

PERSONALIA

Christian Padrutt †

Der Leiter des Publizistischen Seminars der Universität Zürich, a. o. Prof. Dr. Christian Padrutt, ist am 19. Juli 1975 gestorben (Badeunfall bei Castagnetto, Toscana). Der Verlust trifft die deutschsprachige, insbesondere die Schweizer Publizistikwissenschaft schwer. Innerhalb weniger Jahre hatte er das weiland „Journalistische Seminar“ in Zürich auf festen Universitätsboden gestellt. Journalist, aktiver Politiker, Wissenschaftler: als ich ihn kurz vor seinem Tod in Zürich traf, konnte man von dem 41jährigen (geboren am 22. März 1934 in Graubünden) den Eindruck bekommen, daß er jetzt wieder einmal richtig die Ärmel aufkrempele wollte. In der Toscana sollte u. a. gearbeitet werden, zusammen mit dem Zürcher Kollegen und CS-Mitarbeiter Ulrich Sacher. Mit Sacher gemeinsam hatte Padrutt am Zürcher Seminar dem Thema religiöse und kirchliche Publizistik stets aufmerksame Beachtung geschenkt. Wir trauern um einen Kollegen, mit dem man nicht anders konnte, als gut Freund sein. — Eine wissenschaftliche Würdigung seines Lebenswerkes bringt die Zeitschrift „Publizistik“, Nr. 3/1975, S. 809 f.

M. S.

BERICHTE

Zum 4. Internationalen Christlichen Fernseh-Festival in Brighton

Viel ist schon gedacht und gesagt worden über die Darstellung christlicher Thematik in den modernen Medien. Doch war das Brighton-Festival (4. bis 10. Mai 1975) — das vierte seiner Art — wieder einmal ein Schulbeispiel dafür, daß eine Begriffsbestimmung dessen, was nun eigentlich ein religiöses Programm sei, schwierig, wenn nicht gar unmöglich ist. Wie anders wäre es sonst zu erklären, daß die von der Vorauswahl-Kommission festgelegten Kategorien sich schnell als unbrauchbares Instrument erwiesen, daß Kategorie I (Jugend und Familie) und II (Dokumentationen zum Thema „Versöhnung“) qualitativ enttäuschten, daß Kategorie III (Experimente zum Gottesdienst) in künftigen Veranstaltungen entfallen soll, daß viele der 54 Programme aus 17 Ländern einfach nicht einzuordnen waren in den starren Raster, daß man sich gelegentlich fragte, warum dieser oder jener Beitrag überhaupt gezeigt wurde. Wie anders wäre es sonst zu erklären, daß etwa der preisgekrönte deutsche Beitrag „Unser Walter“, der sich mit dem Problem mongoloider Kinder auseinandersetzt, ohne daß dabei ein Wort über Religion oder Gott fiele, eine „christlichere“ Ausstrahlung hatte als viele Beiträge religiösen Inhalts?

Ein gewisser Konsensus läßt sich vermutlich überhaupt nur auf dem Weg über die „negative Auslese“ erzielen, und dieser Weg wurde denn auch vom Brightoner Fachleute-Publikum in stiller Übereinkunft beschritten. Beiträge mit propagandistischen Untertönen hatten — selbst wenn sie für den Lieben Gott die Werbetrommel rührten — keine Chance. Ebenso wenig die werbespothaften Bilderbuchvereinfachungen der christlichen Botschaft, von denen etliche über den Atlantik gekommen waren, die dümmlich oder raffiniert abgefilmten Kulthandlungen jedweder Couleur, der „süße Kitsch“ amerikanischen Kommunelebens oder der saure Kitsch rosaroten Stacheldrahts bei P. Tuckwells Meditationen. In dem reichhaltigen Angebot, das durch die ökumenische Note, die Brighton auszeichnete, noch vielfältiger wurde, waren die paar Goldkörner schnell herausgefiltert. In seltener Einmütigkeit stimmten Jury und Zuschauer für jene Filme, die etwas von dem hatten, was das lateinamerikanische Jury-Mitglied mit „Christsein als Ferment, Salz und Licht für die Gesellschaft von heute“ umschrieben hat.

Solcher Filme gab es einige; leider nicht genug. Titel zu nennen erübrigt sich hier, denn — leider — sind diese Beiträge immer nur einem begrenzten Publikum zugänglich. Womit ein weiterer wunder Punkt berührt wird: eine Art internationaler Filmothek, in der solche Filme ausgeliehen werden können, ist noch immer ein Wunschtraum und wird es mit einem Blick auf das sehr begrenzte Budget von UND und WACC wohl weiterhin bleiben.

Eine Frage des Geldes ist auch die Teilnahme von Afrikanern, Asiaten und Lateinamerikanern am Festival. Ihr Fehlen wurde allgemein mit Bedauern zur Kenntnis genommen; in ihrem Schlußbericht versprach die Veranstaltungsleitung, sich zu diesem Thema Gedanken zu machen. Ein „Internationales Festival“ darf sich nicht auf die „Internationale“ der Industrienationen beschränken. In der Tat fehlten die reiche Palette der Gotteserfahrungen der Dritten Welt, die Stimmen der Jungen Kirchen fast vollständig. Einige Beiträge befaßten sich zwar mit Hinduismus-Christentum, mit Paulo Freires „Pädagogik der Unterdrückten“ oder mit einem afrikanischen Gottesdienst, doch war dies immer „Reden über den anderen“ nach bester abendländischer Manier. Der Andere selbst hatte das Fahrgeld nicht oder klagte, wie ein indischer Drehbuchautor, dessen „Christ-Play“ von Deutschen vorgestellt wurde: „Man macht es sich offenbar nicht klar, was es für uns bedeutet, Kopien ziehen und Texte übersetzen lassen zu müssen und dann alles nebst Unkostenbeitrag auch noch nach England zu schicken.“

Hier muß eine andere Lösung gefunden werden, wenn das Filmfestival seine Attribute „christlich“ und „international“ zu Recht tragen will. Vielleicht wäre hier die Intensivierung von Co-Produktionen ein erster Schritt aus der Misere.

Von einzelnen Jury-Mitgliedern wurde auch der Wunsch geäußert, kirchliche Institutionen möchten sich in Zukunft stärker mit eigenen Beiträgen an solchen Veranstaltungen beteiligen. Gerade weil ihre Filme meist nicht für das Fernsehen, sondern für pädagogische und Lehrzwecke erstellt würden, könnten sie eine neue, originelle Farbe in die Palette einbringen. Proselytismus allerdings sei nicht gefragt.

Dies ins Ohr auch der deutschen Organisationen — Caritas, Brot für die Welt, Misereor, usw. — die sozusagen für den Hausbedarf durchaus Sehenswertes produziert haben. Einzig Missio war mit einem viel beachteten und viel verkauften Beitrag zum Thema „Dialog mit den Weltreligionen“ vertreten.

Ausgerechnet über einen oft verlachten Außenseiter unter den christlichen Institutionen — die Heilsarmee — wurde einer der poetischsten Beiträge gezeigt: „The Cornet Lesson“ (BBC). Überhaupt hat sich auf dem Festival ein Trend bestätigt, über den bisher nur in Form von Vermutungen geredet wurde: daß das Fernsehspiel gelegentlich eine ausdrucksstärkere Dokumentation ergibt als der Dokumentarfilm. Am deutlichsten wurde das wohl bei „Unser Walter“, aber auch bei „Who is the father of the rain“ und anderen Beiträgen.

Mehr oder weniger gekonnt mißlungen war alles, was versuchte, Meditation über das wohl an sich anti-meditative Medium Fernsehen zu bringen, doch mußte ein solcher Versuch wohl einmal gewagt werden.

Dokumentarfilme überzeugten, wo das Thema oder der Mensch, der gezeigt wurde, überzeugend waren. Am stärksten wohl in der Produktion der Granada TV „The Reverend Parker says goodbye“, wo ein Einzelner in Irland gegen die schier anonym gewordene Macht von Haß, Enge und Dummheit ankämpft und daran scheitert.

Die tiefe Verunsicherung der Christen in allen liturgischen Fragen fand ihren Niederschlag auch in den Beiträgen zum Gottesdienst; ein Preis wurde nicht vergeben. Erwähnenswert bliebe wohl einzig die Schweizer Produktion einer Weihnachtsmesse, die von ihren technischen Möglichkeiten insofern Gebrauch machte, als sie Menschen in Krankenhäusern und Heimen, die nicht unmittelbar am Gottesdienst teilnehmen konnten, direkt in die Messe einblendete.

Ein Brighton-Fazit ist schwer zu ziehen. Ist jenen, die gekommen waren, um zu sehen, „was die Christen heutzutage wohl anzubieten hätten“, eine befriedigende Antwort geworden? Wohl kaum. Zu vieles war noch geprägt von alten Vorstellungen, vom „Deus ex machina“, der alle menschliche Wirrnis beseitigt, wenn man ihn nur glaubensvoll darum bittet, zu wenige Filme trugen einer sich radikal veränderten Welt, in der „Gott ist, der er ist“, Rechnung; manches war Rückfall in Pseudoromantik, manches falsch verstandene Moderne. Das Gespräch über die Gotteserfahrung der Völker und der Einzelnen, das so dringend ansteht, fand in Brighton nicht statt. Doch war dies vielleicht auch nicht der geeignete Ort.

Doch sei — hinter den flimmernden Bildschirmen — eine Wiederholung der Frage erlaubt: Ist jenen, die gekommen waren, um zu sehen, „was die Christen heutzutage wohl anzubieten hätten“, eine befriedigende Antwort geworden?

Ja! Ja im Raum der Begegnung, des brüderlichen Miteinander, der die Konfessionen übergreifenden, gemeinsamen Suche nach dem darstellbaren, aussagbaren Bild Gottes in unserer Zeit. Immer wieder geschah es in dieser Woche, daß die Resignation der Snobs jäh umschlug in vorsichtiges Ergriffensein, daß das Fachgespräch mündete in Augenblicke der Frömmigkeit, daß Name, Konfession und Rasse jäh zurücktraten hinter brüderlicher Herzlichkeit. Alle Jury-Mitglieder betonten die Intensität und Freude der ökumenischen Zusammenarbeit als eine neue Erfahrung; man zeigte sich überrascht über die Einigkeit des Urteils, beglückt über den Gedankenaustausch in der Klausur und entdeckte — so ein Jury-Mitglied —, daß Gott sich die Freiheit genommen hatte, mehr hinter den Fernsehschirmen als auf ihnen zu wirken.

Marietta Peitz (München)

Nordrhein-westfälische Bistumsblätter vor der NRW-Landtagswahl 1975

1. Ziel und Anlage

1.1. Ziel der Untersuchung

Die katholische Kirchenpresse als „Stimme der Bischöfe“ gilt in parteipolitischer Hinsicht als CDU-freundlich. Vor allem aus Kreisen von Regierungsvertretern (der SPD und FDP) wird deshalb immer wieder der Vorwurf laut, die Kirchenpresse betreibe eine einseitige Wahlbeeinflussung. Ministerpräsident Heinz Kühn erklärte nach der Wahl am 5. Mai 1975 in Düsseldorf: „Es wird mir unvergessen bleiben, in welchem Ausmaß sich kirchliche Organisationen publizistisch im Wahlkampf hervorgetan haben.“ Bestärkt wurde diese Auffassung durch eine „Inhaltsanalyse zur Behandlung ausgewählter politischer Themen in bayerischen Bistumsblättern“, die von der Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung (München) am 25. Oktober 1974 im Auftrag des Bayerischen Fernsehens (München) erstellt wurde. In dieser Studie heißt es u. a.: „Wenn die Kirchenzeitungen sich als Forum kritischer Meinungsbildung verstehen, so haben sie dieses Forum und seinen Charakter mit der Veröffentlichung eindeutiger Wahlempfehlungen zu ungünsten einzelner Parteien (in diesem Fall von SPD und FDP) vollständig verlassen, um einer anderen Partei im Wahlkampf zur Seite zu stehen.“

Ziel der vorliegenden Analyse war es nun, zu untersuchen, ob sich die Ergebnisse und Thesen der genannten bayerischen Untersuchung auf die fünf nordrhein-westfälischen Bistumszeitungen für die Phase des Wahlkampfes vor der nordrhein-westfälischen Landtagswahl vom 4. Mai 1975 übertragen lassen. Die Untersuchung versucht, eine Antwort auf die Frage zu finden: Welche Schwerpunkte und Tendenzen weist die Behandlung innenpolitischer Themen in den nordrhein-westfälischen Bistumsblättern während des Wahlkampfes auf?

1.2. Untersuchungsgegenstand

Untersuchungsgegenstand waren die fünf katholischen Bistumsblätter Nordrhein-Westfalen und zwar:

„Kirchenzeitung für das Bistum Aachen“ (Kurzbenennung ‚Aachen‘; Auflage ca. 152.000)

„Ruhrwort/Kirchenzeitung für das Bistum Essen“ (Kurzbenennung ‚Essen‘; Auflage ca. 92.000)

„Kirchenzeitung für das Erzbistum Köln“ (Kurzbenennung ‚Köln‘; Auflage ca. 152.000)

„Kirche und Leben / Kirchenzeitung für das Bistum Münster“ (Kurzbenennung ‚Münster‘; Auflage ca. 209.000)

„Der Dom / Kirchenzeitung für das Erzbistum Paderborn“ (Kurzbenennung ‚Paderborn‘; Auflage ca. 130.000)

Die Auflagenzahlen beziehen sich auf die verkaufte Auflage (nach IVW) im vierten Quartal 1974.

1.3. Untersuchungszeitraum

Für die Analyse standen vom 1. Januar 1975 bis zum 20. April 1975 die Nummern 1 bis 16 der Ausgaben von Aachen und Münster, die Nummern 1 bis 15 von Essen, Köln und Paderborn zur Verfügung.

1.4. Untersuchungsmethode

Um zu nachprüfbaren Aussagen zu gelangen, wurde versucht, alle Untersuchungskriterien zu quantifizieren, d. h. in meß- undzählbare Einheiten zu übersetzen. Es wurde ein Katalog von Fragen erstellt, die in ihrer Gesamtheit den Untersuchungsraster abgeben und deren Beantwortung durch die Meßergebnisse schließlich das Gesamtbild bezüglich der innenpolitischen Berichterstattung in der betroffenen Kirchenpresse während des Wahlkampfes in NRW widerspiegelt.

Die Fragen im einzelnen:

1.4.1. Welche Themen tauchten in welcher Häufigkeit (Zählung der Artikel) und mit welcher räumlichen Gewichtigkeit (cm², Ermittlung des prozentualen Anteils am gesamten politischen Teil) in den einzelnen Kirchenzeitungen auf? Es wurden alle vorkommenden Themen erfaßt und zu thematischen Schwerpunkten gruppiert.

1.4.2. Wer zeichnete für die Artikel als Kommunikator, d. h. als Informationsgeber (also nicht im presserechtlichen Sinn) verantwortlich? Aufgeschlüsselt wurde die Frage nach dem Kommunikator in

1.4.2.1. Kirchliche Amtsträger oder Offizielle (Bischöfe, Generalvikare oder Stellen des Generalvikariats)

1.4.2.2. Kirchennahe und kirchliche Verbände oder Personen

1.4.2.3. Verbände, Gruppen oder Personen, die nicht aus ihrer konfessionellen Bindung heraus als Kommunikator auftraten

1.4.2.4. Redaktionelle Beiträge, Agenturmaterial

1.4.3. In welcher Form ist das Thema dargestellt? Als

1.4.3.1. Nachricht

1.4.3.2. Kommentar, Glosse

1.4.3.3. Reportage

1.4.3.4. Erklärung, Verlautbarung, Hirtenbrief

1.4.3.5. Leserbrief

1.4.4. Wie ist die Tendenz der Beiträge zu beurteilen? Als

1.4.4.1. Neutral (wobei Vor- und Nachteile ohne Stellungnahme gegeneinander abgewogen werden)

1.4.4.2. Sachlich-kritisch (bei der Abwägung von Vor- und Nachteilen wird eine Stellungnahme erkennbar, ohne daß aber eindeutig (d. h. für uns *expressis verbis*) Kritik oder Lob an einer politischen Institution oder Partei geübt wird. Nur durch die Bindung an die wörtliche Nennung ließ sich der subjektive Interpretationsspielraum bei der Einordnung des Materials auf ein Minimum einschränken.)

1.4.4.3. Positiv (bei im Sinne von 1.4.4.2. eindeutig erkennbarem Bezug zu Personen oder Parteien und Institutionen)

1.4.4.4. Negativ (bei im Sinne von 1.4.4.2. eindeutig erkennbarem Bezug auf Personen, Parteien oder Institutionen) (Siehe Beispiel)

Zählung der so eingeordneten Artikel und Vermessung in cm².

1.4.5. Welche Parteien werden wie oft genannt?

1.4.6. Welche Politiker werden wie oft genannt?

1.4.7. Wie groß ist der Anteil der Beiträge mit landespolitischer Thematik? (Anzahl und Umfang)

1.4.8. Wie ist die Plazierung der Beiträge innerhalb der Zeitungen? Hierbei konnte nur die Seite, nicht aber die Art der Aufmachung berücksichtigt werden.

1.4.9. Wurden Fotos zur Illustrierung eines Beitrags verwandt, wurden diese bei der Ermittlung des Umfangs mitberücksichtigt und zum Umfang des Textes hinzugerechnet, aber nicht als eigener Titel mitgezählt?

2. Auswertung und Ergebnisse

2.1. Anteil der innenpolitischen Berichterstattung am gesamten redaktionellen Teil

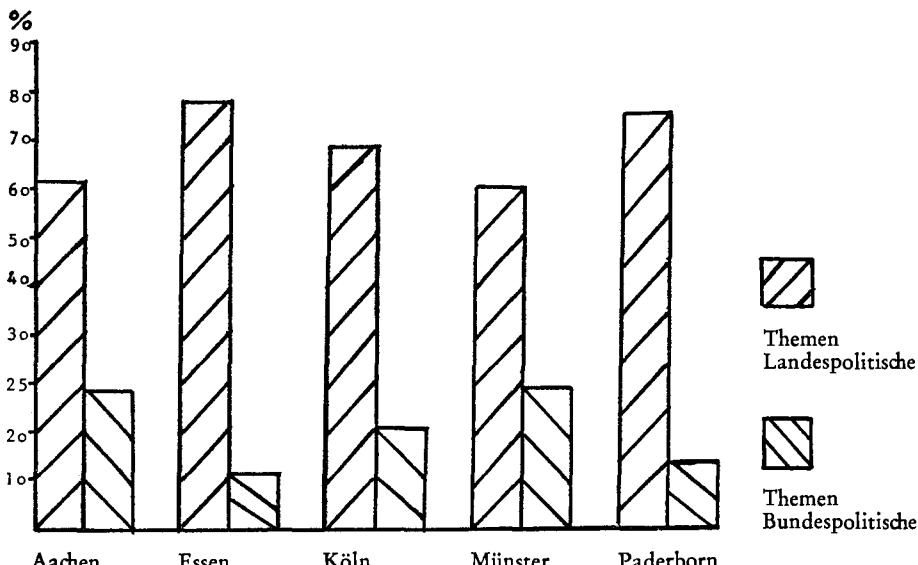
Der Anteil der innenpolitischen Berichterstattung der fünf katholischen Bistumsblätter am gesamten redaktionellen Teil überschreitet in keinem Fall die Fünf-Prozent-Grenze. In der „Kirchenzeitung für das Bistum Aachen“ liegt der Anteil der politischen Berichterstattung bei 4,1 %, im „Ruhrwort“ bei 2,6 %, in der „Kirchenzeitung für das Erzbistum Köln“ bei 4,2 %, in „Kirche und Leben“ bei 3,1 % und im „Dom“ bei 2,7 %.

2.2. Anteil der landespolitischen und bundespolitischen Berichterstattung an der gesamten innenpolitischen Berichterstattung

Der Anteil der landespolitischen Berichterstattung an der gesamten innenpolitischen Berichterstattung machte bei Aachen 28,6 %, Essen 11,5 %, Köln 20,4 %, Münster 29,1 % und Paderborn 13,9 % aus. Die politische Berichterstattung der NRW-Kirchenzeitungen im Zeitraum von Januar bis April 1975 war also offensichtlich überwiegend von *bundespolitischen* Fragestellungen beherrscht. Wenn die NRW-Bistumsblätter das Ziel gehabt hätten, massiv und bestimmt in den nordrhein-westfälischen Landtagswahlkampf einzugreifen, hätten die Relationen zwischen landes- und bundespolitischer Berichterstattung anders aussehen müssen. Die Landespolitik hätte einen weitaus größeren Raum einnehmen müssen, als dies tatsächlich der Fall war (siehe Graphik I).

Graphik I

Anteile der bundes- und landespolitischen Berichterstattung in den NRW-Bistumsblättern



2.3. Themen der Berichterstattung

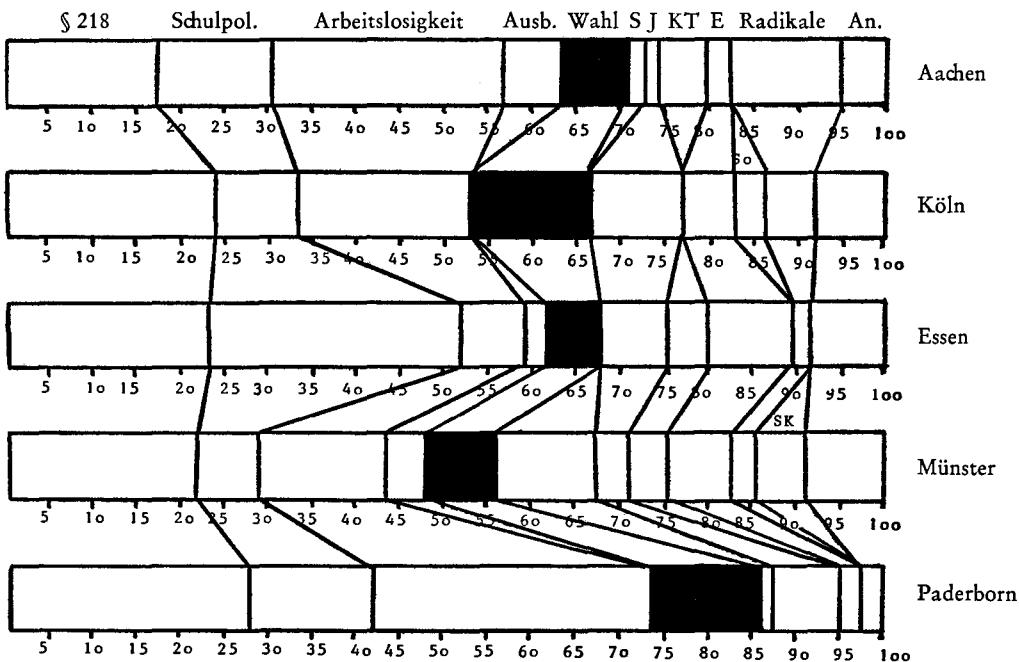
2.3.1. Landespolitische Themen

Die Themen mit speziellen, eindeutigen Wahlkampfaussagen liegen zwischen 13,4 % und 6,1 %. Im einzelnen ergeben sich für den Anteil der Wahlkampfaussagen am gesamten innenpolitischen redaktionellen Teil folgende Werte:

Aachen 7,4 %; Essen 13,4 %; Köln 6,1 %; Münster 10,9 %; Paderborn 12,9 % (siehe Graphik II).

Graphik II

Anteil der politischen Themen (in cm²) an der gesamten innenpolitischen Berichterstattung



Es ist dabei zu berücksichtigen, daß dieser Anteil überwiegend durch den Abdruck des sogenannten „Wahlhirtenbriefes“ zustande kam, der keineswegs eine im Sinne von 1.4.4.2. eindeutig wertende parteipolitische Stellungnahme enthielt. Dieser Befund wird durch die geringe Anzahl von Beiträgen, die überhaupt das Thema *Wahl* zum Inhalt haben, unterstrichen. So kommt das Thema *Wahlkampf* bei Aachen 5mal, Essen 6mal, Köln 2mal, Münster 6mal, Paderborn 3mal vor.

Auf landespolitischer Ebene spielte das Thema *Schule* eine gewisse Rolle. Es war jedoch nicht immer rein landespolitisch bezogen. Bei der politischen Berichterstattung

machte dieses Thema zwischen 28,4 % (Köln) und 7,1 % (Münster) aus. Bei den anderen Kirchenzeitungen ergaben sich folgende Werte: Aachen 13,0 %, Essen 9,7 %, Paderborn 14,5 %.

