

BERICHTE

Theologie im Äther

Ein theologischer Lehrkurs im niederländischen Rundfunk

Schon seit Ende 1956 sendet die „Nederlandse Christelijke Radio Vereniging“ (NCRV) einen sogenannten Theologischen Radio-Lehrgang. Damals war eine solche Initiative sicher etwas Besonderes. Zwar gab es auch schon im niederländischen Rundfunk Bildungsprogramme, wie etwa der Schulfunk oder die Funk-Universität, aber alle diese Sendungen richteten sich an ein größeres Publikum. Der theologische Rundfunkkurs aber war zunächst für die evangelischen Prediger bestimmt, um sie über neue Entwicklungen und Erkenntnisse zu informieren. Ursprünglich dachten die damaligen Initiatoren nicht einmal an solche unmittelbaren Programme, die sich nun tatsächlich bis heute gehalten haben. Eigentlich wurde das Ganze zunächst als Versuch angesehen.

Das erste Sendejahr brachte 25 Programme über verschiedene Themen, wie die Rolle der Predigt, die byzantinische Kirche, modernen Nihilismus, Neurosen und Glaubensfähigkeit, über Sozial- und Eheethik und über die moderne römisch-katholische Theologie. Die Dozenten dieser Kurse waren durchgehend Hochschullehrer aus der Theologie. Die Texte waren von hohem wissenschaftlichem Niveau. Ein Kuratorium und ein Beirat aus Professoren wurden von sieben Universitäten oder Theologischen Hochschulen gestellt (Amsterdam (2), Apeldoorn, Groningen, Kampen, Leiden, Utrecht). Vorsitzender war der bekannte Prof. Dr. G. Berkouwer von der Freien Universität Amsterdam, der auch das erste Studienprogramm besorgte. Der Beginn des theologischen Rundfunkprogramms wurde vom Rat für Kirche und Theologie der Niederländischen Reformierten Kirche empfohlen. Er machte die Prediger auf das neue Angebot und diese außergewöhnliche Gelegenheit für eine akademische Fortbildung aufmerksam. Die Sendezeit war günstig, sie lag am Donnerstagsvormittag, wo von 10.15 - 11.00 Uhr eine volle Vorlesung geboten wurde.

Trotz der manchmal schwer zugänglichen Texte zog der erste theologische Rundfunkkurs genügend Hörer an, um auch im zweiten Jahr durchgeführt zu werden. Nicht nur die Prediger, sondern auch viele andere schienen das Programm zu hören, Gebildete und ungebildete Gläubige ebenso wie römisch-katholische Priester. Vor allem für letztere schien auch die Sendezeit recht günstig.

Schriftliche Ausweitung

Der theologische Lehrgang am Rundfunk rief bald Reaktionen hervor. Man erbat bestimmte Texte, weil man allein beim Zuhören oft den Ausdrücken nicht voll folgen konnte und sie nachlesen wollte. Dies führte dann im dritten Jahr, Oktober 1958, zur Veröffent-

lichung von Begleittexten, die Zusammenfassungen der Unterrichtssendungen enthielten. Die erste Ausgabe der neuen Zeitschrift unter dem soliden Titel „Zweimonatsschrift für Theologische Rundfunklehrgänge“ begann mit einem 250 Worte umfassenden Resumé des Ethikprofessors H. van Oyen über „Christen und Luxus“. Die ersten Ausgaben waren noch unscheinbare Blätter, die durchaus gelegentlich verlorengehen konnten. Auch geschah es schon einmal, daß schlicht mitgeteilt wurde: J.T. Bakker 'Der Prediger und das Alte Testament': keine Zusammenfassung erhalten. Im Jahre 1964 erhielt das Bulletin den Namen „Rondom het Woord“, der dann auch zum Namen der Rundfunksendungen wurde. Inzwischen ist der 25. Jahrgang beendet. Das einst so einfache zweimonatlich erscheinende Blatt von acht Seiten (1,50 Fl. einschließlich Versandkosten) erscheint heute als illustrierte Quartalsschrift in Buchformat mit 96 Seiten (25,- Fl.). Die Anlage des Lehrgangs war im Anfang unbestimmt, wird aber jetzt mehr thematisch durchgeführt. So wird etwa 1983/84 vor allem das Kind und der Glaube, sowie das Gedenken an Luther und Kafka behandelt. Zusammen wurden im Laufe der Jahre mindestens dreißig Themen ausführlicher besprochen, vom Religionsunterricht in den Schulen (1961) bis zu jüdischen Stimmen in den Niederlanden (1982/83). Andere Serien behandelten etwa die Schriftauslegung, aber manches ist auch in bunter Reihenfolge anzutreffen, so vom Islam gestern und morgen zu Paulus im Spiegel der Jahrhunderte, von der Mystik in der westlichen Kultur bis zum Wort in der Welt Indonesiens, von der Kirchenmusik bis zur Frau als Prediger, wofür offensichtlich ein besonderes Bedürfnis bestand.

In einem Rückblick auf die fast 30 Jahre des Rundfunklehrganges kommt D.P. Engberts zu einigen aufschlußreichen Randbemerkungen: „Was zuerst ins Auge springt, ist der ökumenische Charakter, der den theologischen Rundfunkkurs von Anfang an gekennzeichnet hat. Schon in den ersten Jahren ist eine breite Skala protestantischer Gruppierungen anzutreffen: Reformierte, „Gereformierte“, christlich-reformierte, Lutheraner, Remonstranten und einige Baptisten. Auch römisch-katholische Autoren arbeiten bald mit, so spricht 1964 P.G.J.L. Hendrix über die Mysterientheologie des Odo Casel osb und ihre Bedeutung für das ökumenische Gespräch. 1967 machte der Ökumeniker H.A.M. Fiolet dem II. Vatikanum seine Aufwartung als Ausgangspunkt einer erneuernden Glaubensbesinnung. Seitdem sind sie feste Gäste im Rundfunkkurs. Aus neuester Zeit stammen die Beiträge von jüdischer Seite, für die der Kurs immer schon besonders offen war. Manchmal haben die Beiträge ihren Ansatzpunkt vor allem in der Bibelwissenschaft, und oft ist auch das Judentum ein besonderer Teil der Überlegungen. Im Jahre 1976 gibt es eine ausführliche Themenserie Judentum und Christentum, und in neuester Zeit erschienen Beiträge unter der Überschrift 'Jüdische Stimmen in den Niederlanden'. Der Titel zeigt schon, daß es vor allem die Juden selbst sind, die hier zu Wort kommen, womit eine lange Tradition der christlichen Theologie durchbrochen wird, die im günstigsten Falle wohl über das Judentum nachdachte, aber nicht mit den Trägern des empirischen Judentums ins Gespräch trat. Im übrigen macht der Radiolehrgang in allen Jahrgängen eine gute Figur, wenn es um die Aufmerksamkeit für das Judentum geht“.¹

