagsblatt — Die Kirche“ Mitte Dezember 1971, nachdem er bereits mehrere Wochen vorher die Stelle eines Geschäftsführers beim „Deutschen Allgemeinen Sonntagsblatt“ (Hamburg) übernommen hatte.

„Religion und Gesellschaft“ ist ab 1. Januar 1971 die offizielle Bezeichnung der bisherigen Kirchenfunkredaktion des Norddeutschen Rundfunks. In der Begründung zur Umbenennung heißt es, daß der bisherige Name innerhalb des NDR Mißverständnisse hervorgerufen habe, als übernähmen die Kirchen die Verantwortung für die von dieser Redaktion betreuten Sendungen. Wie es heißt, ist mit der Namensänderung keine Änderung in der Zusammenarbeit zwischen Redaktion und Kirche vorgesehen.

Die Rundfunkpredigt sei für die Kirche in der DDR eine „unerhörte Chance“, betonte der Rundfunkbeauftragte der katholischen Kirche in Mitteldeutschland, der Leipziger Propst Ernst Pfeiffer, in einer Beilage des Amtsblatts für die katholischen Jurisdiktionsbezirke in der DDR. Die rund 18 katholischen Rundfunkpredigten innerhalb eines Jahres bezeichnete Pfeiffer als das „in unserem Raum einzige gesprochene Wort der Kirche, das in voller Öffentlichkeit erklingt“.

„Konfession: katholisch“ heißt eine Sendereihe, die seit dem 6. Januar 1972 im Dritten Programm des Westdeutschen Fernsehens (Köln) ausgestrahlt wird. Die Sendungen verstehen sich als eine Bestandsaufnahme vor den Beratungen einer Gemeinsamen Synode der Bistümer Deutschlands. Sie wird von Gerhard Honal gestaltet und soll später auch vom Bayrischen Rundfunk ausgestrahlt werden.

Homosexuellenfilm: Die Absetzung des Films „Nicht der Homosexuelle ist pervers, sondern die Situation, in der er lebt“, von Rosa von Praunheim aus dem Ersten Programm des Deutschen Fernsehens hat die katholische „Funkkorrespondenz“ in einem Artikel mit der Überschrift „Die Direktoren als Kunst-richter“ kritisiert.

Als „Beste Filme des Jahres“ hat das Generalsekretariat der Katholischen Film- und Fernsehliga in Köln für 1971 die Filme „Land des Schweigens und der Dunkelheit“, und „Warum läuft Herr R. Amok?“ bezeichnet. Während der erste Film ein aktuelles Problem, das Leben von Behinderten aufgreife, setze sich der zweite Film mit den Verhältnissen der modernen Konsum- und Leistungsgesellschaft auseinander.

Film- und Fernsehliga: Prälat Heinrich Berresheim (63), Generalsekretär der Katholischen Film- und Fernsehliga in Deutschland, schied zum 1. April aus seinem Amt. Aufgrund der Umordnung der publizistischen Arbeit sollen die Geschäfte und Belange während einer Übergangsphase durch die Arbeitsgemeinschaft zu publizistischen Hauptstellen wahrgenommen werden. Inzwischen hat der Leiter der Kirchlichen Hauptstelle für Bild- und Filmarbeit, Pfarrer Wilhelm

Schätzler (43), die Aufgabe kommissarisch übernommen.

OCIC-Preis: Den Preis des Internationalen Katholischen Filmbüros beim VII. Internationalen Agrarfilmwettbewerb in Berlin hat 1972 der japanische Film von Ko Horiuchi „Mandarinenzüchter von Ryumon“ erhalten. Der Film hat menschliche Konflikte einer landwirtschaftlichen Genossenschaft zum Gegenstand. Eine Empfehlung erhielten ferner der von der Filmabteilung der indischen Regierung produzierte Streifen „Wasser und Land“ (Regie: Nishit Banerjee) und „Der Zuckerbischof“, eine Pro-Vobis-Produktion von Josef Mühlbauer.

Den „Adolf-Grimme-Preis“ in Bronze erhielt am 10. März die von der Münchener Tellux-Film GmbH produzierte Dokumentation „Die letzte Station“ (von Reinhold Iblacker und Axel de Roche), die in einer Londoner Klinik für Sterbende gedreht wurde.

Medienpädagogik: Für die Errichtung von Arbeitsstellen für Medienpädagogik hat sich das Generalsekretariat der Katholischen Film- und Fernsehliga in Deutschland eingesetzt. Aufgabe solcher Arbeitsstellen sei der Kontakt mit der Kommunikationswissenschaft, die fachliche Beratung für kirchliche Stellen in Fragen der Massenkommunikation und der Medienpädagogik.

„Missio“: Zur Einführungswerbung für diesen neuen Namen der Päpstlichen Werke der Glaubensverbreitung (Aachen und München) wurden drei Anzeigen in der Bistumspresse veröffentlicht, ein Faltblatt für Multiplikatoren sowie ein Pressedienst für kirchliche und nichtkirchliche Medien herausgegeben.

Buchhandel ökumenisch: Ein gemeinsames Katholisch-Evangelisches Verbandssortiment befindet sich in Stuttgart im Aufbau. Nach einer Mitteilung des katholischen Buchhandels besteht ein wachsendes Interesse an religiöser und theologischer Literatur. Populärtheologische Bücher verzeichneten heute Verkaufserfolge, die früher undenkbar waren, heißt es in der Feststellung.

Ökumenische Dritte-Welt-Information: Eine 30-teilige Plakatausstellung zum Thema „Im

Menschen nicht den Bruder leugnen“ haben die beiden kirchlichen Hilfswerke „Misereor“ und „Brot für die Welt“ zur Benutzung durch Kirchengemeinden gemeinsam gestaltet. Den Gemeinden und vor allem Jugendgruppen soll anhand der Ausstellung die Information über Probleme der Dritten Welt erleichtert werden.

FRANKREICH

Pastoralinstruktion: Einen Tag der Besinnung über die vom Vatikan im Sommer 1971 veröffentlichte Pastoralinstruktion über die Mittel der sozialen Kommunikation „Communio et Progressio“ haben die französischen Organisationen für Soziale Kommunikation im Januar 1972 in Paris veranstaltet. Zur Sprache kamen u. a. die Geschichte und die theologischen Aspekte der Instruktion.

Während der Pressekrise, die Anfang 1972 in Frankreich herrschte, hat Kardinal François Marty, Erzbischof von Paris, in einem Gottesdienst am Feste des Patrons der Presse, Franz von Sales, am 28. Januar 1972 der arbeitslosen Journalisten gedacht, deren Zahl wegen der Schließung mehrerer französischer Tageszeitungen auf etwa 300 geschätzt wird. Man solle diesen Entwicklungen, so meinte der Kardinal bei dem Gottesdienst, größere Aufmerksamkeit schenken. — Gegen die Pressekonzentration in seinem Lande hat sich auch der Bischof von Marseille, Roger Etchegaray, in der Kirchenzeitung seiner Diözese ausgesprochen. Der Bischof betont, daß nach seiner Meinung der Wert einer Information durch die Vielzahl der Quellen und der Weitergabe garantiert wird.

„Ecclesia — Réponses Chrétiennes“ heißt eine Zeitschrift, die seit Beginn des Jahres 1972 die beiden bisherigen Zeitschriften „Ecclesia“ (gegründet 1949 von Daniel Rops) und „Réponses Chrétiennes“ (gegründet 1966) vereinigt. Die neue Zeitschrift dient vor allem der Dokumentation und der Information und will eine Auflage von 200 000 Exemplaren erreichen.

Gegen das Geschäft mit Erotik haben sich die französischen Bischöfe durch ihre Kommission für die Familie gewandt. Man

werde kühner und kühner, heißt es u. a. in der Verlautbarung. Der Film könne keine Grenzen mehr, die Straße ahme den Film nach, und schließlich bringe auch das Fernsehen Dinge ins Haus, die ein anständiger Mensch nicht mehr akzeptieren könne. Eine politische Aktion sei notwendig, so meint die Bischofskommission, um gegen die Degradierung der öffentlichen Moral zu Feld zu ziehen.

ITALIEN

Massenmedien und Pastorale Arbeit war das Thema einer Arbeitstagung, die in Rom von den Abteilungen Presse und Film der italienischen Bischofskonferenz im November 1971 veranstaltet wurde. In verschiedenen Vorträgen und Aussprachen beschäftigte man sich sowohl mit der Bedeutung der Tagespresse für die pastorale Arbeit als auch mit den audiovisuellen Mitteln.

„Com“ heißt eine neue Zeitschrift, die von den früheren Redakteuren von „Il Regno“ (vgl. CS 5:1972, S. 78) ab März als Konkurrenzblatt zu „Il Regno“ in Bologna herausgegeben werden soll. An der Herausgabe des neuen Blattes beteiligen sich alle entlassenen ehemaligen „Il Regno“-Redakteure. Chefredakteur ist wieder Gabriele Gherardi. Das Blatt erscheint als interkonfessionelle Zeitschrift und soll sich selbst finanzieren, indem die Bezieher gleichzeitig Mitglieder einer Genossenschaft italienischen Rechts werden; sie werden damit Mitinhaber der Zeitschrift. Einmal im Jahr soll eine entsprechende Mitgliederversammlung stattfinden.