2.3.2. Bundespolitische Themen

Die behandelten bundespolitischen Themen in den NRW-Kirchenzeitungen lassen sich als gesellschafts- bzw. kirchenpolitische Themen charakterisieren. Die aufgegriffenen bundespolitischen Themen erhielten durch den Wahlkampf in den Bistumsblättern keine besondere Aktualisierung. Die Diskussion um den Paragraphen 218 zog sich schon lange vor Beginn des Wahlkampfes durch die Kirchenpresse. Die Auseinandersetzungen mit Fragen des Paragraphen 218 und der Ehrechtsreform war den Kirchenzeitungen durch die politischen Ereignisse vorgegeben. Die Kirchenzeitungen Nordrhein-Westfalens griffen von sich aus — das zeigt die Themenstreuung — keine neuen Kontroversthemen auf, um aktiv in die Wahlkampfauseinandersetzung einzutreten. Die bundespolitischen Themen, die am häufigsten angesprochen wurden, hatten folgenden Anteil an der gesamten innenpolitischen Berichterstattung: Aachen: Arbeitslosigkeit (26,4 %); Essen: Paragraph 218 (23,7 %); Köln: Schule (28,4 %); Münster: Paragraph 218 (22,4 %); Paderborn: Arbeitslosigkeit (31,4 %). An zweiter Stelle lagen folgende Themen: Aachen: Paragraph 218 (17,6 %); Essen: Arbeitslosigkeit (19,5 %); Köln: Paragraph 218 (23,7 %); Münster: Arbeitslosigkeit (14,7 %); Paderborn: Paragraph 218 (28,0 %).

Es ist anzumerken, daß einige auf internationaler Ebene diskutierte Themen — wie z. B. die Abtreibungsdiskussion — von den Kirchenzeitungen aufgegriffen wurden und möglicherweise den Leser mitbeeinflußt haben. Berichte aus dem Ausland wurden in dieser Analyse nicht berücksichtigt.

2.4. Tendenz der Beiträge

Die politische Wertung der Beiträge reicht von neutral, sachlich-kritisch über negativ für die Regierungskoalition bis zu positiv und negativ für die CDU (Definition der Wertskala siehe 1.4.4.).

Die neutralen und sachlich-kritischen Beiträge machen den größten Teil aus. Bei Aachen lagen die Artikel mit neutraler Aussage bei 28,6 %, mit sachlich-kritischer Aussage bei 28,8 %, während bei Köln 30,1 % der Beiträge neutral und 27 % der Artikel sachlich-kritisch waren. In Münster machten die Werte für die neutrale Berichterstattung 32,8 %, die Beiträge mit sachlich-kritischer Tendenz 25,4 % aus. In Paderborn erreichten die neutralen Beiträge 51,6 %, die sachlich-kritischen 32,2 %. Essen weist 31,7 % an neutralen und 19,5 % an sachlich-kritischen Berichten auf.

Festzuhalten ist, daß bei allen fünf NRW-Bistumsblättern weit über 50 % der innenpolitischen Berichterstattung als neutral bzw. sachlich-kritisch zu charakterisieren ist. Diesem starken Block steht ein großer Block mit negativer Beurteilung der Bonner Regierung bzw. der Regierungsparteien SPD und FDP gegenüber.

Es ist auffallend, daß in den Beiträgen der Bistumsblätter häufig nur von „der Regierung“ gesprochen wird, ohne daß konkret Parteien oder Parteipolitiker namentlich erwähnt werden. Vor allem in Aachen und Essen sticht hervor, mit welcher Vorsicht Kritik an den Regierungsparteien SPD und FDP geübt wird. Wo negative Kritik laut wird, ist die Bundesregierung als Adressat genannt. Anders sieht es in Köln und Münster aus. Hier wird die negative Kritik auch direkt auf die einzelnen Parteien bezogen. Die negative Kritik an den Regierungsparteien SPD und FDP im Kölner Blatt liegt zusammengenommen höher als die negative Beurteilung der

Bundesregierung. Etwa ausgeglichen ist die Relation zwischen Regierungs- und Parteikritik in „Kirche und Leben“ (Münster). In Paderborn wird ein besonderes Schwergewicht auf die Regierungskritik gelegt.

Im einzelnen ergeben sich folgende Werte:

	neg. Regierung	neg. SPD	neg. FDP
Aachen	49,2 %	—	—
Essen	43,9 %	—	—
Köln	19,0 %	17,5 %	4,7 %
Münster	14,9 %	13,4 %	—
Paderborn	9,7 %	3,2 %	—

Diesen Werten stehen jedoch keine starken Wahlempfehlungen für die CDU gegenüber. Ausgesprochen und eindeutig positive Aussagen zugunsten der CDU machen in Aachen 1,6 %, in Münster und Köln je 1,5 %, in Paderborn 3,2 % aus. Essen weist mit 4,9 % den höchsten Anteil an CDU-positiven Aussagen auf. Beim „Ruhrwort“ ist jedoch zu berücksichtigen, daß seine innenpolitische Berichterstattung insgesamt gering ist, so daß auch die positive Stellungnahme für die CDU mengenmäßig kaum ins Gewicht fällt. Allein in Münsters „Kirche und Leben“ findet sich auch eine negative Stellungnahme zur CDU (Leserbrief).

Da die Wahl in NRW auch unter bundespolitischen Gesichtspunkten geführt wurde, kann vermutet werden, daß die negative Beurteilung der Bundesregierung sich bei vielen Lesern auch auf eine negative Beurteilung der Düsseldorfer Landesregierung (ebenfalls eine SPD/FDP-Koalition) auswirkt. Daß die nordrhein-westfälische Bistums presse mit der relativ umfangreichen bundespolitischen Berichterstattung den landespolitischen Wahlausgang unmittelbar beeinflussen wollte, läßt sich jedoch aus den ermittelten Daten nicht belegen, zumal der Anteil der Berichterstattung mit positiver Bewertung der CDU verschwindend gering ist.

2.5. Nennung der Parteien

Die Anzahl der Nennungen der Parteinamensabkürzungen CDU, SPD und FDP ist, auf die 77 untersuchten Ausgaben, bezogen, nicht sehr hoch. Auffallend ist, daß die FDP als kleinste Partei auf landes- und bundespolitischer Ebene fast ebensooft wie die CDU als größte bundes- und landespolitische Partei genannt wird. Darin könnte ein Hinweis dafür liegen, daß die NRW-Bistumsblätter der FDP besonders große Aufmerksamkeit widmeten.

In den Bistumszeitungen von Aachen, Essen und Köln wird die SPD am häufigsten genannt. (Aachen 26mal, Essen 23mal und Köln 74mal.) In Köln liegen die Nennungen der FDP mit 65 weit über den Nennungen der CDU mit nur 22. In Aachen macht die Anzahl der FDP-Nennungen 11, der CDU-Nennungen 15 aus. Im „Ruhrwort“ wurde die CDU 17mal, die FDP 14mal genannt. In Münster und Paderborn liegt die Anzahl der SPD-Nennungen am niedrigsten. (Münster: SPD 15mal, CDU 18mal und FDP 17mal; Paderborn: SPD 2mal, CDU und FDP je 3mal.)

Die Parteinennungen wurden ohne Rücksicht auf den Kontext ausgewertet. Das Ergebnis zeigt ein deutliches Nennungs-Plus für die FDP. Wollte man die Hypothese aufstellen, die NRW-Kirchenzeitungen hätten besonders während des Wahlkampfes die einzelnen Parteien entsprechend ihrem realen politischen Gewicht, gemessen an der Mandatszahl im Düsseldorfer Landtag, berücksichtigen müssen, hätten sich für die FDP bedeutend geringere Werte ergeben.

Betrachtet man die Anzahl der Parteinennungen im Kontext der Analyse, so kann man die These aufstellen, daß die Nennung der SPD und FDP vorwiegend in den Beiträgen über die Bundesregierung mit negativer Tendenz und den sachlich-kritischen Artikeln enthalten sind. Die CDU wird dagegen vorwiegend in den neutralen und sachlich-kritischen Beiträgen sowie in den wenigen eindeutig positiven Beiträgen genannt. Außer bei Köln läßt sich angesichts der geringen Häufigkeit von Parteinennungen eine gewisse Scheu der Bistums presse im Hinblick auf eine unmittelbare parteipolitische Berichterstattung nicht leugnen.

2.6. Nennung von Politikern

Ermittelt man die Häufigkeit der namentlichen Nennungen von Politikern, die in der politischen Berichterstattung der Bistumsblätter erwähnt werden, so kann man zunächst feststellen, daß relativ wenige Politiker namentlich genannt werden. Kein Bundes- oder Landespolitiker, gleich welcher Partei, wurde in einem Blatt mehr als 7mal genannt.

Von den SPD-Bundespolitikern werden Bundeskanzler Schmidt, der SPD-Vorsitzende Brandt, Verteidigungsminister Leber, Justizminister Vogel und der ehemalige Chef des Kanzleramtes Ehmke am häufigsten genannt. In Aachen werden Schmidt 3mal, Brandt und Vogel je 2mal erwähnt. Im „Ruhrwort“ taucht der Name Brandt 5mal, Leber 1mal auf. In Köln werden Brandt 5mal, Schmidt 2mal genannt, während in Münster Schmidt und Vogel je 2mal und Ehmke 1mal erwähnt werden. In Paderborn wurde 5mal der SPD-Justizminister Vogel erwähnt.

Außerst gering ist die Anzahl der Nennungen von SPD-Landespolitikern. Nur im „Ruhrwort“ wurde Ministerpräsident Kühn 1mal, in der Kölner Kirchenzeitung Kultusminister Girsig 6mal genannt.

Von den CDU-Bundespolitikern werden Carstens und Kohl am häufigsten erwähnt: Aachen: Carstens 3mal, Köln: Carstens 5mal, Münster: Carstens 3mal, Kohl 1mal, Paderborn: Carstens 3mal.

In Aachen und Essen tauchte der Name der rheinland-pfälzischen Politikerin Hanna Laurien 2mal bzw. 5mal auf. Der rheinland-pfälzische Kultusminister und Vorsitzende des Zentralkomitees der deutschen Katholiken, Bernhard Vogel, wurde in Essen 5mal, in Köln 7mal erwähnt.

Die Nennung von NRW-Landespolitikern der CDU ist äußerst selten. Der ehemalige Kultusminister Mikat wurde in Essen 2mal, der CDU-Landtagsabgeordnete Brüggemann in Köln 4mal erwähnt. Der CDU-Spitzenkandidat Heinrich Köppler wurde in allen fünf Bistumsblättern zusammen insgesamt nur dreimal genannt.

Von den FDP-Politikern wurden am häufigsten Liselotte Funcke, Wirtschaftsminister Friderichs und auf Landesebene Wirtschaftsminister Riemer genannt.

Im einzelnen ergaben sich folgende Werte:

Aachen: Funcke 3mal; Essen: Friderichs 2mal, Riemer 1mal; Münster: Riemer 3mal, Funcke 2mal; Köln: Funcke 8mal, Weyer 1mal, I. Matthäus 1mal; Paderborn: Funcke 1mal.

Hieraus läßt sich die Schlußfolgerung ziehen, daß die NRW-Kirchenzeitungen ihre politische Berichterstattung nicht personenbezogen ausrichteten, sondern überwiegend sachbezogen. Im Mittelpunkt der Berichterstattung stand die Auseinandersetzung mit

den Themen, die für die katholische Moral- und Soziallehre von besonderer Bedeutung waren.

2.7. Die Kommunikatoren

Ein weiterer Punkt der Analyse war es, herauszufinden, für wen die NRW-Bistumsblätter ein Forum der Meinungsauslösung waren. Die Studie ergab, daß in den NRW-Bistumsblättern vier Kommunikator-Typen zu unterscheiden sind (vergleiche 1.4.2.).

Da die Bistumsblätter in einem gewissen Rahmen als ein Medium der Amtskirche fungieren, ist der Anteil politischer Äußerungen kirchlicher Amtsträger relativ hoch. Allerdings ist der hohe Prozentsatz von Berichten, die auf kirchliche Amtsträger zurückgehen, im wesentlichen auf den Wahlhirtenbrief der NRW-Bischöfe zurückzuführen, über den alle Bistumszeitungen ausführlich berichteten.

Der Anteil von kirchenamtlichen Aussagen schwankt zwischen den Extremwerten 26,9 % (Münster) und 7,3 % (Essen). Bei Aachen machen die Aussagen der kirchlichen Amtsträger 17,4 % aus, bei Köln 11,9 % und im „Dom“ 17,2 %.

Der Anteil der Aussagen kirchennaher Verbände und Personen pendelt zwischen 32,8 % (Münster) und 9,2 % (Essen). (Aachen: 20,6 %, Köln: 17,9 % und Paderborn: 13,8 %.)

Zu den wichtigsten kirchennahen Organisationen und Verbänden, die hier zur Sprache kommen, gehören das Zentralkomitee der deutschen Katholiken, die Katholische Arbeitnehmer Bewegung (KAB) und der Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ). Die Aussagen dieser Verbände und Personen decken sich weitgehend mit der Intention und den Aussageinhalten der kirchlichen Amtsträger.

Außerkirchliche Gruppen, Verbände und Einzelpersonen finden in den NRW-Bistumsblättern nur wenig Raum. In Paderborn gibt es im Untersuchungszeitraum keine innenpolitischen Stellungnahmen, die von außerkirchlichen Verbänden, Gruppen und Personen abgegeben wurden. In Aachen beträgt der Anteil der Aussagen in dieser Kategorie nur 0,2 %. Den höchsten Anteil an nicht offiziellen amtskirchlichen oder kirchennahen Kommunikatoren weist Köln mit 11,9 % auf, bei Essen liegt der Anteil bei 4,8 % und in Münster bei 3,0 %.

Naturgemäß nimmt bei allen fünf Kirchenzeitungen die zeitungseigene Berichterstattung den größten Raum ein. Besonders „Ruhrwort“ scheint Wert auf die eigene redaktionelle Gestaltung der Berichte zu legen. Hier liegt der Anteil bei 78 %; in Aachen beträgt er 60,3 %, in Köln 58,2 %, in Münster 32,8 % und in Paderborn 69,8 %.

2.8. Formen

Wo ein relativ hoher Anteil der politischen Berichterstattung auf einen kirchlichen Amtsträger als Kommunikator zurückgeht, wie bei Aachen, Münster und Paderborn, nimmt auch die Form der „Erklärung“ einen relativ breiten Raum ein. (Aachen 25,4 %, Münster 22,4 %, Paderborn 20,6 %.)

Die häufigste Form der politischen Berichterstattung ist bei allen fünf Bistumsblättern die Nachricht bzw. der Bericht (Aachen 49,2 %, Essen 43,9 %, Köln 55,2 %, Münster 49,2 %, Paderborn 62,1 %).

Statistische

		AACHEN				ESSEN			
Auflagenhöhe		152.000				92.000			
Zahl d. unters. Nr.		16				15			
Zeitraum		1. 1.—20. 4.				1. 1.—13. 4.			
Politik/red. Teil		4,1 %				2,6 %			
Landespol./Ges. Pol.		28,6 %				11,5 %			
Nennungen von Parteien	SPD	26				23			
	CDU	15				17			
	FDP	11				14			
Nennungen von Politikern	SPD	Schmidt		3		Brandt		5	
		Brandt		2		Leber		2	
		Vogel		2		Kühn		1	
		andere		2		andere		1	
	CDU	Lorenz		4		Laurien		5	
		Carstens		3		Vogel		5	
		Laurien		2		Mikat		2	
		andere		3		andere		5	
	FDP	Funcke		3		Fridrichs		2	
						Riemer		1	
Tendenz	%	n	sk	—R	+C	n	—R	19,5	4,9
		28,6	28,8	49,2	1,6	sk	31,7	43,9	+C
Themen	Arbeitslosigkeit				26,4	§ 218			
	§ 218				17,6	Arbeitslosigkeit			
	Schule				13,0	Wahlkampf			
	Radikale				12,7	Jugend + Familie			
	Wahlkampf				7,4	Schule			
Kommunikatoren	kirchl. Amtstr.				17,4	23,7			
	kirchl. Verb. + P.				20,6	19,5			
	nicht-Offizielle				0,2	13,4			
	zeitungseig.-St.				60,3	10,5			
Form	Nachr./Bericht				49,2	9,7			
	Kommentar				23,8	7,3			
	Feature				0,2	9,2			
	Erklärung				25,4	4,8			
								78,0	
								43,9	
								29,2	
								12,2	
								7,3	

Verzeichnis der Abkürzungen zur statistischen Gesamtübersicht

- C — negative Beurteilung der CDU
- +C — positive Beurteilung der CDU
- F — negative Beurteilung der FDP
- Ges.Pol. — gesamter innenpolitischer Teil der Berichterstattung
- Landespol. — Landespolitik
- n — neutral
- R — negative Beurteilung der Regierung
- red.Teil — redaktioneller Teil
(also ohne Anzeigen)
- S — negative Beurteilung der SPD
- sk — sachlich-kritisch

Gesamtübersicht

KÖLN		MÜNSTER				PADERBORN				
152.000		209.000				130.000				
15		16				15				
1. 1.—13. 4.		1. 1.—20. 4.				1. 1.—13. 4.				
4,2 %		3,1 %				2,7 %				
20,4 %		29,1 %				13,9 %				
74		15				2				
22		18				3				
65		17				3				
Girgensohn	6	Schmidt	2	Vogel				5		
Brandt	5	Vogel	2							
Schmidt	2	Ehmke	1							
andere	1	andere	—							
Vogel	7	Carstens	3	Carstens				3		
Carstens	5	Kohl	1							
Brüggemann	4	Lorenz	1							
andere	11	andere	3							
Funcke	8	Riemer	3	Funcke				1		
Matthäus	1	Funcke	2							
Weyer	1									
andere	2									
n	sk	—R	—S	—F	+C	n	sk	—R	—S	+C
30,1	27	19	17,5	4,7	1,5	32,8	25,4	14,9	13,4	1,5
Schule	28,4	§ 218	22,4	Arbeitslosigkeit				31,4		
§ 218	23,7	Arbeitslosigkeit	14,6					28,0		
Ehrerecht	9,6	Wahlkampf	10,9					14,5		
Arbeitslosigkeit	7,7	Steuerreform	8,7					12,9		
Wahlkampf	6,1	Schule	7,1					7,?		
	11,9		26,9					17,2		
	17,9		32,8					13,8		
	11,9		3,0					—		
	58,2		32,8					69,8		
	55,2		49,2					62,1		
	25,4		7,5					10,3		
	4,5		20,9					6,?		
	8,9		22,4					20,6		

Auffallend ist die Zurückhaltung bezüglich der Kommentierung innenpolitischer Ereignisse, besonders bei Münster und Paderborn. Während der Anteil der Kommentare in Aachen 23,8 %, in Essen 29,2 % und in Köln 25,4 % ausmacht, beträgt er in Münster nur 7,5 % und in Paderborn nur 10,3 %.

Dieses Ergebnis zeigt, daß die nordrhein-westfälischen Bistumsblätter weitgehend darauf verzichten, jene journalistische Form einzusetzen, die nach herkömmlicher Auffassung am meisten dazu geeignet ist, politische Meinungs- und Willensbildung so zu artikulieren, daß die Leser möglicherweise beeinflußt werden.

2.9. Plazierung

Die Beobachtung bezüglich der Zurückhaltung der katholischen Kirchenpresse Nordrhein-Westfalens in Sachen Politik wird von den Ergebnissen, die sich auf die Frage nach der Plazierung der politisch relevanten Artikel ergaben, nur noch einmal bestätigt. Die erste Textseite, bezüglich der redaktionellen Gestaltung von besonderer Bedeutung, ist nur bei Münster des öfteren Ort politischer Berichterstattung. 17mal erscheint hier im Untersuchungszeitraum ein Beitrag mit innenpolitischer Thematik, das sind 25,4 % der gesamten innenpolitischen Berichte. Im Paderborner „Dom“ erscheint auf der ersten Textseite 7mal ein politischer Artikel, bei der geringen Zahl an politischen Beiträgen überhaupt, macht diese Zahl immerhin 24,1 % aus. Beim Essener „Ruhrwort“ sind es 17,0 %, bei Köln 10,4 % der politischen Berichte, die auf der ersten Textseite plaziert sind. Bei Aachen beträgt der Prozentsatz sogar nur 0,2 %, da lediglich ein Artikel mit politischer Thematik auf der bevorzugten ersten Textseite veröffentlicht wurde.

Werner Grave (Münster) und Jürgen Hoeren (Bensberg)

„Kirchen informieren“ (K i) — eine Zeitung in der Zeitung

Im Juni 1970 kamen die fünf katholischen Bistümer in Nordrhein-Westfalen (Aachen, Essen, Köln, Münster, Paderborn) und die Evangelische Landeskirche im Rheinland, die Evangelische Kirche von Westfalen sowie die Lippische Landeskirche überein, eine Konzeption für eine gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit der Kirche in der Gesellschaft zu erarbeiten. Eine Projektgruppe¹, gebildet aus Vertretern beider Kirchen, arbeitete Vorschläge für publizistische Aktionen aus, durch die in der breiten Bevölkerung intensiver über die Kirchen informiert werden sollte. Nach mehreren Beratungen kam man zu dem Entschluß, eine gemeinsame Zeitungsbeilage zu entwickeln. Mehrere Titel standen für diese Beilage zur Diskussion „Brücke“, „Brückenschlag“ und „Kirchen informieren“ (K i). Man entschied sich für „K i“.

Um das finanzielle Risiko dieser Beilagen-Aktion einzuschränken und ihren Erfolg zu messen, begann man mit einer Testreihe. Den Tageszeitungen der drei NRW-Räume Bielefeld/Paderborn, Bochum/Recklinghausen und Düsseldorf wurden drei Informationsbeilagen zugelegt. Die Themen der Beilagen lauteten: „Das behinderte Kind“, „Gastarbeiter“ und „Der Benachteiligte in der Gesellschaft“.

Die Effizienz dieser drei Beilagen, für die insgesamt 256.000 DM aufgewendet wurden, kontrollierte das Institut für konzeptionelle Marktforschung Claire Leuf-

gens, Essen. Dr. Ferdinand Oertel, heute Chefredakteur der „Kirchenzeitung für das Bistum Aachen“, sagte über die Ergebnisse dieser Analyse: „43 % der Befragten erinnerten sich an „K i“. Das Interesse an regelmäßigen kirchlichen Informationen in Form solcher Beilagen stellte sich überraschenderweise auch als größer als in allgemeinen Zeitungsbeilagen heraus. Besonders interessiert an solchen kirchlichen Informationen zeigte sich bei der Umfrage die Gruppe der 36- bis 45jährigen (die bei der Kirchenbesucher-Statistik weit unterrepräsentiert ist) . . .“²

Die gemischte Redaktion für die Ausgabe der Testreihe „K i“ setzte sich laut Impressum aus folgenden Personen zusammen: Franz M. Elsner (Essen), Dr. Gerhard E. Stoll (Bielefeld), Wilhelm Bettecken (Essen), Hermann Walter Augustin (Düsseldorf), Karl Stolz (Detmold), Herbert Demmer (Witten), Dr. Helmut Diel (Aachen), Dr. Günter Graf (Münster), Wilhelm Mogge (Köln), Hans Georg Nußbächer (Düsseldorf), Dr. Heinrich Reiß (Bielefeld), Hermann Josef Rick (Paderborn), Ferdinand Schulte-Berge (Essen). Verantwortlich für die ersten Ausgaben waren in der Hauptsache Wilhelm Bettecken und Gerhard E. Stoll.

Im Mai 1972 startete man mit der ersten Nummer unter dem Titel „Was Kirchen über Kinder sagen“. Sie war hergestellt in den Grafischen Betrieben J. D. Küster Nachf. und Pressedruck GmbH KG in Bielefeld. Die Beilage hatte das Format 32 x 23,5 cm, umfaßte acht Seiten und war im Offsetdruck mit einer Zusatzfarbe (rot) hergestellt. Weder vom Text noch vom Foto noch vom Layout her war die erste Beilage gelungen. Sie unterschied sich äußerlich nicht von der üblichen Aufmachung eines Kirchenblattes. Lediglich aus dem versteckten Impressum auf Seite 7 konnte der Leser ermitteln, welche Kirchen hier informierten und welche Redakteure für das Blatt verantwortlich zeichneten. Nur die Beiträge katholischer Bischöfe oder evangelischer Präses waren namentlich gekennzeichnet. Auf der ersten Seite fehlte ein Hinweis darauf, daß diese Beilage auf Fortsetzung hin angelegt sei, es fehlten eine Datumsangabe sowie — noch wichtiger — ein klärendes Wort zum Sinn und Zweck dieser Beilage.

Die erste Ausgabe von „K i“ hielt technisch und graphisch nicht den üblichen Werbebeilagen — nur mit ihnen kann „K i“ mit allen Vorbehalten verglichen werden — stand. Lag es daran, daß man Zeitungs- bzw. Zeitschriftenredakteure mit der Herstellung einer Public-relations-Beilage beauftragt hatte? „K i“ hob sich nicht positiv von den normalen Prospekten, die Zeitungen beigelegt sind, ab.

An der ersten Nummer bereits ließ sich ablesen, welch eine schwierige Gratwanderung „K i“ machen mußte. Es durfte nicht das Image eines plumpen Werbeprospekts, aber auch nicht einer Mini-Kirchenzeitung entstehen. Kirchliche und religiöse Informationen mußten knapp, modern und ansprechend verpackt einer sehr breiten Zielgruppe angeboten werden. Inhaltlich mußte man sich auf einen „ökumenischen Minimalismus“ beschränken. Kontroverse theologische Probleme der einzelnen Kirchen sowie zwischen den Kirchen mußten ausgeklammert werden.

Die zweite Nummer zum Thema „Gastarbeiter“, die im Juni 1972 erschien, war in Form und Inhalt nicht viel besser als Nr. 1. Schrift und Bildwiedergabe waren miserabel. Man hat den Eindruck, daß das Layout nicht genau den Druckformen entsprach und nicht nach den technischen Möglichkeiten der Druckerei konzipiert war.