Auch als Radioprogramm hat der theologische Rundfunkkurs seit 1956 durchaus einige Veränderungen erfahren. Dabei wird offensichtlich das pastorale Element verstärkt. Als Folge der stärkeren Senderindividualität und des Entstehens neuer Rundfunkorganisationen wurde die Sendezeit auf den Mittwohabend verlegt. Er ist jetzt der Schlußteil eines einstündigen Programmes „NCRV-Leerhuis“ (NCRV Lehranstalt, 19.00 - 20.00 Uhr), welches mit einer fünfzehnminütigen Lebensübung in der Bibel beginnt, dem fünfzehn Minuten über das Kirchenlied und dann dreißig Minuten Theologie folgen. Dies ist keine besonders gute Sendezeit, wenn man an die Konkurrenz des Fernsehens denkt, aber für ernste Interessenten läßt sich dies auch mit dem eigenen Kassettenrecorder überbrücken. Außerdem finden sich nachher ja noch viele Texte in der Zeitschrift, auch wenn dies vielleicht einige Monate dauert.

Der Theologische Rundfunklehrgang ist außer in den Sommermonaten wöchentlich. Im

Vergleich zu den 45 Minuten des Anfangs ist diese Sendezeit jetzt gekürzt, aber das ist auch ein Zeichen der Zeit. Unter dem Einfluß des Fernsehens ist das Hörvermögen der Menschen reduziert. Die jetzige halbe Stunde wird deswegen auch noch unterbrochen durch Musik, dies vor allem bei Interviews, die in zunehmendem Maße durch Texte ersetzt werden.

Wie ökumenisch?

Wie ökumenisch ist nun dieser theologische Rundfunkkurs? Wie gesagt, wurde bereits in den ersten Jahren durch Professor G. Berkouwer eine Vorlesung gegeben über Fragen der modernen römisch-katholischen Theologie. Doch geschah dies sehr stark aus protestantischer Sicht, auch wenn der Autor als weitsichtiger Gelehrter sein Programm mit größter Sorgfalt vorbereitete.

Über Jahre sind dann solche Themen behandelt worden, und der Beirat scheint immer versucht zu haben, Autoren einzuladen, deren Blick über die eigene Kirche hinausging. So verweist Professor Dr. Quispel im dritten Jahrgang der Zeitschrift, wo er über die Theologie des Judentums spricht, auf das damals gerade erschienene Buch von Jean Daniélou sj. Später gehörte Professor Dr. Fr. Haarsma von der Katholischen Universität Nijmegen zum Beirat, wo nach seinem Weggang der Platz aber noch nicht wieder besetzt wurde. Wohl gibt es eine Reihe regelmäßiger römisch-katholischer Mitarbeiter. Hier kennt der Lehrgang keine Grenzen mehr.

Schon vor mindestens zehn Jahren wurde gefragt, warum dieser theologische Rundfunkkurs, wie ökumenisch er auch sei, nicht mehr verbreitet werden könne, etwa in dem Sinne, daß auch die katholische Rundfunkgesellschaft (KRO) daran teilhabe. Diese Frage ist bisher noch nicht beantwortet. Rundfunkgesellschaften arbeiten bei teuren Fernsehproduktionen zusammen, aber für solche Hörfunkprogramme scheint dies nicht möglich. Die Sorge um die eigene Identität kann eine Zerrissenheit unterstreichen, die tatsächlich nicht mehr besteht. Es liegt in den Möglichkeiten der Rundfunkstruktur der Niederlande, daß ein Theologischer Rundfunklehrgang möglich ist, aber die Schwäche besteht darin, daß jeder für sich arbeitet, wo eine Zusammenarbeit selbstverständlich sein sollte.

Frans Oudejans (Breda)

Spiel und Medien in Familie, Kindergarten und Schule

Europäisches Pädagogisches Symposium in Klagenfurt

Mit wesentlich geringerem Zuspruch als erwartet (und daher mit reduziertem Programmangebot) fand vom 23. Juli bis 6. August 1983 in Klagenfurt das Europäische Pädagogische Symposium statt. Als Veranstalter traten der Weltbund für Erneuerung der Erziehung sowie die Pädagogischen Anstalten des Bundeslandes Kärnten auf.

Der Titel des Symposiums, das neben wissenschaftlichen Aspekten ein breites Angebot an Freizeitaktivitäten machte, lautete „Spiel und Medien in Familie, Kindergarten und Schule“, ein Motto, das also auch die an Medienpädagogik Interessierten anlocken sollte. Dies hat allerdings nicht funktioniert, was an den außerhalb Kärntens spärlich gestreuten Hinweisen auf die Veranstaltung gelegen haben mag, vielleicht aber auch an der in den letzten Jahren sich stärker bemerkbar machenden Ablehnung des Themas Medienpädagogik überhaupt. Anstatt diesem Trend durch verstärkte Werbung und einem attraktiven Programm entgegenzuwirken, sahen die Veranstalter bei geringer Anmeldezahl ihr Heil in der Absage des über beide Wochen verteilten Seminars „Kind und Medien“ und reduzierten

so das medienpädagogische Angebot auf ein halbes Dutzend Veranstaltungen in der zweiten Woche.

Das erste Referat dieser Woche (Referent Bernd Sandrieser, Pädagogische Akademie Klagenfurt) fand als Überleitung vom Schwerpunkt Spiel zum Thema Medien unter dem Titel „Medien als Spielverderber“ auch noch ein relativ großes Publikum. Leider wurden hier Vorurteile der Pädagogen massiv verstärkt, mußten Computerspiele zu Hause und in Spielhallen (Zutritt für Kinder nicht unbedingt erlaubt) herhalten, um die negativen Entwicklungen zu bestätigen. Die echten Probleme, die u.a. im Nicht-mehr-miteinander-spielen der Generationen liegen könnten, wurden nicht einmal angetippt; trotzdem war dem Referenten der Applaus des vorwiegend älteren, weiblichen Lehrerpublikums sicher. Das zweite Referat (von Holger Rust, Hamburg) zum Themenbereich Medien, „Jugendprobleme in Spielfilmen des Fernsehens“, war leider, schon weil thematisch nicht ins Programm passend, ebenso unangebracht.