„Mondo e Missione“, früher „Le missioni cattoliche“, Zeitschrift der Gesellschaft für auswärtige Missionen von Mailand, bestand im Januar 1972 100 Jahre. Seit der Titeländerung in „Mondo e Missione“ vor zwei Jahren sind auch die päpstlichen Missionswerke Italiens Mitinhaber dieser Zeitschrift, die heute eine Auflage von über 50 000 Exemplaren hat. Die Zeitschrift erscheint in einer allgemeinen Ausgabe für Laien und einer zusätzlichen Ausgabe für Priester und Ordensleute. Chefredakteur ist P. Piero Gheddo.

„Die Zeitung und die Verbreitung des Buches“ war Thema eines Rundgesprächs, das

die Sektion Latium der italienischen katholischen Presseunion aus Anlaß des von der UNESCO verkündeten Jahres für das „Internationale Buch“ in Rom veranstaltete.

Don Giacomo Alberione (87), Begründer der „Frommen Gesellschaft vom hl. Paulus“ und verschiedener anderer Genossenschaften, die sich dem Publizistikapostolat widmen, ist am 26. November 1971 in Rom gestorben (vgl. CS 5:1972, S. 19–26).

UNDA, katholische internationale Vereinigung für Hör- und Sehfunk, hielt entsprechend ihren neuen Statuten vom 4.–6. November 1971 zum ersten Mal eine Sitzung des „Board of Management“ ab. Das „Board of Management“ ersetzt das bisherige „Bureau Exécutive“. Dem Präsidenten, P. Agnellus Andrew OFM, wurde ein neuer Generalsekretär in der Person des P. Stapleton (London), gegeben. Für Asien wird P. Jean Desautels (Hongkong) und für Afrika P. Julien Christiaens (Rom) verantwortlich sein. Das Generalsekretariat bleibt offiziell in Fribourg (Schweiz). Es wurden außerdem verschiedene Kommissionen gebildet.

Theater- und Kinogenehmigung: Als „wichtig und dringend“ hat es der Generalvikar von Rom, Kardinal Dell'Acqua, in seiner Weihnachtsbotschaft 1971 an den römischen Klerus u. a. bezeichnet, nicht ohne ausdrückliche Genehmigung der zuständigen kirchlichen Behörden „öffentliche Theater oder Lichtspielhäuser“ zu besuchen.

ÖSTERREICH

„Leben und Erziehen“, in Aachen erscheinende katholische Zeitschrift für Eltern und Erzieher, erscheint seit Beginn 1972 im Pressehaus St. Pölten auch mit einer eigenen Österreich-Ausgabe. Während die Auflage der Januarnummer des Blattes für Deutschland mit 625 000 Exemplaren angegeben wird, beläuft sich die Erstauflage der Österreichausgabe auf 70 000 Exemplare.

POLEN

„*Slowo Powszechne*“, Zeitschrift der polnischen Pax-Bewegung, erhielt in Janusz Stefanowicz einen neuen Chefredakteur. Er löst

den langjährigen Chefredakteur Witold Jankowski ab. Der neue Chefredakteur war bisher Stellvertretender Chefredakteur und Leiter der Auslandsabteilung der Bewegung. Sein Nachfolger als Leiter der Auslandsabteilung wurde Jerzy Hagemejer. Jankowski übernahm ab 1. Januar als Generaldirektor die Leitung des Pax eigenen Buchverlages.

Eine Maximilian-Kolbe-Ausstellung wurde in der Bibliothek der katholischen Universität Lublin mit Dokumenten, Fotos und Illustrationen zum Leben des Franziskanerpaters eröffnet, der auch im Presseapostolat Polens vor dem Kriege eine große Rolle spielte.

SCHWEDEN

Staatsunterstützung hat zum ersten Mal die katholische Zeitschrift „Katolsk Observatör“ bekommen. Die Zeitschrift wurde vom Einwandereramt der schwedischen Regierung über das Bistum Stockholm mit 5 000 Kronen unterstützt, weil sie gerade für katholische Einwanderer von großer Bedeutung sei. Die Zeitschrift wurde 1968 gegründet und bringt u. a. Meldungen und Berichte in verschiedenen Sprachen über das Leben der Gastarbeiter. Chefredakteur ist der Stockholmer Domdechant Mgr. J. F. Koch.

SCHWEIZ

Für eine kritische Strukturanalyse der Medienarbeit der Schweizer Katholiken hat das Institut für Journalistik der Universität Freiburg (Schweiz) eine Auftragsbeschreibung ausgearbeitet. Der Auftrag für die Analyse wurde dem bekannten Journalisten Willy Kaufmann erteilt. Bei der Analyse geht es darum, den „Ist-Zustand“ der Medienarbeit der verschiedenen Institutionen festzustellen, um dann Vorschläge für eine bessere Koordination und die Schaffung von Entscheidungsgrundlagen für eine zukünftige Medienarbeit der katholischen Organisationen in der Schweiz auszuarbeiten.

Pfarrblätter: Mehr als 30 Pfarreien des Bistums Basel haben sich mit Beginn des Jahres 1972 zusammengetan, um ihre Pfarrblätter gemeinsam herauszubringen. Das wö-

chentlich erscheinende gemeinsame Blatt enthält Informationen der Pfarreien und kirchliche Nachrichten aus Bistum und Region.

Der Imba Verlag und der Kanisiusverlag sind beide Verlage, die dem Kanisiuswerk Fribourg gehören; sie arbeiten beide als solche verlegerisch. Der Imba Verlag ist mit dem Laetare Verlag (Stein u. Nürnberg) nicht (wie in CS 4:1971, 383 gemeldet wurde) eine Verlagsgemeinschaft eingegangen. Die beiden Verlage veröffentlichen nur die neuen Titel der Reihe „Stichwörter“ und einzelne Titel außerhalb dieser Reihe in Koproduktion.

SPANIEN

Veröffentlichungsverbot: Die Veröffentlichung einer scharfen Stellungnahme der spanischen Bischöfe mit der Feststellung, daß in Spanien kein wirklicher Friede herrsche, weil es keine Gerechtigkeit gebe, wurde von der Regierung blockiert. Die Stellungnahme durfte nur in einer „gereinigten“ Ausgabe von CIFRA, der Regierungsnachrichtenagentur, veröffentlicht werden. Der Tageszeitung „Noticiero Universal“ (Barcelona) gelang es allerdings, noch vor der Regierungsentscheidung eine ausführliche Zusammenfassung des Dokumentes zu veröffentlichen.

„Ecclesia“: Der Chefredakteur des offiziellen Organs der „Katholischen Aktion“ Spaniens, „Ecclesia“, Agapito Tapador, ist am 27. November 1971 von seinem Amt zurückgetreten. Tapador war seit 1967 als Chefredakteur bei „Ecclesia“ tätig; die Zeitschrift gilt als offizielles Organ des spanischen Episkopats.

Ein Zeitungskurs für über 200 spanische Schwestern ist um die Jahreswende 1971/72 von der Publizistikkommission der spanischen Bischofskonferenz in Madrid veranstaltet worden. Lektoren der Tagung waren Redakteure von Zeitungen, Zeitschriften und Nachrichtenagenturen.

„Mision Abierta“ heißt eine neue katholische Zeitschrift, die seit Anfang 1972 in Madrid erscheint. In einem Beitrag der ersten Ausgabe beklagt der Direktor des Nationalsekretariats für den Klerus, Luis Hernandez,

u. a. „die Organisation einer minderheitlichen klerikalistischen Ultrarechten, die aggressiv und ewig gestrig, aber von Teilen der politischen Macht gestützt und reichlich mit Geld gesegnet“ sei.

VATIKAN

Der neue Präsident der Päpstlichen Kommission für Publizistik, P. Edward Heston, wurde am 13. Februar 1972 von Papst Paul VI. zum Titular-Erzbischof konsekriert.

Eigene Nachrichtenwege für kirchliche Nachrichten, die über den „L'Osservatore Romano“ und den Vatikanseher verbreitet werden sollen, sucht die Päpstliche Kommission für Publizistik. Nachrichten über Aktivitäten der Bischofskonferenzen (Dokumente, Versammlungen usw.) sollen beide vatikanischen Medien eher erreichen als andere Agenturen. Ein von bestehenden kirch-

lichen und säkularen völlig getrenntes Nachrichtensystem für diese Zwecke soll, zunächst experimentell für 8 Länder (Argentinien, Brasilien, Canada, Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Spanien und USA) — beginnend mit dem 1. Januar 1972 —, eingerichtet werden. Die Nachrichten gehen direkt per Fernschreiber, Radio, Telefon oder Luftpost an die Päpstliche Kommission, die sie dann an den Sender und den „L'Osservatore“ weitergibt.

Papst Paul VI. hat eine Gruppe von italienischen Schriftstellern empfangen. In einer improvisierten Ansprache erklärte der Papst, daß er sehr erfreut sei über diesen kurzfristig arrangierten Besuch. Es sei eben nicht genug, so meinte der Papst, nur zu lesen, sondern man müsse sich sehen und kennenlernen. „Ihr könnt mit eurer Fähigkeit zu schreiben viel Gutes tun“, rief der Papst den Schriftstellern zu.