Wohl auf Grund der Erfahrung mit den ersten beiden Testnummern entschied man sich, auf das Kupfertiefdruckverfahren umzuschalten und ein neues Format zu

wählen. Durch diese drucktechnischen Veränderungen gewann „K i“, jetzt im halben „Berliner Format“ mit vier Seiten Umfang hergestellt, sehr. Die Schrift war besser lesbar, die Fotos kamen zur Geltung, die Zusatzfarbe Rot ließ sich vorteilhafter einsetzen, das Layout war großzügiger, großflächiger.

Trotz aller technischer Mängel waren die Befragungsergebnisse zu den ersten drei Textbeilagen offenbar so positiv, daß die Kirchen beschlossen, 1973 zwei Beilagen für alle NRW-Tageszeitungen herauszubringen. Das Thema der ersten Beilage, die im Juni 1973 erschien, lautete „Urlaub — Freizeit — Gottesdienst“, das Thema der zweiten Beilage, die im November 1973 veröffentlicht wurde, „Betrifft: Rat und Hilfe“.

„Betrifft: Rat und Hilfe“ soll im folgenden anhand einer Befragung des Instituts für Demoskopie Allensbach, näher untersucht werden.

Durch das gewählte Format, die rote Zusatzfarbe auf allen vier Seiten und das Kupfertiefdruckverfahren ergaben sich für die Macher der Beilage zahlreiche Möglichkeiten für eine lebendige Gestaltung der Beilagen. Das Bildelement konnte stark genutzt werden. In der Beilage „Betrifft: Rat und Hilfe“ wurde es zu stark eingesetzt. Die erste Seite ist eine reine Bildseite, aus neun Fotos bzw. Fotoausschnitten zusammengestückelt und mit 15 Zeilen Text angereichert. Es fehlt eine Schlagzeile, die das Generalthema „Betrifft: Rat und Hilfe“ konkretisiert. Das Auge gleitet über die erste Seite und findet keinen Halt. Es gibt viele Motive, jedoch kein überragendes festhaltendes großflächiges Foto, keine Fotomontage, keine Perspektive, die aus dem Rahmen fällt. Die Innenseiten zwei und drei bilden eine Mischung aus Unterhaltung und Besinnung sowie lockerer Information über die Telefonseelsorge, Drogenabhängige und Nächstenliebe. Auf der letzten Seite findet man gedrängte Informationen: Anschriften kirchlicher Beratungsstellen, die Nummern der Telefonseelsorge.

Wurde „K i“ von den Tageszeitungslesern anders angenommen, gelesen und gewertet als ein Werbeprospekt eines Kaufhauses? Immerhin erhielt nach einer Grundlagenstudie von Infratest 1971 jeder Haushalt in NRW durchschnittlich 20 Werbeprospekte im Monat.³ 38 % aller Werbedrucksachen kamen als Beilagen von Zeitungen und Zeitschriften ins Haus. Die Studie brachte den Hinweis, daß sich nur 36 % der Empfänger an Werbedrucksachen sicher erinnern, 10 % haben die Werbedrucksachen auf, 20 % hatten keine genaue Erinnerung an sie, 41 % hatten absolut keine Erinnerung an die Beilage und vier Prozent gaben keine Antwort.⁴

Diese allgemeine Aufnahme und Wirkung von Beilagen in Tageszeitungen mußte den Kirchen bekannt sein. Eine kirchliche Beilage konnte kaum mit einem wesentlich besseren Ergebnis hoffen. Dennoch wagte man das Experiment, zwei Beilagen für alle Tageszeitungen in NRW herzustellen. In einer Auflage von 3,5 Millionen Exemplaren und zu einem Gesamtpreis von rund 750.000 DM wurden die Beilagen erstellt.

Das Institut für Demoskopie Allensbach befragte 223 Leser von regionalen Tageszeitungen in Duisburg über die November-Beilage.⁵ (Den Duisburger Tageszeitungen „Rheinische Post“, „Neue Ruhr-Zeitung“ und „Westdeutsche Allgemeine“ war „K i“ beigelegt. Damit wurden 57 % der 180.200 Haushalte in Duisburg abgedeckt.)

Das Ergebnis zeigt deutliche Unterschiede zu den Untersuchungen über „normale Werbedrucksachen“. Während sich 36 % der Zeitungsleser an „normale Werbedrucksachen“ erinnern, waren es bei „K i“ 39 %. 36 % hatten keine genaue Erinnerung an

„K i“ (bei normalen Werbedrucksachen 32 %). Gar keine Erinnerung an „K i“ hatten 25 % (41 %) der Befragten. Auffallend ist, daß sich meist Männer (41 %) an „K i“ erinnerten (Frauen 38 %). In der Altersgruppe der über 45jährigen lag die Resonanz von „K i“ mit 49 % um 19 % höher als bei der Altersgruppe der 16- bis 44jährigen. Auch über die Berufgruppe derjenigen, die sich an „K i“ erinnerten, und über ihre Kirchenbindung gibt die Studie Aufschluß. 46 % derer, die sich an „K i“ erinnerten, übten Büroberufe aus, 44 % besuchten immer und regelmäßig die Kirche, 35 % ging selten oder nie in den Gottesdienst. Von denen, die „K i“ gelesen hatten, waren 48 % katholischer und 43 % evangelischer Konfession; 58 % besaßen einen Volkschulabschluß, 28 % die Mittlere Reife, etwa 5 % Abitur und 9 % ein abgeschlossenes Studium. Über die Einkommensstruktur der „K i“-Leser gibt die Analyse folgendes Bild: 15 % der Befragten verdienten monatlich unter 1.000 DM, 17 % hatten ein monatliches Einkommen zwischen 1.000 und 1.250 DM, 31 % zwischen 1.250 und 1.500 DM, 20 % zwischen 1.500 und 2.500 DM. Ein relativ hoher Anteil, nämlich 12 % der Befragten, hatte ein monatliches Einkommen von über 2.500 DM.

Wie kam die Beilage der beiden Kirchen bei den Adressaten an? Das spontane „gefällt mir“ überwiegt. 49 % der Leser fällten dieses positive Urteil; 29 % umschrieben ihr Urteil mit „gefällt mir nicht so sehr“, und 22 % gaben kein Urteil ab. Die günstigste Beurteilung gaben diejenigen Befragten ab, die immer oder häufig die Kirche besuchen (67 % „gefällt mir“).

Die Vermutung, daß „K i“ vornehmlich bei den Menschen ankam und von den Lesern positiv aufgenommen wurde, die ohnehin in einer festen Bindung zur Kirche standen, wird durch eine weitere Zahl belegt. Von den 47 % der Befragten, die sich „K i“ „genauer ansahen“, waren 70 % regelmäßige Kirchenbesucher. „Ganz gelesen“ wurde „K i“ nur von 19 % der Befragten.

Bemerkenswert ist, daß 29 % derjenigen, die „K i“ gelesen hatten, den Beilagentitel für nicht gelungen hielten. 28 % meinten, daß auf diese Weise niemand zum Helfen bewegt würde. Nur 23 % hoben das Informationsblatt auf, schnitten einen Beitrag aus oder machten sich Notizen aus der Beilage. Nur 13 % hielten „K i“ für einen Lesestoff für junge Menschen. 43 % meinten, die Beilage sei für ältere Menschen geschrieben.

Die Mehrzahl der Befragten sprach sich dafür aus, „K i“ häufiger herauszugeben, 28 % vertraten die Meinung, daß dabei „nicht viel herauskommt“, 28 % standen dieser Frage gleichgültig gegenüber, 46 % sprachen den Wunsch nach weiteren Informationen aus dem kirchlichen Bereich aus. Vor allem diejenigen Befragten, die selten oder nie die Kirche besuchten, äußerten sich skeptisch gegenüber der Aktion „K i“.

Zieht man aus dieser Untersuchung eine Bilanz, so muß man feststellen, daß „K i“ mehr Menschen ansprach als ein normaler Werbeprospekt. Dennoch erreichte die Beilage offensichtlich nicht im gewünschten Maße die Menschen, die sie erreichen sollte, Menschen, die nicht mehr in einer festen Bindung zur Kirche stehen, die Distanzierten. „K i“ wurde überwiegend von den „Kirchentreuen“ positiv aufgenommen. Ferner ist festzustellen, daß „K i“ vom Stil, der Form und vom Inhalt eher die ältere Generation ansprach, die 16- bis 44jährigen hingegen, die Menschen also, die noch voll im Berufsleben stehen, nicht wirksam genug erreichte.

Der Grund dafür, daß sich die Kirchen nicht entschließen konnten, 1974 und 1975 weitere Zeitungsbeilagen herauszubringen, dürfte vor allem darin liegen, daß dem finanziellen Aufwand kein entsprechender Erfolg gegenüberstand. Trotz der relativ

positiven Untersuchungsergebnisse über „K i“ scheint die tägliche Erfahrung der Verantwortlichen in der Seelsorge gezeigt zu haben, daß „K i“ nicht mehr Menschen zu einem Kirchenbesuch bewegte und kein breiteres Verständnis für die Arbeit der Kirche weckte. „K i“ war offenbar nach fünf Nummern noch nicht zu einem festen Begriff bei den Rezipienten geworden. Als wesentlicher Grund für die relativ schwache Wirkung auf die Rezipienten ist der fehlende graphische und typographische Witz der Beilagen anzuführen. Offenbar hat man die Bedeutung der formalen Gestaltung unterschätzt. Von Zeitungs- und Zeitschriftenredakteuren eine Beilage machen zu lassen, die normalen Werbeprospekten eine echte Konkurrenz sein könnte, scheint nicht der Weisheit letzter Schluß zu sein. Hier müssen Werbefachleute und/oder Public-Relations-Spezialisten hinzugezogen werden. Der gewünschte Effekt, die Öffentlichkeit gezielt, ausführlich und objektiv über die Kirche und ihre Aktivitäten, ihre Dienste, ihr Angebot zu informieren, ließe sich möglicherweise durch PR-Anzeigenseiten in Tageszeitungen billiger und effektiver erreichen als durch eine kostspielige kirchliche „Zeitung in der Zeitung“.

Jürgen Hoeren (Bensberg)

Anmerkungen:

1. Die Projektgruppe war wie folgt zusammengesetzt:
Katholisches Büro Nordrhein-Westfalen — Kommissariat der Bischöfe von NRW (Führung), Oberrechtsrat Elmar Meyer;
Der Beauftragte der evangelischen Kirchen bei dem Landtag und der Landesregierung von Nordrhein-Westfalen, Kirchenrat Albrecht von Mutius;
Pfarrer Dr. Ernst Albert Ortmann, Evangelische Kirche im Rheinland;
(Vertreter: Pfarrer Karl-Wilhelm Gattwinkel, Köln);
Landeskirchenrat Dietrich Dehnen, Evangelische Kirche im Rheinland (Düsseldorf);
(Vertreter: Landeskirchenrat Johannes Hildebrandt, Düsseldorf);
Dr. Gerhard E. Stoll — Evangelische Kirche von Westfalen, Bielefeld;
(Vertreter: Pfarrer Gerhard Lohmann, Gütersloh);
Landeskirchenrat Herbert Demmer, Bielefeld;
(Vertreter: Landeskirchenrat Ulrich Jürgen Scharmann, Bielefeld);
Kirchenrat Karl Stolz, Lippische Landeskirche;
(Vertreter: Pastor Heinrich Bödeker, Detmold);
Dr. Theo Lemmer — Bistum Aachen, Aachen;
(Vertreter: Dr. Ferdinand Oertel, Aachen);
Domkapitular Msgr. Ferdinand Schulte Berge — Bistum Essen, Essen;
(Vertreter: Wilhelm Bettecken, Essen);
Wilhelm Mogge — Erzbistum Köln, Köln;
(Vertreter: Dr. Peter Paul Pauquet, Köln);
Dr. Günter Graf — Bistum Münster, Münster;
(Vertreter: Dr. Günther Mees, Münster);
Hermann-Joseph Rick — Erzbistum Paderborn, Paderborn;
(Vertreter: Dieter Schneeberg, Paderborn);
2. Zitiert nach einem Manuskript von Dr. Ferdinand Oertel für die „Deutsche Welle“ in Köln. Das Manuskript trägt nur die Datumsangabe „Im November 1973“.
3. Vergleiche: „Werbefrucksachen“, Grundlagenstudie zur Ermittlung qualitativer und quantitativer Daten, Infratest 1971.
4. Der Vergleich von „K i“ mit der Wirtschaftswerbung hinkt, soweit es um die Inhalte geht. Auf Kaufreiz angelegte Reklame-Beilagen wollen in der Regel nur einen einmaligen Impuls auslösen, wobei der Werbende weiß, daß der erreichte Anteil einer Leserschaft sehr klein ist. „K i“ ist anders angelegt, es möchte langfristig wirken. Dennoch muß „K i“,

um bei den Empfängern anzukommen, technisch mindestens genauso gut oder besser gemacht sein als sonstige Beilagen. Technische Unterlegenheit mindert die Erfolgshandchen erheblich.

5. Die Analyse liegt vervielfältigt vor. Sie hat kein genaues Impressum. Es ist anzunehmen, daß die Studie im Dezember 1973 fertig gestellt und veröffentlicht wurde. Als Befragungszeitraum wird die Zeit vom 26. November bis 3. Dezember 1975 angegeben. Der genaue Titel der Analyse lautet: „Kirchen informieren‘, Erfolgskontrolle einer Zeitungsbeilage in Duisburg.“ Die Studie umfaßt 24 Seiten.

Katholische Presse Ungarns im Überblick

Die Lage der katholischen Presse in Ungarn ist nur verständlich auf dem Hintergrund der Situation der katholischen Kirche des Landes. Nach der Befreiung von der nationalsozialistischen Unterdrückung erholtete sich die katholische Kirche in Ungarn nur sehr langsam.

Inzwischen haben sich die Verhältnisse im Lande völlig gewandelt. Die feudalistischen Latifundien sind verschwunden. Auf dem Wege zu einer Volksdemokratie hat eine nichtchristliche Regierung ein ganz neues Programm zum Aufbau eines sozialistischen Landes verkündet. Der Charakter der katholischen Kirche in Ungarn als der vorherrschenden Religion im Staate ist verschwunden. Die ideologischen, politischen, finanziellen Wandlungen haben sich auch auf die katholische Kirche ausgewirkt.

So braucht es nicht Wunder zu nehmen, daß es etwa fünf volle Jahre dauerte, bis der bislang unbekannte Begriff des „aggiornamento“ in den praktischen Alltag Eingang gefunden hat. Selbstverständlich haben mit dem Verfall des überkommenen Staatswesens auch die alten katholischen Presseorgane zu existieren aufgehört. Wie eine glückliche Fügung der Vorsehung erscheint es, daß das volkstümlichste Presseorgan der katholischen Kirche in Ungarn mit demselben, durch und durch katholischen Inhalt wiedererscheinen konnte.

Dabei handelt es sich um unsere Wochenschrift: „Uj Ember“. Hier ist der Name so gleich Sinnbild. Denn „Uj Ember“ bedeutet soviel wie „Der neue Mensch“, und der Name weist hin auf den belehrenden Ausspruch des Apostels: „Ziehet den neuen Menschen an.“ Abzulegen gilt es alles, was bislang belastete. Es geht um die Rückkehr zum Evangelium. Der Gläubige von heute soll also kein sinnenfreudiges, wirklichkeitsernes romantisierendes und märchenhaftes religiöses Schrifttum in die Hand bekommen, sondern das, was er benötigt wie das tägliche Brot: theologisch richtige Antworten auf die Fragen des Alltagslebens. „Uj Ember“ (Der neue Mensch) ist katholisches Wochenblatt im Besitz des Landespräsidiums der Katholischen Aktion. Als Herausgeber zeichnet der Propst und Kanonikus Dr. Imre Várkonyi verantwortlich. Er ist gleichzeitig Landesdirektor der Katholischen Aktion. Das Blatt erscheint wöchentlich in 75.000 Exemplaren. Zu Ostern und Weihnachten gibt der Verlag jeweils eine Doppelnummer heraus. Jährlich erscheint auch ein „Katholischer Wandkalender“ für römisch- und griechisch-katholische Gläubige. Hierfür zeichnet der Laie, Schriftsteller und Publizist Franz Magyar als Redakteur verantwortlich. Chefredakteur ist der Benediktiner Balduin Pénzes. „Uj Ember“ ist als katholisches Wochenblatt beliebt. Nach den uns vorliegenden statistischen Angaben wird jedes

Exemplar der Wochenschrift von fünf bis sechs Personen gelesen. Auch die im Ausland lebenden Ungarn wissen das Blatt zu schätzen. „Uj Ember“ begeht in diesem Jahr 1975 den dreißigsten Gedenktag seines Bestehens. Die Wochenzeitung spielt nicht nur im religiös-sittlichen Bereich eine bedeutsame Rolle, sondern sie stellt auch geschäftlich ein erfolgreiches Unternehmen dar. Sie trägt zur finanziellen Unterstützung des Landespräsidiums der Katholischen Aktion bei und ermöglicht der Besitzerin der Wochenzeitung dadurch die finanzielle Unabhängigkeit.

Unsere Monatsschrift „Vigilia“ hat als katholisch-literarisches Organ einen Namen. Es befindet sich ebenfalls im Besitz des Landespräsidiums der Katholischen Aktion. Als Herausgeber ist wiederum der bereits genannte Dr. Imre Várkonyi verantwortlich. Verantwortlicher Redakteur ist der Schriftsteller, Publizist und Dichter Dr. György Rónay. Der Name dieses hochgebildeten Redakteurs bürgt dafür, daß die Monatsschrift auf dem hohen Niveau gehalten wird, auf das es der ehemalige Chefredakteur Dr. Sándor Sik gebracht hat. „Vigilia“ erscheint monatlich in 10.000 Exemplaren und wird auch im Ausland geschätzt und gelesen.

Für den ungarischen Fachtheologen ist ein eigenes publizistisches Forum ungemein wichtig. Diesen Dienst versieht unsere Vierteljahresschrift „Teologia“. In einer Auflage von 4.000 Exemplaren gibt die Zeitschrift einen Überblick über die wichtigsten theologischen Fragestellungen und Trends. Als verantwortlicher Redakteur zeichnet Prof. Dr. András Szennay. Er ist Benediktiner und Hauptabt von Pannonhalma. Zur Zeit ist er Dekan der Budapest Theologischen Fakultät. „Teologia“ wird natürlich zur Hauptsache von den Klerikern gelesen.

Die Aufgaben einer katholischen Nachrichtenagentur werden von „Magyar Kurir“ (Ungarischer Kurier) wahrgenommen. „Magyar Kurir“ ist offizielles Organ des ungarischen katholischen Episkopats. Der Dienst erscheint täglich im Vervielfältigungsverfahren. Er informiert über die Vorgänge in der Weltkirche wie über die Tätigkeit der Kirche in Ungarn. Als Beilage werden Dokumente, Perikopen und Homilien mitgeliefert. Direktor und verantwortlicher Herausgeber ist der Laie Dr. István Szántay, Generalsekretär der Katholischen Aktion. Die 750 Abonnenten sind katholische Pfarrer bzw. Pfarreien. Als verantwortlicher Redakteur zeichnet der Laie László Márkus.

Die katholische Kommission des Landesfriedensrates verfügt ebenfalls über ein eigenes Presseorgan. Es heißt „Katalikus Szó“ (Katholisches Wort) und erscheint vierzehntäglich in 15.000 Exemplaren. Neben pastoralen Zielen hat es die Aufgabe, über die Tätigkeit der katholischen Kommission des Landesfriedensrates selbst zu informieren.

In dieser Übersicht haben wir das ganze Spektrum der ungarischen katholischen Presse vor Augen. Der Gläubige, der Information sucht, findet die Antworten auf seine Probleme in jedem beliebigen katholischen Presseorgan. Es braucht nicht eigens betont zu werden, wie groß die Bedeutung der katholischen Presse ist. Sie kann dem ungarischen Episkopat eine bedeutsame Hilfe leisten. In Ungarn leben mehr als sieben Millionen Katholiken. Die Gläubigen verteilen sich auf zehn Diözesen. Die Zahl der Kleriker beträgt über 4.000. Die ungarische katholische Presse bedeutet eine starke pastorale Hilfe für die Priester. Umgekehrt sind die katholischen Geistlichen in Ungarn eifrig um die Verbreitung der katholischen Presseorgane bemüht. So unterstützen sich der ungarische Klerus und die katholische Presse gegenseitig.

István Szántay (Budapest)

„Omroepparochie“ (Rundfunkpfarre) in den Niederlanden

Die Kirchenleitung in den Niederlanden geht auch denen nach, die nicht regelmäßig oder überhaupt nicht zur Kirche gehen; offensichtlich wollen viele von ihnen doch zur Kirche gehören, da sie — die Niederländer zahlen keine Kirchensteuer — ihren Familienbeitrag entrichten (die meisten Kirchen erbitten jeden Januar 1 Prozent des jährlichen Nettoeinkommens) und auch bei kirchlichen Hilfswerken und sozial-kirchlichen Aufgaben mitwirken. Der Kirchenbesuch ist auf rund 35 Prozent abgesunken. Wenngleich sich der Rückgang letztthin etwas beruhigt hat, werden dennoch fast Zweidrittel der Katholiken selten oder nie von der Verkündigung in den Kirchen erreicht.

Auf protestantischer Seite richtet sich das Interesse schon seit langem stärker auf die „Nicht-Kirchenbesucher“. Bekannt sind das „Open Deurwerk“ (Werk der Offenen Tür) des verstorbenen G. Klijn und das Rundfunkpfarramt von A. Klamer, denen Tausende für ihre guten Dienste dankbar sind.

Ahnlich arbeitet jetzt die „omroepparochie“ (Rundfunkpfarre), die der Katholische Radio Omroep (KRO = Katholische Rundfunkgesellschaft) mit moralischer und finanzieller Unterstützung des niederländischen Episkopats ins Leben rief. Nach mehreren Vorbereitungsjahren nahm sie nach vorsichtigem Anlauf in den letzten Monaten 1974 ihre Arbeit am 1. Januar 1975 voll auf. Zwei Priester, Jan Terlaak und Jack Devalk, sind ständig dafür tätig. Joos Reuten als KRO-Mitarbeiter ist der dritte Mann im Team.

Die „Rundfunkpfarre“ arbeitet für Hör- und Sehfunk und betreut auch die Pfarre Franciscus Xaverius (Het Zand) in Amersfoort nahe Hilversum mit. Die beiden Rundfunkpriester, die dort mit zwei anderen Priestern zusammenarbeiten, stehen somit in Kontakt zum Alltagsleben einer Kirchengemeinde (an der Basis) und vermitteln ihre Erfahrungen über den Rundfunk einem breiteren Publikum. Das Verständnis für die „Rundfunkpfarre“ in Amersfoort selbst muß noch wachsen; es kostet Zeit und Mühe, die Menschen daran zu gewöhnen. Auf die Dauer hoffen Terlaak und Devalk auf eine ersprießliche Zusammenarbeit.

Die „Rundfunkpfarre“ strebt ihr Ziel über Sehfunk, Hörfunk und die Rundfunkzeitung „Studio“ an. Bislang strahlte KRO vierzehntäglich eine Eucharistiefeier im Wechsel von verschiedensten Pfarren in den Niederlanden aus. Darin fand die Realität wie aus bunter Palette ihren Niederschlag. Aufgrund von Erfahrungen im Ausland setzt sich Sehfunk-Direktor R. Schoonhoven jedoch schon seit Jahren dafür ein, eine Eucharistiefeier regelmäßig aus einer und derselben Kirche auszustrahlen, damit die Zuschauer ein stärkeres Gefühl der Zugehörigkeit entwickeln könnten. Auch andere Vorteile sprechen dafür: Verkündigung und Liturgiegestaltung könnten systematisch entfaltet werden; die Pfarrer würden durch regelmäßige Zusammenarbeit mit dem Medium Sehfunk und seinen Möglichkeiten vertraut; sie könnten „ihr“ Publikum besser ansprechen.

Nach langem Suchen wurde die genannte Pfarre in Amersfoort für diese neue Aufgabe ausgewählt; sie ist eine aktive Durchschnittspfarre im Kern einer Provinzstadt. Nach Übereinkunft aller Betroffenen soll eine Betreuungskommission seitens des Erzbischofs von Utrecht „in seinem Namen die vom Sehfunk ausgestrahlten Liturgiefeiern und alle sich ergebenden Tätigkeiten überwachen und auswerten“. In die

Kommission ernennt die niederländische Bischofskonferenz einen Pastoraltheologen, einen Liturgiker und einen Kirchenmusiker; die Rundfunkgesellschaft stellt einige weitere Mitglieder.