Der zweite „Medienhalbtage“ sollte das überwiegend aus Pädagogen bestehende Publikum mit neueren Forschungen und Fragen in bezug auf „Fernsehen im Leben der Kinder“ bekanntmachen. Klaus Boeckmann, Professor für Medienpädagogik/Mediendidaktik an der Universität für Bildungswissenschaften, Klagenfurt, und Brigitte Hipfl, Assistentin am Institut für Mediendidaktik, als die Referenten dieses Vormittags, wurden dem Gegenstand jedoch nur zum Teil gerecht. Dazu kam ein Effekt, den man bei solchen pädagogischen Veranstaltungen immer wieder feststellen muß, daß die Anwesenden gerne eigene Vorurteile bestätigt finden und Rezepte geliefert bekommen wollen, wie was zu machen ist. Wie wissenschaftliche Daten erhoben werden, mit welchen Schwierigkeiten man dabei zu kämpfen hat, was solche Daten dann aussagen könnten, wie man ihren Stellenwert richtig bestimmt, das liegt jenseits des Interesses.

Am dritten Tag kollidierten dann mehrere interessante Themen zeitlich: ein Referat über theoretische Aspekte der Medien und Pädagogik (Günther Stotz, Universität Klagenfurt), Workshops zu „Medienerziehung im Kindergarten“ (mit Erfahrungen eines Projekts bei verhaltensgestörten Kindern) und „Kinder arbeiten mit Medien“ (Karl Nessman und Günther Stotz, Klagenfurt, präsentierten die während der Vorwoche von Kindern produzierten Medien) sowie Workshops zu allgemein-pädagogischen Themen.

Der vierte Tag brachte schließlich noch Referate zu Schwerpunkten der Medienerziehung angesichts der Fernsehnutzung (Klaus Schleicher, Hamburg) und zum Bildungsfernsehen (Adolf Melezinek, Klagenfurt).

Leider wurde die Chance, bei einem derartigen Symposium neue Anregungen für das Lernen des Umgangs mit Medien zu vermitteln, vertan. Die Frage drängt sich auf, ob dies Absicht war, daß man die Medien wieder in die Verteufelungsecke drängen wollte, oder bloß mangelnde Sachkenntnis der Veranstalter. Letzteren Eindruck verstärkt die Auswahl der Referenten und Referatsthemen, ersteren das Streichen des Workshops „Kind und Medien“. (Übrig geblieben war „Wie man mit Lehrern Medienerfahrungen aufarbeiten kann“ mit sechs Teilnehmern.)

Schade, daß man in Klagenfurt nicht, so wie in den letzten Jahren in der Diskussion um Medienpädagogik, einen realistischen, doch optimistischen, in jedem Fall aktiven Weg eingeschlagen hat und dafür Konzepte anbot. Ein Europäisches Pädagogisches Symposium hätte Besseres verdient.

I. Geretschlaeger (Salzburg)

Alternative Presse in Chile

In vielen Ländern der Welt läßt sich heute eine Tendenz zur lokalen Kommunikation feststellen. Dies gilt ganz besonders für Staaten mit bestimmten diktatorischen politischen Systemen. Für Chile hat die katholische Monatszeitschrift „Mensaje“ in Santiago kürzlich eine Übersicht über einfache vervielfältigte Publikationen des Landes veröffentlicht, die sich auf Probeexemplare der Redaktion bzw. der Archive des Erzbistums und der Bischofskonferenz stützt.¹ Nach dieser Aufstellung, die als durchaus unvollständig bezeichnet wird, entstanden von den 69 Publikationen bis auf sechs alle in den letzten zehn Jahren, d.h. nach der Machtübernahme durch General Pinochet. Sie werden als ein Zeichen des Bedürfnisses der Bevölkerung nach alternativen Ausdrucksmöglichkeiten bezeichnet, die ein gewisses Gegengewicht gegenüber den offiziellen Medien schaffen.

Die kleinen Publikationen veröffentlichen nicht nur Informationen und Notizen von lokaler und damit begrenzter Bedeutung. Sie geben vielmehr auch die Möglichkeit, Dinge zu veröffentlichen, die von der offiziellen Presse nie angenommen würden. Dabei glaubt P. Hubert Daubechies, der Verfasser des Beitrages, daß die von ihm aufgelisteten alternativen Organe nur als die Spitze eines Eisberges anzusehen seien, in dem sich das nationale Gewissen und die nationalen Sehnsüchte ausdrücken. Dabei handelt es sich bei diesen Publikationen nicht nur um Blätter aus dem kirchlichen Bereich, auch wenn diese Titel in der Aufstellung von „Mensaje“ mit 49 aus insgesamt 69 Veröffentlichungen zu Buche schlagen. Im einzelnen werden von den kirchlichen Publikationen fünf von der Bischofskonferenz, 32 von verschiedenen Organisationen und Teilen der Erzdiozese Santiago, 12 von anderen Diözesen und 6 von Pfarreien herausgegeben. Von den übrigen 20 Organen werden sechs von Menschenrechtsorganisationen und die übrigen von anderen Vereinigungen veröffentlicht. Charakteristisch für diese alternativen Veröffentlichungen ist ihre einfache Aufmachung, das einfache Druckverfahren und ihr halbprivater Charakter, obwohl manche von ihnen ausdrücklich sagen, daß man ihre Beiträge mit Zitieren der Quelle veröffentlichen dürfe.

Im einzelnen werden - nach Herausgebern geordnet - folgende Titel aufgeführt:

1. Kirchliche Publikationen

a) Bischofskonferenz, Chile

Servicio (1973), Revista de pastoral de la Iglesia en Chile

Correo Informativo, Departamento de Laicos

Chile Misionero (1982), Revista de las obras misionales pontificias

Cristo Dialogante (1974), Servicio Fe y No Creencia

Versiones Periodisticas, Cencosep, Nacionales Kommunikationsbüro der Bischofskonferenz

b) Gebiet der Erzdiozese Santiago

Boletin Zona Oeste (1969)

Compartir, Zona Oriente (1979)

Boletin Zona Centro (1983)

Boletin Zona Sur

Entre Nosotros, Zona Rural Costa

Expresion, Depto. Capacitación Laboral de la Zona Sur

Codo a Codo, „Acción Vecinal y Comunitaria“ del Arzobispado de Santiago

Informe Mensual, Vicaria de Solidaridad del Arzobispado de Santiago

Indiso Noticias

Informe Sindical y Laboral, Vicaria de Pastoral Obrera

Contacto, Depto. de Catequesis

Dialogando, Vicaria de Pastoral Obrera

Vicaria de Pastoral Juvenil Informa (1983)