LITERATUR-RUNDSCHAU

Ramon Aguiló (Hrsg.): *Catholic Media World Directory*, Rom 1971 (Irades Edizioni Pastoral). 319 Seiten.

Gegenwärtig besteht ein großer Bedarf an Handbüchern (directories) — für allgemeine und besondere Themenbereiche —, die, in aller Ausführlichkeit und auf dem neuesten Stand, Informationen zu folgenden Fragen liefern sollten: Was geschieht? Wo geschieht es? Und wer ist dafür verantwortlich? Obwohl sich die Bereiche der Dokumentation, der Statistik und des Know-How in jüngster Zeit rasch entwickelt haben, verlangt diese Aufgabe auch in Zukunft Präzision und Fachkenntnis, Praxis und Erfahrung, Geduld und Zeit und, sehr oft, viel Geld. Dabei gilt es einmal, diese Elemente wirkungsvoll zu vereinen, zum andern, dafür zu sorgen, daß solche Direktorien so weit wie möglich unnötige und überflüssige Doppelungen vermeiden.

Letzten Sommer, im Juli, erschien in aller Stille, wie dem Rezensenten versichert wurde, das *Catholic Media World Directory 1971* in englischer Sprache. Es wurde vorgelegt vom Servizio Documentazione e Studi (SEDOS) in Rom. Theo van Asten, Weißer Vater, Präsident von SEDOS, schreibt in der Einleitung, daß dieses Direktorium „ein neuer Schritt zu den Zielen genauer Dokumentationsdienste ist, die wir uns selbst gesetzt haben“ und daß es ein Teil jenes 1970 in Driebergen (Niederlande) gefaßten Beschlusses sei, „daß die verschiedenen christlichen Bekenntnisse jeweils eigene Forschungsarbeiten über ihr Engagement in der Kommunikation durchführen sollten“. Der Herausgeber Ramon Aguiló ist ein Jesuit aus Lateinamerika, der jetzt in Rom lebt. Pater Aguiló stellt in der Einleitung u. a. fest, daß er dieses Werk zusammengestellt habe, „um in einen Tätigkeitsbereich etwas Licht zu bringen, der sich nur schwer auf wenigen

Seiten darstellen läßt“. Er veröffentlichte es aus zwei Gründen: „um einem praktischen Zweck zu dienen“ ... „mein zweites Ziel ist theoretischer Art“. Er beschloß, „sich auf ‚Ton und Bilder‘, die sich an Massen richten, zu beschränken, mit allen soziologischen Charakteristika des Begriffes ‚Masse‘“; „ich habe meine Aufmerksamkeit auf Institutionen beschränkt und keine Einzelpersonen berücksichtigt ... Es war keine leichte Arbeit für mich ... Mein Problem bestand darin, die gewünschten Institutionen für die Katalogisierung zu finden, ohne kostspielige Reisen unternehmen zu müssen, weil mir für diese Untersuchung kein Geld zur Verfügung stand. Es dauerte zwei Jahre. Die Arbeit entwickelte sich in drei Stufen ...: 1. Sammlung von Daten: hier gab es überhaupt nichts; 2. ich verfaßte einen Brief und einen kurzen Fragebogen, die an die Leiter religiöser Orden und Institutionen gerichtet wurden ... Ich verschickte genau 555 Briefe und Fragebögen und erhielt 223 Antworten: 40,1 Prozent. 3. Die Ordnung des Materials, was mehrere Monate harter Arbeit bedeutete“. Die Übertragung aus dem spanischen Original besorgte Mrs. Molly Schacherl.

Im einleitenden Teil des Buches vermissen wir: eine genauere Information über Ramon Aguiló; Angaben darüber, ob es irgendwelche direkte Zusammenarbeit mit anderen gab, die ebenfalls von den Driebergen-Beschlüssen ausgingen; eine genauere Bestimmung des Gegenstandes, zum Beispiel: was meinen wir wirklich mit dem Wort „Masse“; für wen ist dieses Direktorium bestimmt; nach welchen Kriterien wurden die Angaben zusammengestellt, Brief und Fragebogen verschickt, und — besonders wichtig bei Dokumentationen über religiöse Institutionen — gab es irgendeine externe Zusammenarbeit für die Zusammenstellung der Daten und die Anordnung des Materials? Es sollte auch bedacht werden, daß dies ein erster Versuch ist, der von den dafür Verantwortlichen weitere Ausgaben erhoffen läßt.

Auf die Einleitung folgen 319 Seiten, die in acht Kapiteln die einzelnen Institutionen aufführen — wobei jedem Kapitel einige unbedruckte Seiten mit der Überschrift „Ad-denda“ folgen, insgesamt mehr als 55. Es schließt sich an ein Index nach geographischen und institutionellen Stichworten. Die

Kapitel I und II handeln hauptsächlich von katholischen Rundfunksendern und -produktionen; die Kapitel III, V und VI vor allem von Massenmedien sowie Erziehung, Evangelisation, Schulen, Zentren und Vereinigungen; Kapitel IV beschäftigt sich mit Nachrichtendiensten, VII mit Forschung, VIII mit interkonfessioneller Zusammenarbeit. Jedes Kapitel beginnt mit einer kurzen Einführung und schließt mit Informationen, in verschiedener Ausführlichkeit, über Massenmedien an Hand unterschiedlicher Quellen und über verschiedene Gebiete der Medien, die auf Seite 172 vom Autor nach Quelle und Datum bestimmt werden. In allen Kapiteln finden sich in verwirrender Zahl Eintragungen, die schwer zu verstehen sind, und die genau so gut an anderer Stelle hätten stehen können.

Wenngleich das Werk unter Zeitdruck entstand, hätte der Rezensent erwartet, daß eines der wichtigsten Dokumente über Kommunikation in der katholischen Kirche — oder doch wenigstens dessen Vorbereitung — erwähnt worden wäre, die „Pastoralinstruktion ‚Communio et Progressio‘ über die Instrumente der sozialen Kommunikation, veröffentlicht im Auftrag des Vatikanischen Ökumenischen Konzils“ vom 23. Mai 1971. In den Rundfunkkapiteln wird das sicher wichtigste jährliche Dokument auf diesem Gebiet nicht erwähnt, das Jahrbuch der Internationalen Katholischen Rundfunkvereinigung (UNDA). Der Präsident der UNDA hatte von dem Projekt keine Kenntnis. Die Kapitel über Nachrichten- und Informationsdienste sollten die Bedeutung der verschiedenen Nachrichtendienste, Deutschlands Katholischer Nachrichtenagentur (KNA) und des NC News Service, USA, klären. Mit keinem Wort werden die wichtigen neuen NC-Veröffentlichungen erwähnt. Kapitel vier unterläßt es, den Stellenwert öffentlicher Information und den der Public-Relations-Dienste zu bestimmen. Bei Kapitel sieben hätte man eine Erwähnung von David O. Moberg, Herausgeber des *International Directory of Religious Systems* (Marquette University, Milwaukee, Wisconsin, 1971) erwartet, ebenfalls ein hervorragendes Beispiel für ein mit wissenschaftlicher Gründlichkeit zusammengestelltes Handbuch. Das letzte Kapitel hätte das *World Christian Handbook A*

Survey of Churches and Religion in the Modern World erwähnen können, das in seiner Ausgabe von 1973 erstmals eine englische Übersetzung bringen wird.

Dieser letzte Abschnitt wurde zusätzlich eingefügt, weil der Autor des Direktoriums diejenigen von uns, die das Werk gelesen haben, zu Kommentar und Empfehlung aufforderte. Je mehr das geschehe, so sagt er zu Recht, desto besser. Pater Aguiló schreibt am Ende seiner Einführung, daß er sich wohl darüber im Klaren sei, daß das „Direktorium unvollständig und die Information ‚unausgeglichen‘ ist“. Dieses Direktorium ist, notwendigerweise, ein Beginn und ein erster Schritt. Die Entscheidung, ob und wie dieses Projekt weitergeführt wird, hängt zu einem großen Teil davon ab, inwieweit die Verantwortlichen eine neue Ausgabe vollständiger und ausgeglichener machen können. Der Rezensent glaubt, daß diese Aufgabe, wie auch andere, die sich mit diesem Thema allgemein und unter besonderen Aspekten befassen, wichtig ist und unsere Arbeitszeit, unsere Energie und alle Anstrengungen wohl verdient.

J. A. Lee

Karolus Heil: Kommunikation und Entfremdung. Menschen am Stadtrand — Legende und Wirklichkeit. Stuttgart 1971 (Karl Krämer Verlag). 215 Seiten.

Dieter Graf von Merveldt: Großstädtische Kommunikationsmuster. Köln 1971 (Verlag J. P. Bachem). 157 Seiten.

Beide der hier vorliegenden Dissertationen unternehmen es, kommunikatives Verhalten in Abhängigkeit von bestimmten Siedlungsformen darzustellen.