In den letzten Monaten 1974 wurde einmal monatlich ein Gottesdienst von Amersfoort ausgestrahlt (im vierzehntäglichen Turnus mit einer anderen Pfarre im Land); samstags lief eine kirchliche Fünf-Minuten-Sendung. Seit dem 1. Januar 1975 wurden die Sendungen zahlenmäßig verdoppelt. Nun wird allsonntäglich über den niederländischen Sehfunk eine Eucharistiefeier ausgestrahlt — weitere Dienste der „Rundfunkpfarre“ sind in Vorbereitung —, an zwei Wochenenden von Amersfoort aus. Ob diese Sendungen — von herausragenden Ereignissen abgesehen — künftig nur von dort ausgehen, ist noch offen. Vertreter der Rundfunkgesellschaft plädieren dafür. Unterdessen bemühen sich die beiden TV-Pfarrer auch um die Sendungen aus anderen Kirchen im Land. So wird bereits Verbindung zur TV-Pfarre geschaffen.

Der TV-Pfarre ist ein überregionales Pfarramt angeschlossen: wegen verstärkter Reaktionen aus dem Publikum. In den Niederlanden scheint eine zunehmende Zahl von Menschen nicht recht zu wissen, bei wem sie ihre pastoralen und sozial-pastoralen Probleme vorbringen können. Erfahrungsgemäß wenden sie sich mehr und mehr an Personen, die sie aus dem Hör- und Sehfunk kennen. Die Rundfunkgesellschaft besitzt bereits im ganzen Lande eine Menge seelsorglicher Betreuer und Kontakt Personen für soziale Belange, die ihre Mitarbeit der „Rundfunkpfarre“ antragen. So wird die Programmierung der TV-Pfarre und des Rundfunkpfarramts durchaus nicht dem Zufall überlassen. Und die Wünsche des Pfarramts sollen sich im gesamten informativen, besonders dem religiösen Angebot der Rundfunkgesellschaft niederschlagen. Schon werden durch die im Sehfunk ausgestrahlten Eucharistiefeiern zusätzlich viele Menschen, Kranke, Alte und andere, erreicht.

Frans Oudejans (Breda)

Das Unesco-Image in der katholischen öffentlichen Meinung

Als im Mai 1973 das Internationale Katholische Zentrum für die Unesco in Paris eröffnet wurde, betonte René Maheu, damals ihr Generaldirektor, die Verbindung mit den nichtregierungsgebundenen Organisationen, besonders mit der öffentlichen Meinung. So beschloß die Vereinigung „Comité de Soutien et de Promotion du Centre Catholique International pour l'Unesco“ (Komitee zur Unterstützung und Förderung des Internationalen Katholischen Zentrums für die Unesco), Paris, bei ihrer ersten Generalversammlung am 14. Juni 1973 einstimmig eine Untersuchung über das Image der Unesco in der katholischen öffentlichen Meinung in der Welt.

Die Antworten auf die ausgeschickte Umfrage, ihr Inhalt, ihre unterschiedliche geographische Herkunft sowie die teilnehmenden Personen haben das Unternehmen gelingen lassen. Annie Dufaure vom „Comité Catholique Français contre la Faim et pour le Développement“ (Französisches Katholisches Komitee gegen den Hunger und für die Entwicklung) führte Umfrage und Auswertung durch. Die Ergebnisse müssen als positiv angesehen werden.

Die Unesco sorgt sich bereits seit langem um die Meinung, die man von ihr hat. Diese kann ihre Arbeit erleichtern oder auch hemmen, gerade in heutiger Zeit, denn die Meinung wirkt in ihrer vielfältigen Verbreitung auf die Realität zurück, ruft Besinnung und Korrektur hervor, rät neue Arbeitsmethoden an, beflügelt oder bremst die Zusammenarbeit.

In welcher Weise wird die Unesco heute in katholischen Kreisen gesehen, und zwar von Organisationen wie von Einzelpersonen? Die Antwort auf diese Frage sollte einen freimütigen, originalen Beitrag zur Meinungsforschung der Unesco über sich selbst leisten. Die Ergebnisse erheben nicht den Anspruch einer wissenschaftlichen Untersuchung, sollten jedoch aufrichtige und präzise Aussagen machen. Es wurden 150 Fragebogen verschickt. Zurückliefen 44 Fragebogen und dazu zwei Briefe, insgesamt also 46 Antworten: 4 aus Asien, 1 aus Ozeanien, 3 aus Afrika, 10 aus Lateinamerika, 25 aus Europa, 3 aus Nordamerika.¹ An Ländern waren vertreten: Indien, Pakistan, Philippinen, Australien, Ruanda, Zaire, Bolivien, Chile, Kolumbien, Mexiko, Paraguay, Peru, Bundesrepublik Deutschland, England, Belgien, Spanien, Frankreich, Ungarn, Italien, Schweden, Schweiz, Kanada.

Das *allgemeine Image* bezeichneten als positiv: 84 %; negativ 4 %; positiv und negativ: 11 %; ohne Meinung waren: 4 %. 87 % präzisierten: positiv aus humanitären Gründen. Die Unesco „ermutigt die Kultur, die Wissenschaft und die Erziehung, Grundpfeiler der integralen Bildung des Menschen“. „Sie stellt die Kultur in den Dienst des Friedens und der Völkerverständigung“ und fördert die Zusammenarbeit zwischen den Regierungen „über politische Ideologien hinaus“. Im einzelnen werden z. B. der Kampf gegen das Analphabetentum und die mannigfachen internationalen Begegnungen, Treffen, Kongresse genannt. Als negativ werden das bürokratische Verhalten und politisch und kulturell nichtneutrale Beziehungen zu den verschiedenen Ländern bezeichnet.

Auf die Frage, ob die Unesco die Gründerziele treu befolge, antworteten über ein Drittel der Befragten, sie kannten diese Ziele zu wenig oder nicht. Ein Großteil bejaht die Frage, 2 % verneinen sie. Positiv wird die betonte Öffnung gegenüber der Dritten Welt, die Erziehungsarbeit und die Förderung der Kultur verzeichnet, negativ der Abstand zwischen der bürokratischen Zentrale und den Einsatzhelfern.

am Ort. Erdnaher Humanismus und idealistischer Höhenflug bestimmen zugleich das Bild. Die extensive Arbeit erschwert den Einsatz. Rein technische Treffen erhalten leicht politische Färbung. Kompromissen mit und Pressionen seitens der Mitgliederstaaten geht die Unesco nicht aus dem Weg.

Die Unesco erfüllt ihr heutiges *Programm* teilweise oder durchaus gut nach der Meinung von 62 % der Befragten. Doch gab es auch starke Kritik: Die Neutralitätsauffassung nach Art der „ersten“ Welt liefere einen falschen Ausgangspunkt. Die Organisation müsse stärker die nicht regierungsgebundenen Aspekte beachten. Man solle nicht ständig neue Projekte schaffen, die die vorausgehenden auslöschen. Besser sei es, Projekte bis zu Ende zu führen, auch wenn sich unterwegs die Sichtweise verschiebe. Doch wurde das Programm der Unesco als „sehr interessant“ und „oftmals präziser als das anderer Dienststellen der Vereinten Nationen“ angesehen.

Die nächste Frage betraf die *ideologische Neutralität* der Unesco. 57 % billigen sie ihr zu, 9 % machen Einschränkungen, 34 % verneinen sie. Die Meinungen sind also geteilt. In ihren Absichten und humanitären Idealen erscheint die Unesco neutral. Aber in der Praxis scheint eine politische Färbung unvermeidbar zu sein. Jemand schreibt: „Neutral? Nicht in der Praxis. Es gibt in diesem Turm von Babel mehrere Ideologien, die alle zu parteiischen Ergebnissen kommen.“ Es ergeht der Unesco hier nicht anders als anderen internationalen Organen. Wegen ihrer Aktivitäten und Institutionen wird sie teils geschätzt, teils nicht.

Das *Zeitschriften- und Informationsmaterial*², der „Kurier der Unesco“ und andere Publikationen, werden von 55 bzw. 80 Prozent der Befragten gelesen und durchweg positiv beurteilt. Allerdings fehlt es auch hier nicht an kritischen Stimmen: Gewisse Studien sind „ziemlich einseitig“. Die erwähnte Zeitschrift erreicht die Asiaten mit dreimonatiger Verspätung. Auch Afrikaner, Lateinamerikaner und Ungarn beklagen sich darüber. Mangelnde Neutralität wird von neuem erwähnt. Die Publikationen schärfen das Bewußtsein und bieten Information. Die „Förderung der Entwicklungsvölker“ wird geschätzt, aber „demagogische“ Züge fehlen nicht. Ein anderer schreibt: „Ich habe einige Zeit in den Bibliotheken der Unesco und der Vereinten Nationen in Bangkok und Manila zugebracht, habe aber nicht viel für meine Fall-Untersuchung gefunden, auch keine echten Analysen der Erziehungstendenzen in Asien.“

Den Fragen nach den *Unesco-Aktivitäten* auf dem Gebiet der Erziehung, der Kultur und der Sozialwissenschaften stellten sich 94 % der Befragten. Der Kampf gegen das Analphabetentum wird am häufigsten erwähnt. Die Radioschulen Lateinamerikas, meint man, sollten auch in Afrika eingeführt werden. Unter den Aktivitäten sind die Publikationen bestens bekannt. Andere, wie angeschlossene Schulen oder Unesco-Klubs, werden bei der Aufführung der genauen Aktivitäten weithin (73 bis 64 %) nicht genannt. Manche sind unbekannt oder wenig bekannt.

Die *nationalen Kommissionen* der Unesco sind bei 51 Prozent der Befragten wenig oder schlecht bekannt. Man hält sie für einen geschlossenen Club und kennt sie nur oberflächlich. Sie sind nur ihren Mitgliedern, einem kleinen Kreis von Personen, einigen Funktionären und den offiziellen Behörden, den Kultusministerien, und in Schulkreisen bekannt, nicht aber bei der Gewerkschaftsführung. Mit privaten Organisationen stehen sie in „sehr ungenügender“ Verbindung.

Um das Vorhandensein von eigenen *Unesco-Experten* wissen 45 % der Befragten. 21 % wissen nicht darum. Die Experten gelten als kompetent: „Wir hatten den

Eindruck, daß sie sehr gut über die Fragen Bescheid wußten, über die sie sprachen.“ Freilich gibt es Unterschiede in der Qualität. Der Experte, so schränkt man ein, bleibt nicht lange genug im Land, auch verkennt er die Realität. Sein Lebensstandard ist zu hoch im Vergleich zu der Bevölkerung, die er berät. „Diese Menschen sind, außer in Ausnahmefällen, wenig dem Land angepaßt (in das sie kommen), sie helfen sehr wenig.“ Viele Experten der Unesco haben es nie hingenommen, sich in einem gegebenen Moment entbehrlich zu machen und für Nachfolger zu sorgen. „Auch fehlt es an Koordinierung der Experten untereinander.“ Hier kritisierten vor allem die Afrikaner und Lateinamerikaner.

Die Arbeitsqualität der Unesco bezeichnen 7 % der Befragten als sehr gut, 32 % als gut, 39 % als ziemlich gut, 7 % als schlecht, 2 % als teils gut, teils schlecht, niemand nennt sie sehr schlecht, ohne Antwort und Meinung sind 13 %. Einzelstimmen: „Die Verwaltungsmaschinerie ist sehr schwerfällig, so kommt es, daß über das Handeln erst entschieden wird, wenn der Kranke schon im Sterben liegt.“ „Manchmal fehlt es an Kontinuität, und die Unesco setzt sich über nationale Initiativen mehr hinweg, als daß sie sich darin wirklich einfügt.“ Die Arbeit „verdient, ermutigt zu werden“. Unwirksamkeit geht meist auf die Unkenntnis der Wirklichkeit zurück. Die Kosten der Unesco erscheinen manchen der Befragten auf den ersten Blick hoch, im Hinblick auf ihre verschiedenen Tätigkeiten sind sie es jedoch nicht. Allerdings könnte sie, die Unesco, z. B. sparen, meint jemand, wenn sie etwa vorhandene Organisationen in einem Land, die in gleicher Richtung arbeiten, nutzen würde.

Insgesamt bekräftigen mehr als ein Drittel der Befragten ein positives Image der Unesco: in ihren humanitären Grundprinzipien, in der Anpassung ihrer Aktivitäten angesichts der großen Weltprobleme, wegen ihrer Informationen und Publikationen, in ihrem Kampf gegen das Analphabetentum und in ihrem Einsatz etwa zur Bewahrung des künstlerischen Erbes. Vorgeworfen wird ihr kulturelle und ideologische Parteilichkeit. Der Experte ist zu wenig ein Mann des Kontakts und der Tat. Die kirchliche Gemeinschaft erscheint gegenüber der Unesco mißtrauisch. Sie ignoriert die Nationalen Kommissionen. In Presse, Hör- und Sehfunk spielt die Unesco keine Rolle, während Schulen und Universitäten sie schätzen. Den Eingeweihten und Kennern erscheint das Image positiver als den Außenstehenden. 73 % der Befragten meinten, das Image könne aufgebessert werden. Man müsse die Information intensivieren, sich der katholischen Presse, überhaupt allgemein der Presse, des Hör- und Sehfunks dazu bedienen. Man könne Kontakte und Beziehungen vermehren. Man könne das Budget für Publizitätsfragen anheben, die Strukturen anpassungsfähiger machen, die Nationalen Kommissionen offener und lebendiger gestalten, Delegierten und Experten entsprechende Leitlinien geben. Man solle sie in der Dritten Welt weniger offiziell vertreten lassen. Sie solle sich vor allem dynamisch zeigen und die Hindernisse offen nennen, mit denen sie zu kämpfen hat. Sie solle im übrigen in aller Einfachheit tätig sein, ohne Überheblichkeit.

Josef Hosse (Essen)

Anmerkungen:

1. Die Untersuchungsergebnisse können in solchem Fall nur relativen Wert beanspruchen.
2. „The Month at Unesco“, „Katholische Unesco Informationen“ usw. sind zu beziehen beim Internationalen Katholischen Zentrum für die Unesco, 9, Rue Cler, 75007 Paris.

Schweizer Synode 72, Sachkommission 12: Information und Meinungsbildung in Kirche und Öffentlichkeit*

Einleitung

Die Schweizer Synode 72 ist von allem Anfang an von den Voraussetzungen ausgegangen, daß der Synodenprozeß, sollte er der Situation und der Eigenart des Landes und der föderalistischen Mentalität seines Volkes Rechnung tragen, einerseits die Verschiedenheit der Sprachregionen und Diözesen, anderseits aber auch die notwendige Einheit der Kirche in der Schweiz zum Ausdruck zu bringen habe. Dafür mußte ein kombiniertes Modell zwischen diözesaner und gesamtschweizerischer synodaler Tätigkeit erarbeitet und gefunden werden. Der gesamtschweizerischen Verbundenheit wurde dadurch Rechnung getragen, daß die Vorbereitung der Texte zu den einzelnen Themen von gemeinsamen, interdiözesanen Fachkommissionen in die Hand genommen wurde, so daß alle Diözesen für ihre Verhandlungen vom gleichen Text ausgegangen sind und mit Hilfe davon im großen ganzen dieselben Probleme behandelten. Damit ist darauf hingewiesen, daß die gemeinsamen Entwürfe in den einzelnen Diözesen zum Teil stark überarbeitet wurden. Sie sollten ja möglichst auf die konkrete Situation Bezug nehmen, die in den einzelnen Landesgegenden, etwa wenn man die Strukturen der Presse oder der Radio- und Fernseharbeit betrachtet, unterschiedlich ist. Einzelne wichtige, regionale Unterschiede übergreifende Fragen sind in der Folge von gemeinsamen, gesamtschweizerischen Sitzungen verabschiedet worden, so daß sie im selben Wortlaut für alle Diözesen Geltung haben.

Der folgende, in einen erläuternden Berichts- und einen „abstimmungsreifen“ Vorlageteil gegliederte Text ist die Fassung, wie sie von der gesamtschweizerischen, interdiözesanen Fachkommission „Information und Meinungsbildung in Kirche und Öffentlichkeit“ erarbeitet worden ist, um den Diözesen als Grundlage und Ausgangspunkt für ihre eigene Arbeit zu dienen. Das Autorenteam, eine ca. 20köpfige Kommission, darunter auch Vertreter der reformierten Kirche, war fast ausschließlich aus Fachleuten der einzelnen Medienbereiche zusammengesetzt, ein Umstand, der vor allem von der sog. „Basis“ her wegen dadurch verursachten „Sprachbarrieren“ nicht nur als Vorteil gewertet worden ist.

In der inhaltlichen und gedanklichen Ausrichtung hat sich das Papier, vor allem im Grundsatzteil, stark an die Richtlinien von „Communio et Progressio“ angelehnt, weil und obgleich immer wieder festgestellt werden mußte, wie wenig die dort formulierte Theorie in die kirchliche Praxis der Universal- und Lokalkirche bis jetzt Eingang gefunden hat.

Ambros Eichenberger (Zürich)

Kommissionsbericht

0 Vorbemerkungen

1. Die interdiözesane Sachkommission „Information und Meinungsbildung in Kirche und Öffentlichkeit“ publiziert hiermit die Vorlage, die sie den Diözesansynoden unterbreiten möchte. Sie umfaßt zwei Teile: den Kommissionsbericht und die eigentliche Vorlage. Jeder Teil gliedert sich in folgende Kapitel:

- Grundsatzfragen (1 und 4)
- Kirche und Presse (2 und 5)
- Audiovisuelle Medien (3 und 6)

2. Der Entwurf ist das Gemeinschaftswerk einer Gruppe von Leuten, die auf verschiedene Weise in der Medienarbeit tätig sind. Die Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“ von Paul VI. hat als eine der Arbeitsgrundlagen gedient. Zudem konnte die Sachkommission Einblick nehmen in den Bericht von Willy Kaufmann über die Lage und die Arbeitsperspektiven der Katholiken auf dem Gebiet der Massenmedien und in die von der Arbeitsgruppe „Technik und Verkündigung“ der schweiz. Pastoralplanungskommission herausgegebene Studie über den Einsatz audiovisueller Medien in der Verkündigung.

3. Die Frage der sozialen Kommunikationsmittel beschäftigt Gesellschaft und Kirche erst seit relativ kurzer Zeit.

Dieser Umstand hat sich auch beim Erarbeiten der Vorlage bemerkbar gemacht. Die Sachkommission ist sich deshalb der Unvollkommenheiten des Dokumentes bewußt.

Sie möchte vor allem auf die zahlreichen regionalen Verschiedenheiten in bezug auf Struktur, Entwicklung und Auffassung der kirchlichen Medienarbeit hinweisen.

Diese Unterschiede werden von den Diözesansynoden bei ihren konkreten Anträgen entsprechend berücksichtigt werden müssen.

1 Grundsatzfragen

1.1 Situation

1.1.1 Durchgeht man die *Zuschriften an die Synode*, die sich mit den Medien, d. h. Mitteln der Kommunikation (Radio, Fernsehen, Film, Presse, Buch) beschäftigen, so äußert

sich darin zumeist ein Unbehagen, das weit entfernt ist vom Optimismus, den die päpstliche Instruktion „Communio et Progressio“ ausstrahlt. Die einen machen die Medien verantwortlich für die „Glaubenskrise“, und sie beklagen den schlechten „Einfluß auf den Glauben vor allem bei den Jugendlichen“: die anderen gestehen ihnen zu, „für jung und alt die maßgebende Kanzel und der maßgebende Lehrstuhl“ zu sein, fragen aber gleichzeitig, „ob die Kirche genügend präsent sei an Radio und Fernsehen“.

1.1.2 Die Auffassungen sind also unterschiedlich, und aus nicht wenigen spricht *Angst* vor den modernen Mitteln der Kommunikation. Aus verschiedenen Äußerungen können wir feststellen, daß diese Angst nicht nur beim sogenannten Kirchenvolk vorhanden ist, sondern bis hoch hinauf in der Hierarchie. Das wird historisch gesehen verständlich, wenn man bedenkt, daß das Verhältnis zwischen Kirche und Gesellschaft nicht ungebrochen ist und erst in jüngster Zeit große Wandlungen durchgemacht hat, die wohl in kirchlichen Dokumenten¹ dargelegt, aber praktisch noch nicht bewältigt sind.

1.1.3 Angesichts dieser Lage hat die Sachkommission versucht, sich auf *einiges Grundlegende zu besinnen*, das vielleicht hilfreich sein könnte für die Gespräche, die in der Kirche im Zusammenhang mit der Synode 72 geführt werden müssen. Sie ist sich bewußt, daß das schwierig ist, auch im Vergleich zu anderen Synodalvorlagen, gerade weil das Grundlegende noch wenig geklärt und vieles davon auch nicht ins Bewußtsein der kirchlichen Gemeinschaft gedrungen ist.

1.2 Bedeutung der Massenkommunikation und der Meinungsbildung

1.2.1 Wir leben in einer Gesellschaftsordnung, die sich *demokratisch* und *freiheitlich* nennt. Diese Ordnung geht von der Freiheitsbewegung der letzten Jahrhunderte aus, die auf einem neuen Denken von der Würde der menschlichen Person gründet und zur Religions- und Gewissensfreiheit, der freien Meinungsäußerung, der Freiheit von Lehre und Forschung sowie der Pressefreiheit geführt hat. Das hatte zur Folge, daß in unserer Zeit die offenen pluralistischen Gesellschaften wechselnde Mehrheiten hervorbringen, die jeweils von allen Mitgliedern und

Gruppen der Gesellschaft anzuerkennen sind, bei gleichzeitigem Schutz der Minderheiten.

1.2.2 Nun gibt es aber keine Gesellschaft ohne *Kommunikation*. Erst mit der Kommunikation wird aus einer Summe von Individuen eine irgendwie strukturierte Gesellschaft. In unserer Zeit ist es aber vor allem die Massenkommunikation, jene Folge technischer Errungenschaften, welche unsere Gesellschaft prägt und ohne die eine moderne Demokratie nicht mehr zu denken ist.

1.2.3 Diese *Massenkommunikation* ist aus ihrem Wesen heraus *öffentlich*, richtet sich an alle und ist jedermann zugänglich. Der Mensch muß, darf und will wissen, wie es um ihn steht, welche Entscheidungen und Fakten sein Leben beeinflussen und wie er sich in der Gesellschaft verhalten kann oder soll. Er verlangt Durchsichtigkeit der Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse, er verlangt die Transparenz in bezug auf Institutionen, Situationen und Personen. Deshalb gehört die Freiheit zur Information (Meinungsausäußerungsfreiheit) zu den grundlegenden Menschenrechten.²

1.3 *Die Antwort der Kirche in ihren Dokumenten*

1.3.1 Durch viele Jahrhunderte hat die Kirche — wenn auch in anderen historischen Zusammenhängen — Meinungsbildung betrieben durch Austragen unterschiedlicher Meinungen im Streitgespräch.

Wir verweisen auf die alten Konzilien oder auf die religiösen Bewegungen am Ende des Mittelalters, die oft in scharfer Opposition gegen die kirchlichen Institutionen zu den großen Ordensgründungen, beispielsweise der Franziskaner, führten. Erst als die Kirche sich gegen andere christliche Gemeinschaften in möglichst vielen Bereichen des Glaubens und des Lebens abgrenzen wollte, ging man dazu über, autoritär festzulegen, was wahr und richtig war, zum Beispiel durch das Mittel der Inquisition.

1.3.2 Wie stellt sich nun *heute* die Kirche zu diesen umfassenden Informations- und Meinungsbildungsprozessen? In ihren neuesten Dokumenten spricht sie eine deutliche Sprache. In der Erklärung über die Religionsfreiheit wird festgestellt, „daß alle Menschen frei sein müssen von jedem Zwang, sowohl von seiten einzelner wie

gesellschaftlicher Gruppen, wie jeglicher menschlicher Gewalt, so daß in religiösen Dingen niemand gezwungen wird, gegen sein Gewissen zu handeln, noch daran gehindert wird, privat oder öffentlich, als einzelner oder in Verbindung mit andern — innerhalb der gebührenden Grenzen — nach seinem Gewissen zu handeln“.

1.3.3 In ähnlicher Weise unterstreicht die Pastoralinstruktion „Communio et Progressio über die Instrumente der sozialen Kommunikation“ „die Freiheit der Meinungsausäußerung des einzelnen“. Sie wird als „ein Wesensbestandteil bei der Bildung der öffentlichen Meinung“ bezeichnet, „öffentliche Meinung“ aber als „wesentlicher Ausdruck der gesellschaftlichen Natur des Menschen“ (CP 24).

Sie beurteilt Konflikte bei der Bildung der öffentlichen Meinung positiv (CP 24) und weiß, daß nur „im Spiel des Gebens und Nehmens ... die am besten begründeten und gesicherten Ansichten“ zustande kommen (CP 26). Sie betont das Recht und die Pflicht zur Information (CP 33) im Interesse sowohl des einzelnen als auch der Gesellschaft (CP 35).

1.3.4 Wie ernst es die Instruktion mit diesem *Recht der Information* meint, zeigt sie, wenn sie in Anbetracht der „geistigen Werte, die in der Kirche zum Ausdruck kommen, ein Höchstmaß an Vollständigkeit, Wahrhaftigkeit und Offenheit“ für ihren eigenen kirchlichen Bereich fordert: „Wenn kirchliche Stellen Nachrichten zurückhalten oder nicht in der Lage sind zu informieren, öffnen sie schädlichen Gerüchten Tür und Tor, anstatt die Wahrheit ans Licht zu fördern. Geheimhaltung muß daher unbedingt auf solche Fälle begrenzt bleiben, bei denen es um den Ruf und das Ansehen eines Menschen geht oder andere Rechte einzelner bzw. von Gruppen verletzt werden“ (CP 121).