Notas Ecumenicas, Indiso

c) Andere Diözesen

Comunion (1983), San Felipe

Rumbos (1960), Rancagua

Buena Nueva (1977), Linares

Comunicando, Talca

Nuestro Camino, Chillán

Nuestra Iglesia, Concepción y Arauco

Fraternidad Sacerdotal, Concepción y Arauco

Síntesis Informativa Regional, Concepción

Hacia la Cumbre, Osorno

Remando Juntos, Ancud

Iglesia de Aisén, Aisén

El Amigo de la Familia (1908), Punta Arenas

d) Verschiedene

Docla, Ilades

Historia y Mision (1979), Seminario de Santiago

Redencion, Capellania Mayor Gendarmeria de Chile

Pentecostes, Movimiento de Renovación carismática

Ya es Hora, Juventud Obrera Católica

Policarpo (1981)

Revista de la Familia Salesiana Chilena (1975)

Noticiero de la Realidad Agraria, Academia de Humanismo Cristiano

Circulo de Estudios de la Mujer, Academia de Humanismo Cristiano

Boletin Realidad Universitaria, Academia de Humanismo Cristiano

Boletin de Estudios Internacionales, Academia de Humanismo Cristiano

Pagina Economica de los Trabajadores (1983)

Verschiedene Pfarrblätter (mindestens sechs)

2. Verteidigung der Menschenrechte

Informe Mensual, Comisión Chilena de Derechos Humanos

Codepu, Comité de Defensa de los Derechos del Pueblo

Boletin del Comité Pro Retorno de los Exiliados

Informativo del Comité de Defensa de los Derechos Humanos y Sindicales de Chile

Micronoticias Serpaj, Servicio Paz y Justicia de Chile

Boletin de Abogados pro Derechos Humanos

3. Verschiedene

El Periodista (1982), Consejo Metropolitano del Colegio de Periodistas

Chile Cooperativo, Instituto Chileno de Educación Cooperativa

Micronoticias Agech (1982), Asociación Gremial de educadores de Chile

Pensamiento Critico, Cepch

Paginas Sindicales

UNAP, Unión Nacional de Pensionados

Voces, Asociación de Escritores ARIEL

Claridad

El Pasquin

El Ferrocarril, Facultad de Derecho U. de Chile

Hechos Urbanos, Centro de Información Sur

Punto de Vista (1983), Asociación Gremial de Fotógrafos Independientes

Soweit die von „Mensaje“ veröffentlichte Aufstellung von alternativen Publikationen in Chile. Sicherlich gibt es noch eine Reihe weiterer solcher Veröffentlichungen, wobei es unter den gegebenen Umständen allerdings fast unmöglich sein wird, eine vollständige Übersicht zu erhalten.

Franz-Josef Eilers (Aachen)

Anmerkung

¹ Hubert Daubechies, S.J.: La Decada de Los „Boletines“, Medios de Comunicación alternativa. In: Mensaje Santiago de Chile, Nr. 322 vom September 1983, Seite 507-509.

Zur Situation kirchlich-orientierter AV-Verlage in der Bundesrepublik Deutschland¹

In der Bundesrepublik Deutschland gibt es derzeit rund 50 AV-Medien-Verlage und kirchliche oder kirchennahe (katholische) Organisationen und Einrichtungen, die kontinuierlich Kleinmedien (audiovisuelle Gruppenmedien, Unterrichtsmedien, Bildungsmittel) für religiöse Erziehung, kirchliche Bildungsarbeit und Gemeindepastoral planen, herstellen und/oder vertreiben². Diese Produzenten mit unterschiedlichem Verlagsprogramm und Stellenwert auf dem Markt leisten insgesamt einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zur Verbreitung christlicher Wertvorstellungen und Informationen über den Glauben in unserer Gesellschaft (Evangelisation).

Bei den Kleinmedien/Gruppenmedien handelt es sich um eine Sparte auf dem Markt der audiovisuellen Medien. Der Kleinmedienmarkt umfaßt folgende Produktgruppen: Klassische Diareihen (Bildserien mit Textheft), Tonkassetten/Schallplatten (Hörprogramme), Transparentfolien (Overheadfolien mit Textheft), Tonbilder (Dias und Tonkassette/Tonband/Schallplatte), Medienpakete (Kombination mehrerer AV-Komponenten, z.B. Lehrer- und Schülermaterial, Tonkassetten, Dias/Transparentfolien), Super-8-Filme (Verkauf stark rückgängig, kommt allmählich zum Erliegen) und seit einiger Zeit Videokassetten. Tiefgreifende Veränderungen der letzten Jahre - z.B. wachsende Zahl von Anbietern an AV-Medien; Steigerung der Produktionskosten, verbunden mit einer Verringerung des Absatzes; allmähliche Sättigung des Marktes (Überangebot?); Kürzung der Beschaffungsmittel bei Schulen, außerschulischen Bildungseinrichtungen und Pfarreien, hervorgerufen durch die allgemeine wirtschaftliche Rezession; Entwicklung neuer AV-Technologien wie Video- und Bildplattensysteme, Bildschirmtext und Kabelfernsehen, deren Nutzung durch die AV-Verlage zunächst hohe Investitionen erfordert; Tendenzen zur Bildung immer größerer Produktionsgesellschaften im AV-Bereich mit dem Ziel, die ökonomische Basis zu verbessern und den Einfluß auf dem Markt zu erhalten bzw. zu erweitern, usw. - all das hat dazu geführt, daß eine Reihe von AV-Verlagen derzeit vor einer problematischen Situation stehen, daß sie sich insbesondere in einer schwierigen wirtschaftlichen Phase befinden, die zum Teil existenzbedrohende Formen angenommen hat. Der vorliegende Bericht versucht die Situation zu beschreiben, wie sie sich im Herbst 1983 darstellt.