Heil vergleicht eine Altbausiedlung Münchens mit einer Trabantensiedlung am Rande Münchens, wobei als Objekte seiner Befragung nichtberufstätige Hausfrauen dienen. Gestützt auf seine vielfältigen Ergebnisse vermag Heil dann überzeugend nachzuweisen, daß die Wohnsiedlung am Stadtrand den Rückzug in die Privatheit fördert. Das bedeutet freilich nicht, wie es viele Städtebauer wahrhaben wollen, daß mit dem Rückzug in die Privatheit Isolierung verbunden sei. Im Gegenteil: Kommunikative Kontakte sind in

den Trabantensiedlungen häufiger und werden auch häufiger gesucht. Auch das Kooperationsverhalten, die gegenseitige Hilfe unter Nachbarn, ist wesentlich stärker ausgeprägt. Aber die Art der Beziehung, die Qualität solcher Kommunikation stellt sich als „Entleerung nachbarlicher Kontakte dar: zwar wird permanent über Privates geredet, jedoch über Privates, das seinen Privatheitscharakter längst verloren hat“ (S. 106). Das bedeutet, daß nur mehr Allgemeinplätze ausgetauscht werden, also das Wetter, die Erziehung der Kinder, häusliche Probleme. Ernsthafte Diskussion entfällt, und dies paßt denn auch zu dem von den Bewohnern geübten Distanzverhalten. Aber bedenklicher noch: der Rückzug in die Privatsphäre wird begleitet von einem stark apolitischen Verhalten. Nicht nur bleibt „das Interesse der Bewohner neuer Stadtrandsiedlungen an der Politik generell, sondern auch ihre Bindung an Parteien und Gewerkschaften erheblich hinter der von Bewohnern traditioneller Stadtviertel zurück“ (S. 115). Das Dilemma, das Heil hier aufreißt, trifft dann gerade solche, die dauernd an ihre Wohnungen gebunden sind: Hausfrauen und Rentner. Denn: „Das Wohnquartier ist nur noch einer unter einer Vielzahl von Orten, die im Lebensablauf von Bedeutung sind. Es dient ausschließlich dem Wohnen, dem Schlafen, der Regeneration der Arbeitskraft. Die meisten Lebensbedürfnisse werden anderenorts befriedigt“ (S. 152). Für diejenigen aber, die an der durch die Rollenhaftigkeit des Lebensvollzuges geforderten hohen Mobilität nicht teilhaben können, sei es aus Gründen des Alters, wegen Geldmangels oder wegen vorhandener Kinder, verengt sich das Leben auf das Wohnen am Stadtrand. Als Folge entsteht ein seinem räumlichen und sozialen Umfeld entfremdeter „apolitischer Konsument“.

Von Merveldt versucht „spezifische Äußerungsweisen des Großstädtlers in ihrer allgemeinsten Form zu analysieren. Diese bestimmten Äußerungsweisen werden Kommunikation genannt“ (S. 21). Dabei wird die Großstadt selbst als „situitives Umfeld“ erkannt, das das jeweilige Kommunikationsmuster prägt. Dieses kommunikative Muster der Großstadt wird im Vergleich zum traditionellen Muster entwickelt, getreu der von Tönnies entwickelten Gegensätzlichkeit von Gemeinschaft und Gesellschaft. Herrscht in

der traditionellen Gesellschaft (in der ländlichen Gemeinde) ein Kommunikationsmuster vor, das sich durch Beständigkeit, Persönlichkeit und Verbindlichkeit geführter Kommunikation charakterisieren läßt, so muß das großstädtische Kommunikationsmuster eher als flüchtig, anonym und neutral bezeichnet werden. Der Großstädter, dem täglich eine Vielzahl von Menschen begegnet, die ihm sämtlich unbekannt sind, muß auf Beständigkeit des Kontaktes, Kenntnis des Kommunikators und Verbindlichkeit ausgetauschter Inhalte verzichten.

Wenn zu anderen Personen ein Kontakt hergestellt wird, dann zuerst immer in der ökonomischen Form: in unverbindlicher Kommunikation, die jederzeit begonnen, aber auch jederzeit wieder abgebrochen werden kann. Zwar steigt die Chance für Kontakte mit abnehmbarer räumlicher Distanz und Bevölkerungsdichte, jedoch schützt sich der Großstädter gerade deswegen vor Kontakten durch das ihm eigene Distanzverhalten. Im Vergleich mit der dörflichen Gemeinde (in der jeder jeden kennt) zeigen sich Vor- und Nachteile dieses Distanzverhaltens: Auf der einen Seite kann der Städter weniger Hilfe erwarten, weniger Zuspruch oder Beratung. Auf der anderen Seite redet ihm auch keiner in seine persönlichen Probleme hinein, niemand interessiert sich für sein Tun und Lassen, seine Freunde oder die Regelmäßigkeit seines Kirchganges. „Der Städter erscheint als weniger treu, aber auch als weniger nachtragend. Sozialkontrollen bleiben an der Oberfläche (Klatsch)“ (S. 78). Damit gesellt sich dem Leben in der Stadt ein typisches Kommunikationsmuster, das eine deutliche Alternative zum traditionellen Kommunikationsmuster dörflicher Gemeinden anbietet — mit allen seinen Vor- und Nachteilen.

K. Merten

Thomas A. Herz, Hagen Stegemann, Sylvia Witte (Autoren), *Zentralarchiv für empirische Sozialforschung der Universität zu Köln* (Hrsg.): *Empirische Sozialforschung 1970*. Eine Dokumentation. München-Pullach/Berlin 1971 (Verlag Dokumentation). 538 Seiten.

Zum 9. Male — zum 2. Male in einer allgemein zugänglichen Buchpublikation — legt das Zentralarchiv für empirische Sozialfor-

schung der Universität Köln seine Dokumentation zur empirischen Sozialforschung vor. Hochschul institute, Behörden, Markt- und Meinungsforschungsinstitute, Werbeagenturen, Verlage sowie alle sonstigen Institutionen, die sozialwissenschaftliche Forschung betreiben oder in Auftrag geben, wurden über eine „zentrale Koordinierungsstelle“ schriftlich über geplante, laufende und abgeschlossene Forschungsarbeiten im Jahre 1970 befragt. Die zentrale Koordinierungsstelle, eine Gründung von fünf sozialwissenschaftlichen Instituten aus dem Jahre 1968, konstituierte sich 1970 als Arbeitskreis beim Informationszentrum für sozialwissenschaftliche Forschung Bonn - Bad Godesberg. Um Doppelbefragungen zu vermeiden, wurde über diese Koordinierungsstelle — wie in den Jahren 1968 und 1969 — die Erhebung zentral durchgeführt, die Auswertung erfolgte „dezentral bei den Mitgliedsinstitutionen der Koordinierungsstelle je nach Interessenprofil“ (S. V). Zu der vorliegenden Dokumentation erhob das Zentralarchiv mit dem gleichen Fragebogen auch Informationen über Forschungsarbeiten in Österreich und der deutschsprachigen Schweiz. Das Hauptkriterium nachdem das Zentralarchiv — im Rahmen seiner Aufgaben innerhalb des Arbeitskreises — empirische Forschungsarbeiten dokumentierte war „die Antwort zu der Frage, ob die Daten in maschinenlesbarer Form vorliegen oder nicht“. Weiter wurden Projekte aufgenommen, die über 100 Objekte untersuchten, die Statistiken und Sekundäranalysen verwendeten oder sich inhaltlich mit Forschungsmethoden und Techniken befaßten (S. XI ff.). Der nach Ursprungsländern, Orten, Institutionen und innerhalb dieser Einheiten alphabetisch geordnete Dokumentationsteil wird sehr präzise durch drei Register erschlossen.

— Ein systematisches Register (34 Sammelkategorien unterteilt in Ober- und Unterkategorien, denen Forschungsarbeiten bis zu 5 mal klassifiziert zugeordnet wurden) (S. 483 ff.).

— Ein Stichwortregister (in den meisten Fällen handelt es sich bei dem ausgewählten Stichwort, daß das Projekt beschreiben soll um die „abhängige“ oder „unabhängige“ Variable oder um die untersuchte Gruppe. Jedem Stichwort können ein oder mehrere Unterbegriffe zugeordnet sein) (S. 497 ff.).

— Ein Teilnehmerregister (alphabetisch nach Orten, innerhalb der Orte in alphabetischer Reihenfolge) (S. 521 ff.).

Interessante, wenn auch nicht unbedingt überraschende Ergebnisse bringt eine der Dokumentation vorangestellte vorläufige „quantitative Auswertung der Informationen über die empirischen Projekte“ (S. XII bis XVIII). Um nur eines der Ergebnisse zu nennen: der Schwerpunkt der empirischen Forschung (nach dem Klassifikationsschema dieser Dokumentation) liegt auf dem Gebiet „Erziehung, Schulwesen“. 26 % der Forschungsprojekte beschäftigen sich auf die eine oder andere Weise mit diesem Gebiet. Es folgen „Beruf“ (22 %), „Familie“ (21 %), „Gesellschaft, Kultur“ (19 %). „Kommunikation, öffentliche Meinung“ (10 %), folgt zusammen mit anderen auf Platz 9. „Religion und Weltanschauung“ (3 %) auf Platz 13 (S. XIII, Tabelle 2).

Diese Dokumentation ist ein aktuelles Nachschlagewerk für jeden der im Bereich der empirischen Sozialforschung plant und arbeitet.

K.-H. Hochwald

Dorothea Hollstein: Antisemitische Filmpropaganda. Die Darstellung des Juden im nationalsozialistischen Spielfilm. München-Pullach, Berlin 1971 (Verlag Dokumentation, Reihe „Kommunikation und Politik“, Bd. 1). 367 Seiten.