1.3.5 Die *Kommunikationsmittel* und somit auch ihre Technik und die Funktionsgesetze (CP 19) betrachtet sie als „Geschenke Gottes“ (CP 2) im Dienste des Fortschrittes der menschlichen Gesellschaft (CP 19).

1.3.6 Sie sieht aber auch, daß sie durch irrende Menschen gehandhabt werden (CP 9) und verkennt nicht die *Gefahr der Macht*, die sie ausüben, besonders wenn sie „durch Konzentration in den Händen ganz weniger ein wirkliches Gespräch in der Gesellschaft

verhindert und die Gemeinschaft zerstört wird“. Sie verlangt daher eine Konkurrenz unter den Medien, damit die Ereignisse und Anschauungen vielseitig behandelt werden. Ohne die Vielzahl der Medien und die gegenseitige Unabhängigkeit ist der Gebrauch des Informationsrechts „völlig gegenstandslos“ (CP 34).

1.3.7 Auch *innerkirchlich* gelten die gleichen Gesetze: Es bedarf auch in der Kirche einer öffentlichen Meinung. „Dem Leben der Kirche würde etwas fehlen, wenn es ihr an öffentlicher Meinung mangelte. Die Schuld daran fielet auf Hirten und Gläubige“ (vgl. CP 115–124). Darum muß es auch in der Kirche einen „Kampf der Meinungen“ geben in einem freien Meinungsaustausch. Alle „Katholiken sollen sich bewußt sein, daß sie wirklich die Freiheit der Meinungäußerung besitzen“ (CP 115). Die Instruktion bezeichnet die Entfaltung der öffentlichen Meinung in der Kirche als „lebensnotwendig“, und darum muß jeder Gläubige das Recht haben, sich über alles zu informieren, was erforderlich ist, um im Leben der Kirche eine aktive Rolle zu übernehmen (CP 19, vgl. auch CP 116). Mit anderen Worten: Die Konstitution verlangt auch das, was wir mit Transparenz der Kirche als Institution bezeichnen.

1.4 Die Schwierigkeiten bei der Verwirklichung

1.4.1 Angesichts einer so klaren Sprache in den kirchlichen Weisungen ist es eigentlich verwunderlich, daß bei den kirchlichen Amtsträgern und im Kirchenvolk noch so viel *Angst und Unsicherheit* vorhanden sind. Wir möchten dazu vier Gründe ins Feld führen:

1.4.2 Die Gesetze und Verordnungen der Kirche: Noch sind kirchliche Zensurbestimmungen in Kraft, die aus der längst vergangenen absolutistischen Denkweise leben. Aber auch neuere Verordnungen verhindern die Transparenz in entscheidenden Dingen. Beispielsweise die neue Verfahrensordnung der Glaubenskongregation, wo oft nicht einmal der Betroffene weiß, daß ein Verfahren gegen ihn im Gange ist. Niemand sieht die Akten, und keiner kennt den Verteidiger. Dabei wäre doch gerade hier ein öffentliches Verfahren am Platz, denn das Gespräch unter Fachleuten ist ein klassisches Instrument der Meinungsbildung und der theolo-

gische Disput war es auch während Jahrhunderten in der Kirche.

Auch in bezug auf Personen und Ämter fehlt diese Transparenz. Dabei würde doch die Bestellung wichtiger Ämter in der Kirche Bischöfe, Priester und Laien zum mindesten interessieren.

1.4.3 Die Sprache der Kirche: Vieles was sie sagt, geht am heutigen Sprachgebrauch vorbei, ist ohne theologie-geschichtliche Einführung fast nicht zu verstehen und wird, weil eben nicht verstanden, auch nicht beachtet. Als Beispiel diene etwa die „Erklärung der Glaubenskongregation zum Schutze des Glaubens an die Geheimnisse der Menschwerdung und der Allerheiligsten Dreifaltigkeit“, die ausdrücklich verlangt: „Die Gläubigen müssen getreu die Geheimnisse bekennen, die in dieser Erklärung behandelt sind“. Die Sprachwissenschaft weiß schon längst, daß keine Sprache gedanklich schlüssig durchkonstruiert ist und die Worte ihren Sinn wechseln. Deshalb kann das Festhalten an allen Formulierungen in den Ohren der Gläubigen zu einer unverständlichen Wortspielerei werden. Wenn die Kirche sich in die Meinungsbildung dieser Welt einschalten, dieser Welt ihre Botschaft verkünden will, so muß sie sich der Sprache dieser Welt bedienen, der Sprache auch, die den modernen Mitteln der Massenkommunikation angepaßt ist. Sie muß den Leuten auf den Mund schauen, sonst gibt sie den Dürstenden Brot und den Hungernden Wasser.

1.4.4 Die Rolle des Lehramtes: Wir stellen fest, daß kirchliche Stellungnahmen sehr oft in der Form, in der Wahl des Zeitpunktes, aber auch in der Thematik vergessen, daß sie auf Fragen antworten sollen, die tief in die persönliche Lebensgestaltung des Gläubigen eingreifen und auch seine Stellung im Rahmen der Gesellschaft, in der er lebt, berühren. Damit sei lediglich gesagt, daß das Lehramt seinen Platz in der öffentlichen Meinungsbildung heute noch nicht gefunden hat. Es ist auch nur zu finden in einem wirklichen Hinhören auf die Probleme der Gläubigen und der Menschen überhaupt. Hören und Empfangen ist die Chance für die Kirche, wenn sie im Bereich der modernen Kultur mitreden will.

1.4.5 Nicht zuletzt sind die Schwierigkeiten in den Personen selbst begründet. Die Zeiten,

in denen die Kirche gezwungen war, sich gegen mächtige Feinde abzugrenzen, und die Gläubigen auch gesellschaftlich auszusondern versuchte, liegen nicht allzuweit zurück und haben bei Gläubigen und Amtsträgern Spuren hinterlassen. Allzu viele verlangen noch handfeste Richtlinien und Verhaltensregeln für alles und jedes, die unumstößlich sind und das Heil „garantieren“. Sie vergessen, daß schon Paulus in wichtigen Lebensfragen, die die korinthische Gemeinde entzweite, offen eingestehen mußte: „Dazu habe ich kein Gebot des Herrn“ (1 Kor 7,25). Alle werden lernen müssen, daß die kirchlichen Amtsträger die christliche Botschaft auch in einer persönlichen Sicht vertreten, daß sie wie Paulus sagen: „Das sage ich, nicht der Herr“ (1 Kor 7,12). Das gibt ihnen die Freiheit, ihre Ansicht zu äußern, ohne sich ringsum versichern zu müssen. Sie leisten einen besseren Beitrag zur Information und zur kirchlichen Präsenz in der öffentlichen Meinung, wenn sie auch die Verschiedenheit ihrer Auffassung bekannt geben. Denn auch im kirchlichen Raume verraten „gemeinsame Auffassungen“ oft den mühsamen Kompromiß auf dem eben noch überall tragbaren Nenner und sind oft mehr durch kirchenpolitische Rücksichtnahme als durch die drängenden Fragen der Gläubigen diktiert. Vollends schädlich ist es, wenn man versucht, Diskussionen durch Zwangsmaßnahmen zu beenden.

2 Kirche und Presse

2 Einleitung

Trotz der großen Verbreitung von Radio und Fensehen kommt der Presse auch heute noch eine besondere Bedeutung zu unter den Massenmedien. Im Gegensatz zu den Konzessionsmedien arbeitet die gedruckte Presse fast ausschließlich auf privatwirtschaftlicher Basis.

Die ISaKo 12 der Synode 72 hat sich ebenfalls mit dem Fragenkomplex Kirche und Presse befaßt, weil hier verschiedene Probleme einer breiten Öffentlichkeit vorerst einmal bewußt gemacht werden müssen, und weil viele wichtige Fragen einer grundlegenden Klärung bedürfen.

Vollständige Unterlagen zu allen Problemen sind der Kommission natürlich nicht möglich.

Wir mußten uns beschränken auf drei Gegenstände: auf das Verhältnis der kirchlichen Instanzen zur Presse und zu den Informationsabteilungen der anderen Medien, auf die Probleme der sogenannten „Katholischen Presse“ und auf ein einzelnes Beispiel kirchlicher Presseerzeugnisse, die Pfarrblätter.

Bei allen drei Abschnitten gilt zu beachten, daß die Kommission nicht alle regionalen Verschiedenheiten der Schweiz berücksichtigen konnte. Gerade im Bereich der Tagespresse, der Pfarrblätter und anderer katholischer Publikationen sind die Verhältnisse sehr verschieden, so daß die Diözesansynoden ihrerseits Änderungen und Ergänzungen anbringen müssen.

2.1 Das Verhältnis der Kirche zur Presse und den Informationsabteilungen der anderen Medien

2.1.1 Theoretische Grundlagen

Die Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“ (Nrn. 174, 175 und 176) sieht vor, daß jeder Bischof und jede Bischofskonferenz ihre offiziellen Sprecher haben. Das Dokument sagt: „Diese Presse sprecher werden im Rahmen ihres Auftrages über das Leben und Wirken der Kirche schnell und genau informieren. Es ist auch sehr anzuraten, daß die Diözesen und die größeren katholischen Organisationen ihre festen und ständigen Sprecher haben, die mit ähnlichen Aufgaben betraut sind. „Die weiteren Bestimmungen der Instruktion zielen darauf hin, daß der Presse, dem Radio und dem Fernsehen die Arbeit erleichtert wird.

2.1.2 Die Anwendung in der Schweiz

Unsere Kommission machte eine kleine Umfrage, um zu erfahren, wie es mit der Anwendung dieser Bestimmungen in der Schweiz steht. Es ging daraus hervor, daß keine Diözese der Schweiz ihren Informationsdienst gemäß der Instruktion ausgebaut hat. Drei Ordinariate haben Ansätze: Sie bestimmten wenigstens einen Beauftragten für Information. In den anderen Bistümern ist noch nichts geschehen. Man erachtete das Bistum teilweise als zu klein für einen solchen Informationsdienst. Wo Beauftragte für Information vorhanden sind, handelt es sich um Priester und nicht um Laien, welche über eine eigentliche Fachausbildung verfügen. Zudem handelt es sich durchwegs um Nebenbeamungen, und zwar neben anderen Funk-

tionen, welche ihrerseits bereits eine volle Arbeitskraft beanspruchen.

Der heutige Stand mag ungenügend sein, aber man darf nicht übersehen, daß er bereits einen großen Fortschritt gegenüber früher darstellt. Man muß feststellen, daß die Informationsbeauftragten die Arbeit der Journalisten mit bestem Willen zu unterstützen suchen. Dazu kommt, daß die verhältnismäßig kleinen Schweizer Bistümer noch persönliche Beziehungen von Journalisten zu den Ordinariaten ermöglichen.

2.1.3 Folgerungen aus dieser Sachlage

Viele Redaktoren sogenannter katholischer Zeitungen haben sich leider an diese Sachlage gewöhnt. Sie haben etwa die Erfahrung gemacht, daß die Hierarchie vor allem im Sinne einer gewissen Zensur oder Einladung zur „Klugheit“ und zur Diskretion eingreift oder daß sich viele Priester vor allem dann mit der Presse beschäftigen, wenn es um direkte materielle Bedürfnisse geht (Mitteilungen, Veranstaltungshinweise, offizielle Anzeigen). Diese Erfahrungen möchten da und dort zu einem Mißtrauen führen gegenüber jenen Informationen, welche von offiziellen kirchlichen Stellen kommen. Die Folge: Viele Redaktoren katholischer Zeitungen begnügen sich mit Agenturmeldungen, was einer Art Selbstzensur gleichkommt.

Die neutrale Presse beschäftigt sich ebenfalls mit der Kirche. Die Sprache kirchlicher Mitteilungen ist aber weitschweifig und unklar: Man findet Anspielungen, die nur der Ein geweihte versteht und die das Wichtigste verschleieren. Das erschwert die Arbeit der neutralen Presse, die sich häufig jenen Sachverhalten zuwendet, von denen sie wegen ihres Sensationswertes einen kommerziellen Vorteil erwartet.

Die Verantwortlichen für Information in Radio und Fernsehen beklagen sich häufig darüber, daß es nicht in jeder Diözese einen eigentlichen Presse sprecher gibt, welcher Informationen vermittelt, bestätigt oder ergänzt oder in der Lage ist, rasch einen kurzen Kommentar zu übermitteln, welcher fachliche Kompetenz garantiert.

2.2 Die katholische Tagespresse

2.2.1 Was ist „katholische Presse“?

Grundsätzlich gibt es keine „katholischen“ Zeitungen, sondern Verleger und Redakto-

ren, welche katholisch sind. Trotzdem spricht man von katholischen Zeitungen, und in der Schweiz gibt es eine ganze Reihe von Presse erzeugnissen, die sich als katholische Zeitungen verstehen. Sie erscheinen zum Teil in Regionen, deren Bevölkerung mehrheitlich katholisch ist, was die Zeitung selbstverständlich prägt. Zum Teil aber werden sie in konfessionell gemischten Gebieten heraus gegeben: Sie wenden sich dann in erster Linie an die katholische Minderheit der Bevölkerung.

Diese katholischen Zeitungen bemühen sich, die Verkündigung des Glaubens in die Alltagssprache zu übersetzen. Neben dem übrigen Informationsauftrag erachten sie die ständige Information über Kirche und kirchliches Leben als eine ihrer wesentlichen Aufgaben. Sie wollen die Anteilnahme ihrer Leser auch am kirchlichen Leben fördern, und sie sind auch bestrebt, die Vielfalt der Meinungen innerhalb der Kirche zu spiegeln. Sie sind auch Ausdruck des politischen Engagements von Christen in der öffentlichen Meinungsbildung.

Auch in kirchlichen Fragen wird sich die katholische Presse einer kritischen Durchleuchtung bemühen, und sie wird ihre Arbeit als Dienst an der Wahrheit im Aufbau der menschlichen und christlichen Gesellschaft verstehen.

Will die katholische Tagespresse ihre Leser aber erreichen und will sie im heutigen Konkurrenzkampf bestehen, so muß sie in jeder Beziehung journalistisch gut gemacht sein. Sie muß sich allen Fragen, welche den heutigen Menschen beschäftigen, offen stellen, sie muß glaubwürdig und wahr sein. Sie muß sich bemühen, den Leser umfassend zu orientieren, ihn zum Denken anzuregen und kritische Fragen zu stellen. In all diesen Belangen unterscheidet sie sich nicht von der neutralen Presse.

Die Kommission versucht, eine Definition des Begriffes „katholische Tagespresse“ zu geben: Die katholische Tagespresse ist ein Dienst von katholischen Christen an der Gesellschaft, geleistet durch eine offene und wahrheitsgetreue Information und durch die Beurteilung des Tagesgeschehens aus allgemein christlicher und spezifisch katholischer Sicht.

2.2.2 Schwierigkeiten der katholischen Tagespresse

Es ist bekannt, daß die politisch und weltanschaulich engagierten Zeitungen heute in einer schweren Krise stehen. Vor allem die katholischen Tageszeitungen in konfessionell gemischten Gebieten sehen sich vor enorme Schwierigkeiten gestellt, da sie in einer schweren Konkurrenzsituation stehen und viele Dienstleistungen nicht erbringen können, die in anderen Presseerzeugnissen selbstverständlich sind.

Die katholischen Zeitungen werden in ihrer Arbeit häufig noch behindert durch weitverbreitete Mißverständnisse und Vorurteile der Leser: Man erwartet mancherorts immer noch ein Erbauungsblatt statt einer redaktionell gut gemachten Zeitung.

Schwierigkeiten stellen sich auf dem finanziellen Sektor: Man verschloß zu lange die Augen vor den tatsächlichen Kostenverhältnissen. Zudem beeinträchtigen die kleinen Auflagen und die mangelnde Dichte der Abonnenten die Attraktivität der Blätter für den Inserenten. Eine direkte finanzielle Unterstützung der katholischen Presse durch die Kirche könnte aber die Unabhängigkeit und Freiheit der Presse beeinträchtigen. Die Organe, welche die Finanzen der Kirche verwalteten, sind ja auch verantwortlich gegenüber dem Steuerzahler. Durchaus gerechtfertigt wäre es aber, wenn die kirchlichen Instanzen die Leistungen der katholischen Presse (Publikationen von Gottesdienstordnungen usw.) zum Inserententarif honorierten würden. Zu Schwierigkeiten kann auch die Bindung der katholischen Tagespresse an die Christlichdemokratische Volkspartei der Schweiz führen. Diese Bindung ist historisch und sie wird heute häufig kritisiert. Dieses Engagement gehört aber zur Freiheit jener, welche für die Zeitungen verantwortlich sind, der Verleger und Redaktoren. Sie müssen sich aber bewußt sein, daß eine politische Bindung sie nicht von der Verantwortung löst, eine Zeitung für alle Katholiken zu machen: Auch der Katholik kann ja sein Engagement frei wählen, aber er sollte sich trotzdem angesprochen fühlen von der katholischen Tageszeitung.

Eine vermehrte Koordination wird hin und wieder als wirksame Gegenmaßnahme gegen diese Schwierigkeiten betrachtet. Die Koordi-

nation ist aber nicht leicht zu bewerkstelligen, weil die Strukturen der Verlage sehr verschieden sind. Zudem ist auch darauf zu achten, daß die Vielfalt der Meinungen in der Zeitung nicht einer Uniformität weichen muß.

2.2.3 Die Notwendigkeit der katholischen Tagespresse

In der neutralen Presse und in der Presse der anderen Geistesrichtungen wird über wesentliche Ereignisse in der katholischen Kirche ebenfalls berichtet. An diesen Zeitungen leisten viele katholische Redaktoren und Mitarbeiter eine verantwortungsvolle Arbeit. Braucht es trotzdem katholische Tageszeitungen? Die Kommission ist der Meinung, daß sie trotzdem nötig sind: Neben der ereignisbezogenen Berichterstattung braucht es auch die kontinuierliche Information, die aber nur in der aus dem Glauben engagierten Zeitung gewährleistet ist. Ferner kommt der katholischen Tagespresse eine wichtige Aufgabe zu, indem sie in der pluralistischen Gesellschaft die Präsenz der katholischen Bevölkerung wirksam zur Geltung bringt.

Innerkirchlich hat die katholische Presse ihre Funktion als von kirchlichen Instanzen unabhängiges Diskussionsforum aller Katholiken, der verschiedenen Richtungen untereinander und der Hierarchie mit der Basis. Sie dient damit nicht nur der Information von oben nach unten, sondern auch der Information von der Basis hinauf zu den Spitzen der Hierarchie.

Eine wichtige Aufgabe fällt der katholischen Tagespresse auch zu in der Vertiefung des ökumenischen Gedankens. Da es aber in der Schweiz keine spezifisch protestantische Tagespresse gibt, sollte sich die katholische Presse darum bemühen, die Ideen und Tatsachen nicht einfach aus betonte konfessioneller, sondern auch aus gesamtchristlicher Sicht zu beleuchten.

2.3 Die Pfarrblätter

2.3.1 Die Ausgangslage

In den meisten Pfarreien gibt es bereits irgendeine Form eines Mitteilungsblattes. Es sind Druckerzeugnisse verschiedenen Formates und Umfangs, die in regelmäßiger Folge vom Pfarramt herausgegeben werden und den Gläubigen im Abonnement oder auf Kosten der Kirchengemeinde zugestellt wer-

den. In mehreren Regionen der Schweiz zeichnet sich gegenwärtig eine deutliche Tendenz zum Ausbau der Pfarrblätter ab. Die fortschreitende Urbanisierung und das wachsende Denken über die Grenzen der eigenen Pfarrei hinaus sind Gründe für Zusammenlegungen auf breiterer Grundlage. Durch die wirtschaftlichen Schwierigkeiten der meisten katholischen Tageszeitungen werden die Bestrebungen für eine Erweiterung der Pfarrblatt-Ausgaben, die mindestens die Information der neutralen Presse ergänzen sollen, noch verstärkt.³

2.3.2 *Die Aufgabe*

In der Praxis wird das Pfarrblatt allgemein als ein zeitgemäßes Mittel der Seelsorge betrachtet. Dabei kann es auch wesentliche Hilfe im Hinblick auf die strukturelle Entwicklung der Pfarrei leisten. Ebenso kommt der Herstellung von menschlichen Verbindungen in überschaubarem regionalen und lokalem Raum erstrangige Bedeutung zu. Förderung der Kommunikation unter allen Gliedern ist Ziel eines wirksamen Einsatzes dieses Pastoral-Mittels.

Es ist nötig, daß das Seelsorgeteam der einzelnen Pfarrei auch im kantonalen und regionalen Pfarrblatt die Möglichkeit hat, diese Kommunikation mit den eigenen Pfarreiangehörigen zu pflegen und diese auch zu benützen. Dazu braucht es für die Einzelpfarrei reservierten Platz, und ferner kann es auch im allgemeinen Teil geschehen. Dem Pfarrblatt stehen grundsätzlich alle Themen aus dem Geschehen in Kirche und Welt offen. Das Pfarrblatt darf sich aber nicht in den Dienst einer einzelnen politischen Partei stellen. Neben dem religiöst-theologischen Bereich kommt der Aufgabe der Schärfung des Bewußtseins der Mitverantwortung auf der ganzen Linie sowie einer Förderung des aktiven Anteilnehmens am sozialen, kulturellen und politischen Leben durch die katholische Bevölkerung große Bedeutung zu.

Aus der ganzen Aufgabenstellung heraus ist es wünschbar, daß ein entsprechend zusammengesetztes Redaktionsteam die Verantwortung trägt oder dem Redaktor eine Equipe zur Verfügung steht, welche ihn im theologisch-seelsorgischen Bereich jederzeit beraten kann. Auf alle Fälle müssen die Redaktoren über die notwendige journalistische Bega-

bung, Ausbildung und Unabhängigkeit verfügen.

2.3.3 *Finanzierung und Werbung*

Die Abonnementspreise für das Pfarrblatt müssen bescheiden sein, wenn die Erfüllung seiner Aufgabe als pastorales Mittel nicht zum voraus beeinträchtigt werden soll. Der Einstieg ins eigentliche Inseratengeschäft ist nicht zu empfehlen, insbesondere dort nicht, wo eine katholische Tageszeitung besteht. Die Deckung des Fehlbetrages muß deshalb von den Kirchengemeinden oder den staatskirchlichen Organen übernommen werden. Ein solcher Beitrag an die Erfüllung seelsorglicher Aufgaben läßt sich rechtfertigen, und der Einwand von Hilfleistungen zugunsten einer Partei — wie er im Falle von Tageszeitungen schwer ins Gewicht fällt — hat keine Geltung.

3 Die audiovisuellen Medien

3.1 *Audivisuelle Medien im allgemeinen*

3.1.1 Die audiovisuellen Medien haben erstaunlich rasch unser Zeitalter geprägt.

Sie weiten nicht nur das Feld der menschlichen Wahrnehmung beträchtlich aus, sie beeinflussen auch die Art und Weise, wie Wirklichkeit vom Menschen aufgenommen wird. Vor allem stürmt ihr Angebot mit einer solchen Überfülle von Eindrücken, Meinungen, Leitbildern und Wertungen auf den einzelnen herein, daß die erste Reaktion in einer Art Schockwirkung besteht. Sie ist gerade auch bei Christen katholischer Prägung festzustellen und scheint für die Denk- und Verhaltensweise der Institution Kirche bezeichnend zu sein.

3.1.2 Jahrhundertlang wurden die Formen der Kommunikation im Abendland durch das gesprochene und geschriebene Wort bestimmt (verbale Kommunikation). Sie werden heute durch eine „Sprache“ ergänzt oder abgelöst, die sich vorwiegend des Visuellen und Akustischen bedient (audiovisuelle Kommunikation). Diese sogenannte „Film- und Fernsehsprache“ spricht den Menschen in seinen kognitiven und emotionalen Bereichen an. Sie vermag ihn auf diese Weise totaler und tiefer zu erfassen als es der bisherigen reinen „Begriffsprache“ möglich war.

3.1.3 Technische und wirtschaftliche Gründe sind dafür ausschlaggebend, daß es im

audiovisuellen Bereich zur Bildung von *Mammut- und Spezialisten-Unternehmen* gekommen ist. Ihre Strukturen, Techniken und Produktionsmethoden sind für den Nicht-Fachmann, auch den kirchlich engagierten, zunächst undurchsichtig und unzugänglich. Ein Mitreden und Mitbestimmen setzt Sachkompetenz voraus, die erst erworben werden muß.

3.1.4 Die *Produktion* von Medienangeboten (Soft-Ware) ist auf ein Millionenpublikum ausgerichtet. Sie richtet sich nach den verschiedensten Kriterien. Ethische und ästhetische Überlegungen spielen dabei oft eine sekundäre Rolle. Zensurmaßnahmen und Verbote sind aber in den wenigsten Fällen adäquate Mittel, um auf eine Qualitätsverbesserung des Angebotes hinzuwirken. Empfehlenswerter ist der Versuch, dynamisch mitzuwirken und aus der reinen Konsummentalität auszubrechen.