1. Zur pastoralen Bedeutung audiovisueller Gruppenmedien und kirchlich-orientierter AV-Verlage

Die Verbreitung der christlichen Botschaft und ihre Verinnerlichung durch die Menschen - theologisch gesprochen: die Evangelisation der Völker - bildet einen Grundauftrag der Kirche. Von Beginn an hat sich die Kirche bei der Ausführung dieses Auftrags der verschiedensten Kommunikationsmittel bedient, die in der jeweiligen Zeit gebräuchlich waren. Stand bei Jesus selbst das gesprochene Wort, die Auslegung der Thora, die evangelische Predigt, geprägt durch bildhafte Elemente, eindeutig im Vordergrund (anschauliche Begriffe und Redewendungen, gleichnishafte Erzählungen, eschatologische Visionen), so bedienten sich seine unmittelbaren Nachfolger - Apostel, Apostelschüler, Urchristen - neben Unterweisung und Predigt verbaler Art, auch der gottesdienstlichen Feier mit ihren symbolhaltigen Gegenständen und gestalterisch-theatralischen Handlungen, sowie des geschriebenen Wortes, wovon Evangelien und Apostelbriefe Zeugnis geben. Archäologische Funde der ersten christlichen Jahrhunderte belegen ebenfalls die Verwendung bildhafter Darstellungen, so etwa wenn in den Katakomben Roms für Jesus und sein Werk der Fisch (Ichthys-Zeichen) oder das Bild vom guten Hirten gebraucht werden. Der Bilderstreit in der Ostkirche, beherrschendes Thema theologischer Auseinandersetzungen im 8. Jahrhundert, wurde unter Zuhilfenahme der platonischen Unterscheidungslehre Urbild/Abbild und mit dem Hinweis auf die Inkarnation beigelegt: Gott selbst hat sich in einem Bilde, nämlich in Christus, geoffenbart; die menschliche Natur Christi ist Abbildung und zugleich Hinweis auf das wahre Sein, das hinter den kreatürlichen Erscheinungsformen liegt, sich aber im „Fleisch“, also in Bildern, aussagt.

In der mittelalterlichen westlichen Kirche herrschte ein vorwiegend pragmatischer Umgang mit Bildern vor: Sie wurden vor allem als Illustrationen biblischer Texte (vgl. mittelalterliche Miniaturen in Handschriften) oder als Erzählung biblischer Geschichten in Bildform für Analphabeten eingesetzt, etwa in der „Armenbibel“ (Biblia pauperum); starke volkspädagogische Gesichtspunkte waren leitend. Nach der Erfindung Gutenbergs um die Mitte des 15. Jahrhunderts hat die Kirche nicht nur rasch nach dem Buchdruck gegriffen - das erste gedruckte Buch war bekanntlich eine Bibelausgabe - sie hat sich auch des gedruckten Bildes, des Flugblatts und Plakats, bedient. Seit Erziehung und Bildung in organisierter Form zunächst von der Kirche und später auch von staatlichen Einrichtungen wahrgenommen werden, nehmen Bilder - und seit Anfang dieses Jahrhunderts auch Filme (bewegte Bilder) und Tonträger - in der Palette der Unterrichtsmedien und Bildungsmittel einen festen Platz ein. Die Arbeit mit audiovisuellen Medien hat im kirchlichen Bereich jedenfalls eine lange - wenn auch nicht immer unumstrittene - Tradition und gehört heute zum Bestandteil religiöser Erziehung, kirchlicher Bildungsarbeit und Gemeindepastoral. Die Hinwendung zu audiovisuellen Medien erfolgte zunächst aus der Erkenntnis, daß die Kirche ihrer Funktion in der Gesellschaft nur dann wirklich gerecht wird, wenn sie die Veränderungen gesellschaftlicher Kommunikationsgepflogenheiten berücksichtigt, die durch die Entwicklung neuer technischer Kommunikationsmittel hervorgerufen werden. Mit den Erfindungen der Fotografie, des Films, des Fernsehens - in der Bundesrepublik Deutschland fand die erste öffentliche Fernsehsendung am 25. Dezember 1952 statt - und der Verfahren zur Wiedergabe gespeicherter Töne aller Art wurde die unmittelbare, authentische Wiedergabe von Ereignissen, Erfahrungen und Meinungen ermöglicht und der Prozeß einer weitgehenden Visualisierung bei der Vermittlung von Informationen eingeleitet.

Versteht man nun unter Bildungsarbeit und Verkündigung im weitesten Sinne die Verbreitung und Aufnahme von Informationen, so ergibt sich, daß auch religiöse Erziehungsarbeit und kirchliche Glaubensvermittlung den gesamtgesellschaftlichen Veränderungen im Kommunikationsbereich Rechnung tragen müssen. Verkündigung der christlichen Botschaft und kirchliches Handeln in unserer Zeit implizieren darüber hinaus aber auch den Auftrag, in und mit diesen audiovisuellen Medien zur Verständigung der

Menschen untereinander beizutragen und ihnen neue Möglichkeiten der Selbstdarstellung und Selbstverwirklichung - auch im Glauben - zu eröffnen. Es ist letztlich gar nicht bloß in das Belieben der Kirche gestellt, ob sie mit den Medien Ton, Bild, Film arbeiten möchte oder nicht. Wenn sie es nicht tut, überläßt sie es damit anderen Mächten und Gewalten, ihre Bilder zu entwickeln - womöglich gar den Menschen zu manipulieren, ihn fremd zu bestimmen und in unwürdiger Abhängigkeit zu halten (vgl. Propaganda, Manipulation, Informations-monopole). Bedient sich die Kirche der audiovisuellen Mittel, so hilft sie damit zugleich dem Menschen, sich solche Bilder von sich selbst und seinem Schicksal, von der menschlichen Gemeinschaft und ihrer Geschichte, aber auch von Gott zu machen, die sich mit der „Guten Nachricht“ (Evangelium) vereinbaren lassen.

Es nimmt nicht wunder, wenn auch in neuester Zeit von kirchlicher Seite auf die Bedeutung audiovisueller Medien hingewiesen wird. Im Apostolischen Schreiben von Papst Johannes Paul II. über die Katechese in unserer Zeit „Catechesi Tradendae“ heißt es: „Von der mündlichen Unterweisung der Apostel über die Briefe, die man unter den jungen Kirchen in Umlauf brachte, bis zu den modernsten Hilfsmitteln hat die Katechese nicht aufgehört, nach den geeignetsten Wegen und Mitteln für ihre Aufgabe zu suchen, unter aktiver Beteiligung von Gemeinschaften und der Anleitung der Hirten. Dieses Bemühen muß fortgesetzt werden. Ich denke spontan an die großen Möglichkeiten, welche die sozialen Kommunikationsmittel und die Medien der Gruppenkommunikation bieten: Fernsehen, Radio, Presse, Schallplatten und bespielte Tonbänder, der gesamte audiovisuelle Bereich. Die auf diesem Gebiet unternommenen Anstrengungen sind der Art, daß sie zu den größten Hoffnungen berechtigen.“³