Mit dieser Arbeit Dorothea Hollsteins, einer Schülerin von Fritz Eberhard, und der früher erschienenen grundlegenden Untersuchung von Gerd Albrecht (Nationalsozialistische Filmpolitik, 1969) beginnt sich eine bislang fühlbare Forschungslücke zu schließen: die Darstellung des propagandistischen Einsatzes des Mediums Film durch die Nationalsozialisten. Das schmale Bändchen von Erwin Leiser (Deutschland erwache. Propaganda im Film des Dritten Reiches. 1968) und die Dokumentation von Wulf konnten hier nicht als Ersatz dienen; die filmkunstgeschichtlichen Darstellungen von Kracauer und Gregor/Patalas sparten den nationalsozialistischen Propagandafilm sogar ganz aus.

Dagegen ist die Pressepolitik des Dritten Reiches schon besser erforscht (vgl. M. Boveri: Wir lügen alle. 1965; O. J. Hale:

Presse in der Zwangsjacke. 1965; W. A. Boelcke (Hrsg.): Kriegspropaganda 1939—1941. Geheime Ministerkonferenzen im Reichspropagandaministerium. 1966; K.-D. Abel: Presselenkung im NS-Staat. 1968; J. Hagemann: Die Presselenkung im Dritten Reich. 1970). In dieser Diskrepanz macht sich das Fehlen einer zentralen Sammelstelle historischen Filmguts bemerkbar; auch D. Hollstein hatte mit erheblichen Schwierigkeiten bei der Beschaffung des Filmmaterials zu kämpfen. Manche Lücken sind von ihr nur mit zeitgenössischen Filmkritiken geschlossen worden — ein nicht ganz befriedigendes Verfahren.

Das ändert jedoch nichts an der Bedeutung ihrer eingehenden Analyse des nationalsozialistischen Films auf antisemitisches Gedankengut. Wer den antijüdischen Film gedanklich mit den drei Titeln „Die Rothschilds“, „Jud Süß“ und „Der ewige Jude“ (übrigens alle 1940 entstanden) verband, muß sich von H. belehren lassen, daß zahlreiche andere Spielfilme der Jahre 1933 bis 1945 den Juden konsequent diffamiert haben — in versteckten kleinen Szenen, in Nebenrollen und in tragenden Rollen. Die äußere Erscheinung, Charakter und Handlungsweise des filmischen Juden „typus“ waren dabei von der völkischen Rassenlehre und der nationalsozialistischen Geschichtsauffassung vorgezeichnet; diesen größeren Zusammenhang übersieht H. in ihrer sonst gekonnten Rollentypologie, mit der sie einen Längsschnitt der antisemitischen Filmpropaganda im Dritten Reich ansetzt. (Man lese parallel dazu das Kap. „Die Denunzierung der Juden“ bei E. K. Bramsted: Goebbels und die nationalsozialistische Propaganda 1925—1945, 1971.) H.s Arbeit gewährt gleichzeitig wichtige Einblicke in die antikommunistische („Hans Westmar“, „GPU“) und die antibritische („Carl Peters“, „Ohm Krüger“) NS-Filmpropaganda; hier bedarf das Forschungsfeld noch einer Abgrenzung. In „Ohm Krüger“ nahm der Nationalsozialismus, wie H. richtig bemerkt, die antibritische Propaganda der Jahrhundertwende auf und versah sie mit antisemitischem Beigeschmack; H. irrt jedoch in der Annahme, die Burenagitation der Jahre 1899 bis 1902 habe von den im Film gezeigten englischen Greuelthaten nichts berichtet. In diesem Zusammenhang sei auch auf einen kleinen historischen Schnitzer hin-

gewiesen: Paul Krüger war nicht der gemeinsame Präsident der Republiken Oranje-Freistaat und Transvaal; der freistaatliche Staatsmann Martinus Theunis Steijn kann neben Krüger wohl bestehen.

Nach der sehr ausführlichen Inhaltsanalyse stößt die Wirkungsanalyse des nationalsozialistischen antisemitischen Filmschaffens erklärlicherweise auf große methodische Schwierigkeiten. H. hat klug daran getan, diese Frage der meßbaren Beeinflussung des zeitgenössischen Filmpublikums durch antijüdische Filme unter vorsichtigen Hinweisen auf Filmkritik, Kassenergebnis und Spitzelberichte offen zu lassen.

Man erfährt ferner, daß Hitler bei einer Gelegenheit an Propagandafilme gegen die „Pfaffen“ dachte; zu einem solchen Einsatz des Films im Kampf gegen die Kirchen und mittelbar gegen die kirchentreue Bevölkerung ist es jedoch nicht gekommen. An dieser von H. geschilderten Episode zeigen sich jedoch die Grenzen einer auf *ein* Medium beschränkten Propagandauntersuchung. Sie muß die Pluralität der propagandistischen Aussagen durch die verschiedenen Medien vernachlässigen, und diese hieße, um beim Beispiel der Kirchen in den Friedensjahren des Dritten Reiches zu bleiben, Fehlen filmischer Propaganda, dafür Angriffe durch die Presse, Straßendemonstrationen gegen Kirchenbesucher und Schauprozesse gegen katholische Ordensangehörige und Geistliche.

U. Kröll

B. F. Jackson, Jr. (Hrsg.): Communication — Learning for Churchmen. *Ders.*: Television — Radio — Film for Churchmen (Abingdon Press). Nashville & New York 1969. 303 und 317 Seiten.

Grundlegendes Verständnis der Kommunikationsmedien soll in einem vierbändigen Werk für Kirchenleute gegeben werden. Die zur Besprechung vorliegenden ersten beiden Bände behandeln die Themen: 1. Kommunikation — Lernen — Presse als Arbeitsquelle für den Lernprozeß — Audiovisuelle Arbeitsmethoden. 2. Fernsehen — Hörfunk — Film. Weiter vorgesehen sind ein Band über „Audiovisual Facilities and Equipment“ und ein weiterer Band über „Creative Communication Skills for Churchmen“. Das Gesamtwerk hat für die einzelnen Kapitel 13 verschiedene Mitarbeiter.

Zumindest für die ersten beiden Bände muß man sagen, daß es dem Herausgeber des Werkes J. B. Jackson Jr. nicht gelungen ist, die Beiträge seiner Mitarbeiter so aufeinander abzustimmen, daß unnütze Wiederholungen vermieden oder auch „grundsätzliche Überlegungen“ in jedem Abschnitt neu wieder als Ausgangspunkt genommen werden. Die Frage, ob es sich hier um allgemeine Überlegungen zu den einzelnen Medien im Kirchengebrauch oder um ein praktisches Handbuch handeln soll, das dem geplagten Seelsorger und Kirchenmann als Handreichung dient, läßt sich auch nach der Lektüre des zweiten Bandes nicht klar beantworten.

William F. Fore, der den ersten grundsätzlichen Beitrag zum Thema Kommunikation geschrieben hat, sieht klar, daß es nicht darum geht, für die Kirche die Medien zu „gebrauchen“, sondern darum, sich selbst zu engagieren. Das bedeutet für die Kirche: 1. alle Kommunikation geht sie an und nicht nur die religiöse („we cannot separate the religious from the secular programs“). 2. Die Medien sind in ihrer Eigenart zu respektieren. 3. Ein kritischer Standpunkt ist für alle Medienarbeit notwendig. 4. Christliche Kommunikation muß den Menschen helfen, ihre Existenz in der Sicht der Offenbarung Christi zu sehen, und 5. nach diesen Voraussetzungen sind entsprechende Anknüpfungspunkte für die Arbeit herauszufinden (S. 90—99).

In dem zweiten grundsätzlichen Beitrag über „Learning“ von Howard M. Ham geht es um eine allgemeine Pädagogik, ohne daß allerdings die besonderen Relationen zur Kommunikation herausgearbeitet werden. Die Presse (B. F. Jackson Jr.) wird leider nur unter dem Aspekt gedrucktes Material als Lernquelle behandelt (Bibliotheken, Leseräume, usw.), ohne daß besonders auf die Presse und ihre Eigengesetzlichkeiten als Medium eingegangen wird. Von einer Einsicht etwa in Nachrichtenquellen, Informationsfluß usw. innerhalb von Zeitungen und Zeitschriften wie von ähnlichen Problemen auf dem Pressesektor, was alles man in einem solchen Werk erwartet hätte, ist auch nicht andeutungsweise die Rede, obwohl es dazu bestimmt sein soll, „to point out the strengths and weaknesses of each medium“ (Klappentext).

Etwas besser ergeht es den anderen Medien. Der Beitrag von James C. Campbell über den Gebrauch von „audiovisual resources“ (übrigens ein Thema, das noch des näheren in Band III vorgesehen ist) liefert durchaus kluge grundsätzliche Überlegungen, ohne die Fakteninformation zu vernachlässigen. Nicht nur in den Staaten ist es so, daß gerade die „Audio-Visuals“ von den meisten als „Hilfsmittel“ angesehen werden, bei dem etwa schon in der Ausbildung die Theologen in die ganze Skala der audiovisuellen Möglichkeiten und ihrer eigenen Sprache einzuführen (S. 294 f.) wären.