3.1.5 Wenn es der Kirche in ihrem Sprechen nach innen und nach außen daran gelegen ist, den mediengewohnten Menschen zu erreichen, wird sie die neue Sprache hinzulernen haben. Verheerend wäre es, sich hinter eine Abwehrhaltung zu verschanzen, und zu hoffen, das Kirchenvolk auf diese Weise von der Bildflut abzuschirmen. Es geht darum, die Möglichkeiten dieser neuen Medien zu sehen, um sie dem Menschen und der Gesellschaft dienstbar zu machen.

3.1.6 Dieser Lernprozeß mit den Medien ist für viele neu und deshalb unvertraut. Oft mag er kompliziert, kostspielig oder rein modebedingt erscheinen. Die Entwicklung zeigt jedoch sehr klar, daß die Gesellschaft ohne Medien heute nicht mehr leben kann. Der Einsatz auf diesem Gebiet gehört deshalb auch zu den normalen, großen Aufgaben der lokalen, diözesanen und überdiözesanen Kirche mit allen finanziellen Konsequenzen, die er mit sich bringt.

3.2 Radio und Fernsehen

3.2.1 Zumeist nennen wir „R + TV“ in einem einzigen Atemzug, und so wenig unterscheiden wir sie auch tatsächlich. Die beiden Medien haben viel Gemeinsames. Sie unterscheiden sich aber auch in wichtigen Eigenheiten. Das *Gemeinsame* und das *Verschiedene* muß dazu führen, daß beides erkannt, daß die kirchlichen Medienstrukturen und

Medienvorgänge, z. B. in Information, Verkündigung, Gottesdienst, ihnen angepaßt werden. Für die Empfänger bedeutet das: Erziehung zur Differenzierung, Bewußtmachung, Stellungnahme, Rückantwort, bewußte Auswahl, Abwehr von Monopolen und Suggestionen.

3.2.2 An *Entwicklungstendenzen* sind im einzelnen, von verschiedenen Seiten her gesehen, hauptsächlich folgende aufzuzählen:

— Wachsendes Streben nach Einfluß auf diese Medien von Seiten der Wirtschaft und des Staates und weiterer Gruppen. Gefahr durch das Werbefernsehen: Konsum-Suggestion.

— Zunehmende Gefahr der Verflachung und Bildabhängigkeit, der Orientierungsunsicherheit für den Empfänger. Positiv ist zu vermerken, daß der Empfänger ein reicheres Angebot erwarten und daher mehr auswählen und persönlich beurteilen kann.

— Die Lokal- und Satelliten-Programme, Gemeinschaftsproduktionen können ein neues Regional- und Globalbewußtsein fördern.

Daraus ergeben sich Probleme und Aufgaben, die auch im kirchlichen Bereich nur durch eine umfassende Medienbildung der Jugend und der Erwachsenen bewältigt werden können.

3.2.3 Was die *kirchlichen Medienstrukturen* anbelangt, so ist darauf hinzuweisen, daß sie typisch schweizerisch gewachsen sind:

— Sie sind verschieden nach den vier Sprachgebieten. Nirgends wurden sie durch die kirchliche Führung frühzeitig und überlegen geplant, sondern dank der persönlichen Initiative entwickelt und den SRG-Verhältnissen angepaßt. Sie sind daher in Entwicklung, Struktur, Art, Finanzen, Programmstellung und Kraft verschieden.

— Eine nationale Verbindung und internationale Stellung durch die UNDA SUISSE⁴ blieb im Nominellen stehen. Der „Kleine Koordinationsausschuß“⁵ wirkt bloß aushilfsweise, wenn auch fruchtbar.

— Die Vorstellungen „kirchlicher Medienarbeit“ sind unterschiedlich deutlich und unterschiedlich konziliär.

— Die Zusammenarbeit zwischen ähnlichen Institutionen ist noch sporadisch und gelegentlich (Pastoralplanung, Erwachsenenbil-

dung, katholische Arbeitsstelle für Radio und Fernsehen und Filmbüro).

Die Statistik sagt, das 34 kirchliche Gremien in diesem Bereich tätig sind.

— Das Programmspektrum kirchlich-religiöser Sendungen sowohl in R wie in TV ist in den Sprachregionen nach Quantum, Qualität, Redaktionszuständigkeit, Gesamtkonzept recht verschieden. Eine Standortbestimmung nach konzessionsrechtlichen, nationalen, regionalen und ökumenischen Gesichtspunkten drängt sich auf. Das setzt voraus, daß der ganze Fragenkomplex nicht mit Sakristei-Perspektiven, sondern auf dem Hintergrund gesamtgesellschaftlicher Entwicklungen angegangen wird.

3.2.4 Zu den spezifischen Programmfragen gehören *Gottesdienst* und *Glaubensverkündigung*. Dazu hat sich die ISaKo 1 vom pastoralen Gesichtspunkt aus bereits geäußert. Hier sei festgehalten, daß es sich um eine theologische, eine pastorale, eine medienspezifische und eine SRG-politische Frage handelt, die in dieser Vielschichtigkeit in der Schweiz noch nicht genügend durchdacht worden ist.

In bezug auf die *Gottesdienst-Übertragungen* gibt es innerkirchlich verschiedene Meinungen, etwa über ihren Sinn und ihre „Mediengerechtigkeit“. Sind Gottesdienste nur Selbstdarstellungen oder vereinigen sie auf eine besondere Weise eine größere feiernde Glaubensgemeinschaft?

Die Kirche weiß sich unabdingbar und unabhängig von Staat und Konzession verpflichtet, auf jedem möglichen Weg die Frohbotschaft zu verkünden. Es ist eine Frage zwischen der Kirche und den Konzessionsnehmern, wie sich Konzessionsrecht und Verkündigungsaufrag verbinden. Es ist eine Frage an die Kirche selbst, was sie bei einer ungenügenden Öffnung der Konzessionsnehmer zur Erfüllung ihres Auftrages selbst tun kann und will. Ebenso muß sie sich fragen, wie sie die gebotenen Möglichkeiten entsprechend jedem Medium, entsprechend dem überpfarrelichen und überdiözesanen Charakter wahrnimmt.

In diesen Fragen ist ein ökumenisches Bemühen ganz besonders zu begrüßen (vgl. Vorlage ISaKo 1).

— Im Gefolge des Weltverständnisses des Zweiten Vatikanums ist auch das „profane Programm“ und das „profane Leben“ mehr auf seine latente Verkündigung und seinen latenten Gottesdienst hin zu sichten und aufzuschließen. Schließlich wird der Kurzwellendienst im europäischen und globalen Programm noch als eine weitere Aufgabe angesehen.

3.3 Film

3.3.1 Trotz Fernsehen hat der Kino-Film nicht an Bedeutung verloren. In der Schweiz sind es jährlich im Durchschnitt noch immer mehr als 30 Millionen, vor allem jugendliche Besucher, die im Kino neben der Unterhaltung auch wesentliche Impulse für ihre Lebensgestaltung suchen.

3.3.2 Die kritische Auseinandersetzung mit dem Film bildete seit den Anfängen eine der wesentlichsten Formen der kirchlichen Aktivität auf diesem Gebiet. Lange Zeit wurde das Gewicht vorwiegend auf die moralische Beurteilung gelegt. Heute ist insofern ein Wandel eingetreten, als mit den ethischen auch die künstlerischen und gesellschaftlichen Momente in gleicher Weise berücksichtigt werden. Die kritischen Begutachtungen wollen nicht Ersatz, sondern Orientierungshilfe für die eigene Entscheidung sein.

3.3.3 Neben dem Kino des traditionellen Typs, das den Film vor allem als „Ware“ versteht, hat sich in der letzten Zeit eine neue Form von *Club-* und *communalen Kinos* herangebildet. Damit bahnt sich die Entwicklung eines neuen Kinoverständnisses an. Der Film wird nicht mehr primär in seiner unterhaltenden Funktion gesehen, sondern als soziales und politisches Instrument gewertet und gebraucht (mißbraucht?).

3.3.4 Ein weiteres interessantes Feld hat sich mit der Neuentdeckung des *Kurzfilms*, der lange Zeit als „Kulturfilm“ eine sehr untergeordnete Rolle spielte, aufgetan. Seine Möglichkeiten werden zusehends auch für den kirchlichen Bereich, für Religionsunterricht (katechetischer Film), Jugend- und Erwachsenenbildung wie auch für die Liturgie nutzbar gemacht.

3.4 Neue audiovisuelle Medien

3.4.1 Gegenwärtig bahnt sich eine beträchtliche Radio und Fernsehen ergänzende Entwicklung an in Organisation, Programm und

Technik der audiovisuellen Medien. Satelliten, Videokassetten, Bildplatten, Kabelfernsehen und Lokalfernsehen kommen zu den bereits bekannten audiovisuellen Medien wie Radio, Tonbänder, Schallplatten, Fotografie, Diapositive, Filme und Fernsehen hinzu.

3.4.2 In Radio und Fernsehen sind die Sendezeiten für religiöse und kirchliche Inhalte beschränkt.

Der Gebrauch der neuen audiovisuellen Medien ist aber wesentlich weniger Einschränkungen unterworfen. Im lokalen Fernsehnetz wird es möglich sein, eigene Kanäle zu reservieren. Spezielle Frequenzen in den Übermittlungssystemen der Satelliten könnten der Kirche zur Verfügung gestellt werden. Verschiedene dieser neuen Medien lassen sich ohne Einschränkungen für die Bedürfnisse der Erziehung, der Erwachsenenbildung wie der Informationsvermittlung etwa im Rahmen einer Diözese oder regionaler Kirchgemeinden benützen.

In seelsorglicher Hinsicht können sie also auch der Kirche einen eminenten Dienst erweisen, besonders dadurch, daß der Kontakt zwischen Seelsorgern und Gläubigen, wie auch zwischen verschiedenen Gruppen einer Gemeinde vermehrt und erleichtert wird.

3.4.3 Vor einiger Zeit wurden in der Schweiz die ersten Versuche mit lokalen Programmen über Kabelfernsehen gemacht. Das ist der Auftakt zu einer Entwicklung, die wegen der Einflußmöglichkeiten spezifischer Fernsehsendungen auf die Bevölkerung einer Region auch für die Kirche von Bedeutung ist.

3.4.4 Kirche und Gläubige müssen zur Kenntnis nehmen, daß sich bereits heute nicht zu unterschätzende Kräfte um die Kontrolle dieser AV-Medien bemühen: Wirtschaft, politische Gruppen und Finanzkreise wissen sehr genau, daß hier ganz beträchtliche Möglichkeiten der Macht und des Profits vorhanden sind. Die Verantwortung für das Gemeinwohl und für die Grundwerte der Gerechtigkeit und Ehrlichkeit wird es der Kirche nahe legen, sich mindestens mit den Kräften zu verbinden, die sich für das öffentliche Wohl einsetzen, um zu verhindern, daß diese neuen Medien völlig unter den Einfluß finanzieller oder politischer Interessen geraten.

Vorlage

Die Abschnitte 4.3, 4.5, 4.7 und 6.2 der Vorlage sind in allen Diözesansynoden zu behandeln.

4 Grundsatzfragen

4.1 Dialog zwischen Kirche und Welt

Heute wird oft vom Dialog der Kirche mit der Welt gesprochen. Diese Ausdrucksweise darf nicht zu Mißverständnissen führen. Die „Welt“ ist kein Gesprächspartner: es gibt nur Menschen und deren Institutionen in der Welt, mit denen geredet werden kann. Die Kirche kann also nur teilnehmen an einem großen Gespräch in der Welt. Auch von ihr sind dabei Gesetze zu respektieren, nach denen in unserer Gesellschaft die Kommunikationsprozesse stattzufinden haben. Das ist notwendig, wenn sie ihren Auftrag, alle Völker zu lehren, erfüllen will.

4.2 Die plurale Gesellschaft

4.2.1 Die Kirche ist nicht mehr die einzige Institution in der Welt, welche in Fragen der Lebensgestaltung, der Weltanschauung, ja sogar des Glaubens Zuständigkeit beansprucht. Die Gläubigen leben nicht mehr in geschlossenen Gruppen, sondern sind auf die verschiedenste Weise in eine offene und plurale Gesellschaft integriert. In ihr werden sie mit den großen Problemen unseres Lebens konfrontiert.

4.2.2 Dieser Überlegung folgen die neuesten kirchlichen Dokumente. Sie wissen: eine Institution, die den Regeln dieser Auseinandersetzung nicht gehorcht, kann sich kein Gehör verschaffen. Die Enzyklika *Communio et progressio* (CP) verlangt deshalb von der Kirche noch mehr Öffentlichkeit und Transparenz als üblich, weil sonst eben dieses Gespräch nicht möglich ist.

4.2.3 Wenn die Kirche heute das Zusammenleben der Menschen fördern will, muß sie sich auch dafür einsetzen, daß die Medien im Dienst der Gesellschaft, und zwar aller Gruppen der Gesellschaft, stehen. Da, wo Gefahr herrscht, daß die Medien in eine einseitige Interessenverfolgung hineingenommen werden, sei es politischer, weltanschaulicher oder kommerzieller Art, wird dem menschlichen Zusammenleben nicht gedient.

4.3 Eine neue Haltung

Im gegenwärtigen kirchlichen Leben besteht eine Differenz zwischen den Äußerungen der jüngsten kirchlichen Dokumente (Erklärung über Religionsfreiheit, CP) und der kirchlichen Praxis.

4.3.1 Oft wird geglaubt, der Umgang mit den Medien sei eine Art Geheimwissenschaft. Es gelte nur, sie zu beherrschen, damit alles in Ordnung sei. Information und Teilnahme der Kirche am Gespräch in der Welt ist zunächst weniger eine Frage der Technik, der „Beherrschung“ und der Organisation als der inneren Haltung. Es gibt öffentliche Meinung nur unter der Voraussetzung der Freiheit der Meinungsäußerung und einer positiven Haltung zur Meinungsbildung innerhalb einer pluralen Gesellschaft.

Die Synode ist der Überzeugung, daß die Grundrechte der menschlichen Person, die Grundsätze der freien Meinungsäußerung und der Informationsfreiheit, der freien Lehre und Forschung, der Öffentlichkeit der Meinungsbildung sowie der Transparenz der Verfahrens- und Entscheidungsprozesse auch für die Kirche in allen ihren Bereichen ihre volle und uneingeschränkte Geltung haben.

4.3.2 Infolgedessen kann man nicht zu den Grundsätzen von CP ja sagen und gleichzeitig eine Politik der Zensur, des geistigen und wirtschaftlichen Druckes auf Autoren, Verlage und Informanten sowie der Geheimsphäre aufrechterhalten. Es müssen alle Hindernisse in der Kirche und der Gesellschaft beseitigt werden, welche den freien Fluß der Information erschweren. Das sind aber keine Aufgaben für Spezialisten, sondern Fragen an die Kirchenleitungen selbst. Die Synode bittet daher die Schweizer Bischöfe, sich dafür einzusetzen, daß sämtliche kirchenrechtlichen und andere Bestimmungen, die im Widerspruch zu den oben genannten Grundsätzen und den erwähnten kirchlichen Dokumenten stehen, aufgehoben werden.

4.3.3 Kirchliche Dokumente sind in einer Sprache abzufassen, die von jedermann verstanden werden kann.

4.4 Medienarbeit und Medienzentren

4.4.1 Es ist im allgemeinen nicht Aufgabe der Kirche als Institution, einen eigenen Medienapparat (Verlag, Studios) aufzubauen. Kirchliche Medienarbeit wird sich, abgesehen von Ausnahmefällen wie zum Beispiel Kirchenzeitungen und Publikationen für Spezial-

seelsorge, auf Zusammenarbeit mit den privaten (Verlagen, Redaktionen, Filmschaffenden usw.) und den öffentlichen Informationsmitteln (Radio und Fernsehen) beschränken.

In diesem Zusammenhang weisen wir darauf hin, daß es gerade in der Schweiz auf dem Sektor Buch und Presse viele Unternehmen gibt, die nicht nur bereit sind, mit den kirchlichen Instanzen zusammenzuarbeiten, sondern diesen durch Publikation und Verbreitung christlichen Gedankengutes auf theologischer, katechetischer und religiöser Ebene bedeutende Aufgaben abnehmen.

4.4.2 Der freien Zusammenarbeit mit diesen Unternehmen soll alle Aufmerksamkeit gewidmet werden, wobei zu beachten ist, daß sie trotz dieser ideellen Zielsetzung denselben ökonomischen Gesetzen unterworfen sind wie jedes andere Unternehmen auch. Die Verleger sollen auf eine breite Streuung christlicher Lektüre und darum auf preisgünstige Ausgaben, z. B. Taschenbücher, hinwirken.

4.4.3 Es wird aber notwendig sein, Medienzentren aus- und aufzubauen. Sie haben mit den bestehenden öffentlichen und privaten Medien zusammenzuarbeiten und dort die Stimme der Kirche und der Christen zu Gehör zu bringen. Das geschieht besser durch Angebot von Leistungen als durch Forderungen.

4.4.4 Damit die Medienzentren, die in dieser oder jener Form von den Institutionen der Kirche abhängig sind, in der notwendigen Unabhängigkeit arbeiten können, ist es notwendig, daß für deren Mitarbeiter die gleichen Kriterien der Meinungsäußerungsfreiheit gelten wie für die unabhängigen Medien. Insbesondere soll darauf geachtet werden, daß ihre Unabhängigkeit nicht von Seiten der Geldgeber beeinträchtigt wird.

4.5 Medienkonzept und Finanzen

4.5.1 Die Synode fordert die Bischofskonferenz auf, ein Gesamtkonzept kirchlicher Medienarbeit erstellen zu lassen. Dieses soll die notwendigen Organe zur eigenen Beratung, Richtlinien zur Zusammenarbeit mit öffentlichen und privaten Institutionen sowie eine Koordination und den Ausbau der bestehenden Institutionen enthalten. Die bereits erarbeiteten Unterlagen (Analyse Kaufmann) können für baldige Entscheidungen behilflich sein.

4.5.2 Die Synode fordert die zuständigen Instanzen der Schweizer Kirche auf, dafür zu sorgen, daß die bereits bestehenden Medienarbeitsstellen fachlich, personell und finanziell in die Lage versetzt werden, gute Arbeit zu leisten.

E 4.5.3 In bezug auf die Finanzierung werden die Kirchengemeinden aufgefordert, zu Lasten anderer Vorhaben, insbesondere baulicher, der Medienarbeit in ihrem eigenen Bereich (moderne Bibliotheken und Mediotheken) und der Kommunikationsarbeit den Vorrang zu geben.

E 4.5.4 Die Römisch-katholische Zentralkonferenz wird dringend ersucht, für eine rasch fortschreitende Mitfinanzierung der katholischen Medienarbeit besorgt zu sein.

4.5.5 Schließlich seien alle Gläubigen aufgefordert, auch finanziell die Medientätigkeit zu unterstützen, insbesondere durch das Opfer am Mediensonntag.

4.6 Medienerziehung

4.6.1 Die Massenmedien sind keine böse, anonyme Macht, der der einzelne einfach ausgeliefert ist. Aber ein fruchtbarer Umfang mit den Medien setzt voraus, daß der Rezipient ihre Sprache, ihre Gestaltungsmöglichkeiten sowie ihre Produktionsvoraussetzungen kennlernt. Deshalb und wegen der wichtigen Rolle, welche die Massenmedien in der Gesellschaft spielen, müssen sich breite Schichten aktiv am Dialog beteiligen. Das Interesse der Basis an den Grundfragen der Information und der Kommunikation ist zu wecken.

4.6.2 Das ermöglicht auch den notwendigen kritischen Umgang mit dem Angebot. Die Kirchen haben bereits kritische Mediendienste wie zum Beispiel die Zeitschrift „Zoom-Filmberater“ herausgegeben. Solche Dienstleistungen sollten vermehrt in Anspruch genommen werden.

4.6.3 Mit derselben kritischen Aufmerksamkeit muß auch der Problemkreis der sogenannten Manipulation angegangen werden. So soll beispielsweise der Konsument in der Wirtschaftswerbung unwahre und unsachliche Werbung erkennen lernen. Kirche, Schule und Erwachsenenbildung haben die Aufgaben der Rezipientenschulung noch nicht genügend wahrgenommen.

4.6.4 Die Grundkenntnisse von Information und Kommunikation sind vor allem für jene erforderlich, die selbst als Kommunikatoren in der Verkündigungs-, Bildungs- und Erziehungsarbeit stehen.

Die Synode fordert deshalb die Verantwortlichen auf, den Theologen, Katecheten und den in der Erwachsenenbildung Tätigen in ihrer Ausbildung die notwendigen Kenntnisse auf dem Gebiete der Information und der Medienkunde zu vermitteln.

4.6.5 Es ist ferner notwendig, daß das Studium der Medien, die Kommunikationsforschung sowie die Ausbildung von Journalisten und Redaktoren auch auf Hochschulebene ermöglicht wird (z.B. am Institut für Journalistik der Universität Freiburg).

4.7 Informationsbeauftragte der Bischöfe

4.7.1 In jeder Diözese soll die Stelle eines Beauftragten für Informationsfragen geschaffen werden. Dieser Beauftragte für Information hat ausschließlich folgende Aufgaben zu erfüllen:

- Er ist der Berater des Bischofs in allen Informationsfragen.
- Er registriert die Erwartungen und Reaktionen der Öffentlichkeit und leitet sie an den Bischof weiter.
- Gegenüber den Massenmedien übernimmt er die Funktion eines offiziellen Sprechers des Bischofs
- Er steht den Vertretern der Massenmedien zur Verfügung, um ihnen zu helfen, ihren Auftrag zu erfüllen.

4.7.2 Diese Funktion soll nicht nebenamtlich sein. Sie erfordert eine adäquate Ausbildung und die Kenntnisse der Arbeitsweisen der verschiedenen Medien. Auch Laien mit entsprechender Vorbildung können mit dieser Aufgabe betraut werden.

E 4.7.3 Wo die katholische Kirche als öffentlich-rechtliche Korporation organisiert ist (Landeskirche), soll eine Stelle verantwortlich gemacht werden für den notwendigen Informationsfluß.

5 Kirche und Presse

5.1 Katholische Tagespresse

5.1.1 Die Meinungspresse sieht sich heute ganz allgemein sehr großen Schwierigkeiten gegenübergestellt, denn die wirtschaftliche

Lage führt dazu, daß die Großen immer größer und die Kleinen immer kleiner werden. Eine wirksame Hilfe an der Meinungspresse und damit auch an der katholischen Tagespresse ist nur möglich, wenn möglichst viele diese Zeitungen auch abonnieren und damit ihren Beitrag leisten zur Erhaltung der Vielfalt im Pressewesen, auf die die schweizerische Demokratie angewiesen ist. Was auf dem politischen Sektor gilt, gilt auch im weltanschaulichen.

Die Synode bittet daher die Katholiken, jenen katholischen Tageszeitungen die Treue zu halten, welche sich entschieden bemühen, den Lesern eine christliche Sicht der Dinge zu vermitteln.

Diese Treue schließt kritisches und offenes Lesen dieser Zeitungen ein, ein Abwagen der Kommentare und Informationen. Diese Treue zeigt sich vor allem auch durch eine rege Anteilnahme und tatkräftige Mithilfe (Leserzuschriften, Mitarbeit) an der Gestaltung der Zeitung. Nur mit der Hilfe der Abonnenten wird es der katholischen Presse möglich sein, zu überleben und den im Kommissionsbericht skizzierten Aufgaben tatsächlich nachzukommen.

5.1.2 Da es in den meisten sozialen, wirtschaftlichen und politischen Fragen kaum spezifisch katholische, sondern höchstens christliche Stellungnahmen geben kann, sollten sich die katholischen Zeitungen dem Inhalt wie dem Image nach bewußt ökumenisch ausrichten.

5.1.3 Die Synode unterstützt ferner die Verleger der katholischen Zeitungen, wenn es darum geht, neue Strukturen für das Verhältnis zwischen Verlagen, Redaktionen und Leserschaft zu finden, damit die Verantwortung am Zeitungsunternehmen gemeinsam getragen werden kann und damit die Zeitung in ihrer Gestaltung vermehrt Rücksicht nimmt auf die Pluralität der Leser.

5.1.4 Der Freiheit der katholischen Presse dürfen keine anderen Grenzen gesetzt sein als die Verantwortung der Verleger und Redaktoren gegenüber Kirche und Gesellschaft. Diese Freiheit darf nicht durch Maßnahmen von außen eingeschränkt werden.

5.2 Pfarrblätter

5.2.1 Redaktion und Verlag

Die auch von CP ausdrücklich anerkannten Grundsätze der Informationsfreiheit und der

Meinungsfreiheit müssen für die Redaktoren und Verleger der Pfarrblätter auch in der Praxis wegweisend sein. Die innere Pressefreiheit der Redaktion muß gewährleistet sein. Nach dem allgemeinen Grundsatz, daß der Priester das tun soll, was nur er kann, sowie von der Sachaufgabe her ist die Heranziehung von fachlich ausgewiesenen Laien als Redaktoren für Pfarrblätter zu empfehlen.

Durchschaubare organisatorische Formen und insbesondere klare Kompetenz- und Aufgabenstellungen für die Herausgeber und Redaktoren des Pfarrblattes sind nötig. Für eine fruchtbare Zusammenarbeit muß der Redaktion ein verantwortlicher und kompetenter Verleger gegenüberstehen.