Bischof Georg Moser von Rottenburg-Stuttgart, Vorsitzender der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz, hebt den Nutzen audiovisueller Medien ebenfalls deutlich hervor: „Mit diesen Hilfsmitteln läßt sich oft bald ermitteln, wo spezielle Fragen, Zweifel, Neigungen, Erwartungen oder Verstehensgrenzen vorhanden sind. Wer daran anzuknüpfen vermag und auf dem tatsächlich vorgegebenen Grund aufbaut, der trägt zur Horizonterweiterung bei ... Man braucht kein Prophet zu sein, wenn man auf die künftige Rolle der Bildsprache abhebt. Wollen wir die richtige Form unseres Dienstes für den wahrhaft ganzheitlich gebildeten Menschen finden, dann müssen wir diesen Fortschritt menschlicher Kommunikationsmöglichkeiten wachsam verfolgen, ihn prüfen und, wo immer er vertretbar erscheint, in unsere Bildungsaufgabe einbeziehen.“⁴

Einen wichtigen Beitrag zur konkreten Verwirklichung dieser Forderungen in der Bundesrepublik Deutschland leisten etwa 50 kirchlich orientierte AV-Verlag und kirchliche oder kirchennahe (katholische) Organisationen. Sie tragen wesentlich dazu bei, daß Unterricht und Bildung mit audiovisuellen Medien im christlichen Sinne im kirchlichen (und außerkirchlichen) Bildungsbereich wirklich durchgeführt werden können. So hat „steyl-medien“, München, seit seiner Gründung im Jahr 1962 insgesamt 236 Tonbilder produziert mit den Schwerpunkten: Religiöse Bildung (59 Titel), Lebensbilder (18), Lebensprobleme (41), Zeitfragen (34), Meditationen (28), Dritte-Welt und Weltmission (25). Seit Weihnachten 1981 werden auch Kindertonbilder produziert. Insgesamt hat „steyl-medien“ in den 20 Jahren seines Bestehens 80.000 Tonbilder in die kirchliche Bildungsarbeit eingebracht und ist damit der Produzent, der die meisten Titel auf diesem Gebiet anbietet. Seit Herbst 1978 kam die umfangreiche Produktion von Hörkassetten hinzu mit 169 Titeln: Glauben heute (19), Beten heute (14), Bibel heute (7), Meditationen (11), Diskussion (11), Persönlichkeiten (11), Kirche heute (8), Lieder der Völker (4), Moderne religiöse Lieder (4), Geschichten für Kinder (27). Insgesamt gelangten 1978 rund 20.000 steyl-Kassetten zum Einsatz. Die dritte Produktionsschiene von Gruppenmedien sind die Bildmappen des „steyl-Bildarchivs“: Je acht Dias zu den verschiedensten Themen mit Einführung, Einsatzmöglichkeiten, Bild-Assoziationen oder informativen Dokumentationstexten. Seit 1968 wurden 8.000 angefertigt. Wer mehrere Bildmappen erwirbt, verfügt über ein eigenes Bildarchiv und kann sich selbst Programme zusammenstellen⁵. Ähnliche Erfolge haben nach einer unter

betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten durchgeführten Untersuchung der Medien-Dienstleistung GmbH (MDG) auch andere AV-Verlage aufzuweisen. Für das Jahr 1982 ergibt sich danach in puncto „bisheriger Stand des Produktionsumfangs“ (Titel-Anzahl) folgende unvollständige Reihenfolge: steyl-medien (417), Calig-Verlag (236), Jünger-Verlag (142), impuls-studio (121), Evangelische Zentral-Bildkammer (103), Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht FWU (97), Christophorus-Verlag (92), Burckhardt-haus-Verlag (80), Lahn-Verlag/Studio-Union (79), Kösel-Verlag (57), Missio (41), av-edition (36), Deutscher Katecheten-Verein DKV (30), Adveniat (29), Studio R (14), Don Bosco (13).⁶

Bereits diese auszugsweise Aufzählung unterstreicht die großartigen Leistungen, die kirchlich orientierte AV-Verlage in den letzten Jahrzehnten für Unterricht und Bildung, Seelsorge und Verkündigung erbracht haben. Zahlenmäßige und thematische Vielfalt an Produktionen und ihr Stellenwert in der Öffentlichkeit dürften von einer zentralen Planungs- und Produktionsstelle - von der kirchlichen Hierarchie eingerichtet und organisatorisch getragen, von ihr materiell und weisungsgebunden abhängig - weder finanzierbar, noch qualitativ und quantitativ in ähnlicher Weise Wirkungen erzielen. Die Verfügbarkeit von audiovisuellen Gruppenmedien für religiöse Erziehung, kirchliche Bildungsarbeit und Gemeindepastoral - um die uns ausländische Fachleute immer wieder beneiden - hängt meines Erachtens nämlich eng mit dem „föderalistischen Prinzip“ zusammen, mit dem Subsidiaritätsprinzip und Solidaritätsgedanken, die sich in der Bundesrepublik Deutschland in einem langwierigen Prozeß der Abschleifung untauglicher Extrempositionen durchsetzen konnten. Diese Grundprinzipien leben letztlich vom Gelingen der Balance zwischen unitarischen und divergierenden Tendenzen; Zentralismus - der im Bereich der deutschen katholischen Kirche in den letzten 15 Jahren leider wieder überstark zugenommen hat - wie Separatismus sollen vermieden, privaten Initiativen, die für das Leben und Überleben der Kirche in der Gesellschaft letztlich ausschlaggebend sind, ebenso große Bedeutung zugemessen werden wie den von der kirchlichen Hierarchie initiierten Vorhaben.

Im von der Kirche verantworteten Medienbereich äußert sich dieser Wille zur Balance, zum Ausgleich zwischen informellen Initiativen und kirchenamtlichen Aktionen in einer Reihe eigens geschaffener Steuerungsinstrumente und gemeinsam getragener Einrichtungen. Zur ersten Gruppe fällt meiner Ansicht nach die „Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz“. Ihr gehören an die Beauftragten für Film/ AV-Medien, Presse/ Verlagswesen und Rundfunk (Hörfunk/ Fernsehen) in der Bischofskonferenz sowie weitere Bischöfe und Weihbischöfe; der Kommission steht ein Beratergremium zur Seite, in das Fachleute verschiedener Bereiche der Medien berufen werden, darunter auch Vertreter von AV-Verlagen; die Geschäftsführung liegt beim Leiter der Zentralstelle für Medien der Deutschen Bischofskonferenz. Diese Fachkommission hat die Aufgabe, publizistische Fragen für die Deutsche Bischofskonferenz insgesamt aufzugreifen, zu lösen und Maßnahmen zur Entscheidung vorzulegen. Die „Medien-Dienstleistung GmbH (MDG)“ - hier als Vertreter der anderen Gruppe angeführt - unterstützt den Verband der Diözesen Deutschlands e.V. sowie die Bistümer im Bundesgebiet bei der Erfüllung ihrer Aufgaben im Bereich der Medien. Die Zusammenarbeit der MDG mit Einrichtungen und Unternehmen im Bereich der Medien geschieht vor allem durch Beratung, Betreuung, Unterstützung und Förderung im Sinne von Hilfe zur Selbsthilfe. Dazu gehören besonders betriebswirtschaftliche Bestandsaufnahmen, Analysen und Entscheidungshilfen, die Entwicklung von Modellen der Zusammenarbeit sowie personelle und sachliche Dienste auf verlegerischem, redaktionellem, technischem und wirtschaftlichem Gebiet.