Mit einem Beitrag des Kanadiers Peter A. H. Meggs über das Fernsehen wird der zweite Band eröffnet. Man kann Meggs nur zustimmen, wenn er mit der Feststellung beginnt, daß „denominationeller“ Rundfunk im Ganzen „wasteful and selfdefeating“ sei (S. 15 und 56 f.). Es geht nicht darum, Gott in die „Welt“ hineinzutragen, sondern ihn in seiner Welt zu erkennen (S. 22, 79). Der Mangel an entsprechender Ausbildung zum „why“ des Fernsehens (im Gegensatz zu „on the job“ und zu „how to“ Ausbildung) in den USA und Kanada wird bedauert (S. 34), die Notwendigkeit entsprechender Forschung betont (S. 38, 57, 67, 107); die Fernsehmöglichkeiten der Kirchen mit herkömmlicher Kirchensprache und Kirchenformen werden kritisch unter die Lupe genommen (S. 55 f.), und die Bedeutung von multimedialen Bemühungen, die sich nicht nur auf das Fernsehen allein stützen, wird herausgestellt (S. 107 f.). In diesem, wie auch in anderen Beiträgen der beiden Bände vermißt man an einigen Stellen die entsprechenden Quellenangaben, die man gerade als europäischer Leser gern zur Weiterarbeit gehabt hätte (so im ersten Band beim Fore-Beitrag etwa die Zitationen von Ellul S. 38, 61 ff.; in dem Meggs-Beitrag des zweiten Bandes die Quellen für die Beispiele Japan und Philippinen (S. 26), die Zitationen von Hans Rudi Weber (S. 29), Fore (S. 42), H. J. Schultz (S. 44) und den Brief an die BBC (S. 46)).

Im Hörfunkbeitrag von Everett C. Parker erfährt man u. a. etwas über die Geschichte des religiösen Rundfunks in den USA (S. 121 ff.). Die Möglichkeiten der Kirchen werden allgemein und am Beispiel der USA nüchtern betrachtet (S. 152—163), sowie die

Arten religiöser Programmproduktion behandelt (S. 176—192).

Der Abschnitt über den Film — unter dem Namen des früheren Direktors des „Center for Communications“ der Fordham Universität, P. John M. Culkin — umfaßt neben einigen offenbar eigens für dieses Werk geschriebenen Abschnitten mehrere früher schon veröffentlichte Artikel, wie etwa jenen über McLuhan (S. 212—217), der zu Culkins Zeiten auch an der Fordham Universität las. Als Ziel der kirchlichen Filmarbeit speziell bei jungen Menschen, mit denen der Verfasser offensichtlich die meiste Erfahrung hat, bezeichnet er es, sie vom Egoismus ihrer Kindheit auch durch vom Film übermittelte menschliche Erfahrungen zu befreien (S. 207 ff.). Der junge Mensch von heute suche wieder Emotionen und da habe der Film eine besondere Rolle, der ja auch ein „E-motion Picture“ (S. 210) sei. In einem Abschnitt „See them and discuss them“ gibt er sehr praktische Hinweise zur Filmarbeit, denen sich eine Fallstudie über Fellinis „La Strada“ anschließt (S. 218—237). Die verhältnismäßig umfangreiche, z. T. thematisch geordnete, kommentierte Filmliste berücksichtigt vor allem die amerikanischen Verhältnisse — was übrigens auch auf lange Strecken für andere bereits erwähnte Beiträge dieser beiden Bände (z. B. Band 1:198—226, Band 2:124—151) gesagt werden muß.

F. J. Eilers

Friedrich Knilli (Hrsg.): Die Unterhaltung der deutschen Fernsehfamilie. Ideologiekritische Untersuchungen. München 1971 (Carl Hanser Verlag). 118 Seiten.

Friedrich Knilli und die Mitautoren Joachim Paech, Christian Deutschmann und Michael Pehlke wenden sich mit ihrer Grundsatzkritik nicht an die Masse der Fernsehzuschauer, sondern an die „große Zahl der Multiplikatoren in Schule, Presse und Gewerkschaften“ (S. 16) und an die betroffenen Akteure des Fernsehens. Nach eigenen Worten verstehen sie sich nicht als Kunstkritiker, aber als „Ideologiekritiker gegenüber dem System der staatsmonopolistischen Bewußtseinsindustrie“.

Diese Standortbestimmung erleichtert dem Leser den Einstieg in eine Untersuchung, bei der eine Systemgleichheit von Ideologie und

Unterhaltung unterstellt wird. Knilli zeichnet im Vorwort eine gerade Straße auf von Hedwig Courths-Mahler über Goebbels bis hin zu den von Autorität erfüllten, durch Geld und Grundbesitz gestützten, Familienstandbildern in „Bonanza“ und „Big Valley“. Er sieht in der Demonstration der Überlegenheit des autoritären Verhaltens der „faschistoiden Vaterfiguren“ (S. 16) die „politische Aufgabe der Unterhaltung der deutschen Fernsehfamilie“ (S. 15).

Die Fernsehfamilie kennzeichnet Knilli als eine Konsumgesellschaft, die, zwischen 18 und 20 Uhr vereint, vom Großkapital heiß umworben, zum Konsum angeregt wird, oftmals auf die absonderlichste Weise. So leistet Johanna in „Meine Schwiegervater und ich“ Triebverzicht und findet dafür eine Ersatzbefriedigung durch Kleider oder Beatplatten, also durch Konsum.

Wenn die Alten durch Trotteligkeit ihre Autorität verloren haben, etwa in „Meine Tochter — unser Fräulein Doktor“, dann übernehmen die Jungen, modern wie das Fräulein Doktor, die Autorität in der Familie, stellen durch ihr technisches Zweckdenken die Richtigkeit des Konsumverbrauchs außer Frage und gelten im übrigen als Garanten für die Aufrechterhaltung der alten „autoritären Spießordnung der Mittelstands- und Kleinbürgerfamilie, aus der der Faschismus kroch und kriecht“ (S. 25). Insgesamt: Konfliktfreiheit durch Konsum. —

Joachim Paech will in einer Analyse der Serie „Jedermannstraße 11“ die Richtigkeit des Wortes von Marx-Engels beweisen, die Bourgeoisie sei gegenwärtig dabei, „die Familienverhältnisse grundsätzlich zu zerstören, um sie auf ein reines Konsumverhältnis zurückzuführen“. Als Gegenbild zur Familie erscheinen ihm der Coca-Cola-Gruppentyp oder die Gemeinschaften moderner Menschen, die einem anderen gemeinsamen Konsum frönen. Wie rettet die bürgerliche Ideologie die Idee des Individuums? Das scheint Christian Deutschmann das Leitmotiv der Serie „Tennis schläger und Kanonen“ zu sein. Die Antwort: Durch Bürokratisierung; durch Anerkennung der grundsätzlichen Prioritäten des bürokratischen Apparates findet das Individuum den Spielraum für die Entfaltung der eigenen Fähigkeiten. Dagegen neigt das schrankenlose Individuum, das die Macht des

bürokratischen Apparates negiert, zur Anarchie, d. h. zu unvernünftigem Tun. Aber die Gefahr ist gering, die beiden Helden der Reihe stehen im Dienste der Ordnung, d. h. sie sind Agenten des amerikanischen CIA.

Michael Pehlke glaubt, daß die Fernseh-Familienserien „die ideologisierte Erbschaft des bürgerlichen Bildungs- und Erziehungsromans“ (S. 90) angetreten haben. Seine gründliche Analyse der „High Chaparral“ Serie schließt aber auch die Serie ein in die „Programmpolitik der öffentlich-rechtlichen Sende-Anstalten“ (S. 72), die auf diese Weise „modernen Faschismus“ (S. 89) verbreitet.

Die Untersuchungen werden von Friedrich Knilli mit Analysen bekannter und beliebter Unterhaltungssendungen abgeschlossen; ob „Wünsch dir was“ oder „Der goldene Schuß“ oder „Musik aus Studio B“, stets liegen, so meint er, den Sendungen Ideologiefunktionen zugrunde. Hätten die Autoren recht, dann wäre jedes noch so harmlos erscheinende Fernsehprodukt ein mit politischen Absichten gefüllter Zeitzünder. —

G. Voelz

KURZBESPRECHUNGEN

Karlpeter Arens: Manipulation. Kommunikationspsychologische Untersuchung mit Beispielen aus Zeitungen des Springer-Konzerns. Berlin 1971 (Verlag Volker Spiess, „Schriftenreihe zur Publizistikwissenschaft“ 3). 96 Seiten.

Der Verfasser macht mit der vorliegenden Untersuchung den Versuch, von „verschiedenartigen Frageansätzen einen interdisziplinären Beitrag für ein besseres Verständnis der politischen und sozialen Rolle manipulativer publizistischer Prozesse und ihrer subtilen Verankerung in systembedingten sozialen Mechanismen“ zu liefern. Seine Textbeispiele entnimmt er mit geringfügiger Ausnahme ausschließlich Zeitungen des Springer-Konzerns, der auf dem westdeutschen und westberliner Zeitungsmarkt „wirtschaftlich wie kommunikativ eine monopolähnliche Herrschaft ausübt“. Gleichwohl hätten, wie eigens betont wird, die Textbeispiele ohne weiteres „nahezu jeder anderen“ Zeitung entnommen werden können. Die Aspekte reichen von der „Ideologie der Manipulation“ über „Feld-

relationen im Prozeß der Massenkommunikation“, „Tabu — Ressentiment — Vorurteil — Projektion“ bis zum sprachpsychologischen Versuch „Das Verlöschen der kritischen Vernunft“. Anmerkungen und Literaturhinweise machen das Bändchen zu einer praktischen Arbeitshilfe; die verkleinerte Maschinenschrift behindert bedauerlicherweise die Praktikabilität.