5.2.2 Regionale Zusammenarbeit

Die Zusammenlegung in vernünftigem regionalem oder kantonalem Rahmen durch einen gemeinsamen allgemeinen Pfarrblattteil ist anzustreben.

Die zuständigen Instanzen der einzelnen katholischen Pfarrblätter sollen nach einer Konsolidierungsphase die Möglichkeit einer sinnvollen Zusammenarbeit untereinander und über die Kantonsgrenzen hinweg sowie mit den bestehenden katholischen Tageszeitungen auf kulturellem Gebiet ausschöpfen. Es ist dabei aber darauf zu achten, daß die Eigenart und Pfarreiverbundenheit des einzelnen Pfarrblattes nicht einfach technischen Konzentrationswünschen geopfert wird. (Was ja auch für andere Publikationen gilt.)

5.2.3 Ökumene

Die wirksame Unterstützung des ökumenischen Verständnisses gehört zu den wichtigsten Aufgaben unserer Pfarrblätter. Alle Bemühungen für eine Zusammenarbeit mit den entsprechenden Organen auf evangelisch-reformierter Seite verdienen besondere Unterstützung (z. B. Austausch von Beiträgen, Gespräche unter den Redaktoren und gemeinsames Planen von Themennummern).

5.2.4 Gemeinschaft

Das Pfarrblatt darf nicht das Heftchen einer einzelnen Gruppe sein. Es hat in besonderem Maße die Möglichkeit, der Information und dem Gespräch der Gemeindeglieder unter sich und mit anderen zu dienen. Voraussetzung für einen wirksamen Einsatz als Kommunikationsmittel auf Pfarreiebene und im regionalen Rahmen ist das frei und selb-

ständige Schaffen einer verantwortlichen Redaktion im Rahmen einer klaren allgemeinen Zielsetzung eines ebenso verantwortlichen Herausgebers.

6 Audiovisuelle Medien

6.1 Audiovisuelle Medien im allgemeinen

6.1.1 Der Einsatz von audiovisuellen Medien (Film, Fernsehen, Tonbild, Dias, Videokassetten, Bildplatten usw.) in der gesamten Erziehungs- und Bildungsarbeit hat in jüngster Zeit eine bedeutende Aufwertung erfahren. Wenn die Kirche den Menschen von heute ansprechen will, so wird sie im Bereich der Verkündigung, der Religionspädagogik, der Liturgie usw. ihre Inhalte auch in dieser audiovisuellen Sprache unseres Zeitalters zu vermitteln haben.

Die Synode empfiehlt daher allen Verantwortlichen in Seelsorge, Katechese, Jugendarbeit und Erwachsenenbildung, vermehrt und didaktisch gezielt solche AV-Medien einzusetzen.

6.1.2 Das Studium dieser audiovisuellen Medien ist dringend erforderlich. Kaderkräfte und Gläubige müssen sich vertraut machen mit ihrer Benützung, und sie sollen sich eine kritische Urteilsfähigkeit aneignen für den Umgang mit der wachsenden Zahl der audiovisuellen Medien.

6.1.3 Neben dem Wort wurde das Bild in der christlichen Tradition immer als Medium von Verkündigung benutzt. Diese Tradition muß heute durch die modernen Bildmedien weitergeführt werden. Das gilt auch für den liturgischen Bereich. Die Synode empfiehlt deshalb, Versuche mit audiovisuellen Medien in der Liturgie zu machen und die gewonnenen Erfahrungen mit Medien- und Liturgie-Experten zu überprüfen.

E 6.1.4 Der Einsatz von audiovisuellen Medien setzt einen entsprechenden Gerätelpark voraus. Nur in den wenigsten Fällen sind Pfarreien, kirchliche Zentren und Bildungshäuser damit eingedeckt und dafür befriedigend ausgerüstet. Die voraussehbaren Entwicklungen für die Zukunft werden zusätzliche technische Einrichtungen und eine Standardisierung der Geräte notwendig machen. Die Synode fordert deshalb alle jene, die sich mit Bauvorhaben von Kirchen und kirchlichen Zentren zu befassen haben, drin-

gend auf, für die unumgängliche Installation in bezug auf die audiovisuelle Gegenwart und Zukunft besorgt zu sein.

6.1.5 Der intensive Gebrauch dieser Medien setzt voraus, daß sie kurzfristig abrufbar und greifbar sind. Sie sollen deshalb in regionalen, diözesanen, kantonalen oder lokalen Verleih- oder Verkaufsstellen angeboten werden. Für die Planung, Bewertung und Beschaffung solcher Materialien drängt sich hingegen eine sprachregionale oder gesamtschweizerische AV-Stelle auf. Die Synode bittet Seelsorgeräte und katechetische Kommissionen zusammen mit den bereits bestehenden kirchlichen Medien- und Verleihstellen die Initiative zur Planung und Schaffung solcher audiovisueller Zentren unverzüglich an die Hand zu nehmen und die schon bestehenden (z. B. Selecta-Verleih, Fribourg) zu unterstützen.

E 6.1.6 Mit dem wachsenden Einsatz von audiovisuellen Medien stellt sich auch die Frage nach Koproduktionen oder eigener Produktion. Auch die Christen müssen beginnen, auf diesem Sektor ihre Chancen wahrzunehmen, trotzdem für solche Produktionsarbeiten beträchtliche Mittel vorauszusehen sind. Die Synode bittet sowohl Kirchengemeinden und kantonal-kirchliche Organe wie Pfarreien und Private, bereits bestehende (z. B. Gesellschaft Christlicher Film) und neue Initiativen auf diesem Gebiet nicht nur moralisch, sondern auch materiell zu unterstützen.

6.1.7 Talentsuche und Talentförderung für alle Zweige des audiovisuellen Schaffens wurden bisher von Kirchenführung, kirchlichen Schulen, Orden, Kreisen usw. versäumt. Klagen und Warnungen dürfen nicht als Leistungen angesehen werden. Die Synode fordert die kirchlichen Medienstellen auf, ein Programm zur Talentförderung zu entwerfen und es den zuständigen Instanzen (Bischofskonferenz, röm.-kath. Zentralkonferenz, Fastenopfer usw.) zu unterbreiten.

6.2 Radio und Fernsehen

6.2.1 In unserem Kleinstaat verfügen Radio und besonders Fernsehen von ihrer Struktur her weitgehend über eine Monopolstellung. Informationsvermittlung und Meinungsbildung sind somit einer verhältnismäßig kleinen und sich selbst ergänzenden Körperschaft

anheimgestellt. Die Synode fordert daher alle Katholiken in diesen Fachgremien auf,

- für eine angemessene Vertretung aller gesellschaftlichen Gruppen
- und für eine möglichst monopolfreie Konzessionspolitik, allerdings mit grundlegend gleichen Rechten und Pflichten, einzutreten.

6.2.2 In der Vielfalt der gesellschaftlichen Gruppen und Kräfte haben auch die Kirchen und Kirchenleitungen je ihren Platz, der klar erkennbar sein soll. Sie machen grundsätzlich keine Ansprüche auf eine privilegierte Stellung geltend. Die Synode erachtet jedoch das bisherige Programm- und Informationsangebot aus der religiös kirchlichen Lebensphäre als ungenügend. Sie fordert deshalb die zuständigen Kommissionen auf, zu prüfen, wie der gesellschaftliche Auftrag der Kirchen an beiden Medien, Radio und Fernsehen, besser wahrgenommen werden kann.

6.2.3 Für die verkündigenden Sendungen (Radiopredigt, Fernsehgottesdienst, Wort zum Sonntag) ist unter den Empfängern ein Interesse festzustellen, das ernst genommen werden muß. Ein qualitativer, medienrechter und quantitativer Ausbau mit einem entsprechenden technischen und finanziellen Einsatz der Konzessionsnehmer ist anzustreben. Die zuständigen Kommissionen, die bischöflichen Beauftragten für Radio und Fernsehen und die zuständigen Arbeitsstellen werden aufgefordert, auf diesen Ausbau hinzuwirken und die damit zusammenhängenden Fragen der Zusammenarbeit zwischen Kirchenleitung und Konzessionsnehmer zu klären.

6.2.4 In Form, Sprache, Bildgestaltung, Aktualität usw. müssen kirchliche Sendungen mit dem übrigen Programmangebot konkurrieren können. Die Kirche hat in dieser Hinsicht das ihre zu einer Qualitätsverbesserung beizutragen. Die kirchlichen Medienstellen werden deshalb aufgefordert, ein entsprechendes Angebot von Anregungen, Ideen und Mithilfen bereitzustellen.

6.2.5 Eine umfassende religiöse und kirchliche Information kommt in den Medien Radio und Fernsehen heute eindeutig zu kurz. Die Synode fordert die kirchlichen Beauftragten auf, für eine vermehrte Präsenz

der Kirche in den üblichen, nichtkirchlichen Informationskanälen besorgt zu sein.

Die Kirchenleitungen werden gebeten, durch eine offene Informationspolitik und Informationsorganisation und durch eine klare eigene Beteiligung die aktive Diskussion von anstehenden Fragen, auch wenn es heiße Eisen sind, in der kirchlichen und nichtkirchlichen Öffentlichkeit zu ermöglichen.

6.3 Film

6.3.1 Die Synode nimmt zur Kenntnis, was seit vielen Jahren von katholischer Seite in der Schweiz auf dem Gebiet der Filmbewertung und Dokumentation geleistet wurde und geleistet wird. Sie empfiehlt allen an der Filmarbeit interessierten Kreisen von diesem Dokumentationsmaterial Gebrauch zu machen und bittet die entsprechenden Stellen und Kommissionen dafür zu sorgen, daß es besser ausgewertet und leichter zugänglich gemacht werden kann.

6.3.2 Filmkritik kann für den Empfänger eine willkommene Orientierungshilfe sein. Filmzensur hingegen ist, abgesehen vom Jugendschutz, ungeeignet, um den Gefahren minderwertiger Filme zu begegnen. Sie widerspricht zudem dem Grundsatz der Wahlfreiheit und der persönlichen Verantwortung.

6.3.3 Angesichts einer wachsenden und wertzerstörenden, rein kommerziell ausgerichteten Filmproduktion bekommt die Auseinandersetzung eines breiteren Publikums mit dem künstlerisch und menschlich anspruchsvollen Film besondere Aktualität. Die Synode bittet die Schweizerische Filmkommission zu prüfen, wie in diesem Sinne, vor allem auch in ländlichen Gegenden und in kleineren Städten, eine gezielte Filmförderung in die Wege geleitet werden kann.

6.3.4 Neben dem herkömmlichen Kino haben sich in sogenannten kommunalen und Clubkinos neue und aktiver Formen der Auseinandersetzung mit dem Film herausgebildet. Die Synode ist der Auffassung, daß es sich dabei um sozial und kulturpolitisch interessante Experimente handelt. Filmclubs, regionale Bildungs- oder Pfarreizentren werden eingeladen, einen dynamischen Beitrag zu dieser Entwicklung zu leisten.

6.4 Neue audiovisuelle Medien

6.4.1. Die neuen audiovisuellen Medien wie Videokassetten, Super-8-Filme, Bildplatten,

Kabelfernsehen usw. werden interessante pastorale Verwendungsmöglichkeiten bieten. Deshalb bittet die Synode Medienverantwortliche, Erwachsenenbildner und katechetische Organisationen, das Studium dieser Möglichkeiten auf diözesaner oder regionaler Ebene unverzüglich an die Hand zu nehmen und für die Ausbildung von entsprechenden Fachleuten bezorgt zu sein.

6.4.2 Seelsorgeräten und Erziehern wird empfohlen:

- *sich über die bereits bestehenden audiovisuellen Medien und Programmangebote informieren zu lassen;*
- *auf die Vereinheitlichung der audiovisuellen Medien hinzuarbeiten;*
- *an der Schaffung regionaler Verleih- oder Medienstellen tatkräftig mitzuwirken;*
- *mit den bestehenden Fachorganisationen auf dem Gebiet der Audiovision Fühlung zu nehmen.*

6.4.3 Weil das Kabelfernsehen für die Kirche direkt von Bedeutung sein wird, bittet die Synode die drei für kirchliche Radio- und Fernseh-Belange zuständigen Arbeitsstellen der deutschen, französischen und italienischen Schweiz, dieser Frage die gebotene Aufmerksamkeit zu schenken und rechtzeitig die sich aufdrängenden Vorkehrungen zu treffen.

Anmerkungen:

1. Vgl. die Konzilsdokumente: *Gaudiu et spes*, Erklärung über die Religionsfreiheit, sowie die Instruktion „*Communio et Progressio*“ im folgenden mit der Abkürzung CP zitiert.
2. Vgl. UNO-Erklärung über die Menschenrechte, Art. 19: Danach umfaßt das Recht auf freie Meinungsäußerung „die Freiheit, Meinungen unangefochten anzuhängen und Informationen und Ideen mit allen Verständigungsmitteln ohne Rücksicht auf Grenzen zu suchen, zu empfehlen und zu verbreiten“.
3. Kantonale Lösungen gibt es zum Beispiel schon in Schaffhausen, Thurgau, Solothurn, beide Basel und Zürich. Zusammenschlüsse zu einem regional oder städtisch gemeinsam Organ finden wir z. B. im Luzerngebiets, in der Innerschweiz, im Aargau, in der Stadt St. Gallen. Die Augustinus-Druckerei in St.-Maurice stellt auch zahlreichen Pfarrblättern in der deutsch-sprachigen Schweiz Seiten und Artikel für den allgemeinen Teil zur Verfügung.
4. UNDA SUISSE ist die nationale Sektion der internationalen kath. Fernseharbeit.
5. Der „Kleine Koordinationsausschuß“, der sich aus Vertretern der kath. Medienarbeit der Schweiz zusammensetzt, hat sich zum Sammelpunkt der gesamtschweizerischen und medienüberschreitenden Kontakte entwickelt. Bis jetzt kommen ihm nur beratende Funktionen, keine Entscheidungskompetenzen, zu.

* Zu diesem Thema folgt ein ergänzender Beitrag.

CHRONIK · CHRONIK · CHRONIK

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

AFRIKA

ANGOLA

„O Estandarte“, von Methodisten 1923 gegründete Kirchenzeitung in Angola, nahm nach 14jähriger Unterbrechung ihr Erscheinen im Frühjahr 1975 wieder auf. Der Redakteur des Blattes, Rev. Gaspar d’Almeida, war 1961 verhaftet und nach dem Coup vom 24. April 1974 in Portugal wieder freigelassen worden. Er ist auch jetzt für das Blatt verantwortlich.

GHANA

„Youth Link“ heißt eine neue, seit Juli 1975 vierteljährlich erscheinende Jugendzeitschrift der Diözese Accra. Redakteur und Herausgeber des zunächst mit acht Seiten erscheinenden Blattes ist P. Andrew Campbell von der Kathedralpfarrei in Accra.

KAMERUN

Jean-Paul Bayemi, früherer Chefredakteur von „Effort Camerounais“, übernahm im Sommer 1975 die Redaktion der Diözesanzeitschrift „Semailles Diocésaines“ und der ebenfalls monatlich erscheinenden Zeitschrift „Hikuu“, die in einheimischer Sprache erscheint.

KENYA

Ein Autoren-workshop für dreißig Autoren, die mit der Erstellung von Lesematerial für Neu-Leser beschäftigt sind, fand vom 15. April bis 1. Mai 1975 im Institut für Erwachsenenbildung in Nairobi statt. Die Arbeitstagung wurde gemeinsam vom Kommunikationsbüro des katholischen Sekre-

riats und der entsprechenden Abteilung des nationalen Kirchenrats durchgeführt.

„Orientation, the Journal of Religious Studies in Kenya“, heißt eine neue Vierteljahrsschrift, die vom „Rat für Höhere Studien in Religion“ der Universität Nairobi seit dem Sommer 1975 herausgegeben wird. (P. O. Box 43844, Nairobi.)

„Eneza“ (Evangelisation) heißt eine neue Schallplattenserie, die von der Kommunikationsabteilung des Katholischen Sekretariats im Mai 1975 begonnen wurde. Die von John Irungu, dem Rundfunkverantwortlichen der Abteilung, betreute Reihe bringt religiöse Themen vor allem in moderner afrikanischer Musik. Die Platten sind besonders für junge Menschen gedacht.

RHODESIEN

„Umbowo“, bisher methodistisches Monatssblatt in Rhodesien, wurde zu einer ökumenischen Publikation weiterentwickelt, die ab Juli 1975 von der Kommunikationsabteilung des nationalen Christenrats des Landes herausgegeben wird. Die Redaktionsräume des Blattes sowie die Redakteure bleiben unverändert in der „Old Umtali Mission“. Chefredakteur ist Stanford G. Mukasa. Die Zeitschrift war 1918 von Rev. Horace Eddy Greely unter dem Titel „Umbowo Hwe Ukristu“ (Christliches Zeugnis) gegründet worden.

RUANDA

Ein Poster zur Bedeutung der Massenmedien im Jahr der Versöhnung wurde für das ganze Land zum Welttag der Kommunikationsmittel am 25. Mai 1975 vom zuständigen Büro der Bischofskonferenz herausgebracht.

SÜDAFRIKA

„The Christian Leader“ war eine der beiden Veröffentlichungen, die beim Jahreswettbewerb der Südafrikanischen Vereinigung von Industrie-Redakteuren im Mai 1975 das Prädikat „ausgezeichnet“ erhielt. Die gemeinsame Zeitschrift der Presbyterianer und der Kongregationalisten nahm zum ersten Mal an diesem Wettbewerb teil, zu dem sich 58 Zeitschriften gemeldet hatten. Layout, Stil und Inhalt des „Christian Leader“ wurden insgesamt als ausgezeichnet angesehen.

„Jesus Christ Superstar“ bleibt nach Entscheid der Berufungsinstanz des Gerichtshofs von Bloemfontein in Südafrika entgegen einem Gerichtsentscheid in Durban aus dem Jahre 1973 jetzt doch verboten. Das Musical zeige Christus als „konfuse“ Gestalt und Judas als „tragischen Helden“, heißt es in der Urteilsbegründung des Berufungsgerichts vom Mai 1975.

UGANDA

Die Bischofskonferenz des Landes beschloß auf ihrer Maisitzung 1975 u. a., das News-Bulletin des Katholischen Sekretariats vierzehntäglich und den „Pastoral Guide“ vierjährlich erscheinen zu lassen.

„Nile-Gazette“, katholische Monatsschrift in Arua, verlegte ihren Sitz im August 1975 nach Gulu (P. O. Box 200). Die Zeitschrift nimmt jetzt auch Anzeigen auf.

ZAIRE

„Telema“ (Steh auf) heißt eine neue ökumenische Zeitschrift, die seit Mai 1975 als Vierteljahresschrift für christliches Gedankengut und Kreativität in Kinshasa erscheint; Chefredakteur ist P. Boka di Mpasi. Die Zeitschrift erscheint unter Verantwortung der Jesuiten der zentralafrikanischen Provinz. (Anschrift: B. P. 3277, Kinshasa-Gombe, Zaire.)

AMERIKA

BRASILIEN

Der vierte Kommunikationskongress der „christlichen Union für Soziale Kommunikation“, der im August 1975 in São Paulo stattfand, wurde mit einer Ansprache von

Kardinal Arns (São Paulo) eröffnet. Die Versammlung behandelte als Thema die fehlende Kommunikation zwischen der Land- und Stadtbevölkerung.

„Kolping“ heißt eine neue Zeitschrift, die als Verbandsorgan des brasilianischen Kolpingwerks seit Ende Mai 1975 in São Paulo erscheint. Die monatlich erscheinende Zeitschrift wird von Justinus Kleinwächter redigiert und vom Kolpingwerk des Bistums Münster unterstützt. Die Anfangsausgabe des Blatts beträgt 8.000 Exemplare.

DOMINIKA

„Christ alive“, eine von P. Edward Alexander 1973 geschaffene religiöse Sendereihe, wurde im Juni 1975 von der Regierung verboten, ohne daß Gründe für diese Sanktion angegeben wurden. Die populäre Sendung soll nach Meinung von Premierminister Patrick John brennende Probleme des Landes, wie etwa das der Gewalt, zu offen behandelt haben.

KOLUMBIEN

„Medellín“ heißt eine neue Zeitschrift, die seit Sommer 1975 vom Pastoralinstitut des Lateinamerikanischen Bischofsrats (CELAM) in Bogota veröffentlicht wird. Die Zeitschrift will ein Forum für Information und Untersuchung pastoraler Erfahrungen und theologischer Fragen sein. An der Spurze des Blatts steht ein Redaktionskomitee der drei Priester Pierre Bigo, Carlos Braga, Segundo Galilea. Generaldirektor der Vierteljahresschrift ist P. Bonaventura Kloppenburg (Brasilien).

KANADA

„Le Jour du Seigneur“, Gottesdienstübertragung des kanadischen Fernsehens, wird nach Mitteilung des Kommunikationsbüros der katholischen Bischofskonferenz des Landes von 79 % aller Zuschauer positiv beurteilt. Nach der gleichen Untersuchung vom Sommer 1975 hatte die Tagesschau, das „Télé-journal“, eine positive Beurteilung von nur 69 % der Zuschauer zu verzeichnen.

VEREINIGTE STAATEN

Ein Verzeichnis aller Verantwortlichen im Bereich Kommunikation für die katholische Kirche in den Vereinigten Staaten erschien zum fünften Mal im August 1975 in Washington.

Das Nord-West Kommunikationsbüro für kirchliche Kommunikation mit Sitz in Seattle, Wash., das für die Staaten Alaska, Idaho, Montana, Oregon und Washington zuständig ist, erhielt im Mai 1975 Maury Sheridan als Direktor. Dem Vorstand des Büros gehören zwei Bischöfe, ein Priester, eine Ordensschwester und ein Laie an. Sheridan ist von Beruf Dozent und Berater für Kommunikationsfragen.

Aktuelle theologische Fragen waren Gegenstand einer Arbeitstagung christlicher Redakteure, die von der „Catholic Press Association“ und der „Associated Church Press“, einer evangelischen Fachorganisation, im Mai 1975 in New York veranstaltet wurde. Hauptreferenten waren P. Walter Burghardt von der „Catholic University“ in Washington, der Redakteur der Vierteljahresschrift „Theological Studies“ ist, sowie Rev. Dr. George William Webber, Präsident des „New York Theological Seminary“. Als Stichworte von besonderer theologischer Aktualität nannte P. Burghardt vier: Transzendenz, Ekklesiologie, Befreiung und die Pfingstbewegung.

Massenmedien und Verkündigung waren Thema einer Konferenz von kirchlichen Kommunikationsfachleuten des östlichen Teils der Vereinigten Staaten, die am 11. und 12. August 1975 in Lancaster, Pen., stattfand.

Der Durchschnittsverlust eines Diözesanblatts in den Vereinigten Staaten betrug nach Angaben der „Catholic Press Association“ im Jahre 1974 13.000 US \$. Von insgesamt 50 untersuchten Veröffentlichungen hatten 29 einen Verlust, 19 einen Gewinn zu verbuchen, 2 konnten ihr Budget ohne Verlust und Gewinn ausgleichen.

„The National Courier“ heißt ein neues nationales christliches Blatt, das seit Herbst 1975 in Plainfield, N. J., erscheint. Die Zeitschrift wird zunächst vierzehntäglich, soll aber möglichst schon mit Beginn 1976 wöchentlich erscheinen. Chefredakteur ist Bob G. Slosser, der früher bei der „New York Times“ als Nachrichtenredakteur tätig war. Herausgeber des Blatts ist Daniel Malachuk, Präsident von Logos International, einem christlichen Verlagshaus, das auf Bücher mit geistlichen und charismatischen Themen spe-

zialisiert ist. Der Redaktionsstab soll aus acht Redakteuren bestehen.

„Brothers and Sisters“ heißt eine neue ökumenische Wochenschrift für Farbige in den Vereinigten Staaten, die seit September 1975 in Liquori, Missouri, erscheint.

„The Catholic Register“, Wochenschrift der Diözese Johnstown, erhöhte die Auflage von 6.500 auf 40.000 Exemplare. Grund für diese Entwicklung ist ein vom Bischof initierter Plan, das Diözesanblatt allen Familien über die einzelnen Pfarreien zuzustellen.

„Share“, Jugendmagazin der Maryknoller Missionare, stellte im Sommer 1975 das Erscheinen ein.

„Triumph“, 1966 gegründete Zeitschrift katholischer Traditionalisten in Warrenton, Va., stellte im Sommer 1975 ihr Erscheinen ein.

„Jeskor Creative Services“ heißt ein neues Film- und Audiovisionszentrum der Jesuiten an der Universität Detroit. Es wird von P. James Fleck geleitet. Das Zentrum steht allen katholischen Institutionen und anderen nichtkommerziellen Einrichtungen als Servicezentrum zur Verfügung.

„No Hiding Place“ heißt ein neuer Film der Billy-Graham-Gründung „World Wide Pictures“. Er wurde im Mai 1975 in Minneapolis uraufgeführt. Der Streifen behandelt das Schicksal zweier überzeugt christlicher Schwestern während der deutschen Besetzung in den Niederlanden.