In letzter Zeit beschäftigte sich die MDG zunehmend mit Problemen kirchlich orientierter AV-Verlage⁶. So wie es eine „Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse e.V.“ gibt, in der sich katholische Verlage und Unternehmungen zusammengeschlossen haben, um die Belange der kirchlichen Presse in der Öffentlichkeit wahrzunehmen und die Zusammenarbeit der Mitglieder zu fördern, so muß es meines Erachtens - angesichts vorliegender Probleme - auch

im AV-Bereich zu einer ähnlichen Arbeitsgemeinschaft der Produzenten von AV-Medien kommen. Wenn die Kirche als Institution bisher ob deren größerer Öffentlichkeitswirkung den übrigen Medien wie Presse, Buch, Film, Hörfunk, Fernsehen, neue Medien ihr größeres Augenmerk geschenkt hat, ist es nun an der Zeit, angesichts der schwieriger werdenden Situation der (reinen) AV-Verlage, diese zu beachten und sie, wo sinnvoll und möglich, zu unterstützen und in ihre Förderungsmaßnahmen (vorübergehend) einzubeziehen - andernfalls fiel unter Umständen ein ganzer Bereich aus, was sich zu merklichem Schaden für religiöse Erziehung, kirchliche Bildungsarbeit und Gemeindepastoral auswirken dürfte.

2. Die fetten Jahre: Expansion und Experimente

In der ersten Hälfte der 60er Jahre setzte ein deutlicher Aufschwung in Produktion, Vertrieb, Verleih und Verwendung von AV-Medien ein. Jahr für Jahr stieg die Zahl der von den AV-Verlagen produzierten Titel, der von ihnen ausgelieferten Kopien und damit auch die Verleihstatistik der (kirchlichen) AV-Medienzentralen. Seit 1975 hat sich die durchschnittliche Jahreszuwachsrate bei den Ausleihvorgängen auf über 10% eingependelt (inzwischen ist natürlich eine Beruhigung, teilweise sogar ein leichter Rückgang, im Verleih eingetreten).

Statistik: Entwicklung des Verleihs von AV-Medien bei kirchlichen AV-Medienzentralen
(Quellen: Jahresberichte der AV-Medienzentralen)

Jahr	AVMZ-Köln (kathol.)	AVMZ-Mainz (kathol.)	AVMZ-München (kathol.)	AVMZ-Paderborn (kathol.)	EMZ-Württemberg (evangel.)
1975	26.638	4.377	8.568	3.000 (1976)	28.921
1978	40.715	11.436	16.627	12.000	43.024
1980	41.330	13.592	21.944	14.473	50.182
1981	42.292	15.544	22.841	15.779	50.793
1982	38.656	17.180	22.750	15.052	51.076
1983	38.755	16.924	23.248		49.503

Gegen Ende der 60er Jahre und Anfang der 70er Jahre kam es auch zu einer stärkeren Differenzierung nach Medienarten. Neben die „klassischen“ Medien Diareihe, Tonband, Tonbild und 16-mm-Film (der in der Produktionspalette kirchlich orientierter AV-Verlage - von wenigen Ausnahmen abgesehen: Katholisches Filmwerk GmbH, Matthias-Film GmbH - keine nennenswerte Rolle spielte), traten S-8-Filme, Arbeitstransparente (Transparent-Folien), Medienpakete und allmählich Videokassetten. Diese rasch wachsende Vielfalt von Medienarten und ihre zunehmende didaktische Aufbereitung (Spezifizierung) für bestimmte Zielgruppen und Fächer/Bildungsbereiche führte zu einem erneuten Produktionsschub und zur Ausweitung des Medienangebots, das wiederum eine verstärkte Nachfrage von den Verwendern her auslöste. Diese Entwicklung begünstigte die Einrichtung neuer kirchlicher AV-Medienzentralen, z.B. die AVMZ Mainz 1973 und die AVMZ Paderborn 1974, bzw. die „Vergrößerung“ der vorhandenen Einrichtungen, um ihren Archiv- und Verleihbestand unterbringen zu können und die vielen neuen Lehrer mit der Medienverwendung vertraut zu machen. Für diesen Medienboom im Bildungsbereich lassen sich meiner Ansicht nach unter anderem folgende Gründe anführen:

2.1 Technische Verbesserungen audiovisueller Geräte (hardware) und ihre Verbilligung begünstigten eine verstärkte gerätetechnische Ausstattung der Schulen und anderer Bildungseinrichtungen. Technische Apparaturen - ohne die effektiver Einsatz von AV-Medien nicht möglich ist - wurden leicht transportierbar, einfach zu bedienen, handlicher für

Lehrer und Bildungsreferenten; aber auch robuster, weniger störanfällig, versehen mit hoher Wiedergabequalität und im Preis dennoch anschaffungsgünstig. Neben der Erschließung des Marktes „Schule“ mit audiovisuellen Geräten, einschließlich der Computer- und Lernmaschinenteknologie, kam es auch im außerschulischen Bereich zu einer starken Verbreitung von AV-Geräten - wenngleich der Bildungsmarkt nur einen Bruchteil des privaten Konsummarktes ausmacht und somit für Industrie und Wirtschaft nicht einmal sonderlich attraktiv ist. Den größten Erfolg hatte dabei der Arbeitsprojektor (Overheadprojektor, Hellraumprojektor, Tageslichtschreiber, Durchlichtbildwerfer) zu verzeichnen: Seine große Verbreitung innerhalb der letzten 10 Jahre erklärt sich wohl daraus, daß sich in ihm die Vorteile der herkömmlichen Wandtafel mit Vorzügen der Diaprojektion verbinden und er sich dadurch zur Verbesserung des gewohnten (Frontal-)Unterrichts nutzen läßt.