J. H.

Karl-Werner Bühler (Hrsg.): Wunde Punkte. Stichworte gegen Weltanschauungsmärchen. Witten 1971 (Luther-Verlag). 121 Seiten.

Über ein Dutzend Verfasser rücken hier gegen die „wunden Punkte“ vor und den entsprechenden Begriffen „Ideologie“, „Dialog“, „Werbung“, „Kritik“, u. a. auch denen von „Aufklärung“ und „Kommunikation“ zu Leibe. Ein Teil der Beiträge ist einer Senderreihe der Abteilung Kirchenfunk im Westdeutschen Rundfunk entnommen. Unter den Kapitelüberschriften, unter denen der Leser für die sozialen Kommunikationsmittel wichtige Aussagen erwarten oder vermuten könnte, findet er in Wirklichkeit etwas anderes: gurgelgeschliffene Essays, die auf ganz unterschiedliche Weise interessant sind und nur „durch die Hintertür“ oder „auf Umwegen“ damit zu tun haben. Christliche Stichworte zur Entmythologisierung der Gegenwart könnte das Bändchen auch heißen, in dem Standardbegriffe der Ideologie und der Theologie in Korrelation gebracht werden, um bessere Sinngehalte jenseits des gegenwärtigen Sprachgebrauchs zu entdecken und zu weiteren „Entmythologisierungs-Übungen“ anzuregen. Indirekt können natürlich auch solche kurze Kapitel wie z. B. „Information“ von Hans-Dieter Bastian den Kommunikatoren bedenkenwerten Hintergrund vermitteln.

J. H.

Heinz-Dietrich Fischer (Hrsg.): Deutsche Publizisten des 15.—20. Jahrhunderts. München-Pullach und Berlin 1971 (Verlag Dokumentation, Reihe „Publizistisch-historische Beiträge“ Bd. 1). 419 Seiten.

38 Porträts aus einem halben Jahrtausend, von Kaiser Maximilian I. und Luther bis Kurt Schumacher und Goebbels: Das ist nicht unrepräsentativ. Nur hat diese Sammlung

trotz ihrer zeitlichen Grenzen keinen Anfang und kein Ende — und das läßt unbefriedigt.

Wer nämlich ist Publizist? Der Herausgeber: „Publizist ist jeder am Kommunikations-Prozeß aktiv bzw. inspirativ mitwirkende Individual- oder Kollektivschöpfer einer wie auch immer gearteten und gestalteten öffentlichen Aussage, sei es durch Wort, Schrift, Bild oder Tat sowie durch deren Kombinationen.“ Damit erhält auch ein Wilhelm II. seine Eintrittskarte in den Kreis der Porträtierten. Aber Wilhelm II. ein Publizist wie Karl Kraus? Bischof Ketteler und Bismarck Publizisten wie Möser und Görres?

Wenn ja, dann trifft nicht die Bemerkung in dem eine Persönlichkeitsbestimmung anstrebenden Vorwort zu, daß inzwischen die Individualpublizistik der publizistischen Gemeinschaftsleistung Platz gemacht hat. Auch heute noch hält eine Königin Thronreden, schreibt ein Papst „*Humanae Vitae*“, spricht ein Präsident zur Nation. Sind sie deshalb Publizisten, wie sie Königin, Papst, Präsident sind? Ist der, über den etwas in der Zeitung steht, Publizist wie der Journalist, dem er seine Publizität verdankt?

39 Porträts, plastisch gezeichnet, gefällig zu lesen: Nur fehlt dem Buch die Klammer, weil es neben Publizisten Politiker oder Geistliche stellt, die „auch“ Publizisten waren. Warum dann — beispielsweise — 38 Männer und nicht auch Maria Theresia oder Rosa Luxemburg?

U. H.

Joan Hemels: Massacommunicatie als factor in de geschiedenis. Een verkennend-bibliografische studie. Assen 1971 (Verlag Van Gorcum & Comp. N.V., Reihe „Nieuwe Bijdragen tot de Publicistiek“ 2). 34 Seiten.

Diese kleine Schrift eines jungen niederländischen Kommunikationswissenschaftlers — Überarbeitung eines Vortrages vor historisch interessiertem Publikum — plädiert engagiert für den Rückgriff der Geschichtsschreibung, insbesondere Zeitgeschichtsschreibung, auf publizistische Quellen, vor allem auf die Presse. Damit rennt Hemels bei den Fachhistorikern nur offene Türen ein; andererseits müssen diese ihm entgegenhalten, daß innen- oder außenpolitischen, sozial- und wissenschaftlich verlässliche Forschung zu

ideengeschichtlichen Komplexen auf die Befragung anderer Quellen (Aktenüberlieferung, Lebenserinnerungen, schöne Literatur, historische Zeugen im Fall der Zeitgeschichte) nicht verzichten kann, ja dieses Quellenstudium in der Regel publizistischen Aussagen vorziehen wird. In der Unvollständigkeit der Quellengrundlage liegt auch eine Gefahr für die zeitgeschichtliche Forschung — Hemels scheint das zu übersehen.

Dennoch bietet Hemels schmales Bändchen reichen Gewinn. Es faßt — vor allem in dem ausführlichen Anmerkungssteil — die historische Entwicklung, den neuesten Stand und die augenblicklichen Tendenzen der Pressegeschichtsforschung in Westeuropa (Großbritannien, Belgien, Niederlande, Deutschland, Frankreich) und den USA zusammen. Hemels zeigt sich selbst über geplante Vorhaben auf diesem Gebiet wohl informiert. Wer sich schnell unterrichten will, findet bei Hemels einen guten Einstieg.

U. K.

Katholische Filmkommission für Deutschland (Hrsg.): Filme 1965—1970, Kritische Notizen aus sechs Kino- und Fernsehjahren. Zwei Bände. Köln 1971 (Verlag J. P. Bachem). 395 und 526 Seiten.

Der evangelische „Filmbeobachter“ hat im Herbst 1971 sein Erscheinen eingestellt. Vereinigt mit der ebenfalls in neuer Form erscheinenden Zeitschrift „Medium“ gibt es jetzt nur noch eine Kritik ausgewählter und nicht mehr das Bemühen um die vollständige Erfassung aller in der Bundesrepublik laufenden Filme. Damit bleibt in Deutschland für eine systematische Erfassung der laufenden Filme nur noch der katholische „Filmdienst“. Was diese Zeitschrift seit 25 Jahren erarbeitet hat, läßt sich an den Sammelbänden ablesen, die bisher mit Kurzkritiken des „Filmdienst“ erschienen sind. Ging dieses Verzeichnis bis vor kurzem nur bis 1964, so sind jetzt zwei weitere Bände erschienen, die fast 3000 Kurzkritiken der Jahre 1965 bis 1970 enthalten. Damit umfaßt der Filmüberblick die ersten 25 Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg in Deutschland. Auf fast 200 Seiten des neuen zweiten Bandes gibt es dazu jetzt erstmals auch ein Generalregister aller in den bisherigen Handbüchern besprochenen Filme (1945—1970), eine äußerst begrüßenswerte Hilfe für den Praktiker.

Band I der neuen Veröffentlichung enthält neben den Kurzkritiken für die Filmjahre 1965—1970 noch das Verzeichnis der Originaltitel ausländischer Filme. Der zweite Band beginnt mit einer alphabetischen Aufzählung der Regisseure (1945—1970) und ihrer Filme (mit Entstehungsjahr). Verzeichnisse der nach Meinung der katholischen Film- und Fernsehliga jahresbesten Filme (1965—1970) sowie „diskutabler Filme“ und der „monatsbesten“ der evangelischen Filmgilde, Prädikate der Filmbewertungsstelle Wiesbaden usw. schließen sich an. Die kirchlichen (katholischen) Aktivitäten in der Verleihung von Film- und Fernsehspielen werden nicht vergessen, und auch für die Aufstellung der Preise aller wichtigen anderen Festivals ist mancher Benutzer sicher dankbar. Eine Liste wichtiger Anschriften aus Film- und Fernsehen schließen (zusammen mit dem erwähnten Generalregister) das zweibändige Werk ab. Alles in Allem sind die beiden Bände eine Fleißarbeit des Sammelns und der übersichtlichen Ordnung, wie man sie sonst wohl nur noch selten findet.

K. A.

Karl Otto Saur (Bearb.): Who's Who in der Politik. Ein biographisches Verzeichnis von 4500 Politikern in der Bundesrepublik Deutschland. München 1971 (Verlag Dokumentation). 342 Seiten.