ASIEN

HONGKONG

Eine Konsultation christlicher Kommunikatoren fand vom 23. bis 29. Juni 1975 in Hongkong statt. Rund 40 christliche Journalisten aus 16 verschiedenen Ländern befassten sich u. a. mit der Bedeutung der christlichen Presse für die kirchliche Hierarchie, mit dem Mangel an ausgebildeten Journalisten und der Schwierigkeit, wirtschaftlich unabhängig zu werden. „Wir glauben, daß kirchliche Zeitschriften von der Kirche zu sehr als Randerscheinung oder nur als eine Public-Relations-Übung angesehen wurden“,

heißt es in einer der Entschlüsse der Konferenz. Die Teilnehmer verpflichteten sich aber gleichzeitig, durch bessere Ausbildung und verstärkten Informationsfluß für eine „substantielle Verbesserung der Qualität christlicher Zeitschriften in Asien“ zu sorgen. Die Konsultation wurde veranstaltet vom Kommunikationsbüro des asiatischen Christenrats in Singapur (vgl. auch unter: Singapur).

Die ökumenische Berichterstattung änderte sich nach einem Leitartikel des „Sunday Examiner“ vom 29. August 1975 seit 1966. Während früher auf einer eigens dafür eingerichteten Seite des Blatts bis zu 12 Nachrichten und Berichte veröffentlicht wurden, sind es jetzt kaum noch vier bis fünf. „Wird Ökumene inzwischen als selbstverständlich angesehen, so daß wir uns nach einem größeren als dem ökumenischen Aspekt umschauen müssen, um ein Ereignis als eine annehmbare Nachricht anzusehen? Wurde ökumenisches Handeln selbstverständlich? Sind Redakteure und Leser die Ökumene satt? Irgendetwas ist geschehen“, folgert das Blatt.

„ASIA — Asian Share in Action“, heißt ein seit Juli 1975 zweimal jährlich erscheinendes gemeinsames Informationsblatt vom Hongkonger und Tokioter Büro des Rundfunkdienstes im Lutherischen Weltbund.

INDIEN

Ein journalistischer Fortbildungskurs, in dessen Mittelpunkt allgemeine Fach- und Managementfragen standen, wurde vom 20. Mai bis zum 5. Juni 1975 im ökumenischen „Christian Center“ in Bangalore durchgeführt. 36 Teilnehmer aus neun indischen Staaten nahmen an dem Kurs teil, den Dr. K. E. Eapen, Direktor der Kommunikationsabteilung der Universität Bangalore, und Prof. B. S. Thakur, Journalistikabteilung der Punjab Universität, leiteten.

„Homelife“ heißt eine neue illustrierte Unterhaltungs- und Familienzeitschrift, die von den Paulistenpatres in Bandra bei Bombay seit August 1975 herausgegeben wird. Das nach der italienischen „Famiglia Cristiana“ der gleichen Patres konzipierte Blatt erscheint monatlich in englischer Sprache.

ISRAEL

„The Holy Land Review“ heißt eine englische Ausgabe der Heilig-Land-Zeitschrift der Franziskaner, die seit Sommer 1975 unter der Redaktion von P. Godfrey Kloetzl (Washington) erscheint. Die Zeitschrift „Terra Santa“ wird bereits in französischer, spanischer, italienischer und arabischer Sprache herausgegeben.

„Stimme des Friedens“, Piratensender des israelischen Kaufmanns Abie Nathan, der sich ausschließlich um „Friedensstiftung zwischen Israel und den arabischen Ländern“ bemüht, nahm nach einer Meldung von Radio Schweden ab September 1975 seine Sendungen mit einem täglichen Programm von 20 Stunden aus dem östlichen Mittelmeer wieder auf. Der Sender bringt jetzt auch Werbung, um seine Kosten besser zu bestreiten (vgl. CS 7:1974, 186).

JAPAN

Einen *Aktionsplan 1975/76* erarbeiteten 34 Priester und Laien aus dem Bereich der Medienarbeit bei einer Arbeitskonferenz vom 11. bis 13. Juni 1975 in Tokio. Das Treffen wurde von der Kommunikationskommission der Bischofskonferenz des Landes unter Vorsitz von Bischof Itonaga (Kagoshima) einberufen. Für die Zukunft geplant sind eine Untersuchung über das Image der Kirche in den japanischen Massenmedien, ein Handbuch der Kommunikationsmittel in Japan, der Aufbau einer Bibliothek für audiovisuelle Mittel. Auch die Sendungen des Vatikansenders in japanischer Sprache sollen aktiv gefördert werden.

PHILIPPINEN

„Bin-i“ (Saatkorn) heißt eine wöchentlich in Bangued, Provinz Abra in Nordluzon, erscheinende Zeitschrift der Diözese Bangued. Das Blatt dient vor allem der wirtschaftlichen Entwicklung, aber auch der kirchlichen Verkündigung der Lokalkirche.

SINGAPUR

Ein christlicher Nachrichtendienst wurde von der Kommunikationsabteilung des asiatischen Christenrats in Singapur Ende Juli 1975 begonnen. Der zunächst jeweils vierzehntäglich erscheinende Dienst soll vor allem

dem besseren Informationsaustausch innerhalb Asiens auf ökumenischer Grundlage dienen. Die Gründung wurde u. a. auch durch eine Kommunikationskonsultation in Hongkong (siehe dort) vorbereitet.

TAIWAN

Die Bischofskonferenz des Landes beschloß bei ihrer Konferenz am 20. und 21. Mai 1975 in Taipeh eine Reorganisation ihrer Kommissionen. Dabei wurden die Aufgaben der bisherigen Kommunikationskommission der jetzigen Kommission für Erziehung und Kultur zugeordnet, deren Vorsitz Erzbischof Lukuang von Taipeh führt.

VIETNAM

„*Katholiken und Nation*“ heißt eine seit Juli 1975 in Saigon erscheinende katholische Wochenzeitung. Nach Korrespondentenberichten aus Saigon wird das Blatt von einer Gruppe von Geistlichen redigiert, die sich selbst als dem neuen Regime nahestehend und „progressiv“ bezeichnen. Nach einer Mitteilung des Vatikansenders vom 27. Juli handelt es sich bei der Zeitschrift um die erste katholische periodische Veröffentlichung nach dem Fall des Thieu-Regimes.

SRI LANKA

ACIS, Asian Catholic Information Service, heißt ein neuer Informationsdienst, der seit Juni 1975 in Colombo erscheint. Herausgegeben wird der Dienst von der Kommunikationskommission der Föderation der asiatischen Bischofskonferenzen (FABC) unter dem Vorsitz von Bischof Oswald Gomis. Der Dienst enthält Nachrichten aus dem katholischen Leben Asiens und der Welt. Er erscheint zunächst monatlich.

AUSTRALIEN/OZEANIEN

AUSTRALIEN

Gemeinsame Artikel zu ökumenischen Fragen veröffentlichten zwei katholische Wochenblätter des Landes, „The Advocate“, Melbourne, und „The Southern Cross“, Adelaide, zusammen mit dem nationalen

anglikanischen Wochenblatt „Church Scene“ zur Gebetswoche um die christliche Einheit 1975. Die Beiträge behandeln vor allem das Verhältnis zwischen Katholiken und Anglikanern.

GUAM

Trans-World-Radio, evangelische Rundfunkgesellschaft, nahm nach einer Bauzeit von nur 10 Wochen am 22. August 1975 ihre Sendungen mit einem Mittelwellensender von 10 kW und mit einem täglichen 18stündigen Programm auf. Weiter sind zwei 100-kW-Kurzwellensender in Bau, die vor allem nach China, in die östliche Sowjetunion, nach Indonesien, Südostasien und Australien ausstrahlen sollen. Die amerikanische Federal Communications Commission hatte die endgültige Erlaubnis zum Bau der Sender im Mai 1975 gegeben.

EUROPA

BELGIEN

Unda — internationale katholische Vereinigung für Rundfunk, verlegte zum 1. Juli 1975 ihr Generalsekretariat von Fribourg bzw. London nach Brüssel, wo das Generalsekretariat des „Office Catholique International du Cinema“ (OCIC) Räume zur Verfügung stellte. Generalsekretär Jean Desautels wird zum 1. Januar 1976 in Brüssel seinen Sitz übernehmen. In der Zwischenzeit wird das Büro von Kevin Kersten geleitet.

DEUTSCHLAND

Eine „*Konferenz evangelikaler Publizisten*“ wurde Ende Mai 1975 in Stuttgart von 36 Vertretern evangelikaler Institutionen, Journalisten und Verlagsmitarbeiter gegründet. Die Konferenz soll sowohl die Vertretung evangelikaler Belange gegenüber den Rundfunkanstalten und der Presse wahrnehmen als auch die innerevangelikale Kommunikation verbessern.

Die Publizistische Kommission des Zentralkomitees der Deutschen Katholiken trat am 10. September 1975 unter dem Vorsitz des neu gewählten Vorsitzenden Hermann Boven-

ter (Bensberg) in Bonn zu ihrer konstituierenden Sitzung zusammen. Fragen der Medienpolitik, Aspekte eines Gesamtkonzepts kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit, die Beziehungen zwischen Kirche und säkularer Presse sowie Probleme der Weiterbildung von Publizisten sind Stichworte für das weitere Arbeitsprogramm der Kommission.

Die *Paulinus-Druckerei* in Trier beging am 20. September 1975 ihr 100jähriges Bestehen. Die von Georg Friedrich Dasbach gegründete Druckerei hat heute Zweigniederlassungen in Neunkirchen und St. Wendel. Ferner gehören zu ihr die Saarbrücker Druckerei und Verlag GmbH, die Akademische Buchhandlung Interbook GmbH sowie der Spee-Buchverlag. In der Druckerei werden u. a. die Trierer Bistumszeitschrift „Paulinus“ mit einer Auflage von 100.000 Exemplaren und die politische Wochenzeitung „Das Parlament“ mit der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschehen“ gedruckt. Im Paulinus-Verlag erschienen seit Ende des Zweiten Weltkrieges rund 600 Bücher- und Broschürentitel.

Eine stärkere Unterstützung der christlichen Presse forderte der Bundesvorsitzende des Katholischen Männerwerks, Günter Giesen, bei der Landesversammlung der Katholischen Männergemeinschaften Bayerns am 15. Juni 1975 in Nabburg/Opf. Die Klage über die gesellschaftliche Zersetzung mancher Presseorgane nütze nichts, sagte Giesen, „wenn wir uns nicht konsequent entschließen, unsere Blätter mehr denn je zu unterstützen und auch für sie zu werben“.

Eine gemeinsame Buchhändlerkonferenz veranstalteten die beiden konfessionellen Verlage der DDR, die Evangelische Verlagsanstalt (Berlin) und der katholische Bennoverlag (Leipzig) während der Leipziger Herbstmesse Anfang September 1975 in Leipzig. Zum ersten Mal war ein solches Treffen 1974 veranstaltet worden, um im kirchlichen Raum der DDR einen Ersatz für die Internationale Buchmesse in Leipzig zu schaffen, die seit 1973 nur noch im Frühjahr stattfindet. Rund 80 Buchhändler nahmen an der Veranstaltung teil.

Für den Verlag Winfried-Werk, Augsburg, veröffentlichte das „Amtsblatt für die Diözese Augsburg“ Ende Mai die Anteile der Gesellschafter der GmbH. Danach halten die Erzdiözese München/Freising 23,5 %, das

Bistum Augsburg 14,5 %, die Diözese Fulda 14 %, Bamberg, Eichstätt, Passau, Regensburg und Würzburg je sieben Prozent; die Bistümer Trier, Freiburg und Köln halten je dreieindrittel und Münster drei Prozent der Anteile.

„Mut zum Leben“ heißt ein neuartiges Funkseminar, das die Katholische Akademie Trier zusammen mit der Evangelischen Akademie des Saarlandes für den Saarländischen Rundfunk vorbereitet. Dabei handelt es sich um 10 Sendungen, die ab Januar 1976 ausgestrahlt werden und die den ersten Kurs der konfessionellen Erwachsenenbildung im Medienverbund in Deutschland darstellen.

Franz Gypkens, 64, freier Publizist und früherer Provinzial der Weißen Väter, starb am 5. August 1975 in Frankfurt.

Filmfestspiele: Das internationale Katholische Filmbüro (OCIC) verlieh bei den Berliner Filmfestspielen am 8. Juli 1975 seinen Preis dem polnischen Film „Bilanz eines 40jährigen“ von Krzyszof Zanussi. Im Internationalen Forum des Jungen Films ging der Preis der Katholischen Kirche an den italienischen Team-Film „Niemand oder alle“. Der zu vier gleichen Teilen verliehene evangelische Otto-Dibelius-Filmpreis ging u. a. an den ungarischen Film „Die Adoption“ und den bundesdeutschen Beitrag „Lina Braake — die Interessen der Bank können nicht die Interessen sein, die Lina Braake hat“.

OCIC: Das internationale Katholische Filmbüro erarbeitete in Berlin neue Kriterien für die Bewertung von Filmen. Danach sollen künftig OCIC-Preise solchen Filmen zugesprochen werden, die „Werte wie Liebe, Treue, Hoffnung und Hilfsbereitschaft überzeugend zum Ausdruck bringen“. Nach einer Mitteilung der Jury vom 3. Juli 1975 in Berlin verpflichtete diese sich, bei der Preisverleihung dafür zu sorgen, daß prämierte Filme nicht nur eine „Minorität professioneller Cineasten“ ansprechen. Doch solle man, so hieß es, die kritische Urteilsfähigkeit des Zuschauers nicht unterschätzen.

Das Katholische Filmwerk Frankfurt betreute 1974 insgesamt 4.460 Spielstätten und vermittelte 11.583 Spielfilme aus gewerblichen Schmalfilmverleihen. Damit nahm nach einer Veröffentlichung des Jahresberichts vom 23. Juni 1975 die Vermittlung von Spielfilmen um 5,2 Prozent zu. Als weiteres Ar-

beitsgebiet übernahm das Filmwerk in Frankfurt die Geräteberatung und Kaufvermittlung für den audiovisuellen Bereich.

Die 19. Interfilm Generalversammlung fand während der Westdeutschen Kurzfilmtage in Oberhausen Anfang Mai 1975 statt.

Matthias-Film, evangelische Film-Verleihgesellschaft in Stuttgart, bestand im Mai 1975 25 Jahre. Aus diesem Anlaß erschien im Verlag der Evangelischen Publizistik die Publikation „Film im Dienst der Gemeinde: 25 Jahre Matthias-Film“.

AV — Medien und Katechese: Auf die wachsende Bedeutung audiovisueller Mittel für religiöse Lernprozesse und kirchliche Bildungsveranstaltungen wies der Geschäftsführer des Deutschen Katedetenvereins, Anton Täubl, bei einer Sonderveranstaltung des Vereins während der 13. Europäischen Lehrmittelmesse „didacta“ in Nürnberg am 13. März 1975 hin. Die Audiovision bietet sich nach Täubl als „neue Sprache des Glaubens“ an.

Ein Medienzentrum wurde am 7. September 1975 in Paderborn durch Erzbischof Johannes Joachim Degenhardt eröffnet. Das Zentrum wird die katholische Stadtbücherei, die zentrale Büchereifachstelle für das Erzbistum, eine Zentrale für audio-visuelle Mittel sowie eine medientechnische Beratungsstelle aufnehmen.

FRANKREICH

Das 16. Deutsch-Französische Treffen katholischer Journalisten fand vom 6. bis 8. Juni 1975 im Chateau de Montvillargenne bei Chantilly statt. Rund 100 Teilnehmer aus beiden Ländern waren erschienen.

GROSSBRITANNIEN

„The Tablet“, katholische Wochenzeitung in London, erhielt durch ihren Spendenauftruf von den Lesern bis März 1975 über 8.500 £ zur finanziellen Unterstützung der Zeitschrift. Das Blatt, 1840 gegründet, hat eine Auflage von 12.000 Exemplaren, die zu 47 % von Lesern außerhalb des Landes bezogen werden (vgl. CS 8:1975, 83).

Die Zukunft des Rundfunks im Lande ist Gegenstand der Beratungen einer Regierungskommission („Annan-Commission“), vor der

die Kommunikationskommission der Bischofskonferenz von England und Wales im Juli 1975 ihre Meinung zu diesem Thema in einem eigenen Dokument erläuterte. Darin tritt die katholische Kommission im wesentlichen für eine Beibehaltung des bestehenden Systems ein. BBC und IBA hätten, so heißt es, bisher die ihnen übertragenen Aufgaben insgesamt erfüllt, auch wenn man einige Kritik anbringen könnte.

ITALIEN

Dem „Aggiornamento“ der Kommunikationsarbeit der katholischen Kirche in Italien galt eine erste Arbeitskonferenz von Bischöfen und Kommunikationsverantwortlichen, die Ende Juli 1975 in Montecampione (Valcamonica) stattfand. Vorgeschlagen wurden von der Konferenz u. a. die Erhebung der jetzigen Unterkommission für die Sozialen Kommunikationsmittel zu einer Kommission der Bischofskonferenz, die Errichtung eines effizienten nationalen Kommunikationsbüros und „Evangelisation und Soziale Kommunikation“ als Diskussionsthema für die Generalversammlung der italienischen Bischofskonferenz etwa im Jahre 1977.

„Massenmedien und Mensch“ war das Thema einer Arbeitstagung, die von der Stiftung Pro Civitate Cristiana in der Citadella Cristiana in Assisi vom 20. bis zum 26. Juli 1975 für Mitarbeiter der Pfarreien, Katedeten, Priester und Laien durchgeführt wurde.

„La Civiltà Cattolica“, Zeitschrift der Jesuiten in Rom, veröffentlichte am 21. Juni 1975 ihre 3.000ste Ausgabe. Die Zeitschrift wurde in Neapel 1850 von P. Carlo Maria Curci gegründet (vgl. auch: Vatikan).

„Eco di Bergamo“, katholische Tageszeitung in Bergamo, wurde am 22. Juni 1975 von Demonstranten angegriffen, die von einer Gewerkschaftsversammlung kamen. Die Demonstranten schlugen mit einer Peitsche auf den Direktor des Blatts, Msgr. Andrea Spada ein, zerstörten die Schaukästen und drangen in die Redaktionsräume vor. Sowohl der „L’Osservatore Romano“ als auch der Vorsitzende der Katholischen Pressevereinigung Italiens, Piccoli, verurteilten den Zwischenfall scharf und bezeichneten ihn als einen allgemeinen Angriff auf die Pressefreiheit.

JUGOSLAWIEN

„*Glas Konzila*“: Zivko Kusic, Chefredakteur der katholischen Zeitschrift „*Glas Konzila*“, wurde Anfang Juli 1975 vom Obersten Gericht Kroatiens zu fünf Monaten Gefängnis auf zwei Jahre Bewährung verurteilt. Ein Jahr lang darf der griechisch-katholische Geistliche nicht in der Öffentlichkeit auftreten, während ihm die Tätigkeit in der Redaktion gestattet bleibt. Anlaß zur Verurteilung war ein Artikel, in dem Kusic sich aus Anlaß der 700-Jahr-Feier eines kroatischen Lokalheiligen mit der Stellung des christlichen Gewissens gegenüber staatlichen Gesetzen auseinandergesetzt hatte. „*Glas Konzila*“ gilt weit über die Grenzen Kroatiens hinaus als eines der meistgelesenen Blätter in Jugoslawien; die Zeitschrift wurde schon mehrfach verboten (vgl. CS 6:1973, 85, 370).

MALTA

Religiöse Sendungen werden seit Anfang August 1975 über einen Relaisender der Deutschen Welle, der laut Lizenzvertrag auch der Regierung des Landes zur Verfügung gestellt werden muß, ausgestrahlt. Jeden Abend vermiert die Regierung Maltas jeweils 15 Sendeminuten an Vox Fidei, Zürich, an Radio Messias, Luzern, sowie an IBRA, Stockholm (Pfingstbewegung) und an Adventist World Radio, Darmstadt. Nach dem Vertrag mit der Deutschen Welle hat Malta Anspruch auf 10 % der Sendezeit der deutschen Relaisstation.

ÖSTERREICH

„*Forche*“, katholische Wochenzeitung in Österreich, wurde zum 1. Juli 1975 von einer eigenen Gesellschaft übernommen, die den gesamten Kostenaufwand der Wochenzeitung trägt. Bisher war das Blatt im Verlag Herold erschienen, der durch eine Übertragung der Gesellschafteranteile saniert werden soll.

Mehr Kirchenfunksendungen als „Lokalzeitungen“ im Hörfunk sowie eine Verbesserung der kirchlichen Lebenshilfe vor allem für ältere und kranke Menschen über den Hörfunk forderte der Hauptabteilungsleiter Kirchenfunk beim ORF/Hörfunk, Ing. Walter Karlberger, bei einer Studententagung der Hörfunkkommission des Katholischen Zentrums für Massenkommunikation im Juni 1975 in Salzburg Maria Plain.

POLEN

Die Druckerei „*Pallottinum*“ der Gesellschaft vom Katholischen Apostolat wurde Anfang Juli 1975 durch den polnischen Primas Kardinal Stefan Wyszyński im Beisein des Erzbischofs von Posen, Antoni Baraniak, und des Generalsuperiors der Pallottiner, Nicola Gorman, und anderer Persönlichkeiten in Posen eingeweiht. Die neue Druckerei soll vor allem liturgische Bücher und anderes katholisches Schrifttum drucken.

SCHWEDEN

Der *Gebrauch der Massenmedien* durch die Kirche war eines der Diskussionsthemen auf der Tagesordnung einer Konvention der lutherischen Kirche Schwedens im Juni 1975, die nur alle sechs Jahre zusammentritt. Für die nächste Versammlung dieser Art wurde eine Studie über den christlichen Glauben und die Massenmedien in Auftrag gegeben.

„*Signum*“ heißt eine neue katholische Zeitschrift, in der die bisher von Jesuiten herausgegebene Zeitschrift „*Credo*“ und die vom katholischen Informationsdienst herausgegebene Veröffentlichung „*KIT*“ aufgingen. „*Signum*“ erscheint seit August 1975. Die beiden Vorgängerpublikationen hatten ihr Erscheinen ab Mai 1975 eingestellt.

SCHWEIZ

Die *Bischofskonferenz* des Landes wählte während ihrer 148. Sitzung in Sitten vom 2. bis 4. Juli 1975 Bruno Holtz, Fribourg, zum Leiter der Informationsstelle im Sekretariat der Bischofskonferenz. Die Arbeitsstelle für Radio und Fernsehen in Zürich wurde mit der Verwirklichung von Plänen für einen Einsatz audiovisueller Mittel zur mediengerechten Verkündigung beauftragt.

„*UCIP-Informations*“ heißt ein neues Mitteilungsblatt der internationalen katholischen Journalistenvereinigung, das ab Juni 1975 als Nachfolgeorgan von „*Journalistes Catholiques*“ in Genf erscheint. (10 Ave. de la Gare au Eaux-Vives, CH 1207 Genève.)

Die „*Schweizerische Kirchenzeitung*“ wird ab 1. Januar 1975 zum ersten Mal in ihrer 142jährigen Geschichte von einem Laien, Dr. Rolf Weibel-Spirig, geleitet. Weibel ist Nachfolger von Johann Baptist Villiger, der nach 21jähriger Leitung in den Ruhestand

trat. Die Kirchenzeitung ist amtliches Organ aller schweizerischen Diözesen.

SOWJETUNION

Die katholische Untergrundpresse Litauens ist nach Angaben der geheim zirkulierenden „Chronik der katholischen Kirche in Litauen“ nach neuen Razzien der Sicherheitsbehörden „fast lahmgelegt“. Nach Informationen im Juli 1975 soll es dem Geheimdienst gelungen sein, mehrere Zentren aufzudecken, in denen die „Chronik“ bislang vervielfältigt wurde.

VATIKAN

Papst Paul VI. empfing die Mitglieder von Redaktion und Verlag der Jesuitenzeitschrift „La Civiltà Cattolica“ zum Erscheinen der 3.000sten Ausgabe am 14. Juni 1975 in einer Sonderaudienz. Der Papst lobte in seiner Ansprache besonders das Konzept der Zeitschrift, das „in der objektiven und informativen Beobachtung des Zeitgeschehens und der klaren und ausgewogenen Beurteilung

der Ereignisse im Lichte der katholischen Prinzipien“ bestehe (vgl. auch unter: Italien).

Die Päpstliche Kommission für die Soziale Kommunikation erhielt am 30. Mai 1975, berufen durch den Papst, folgende Bischöfe als neue Mitglieder: Jaime Sin (Manila, Philippinen), Jean Badré (Bayeux, Frankreich), Paul Khorai (Leribe, Lesotho), Georg Moser (Rottenburg), Fausto Vallainc (Siena), Dario Castrillon Hoyos (Pereira, Kolumbien), Joseph Robert Crowley (Fort Wayne, USA), Bede Clancy (Sydney, Australien).

Der *Vatikansender* strahlt seit dem 17. Juni 1975 auch Sendungen in finnischer Sprache als Teil der Sendungen für Skandinavien aus. Verantwortlich für die Sendungen, die vierzehntäglich ausgestrahlt werden, ist Jesuit P. Lars Rooth. — Zum Herbst 1975 soll der Vatikansender einen neuen 500-kW-Kurzwellensender erhalten, der bei der Firma Telefunken in Berlin in Auftrag gegeben wurde. Der Sender hat nach Angaben der Herstellerfirma die größte drehbare Kurzwellen-Richtantenne der Welt.