Nach Art des produktionsfreudigen Verlages gemacht, liegt hier wiederum ein handliches Einfach-Nachschlagemittel vor. Berücksichtigt wurden „alle Minister und Staatssekretäre der Bundesregierung und der Länderregierungen, die Mitglieder des Bundestages, der Landtage, der Senate, der Bürgerschaften und des Abgeordnetenhauses von West-Berlin. Außerdem alle Bürgermeister und Stadtdirektoren der Städte über 50 000 Einwohner, alle Landräte und Landkreisdirektoren“. Die Gewerkschaften sind demnach schwach, die Verbandspolitiker kaum und die politischen Vertreter der Kirchen (die es ja nun einmal gibt) gar nicht vertreten. Die Sachangaben im einzelnen auf ihre Richtigkeit zu prüfen, fiel aus dem Rahmen unserer Zeitschrift. Unklar bleibt, warum Landesminister *mit*, Bundesminister *ohne* Angabe ihres Ressorts angeführt werden, — dies jedoch nicht konsequent: Schiller *mit*, Leber *ohne* Ressortangabe. Warum?

M. S.

Wolfgang Schütte: Regionalität und Föderalismus im Rundfunk. Die geschichtliche Entwicklung in Deutschland. Frankfurt/Main 1971 (Verlag Josef Knecht, Reihe „Beiträge zur Geschichte des deutschen Rundfunks“ Bd. 3). 260 Seiten.

Rundfunk in Deutschland war in seinen Anfangsjahren (offiziell begann man bekanntlich 1923) in seiner Eigenart umstritten: Kulturverbreiter oder politisches Instrument? Die ersten Träger-Einrichtungen für die Ausstrahlung von Rundfunksendungen — Rundfunkgesellschaften in der Regel in der Form der Aktiengesellschaft — wurden regional gegründet, ohne daß dies allein mit der Kulturhoheit der Reichsländer (wie man es heute mit den Bundesländern tun müßte) erklärt werden könnte. Schütte schildert, auf umfangreicher Quellenbasis, die „Geschichte des deutschen Rundfunks bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs unter dem besonderen Aspekt, welchen Einfluß Regionalität und Föderalismus auf die Entstehung und den Wandel des Mediums Hörfunk gehabt haben“. Nach den ersten drei informativen Kapiteln (Staat und Funk, Die Gründung der Rundfunkgesellschaften, Rundfunkprogramme) wird im vierten Kapitel (Rundfunk und Politik) deutlich, daß die Zentralisierung und die deutliche Tendenz zur Verstaatlichung schon vor der NS-Machtergreifung einsetzten. Was die Nationalsozialisten „vollendeten“ (Kap. V und VI: Rundfunk und Propaganda, Der Großdeutsche Rundfunk), läßt sich auf die Formel bringen „Führerprinzip — Politische Einheit — Kulturelle Vielfalt“, ehe die Kriegsjahre zur endgültigen Vereinheitlichung der Programme und zum Ende mit dem „Reichssender Flensburg“ (8. Mai 1945) führten. Der sorgfältig gearbeiteten Untersuchung, hervorgegangen aus der rundfunkgeschichtlichen Arbeit des Instituts für Publizistik der Universität Münster, ist ein Namensregister beigegeben.

M. S.

Walter J. Schütz: Pressekonzentration, in: *Helmut Arndt* (Hrsg.): Die Konzentration in der Wirtschaft. 2. Band, Berlin 1971 S. 667 bis 687 (Verlag Duncker & Humblot).

Die derzeit beste Darstellung von Entwicklung und Stand der Pressekonzentration in der Bundesrepublik Deutschland (mit inter-

national vergleichenden Ausblicken) ist an einem Ort erschienen, wo kaum ein Interessent sie beim ersten Ansatz suchen würde: in einem breit angelegten wirtschaftswissenschaftlichen Konzentrationshandbuch. Die Suche lohnt sich, Autor Schütz schöpft Daten vorwiegend aus eigenen, ergänzende Beobachtungen und Befunde aus umfassend herangezogenen Fremduntersuchungen und enthält sich dabei bei diesem Thema nachgerade zur Gewohnheit gewordenen Polemik. Für ganz eilige Leser zitieren wir: „Für 1500 lokale und regionale Ausgaben von Tageszeitungen arbeiteten 1954 in der BRD 225 Vollredaktionen. Das bedeutete, daß im Durchschnitt knapp 7 Zeitungen im politischen Inhalt weitgehend übereinstimmten und sich nur durch den lokalen Text- und Anzeigenteil und vielfach nach dem Titel unterschieden. Diese 225 „publizistischen Einheiten“ wurden von insgesamt 624 deutschen Zeitungsverlagen unterhalten. Bis Anfang 1971 war die Zahl der Ausgaben nur geringfügig auf rund 1300 (aus 485 Verlagen) zurückgegangen. Ihr allgemeiner Teil kam aber nur noch aus 141 „publizistischen Einheiten“; durchschnittlich haben also heute mehr als 9 Ausgaben den gleichen Gesicht“ (S. 679). Und: „Der fortschreitende Prozeß der Pressekonzentration hat dazu geführt, daß im Bundesgebiet zwischen 1954 und Ende 1970 die Zahl der Kreise und kreisfreien Städte, in denen nur noch eine örtliche Zeitung angeboten wird, von 85 (= 15 % aller Kreise) auf 189 (= 34 % aller Kreise) angestiegen ist. Bereits 1966 wurden in der BRD mehr als 30 % der Auflage der deutschen regionalen und lokalen Abonnementszeitungen ohne Konkurrenz abgesetzt oder in Gebieten vertrieben, in denen die Mitbewerber so zur Bedeutungslosigkeit herabgesunken waren, daß ein Wettbewerb kaum noch stattfand“ (S. 683).

S. C.

Volker Schulze: Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Herausgeber der Deutschen Tageszeitungen). Bonn 1971 (Boldt Verlag, Reihe „Ämter und Organisationen der Bundesrepublik Deutschland“ 37). 116 Seiten.

Der Referent für Öffentlichkeitsarbeit des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger,

Volker Schulze, versucht im ersten Teil seiner kleinen Abhandlung in einem knappen historischen Abriss die Organisationsgeschichte der Deutschen Zeitungsverleger von 1894 bis 1954 aufzuzeichnen: die aus „politischen, wirtschaftlichen und berufsständischen Motiven“ heraus erfolgte Gründung des Vereins Deutscher Zeitungsverleger, die Gleichschaltung im Reichsverband der Deutschen Zeitungsverleger und der Neubeginn nach 1945 mit den Lizenzträger-Organisationen, den „Altverlegern“ und, nach Fortfall des Lizenzzwanges, die Neugründung des Vereines Deutscher Zeitungsverleger und des Gesamtverbandes der Deutschen Zeitungsverleger. In einem zweiten Teil stellt Schulze den 1954 gegründeten

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger vor, die Spitzenorganisation der deutschen Zeitungsverleger. Neben der Darstellung der Verbandsstruktur werden Zweck und Aufgaben des Bundesverbandes erläutert. Die dem Selbstverständnis entsprechenden Zielvorstellungen — Wahrung der Unabhängigkeit der Zeitungen, Wahrung der publizistischen Aufgabe der Verleger, Wahrung und Förderung des Ansehens der Zeitungsverlage, Wahrung eines dem Berufsstande angemessenen Wettbewerbs, Förderung des Nachwuchses, Abschluß von Tarifverträgen und Pflege internationaler Beziehungen — werden in eigenen Abschnitten angesprochen.

M. P. Becker

ZEITSCHRIFTENHINWEISE

Allgemeine Publizistik

Fritz P. Schaller: Zum Pastoralschreiben „Communio et Progressio“. In: Schweizer Rundschau 70:1971 (Nr. 4, Juli/August) S. 260—269.

Presse

Willi Henkel: The Polyglot Printing-office of the congregation, The press apostolate as an important means for communicating the faith. In: Metzler, J. (ed.), Sacrae Congregationis De Propaganda Fide Memoria rerum 1622—1971, Vol. I, Rom-Freiburg 1971.

Hansruedi Kleiber: Katechese durch Presse, Bericht über zwei Versuche in Frankreich. In: Orientierung, Zürich 36:1972 (31. 1. 1972) S. 23 f.

M. Perez-Palacio und Moisés Arroyo: Encuesta: Imayen de la Iglesia en la prensa del Peru. In: Periodistas Catolicos (UCLAP), Montevideo 4:1971 (No. 21—22, Setiembre-Octubre 1971) S. 1—23.

Hörfunk

Jan Joos: Religious Radio and Television: The best recent Programmes. In: Christ to the World 16:1971 (No. 6) S. 481—490 und 17:1972 (No. 1) S. 70—76.

Sehfunk

Erwin Koller: Bibel im Fernsehen, Zu einer Sendereihe des Schweizer Fernsehens. In: Schweizerische Kirchenzeitung, Luzern 140: 1972 (Nr. 1, 6. Januar) S. 6 f.

Sonstige Gebiete

Wolfgang Jungschaffer: Audiovisuelle Medien im Religionsunterricht. In: Österreichisches Klerusblatt, Salzburg 105:1972 (15. Jänner, Nr. 1) S. 1 und 4.

Bill Flanagan: „Rock and Pop“, Popular Music and the Gospel. In: International Christian Broadcasters Bulletin, Colorado Springs, November 1971 S. 8 f.

Bernhard Häring: Der Theologe in der Öffentlichkeit, Freiheit theologischer Forschung und Meinungsbildung im Zeitalter der Massenmedien. In: Orientierung, Zürich 36:1972, S. 42—45.