2.2 Die pädagogische Theorie wurde medienfreundlich. Lerntheoretische Erkenntnisse und lernpsychologische Erfahrungen führten zu angemessener Würdigung der „Totalsprache“ audiovisueller Medien⁷, die den Lernenden ganzheitlicher/ auf mehrsinnige Weise anspricht und damit im allgemeinen auch stärker motiviert, sich am Lernprozeß zu beteiligen; hinzu kam die Betonung der Gruppenarbeit mit sozialen Arbeitsformen, die sich bei der Verwendung von AV-Medien häufig von selbst nahelegen (z.B. Verteilung von Beobachtungsaufträgen an Gruppen vor der Vorführung, Methode 365 usw.), die ebenfalls eine größere Effektivität beim Lernen versprechen. Der Schweizer Pädagoge Pestalozzi betrachtete die „Anschauung als Fundament jeder Erkenntnis“. Die Sinnenfreude beim Lernen (Hören, Sehen, Erleben) verhalf der „Anschaulichkeit“ als einem pädagogischen Grundprinzip zu neuem Ansehen, vor allem für solche Lerninhalte und Lernprozesse, die in Unterricht und Bildung aus zeitlicher und räumlicher Distanz nicht verfügbar sind bzw. die aus Gründen der Gefährlichkeit (Vorsichtsmaßnahmen!) oder wegen des hohen Aufwands (Kosten!) nicht durchgeführt werden können - z.B. schwierige naturwissenschaftliche Experimente oder eine Reise zu den Stätten des Wirkens Jesu in Palästina. Im Zusammenhang mit der Curriculumsreform wurden neue Lehrpläne ebenso erarbeitet, wie zugleich auch zahlreiche Unterrichtsmodelle entstanden sind; ihnen wurden audiovisuelle Medien zugeordnet. Fachdidaktische Fragestellungen, die im Zusammenhang mit den Curriculum-Theorien an die Medienproduzenten herangetragen wurden, haben die AV-Verlage zu einer differenzierten Produktion von AV-Medien für verschiedene Phasen im Lernprozeß veranlaßt: Impuls-Medien, z.B. Fragezeichen- und Problem-Filme sollten die Lernenden vor allem motivieren; daneben wurden Medien für die Phase der Erarbeitung und Vertiefung des Stoffes geschaffen (Informations-Medien) oder zur Wiederholung der Lerninhalte bzw. zur Überprüfung des Lernfortschritts der Teilnehmer. An der Verhaltensforschung ausgerichtete Theorien (Behaviorismus) und objektivierte Lehrprogramme, die vorwiegend nach dem Reiz-Reaktionsschema strukturiert waren und deshalb auch herbe Kritik erfahren mußten, begünstigten zunächst ebenfalls die Medienverwendung in Unterricht und Bildung.

2.3 Nicht weniger bedeutsam für die Verbreitung der AV-Technik und eine allenthalben feststellbare Medieneuphorie waren Entwicklungen, die die bildungspolitischen Diskussionen bis weit in die Mitte der 70er Jahre geprägt haben. Eine kostspielige Bildungsreform mit den Zielen der „Chancengleichheit“ für Kinder und Jugendliche aller gesellschaftlichen Schichten und der „Höherqualifizierung“ wurde in Angriff genommen. Es ging um die „Demokratisierung“ des Bildungs- und Ausbildungswesens, um anspruchsvollere Bildung für alle. Entwicklung und Verbreitung audio-visueller Unterrichtsmedien - angesichts des Schüler- und Studentenbooms einerseits, sowie des Mangels an Fachkräften andererseits, auch als Referenten- und Lehrerersatz gedacht - nahmen unter dem Stichwort „Bildungstechnologie“ bald eine zentrale Rolle in den pädagogischen und bildungspolitischen Überlegungen ein. Im Bereich der Aus- und Fortbildung wurden Erzieher, Lehrer und Bildungsreferenten zunehmend mit grundlegenden medienpädagogischen und medien-didaktischen Kenntnissen und Fertigkeiten vertraut gemacht, die sie in der Alltagsarbeit dann auch häufiger als früher anzuwenden bereit waren. Diese Bildungsexpansion, in Zeiten wirtschaftlicher Hochkonjunktur noch finanzierbar, befruchtete sowohl die Medienproduktion wie die Medienverwendung in den 70er Jahren.

2.4 Von all diesen Entwicklungen waren Erziehungs- und Bildungsbemühungen im kirchlichen Bereich natürlich mitbetroffen. Ein theologiespezifischer Grund für die wachsende Bedeutung und Verbreitung von AV-Medien ergab sich aus einer kritischen Reflexion über die Vermittlungsprozesse in der Verkündigung selbst. Religionslehrer und Pfarrer, Bildungsreferenten und Erzieher im kirchlichen Dienst haben erkannt, daß es nicht ausreicht, wichtige Fragen, den einzelnen und die Gesellschaft betreffend, aufzugreifen; sie haben auch gemerkt, daß es heute nicht nur um eine für den Zeitgenossen verständliche Formulierung der biblischen Botschaft oder kirchlicher Verlautbarungen geht. Bei der Vermittlung religiöser Werte und kirchlicher Informationen kommt es vielmehr auch darauf an, Möglichkeiten massenkommunikativer Systeme wie Hörfunk und Fernsehen zu nutzen und den Einsatz von audio-visuellen Gruppenmedien in Unterricht und Bildung zu praktizieren. Auf diese Weise bleibt die Kirche präsent in der Gesellschaft, wird das Evangelium vom heutigen Menschen auf zeitgemäße Art vernommen und von ihm verinnerlicht werden können.⁸

Die Zeit der Hochkonjunktur im Medienbereich erlaubte den Verlagen auch risikoreiche Experimente. Ende der 60er Jahre wollte man das damals hoch im Kurs stehende programmierte Lernen auf die AV-Sparte übertragen. Es entstanden audiovisuelle und computerunterstützte Lernprogramme, vereinzelt auch im religionspädagogischen Sektor, etwa das „Lernprogramm Bibel“ (Klett-Verlag, Stuttgart). Die pädagogische Theorie und Praxis sieht im programmierten Unterweisen ein besonderes Unterrichtsverfahren, bei dem der Lernprozeß bis ins Detail vorgeplant ist (operationalisiert), so daß er (weithin) ohne die lenkende und betreuende Hand des Lehrers oder Bildungsreferenten ablaufen kann. Die Lernenden sollten, einzeln oder in Gruppen, mit Hilfe eines Mediums oder einer Kombination verschiedener Medien (Medienpaket, Medienverbund, Mediensystem) einen bestimmten Stoff selbständig erarbeiten; der Lehrende war entlastet. Die Lernmaschinen haben jedoch ebenso wie der computerunterstützte Unterricht Schiffbruch erlitten, sieht man von einigen wenigen Ausnahmen ab, etwa Sprachlabors und Sprachprogramme, die für einen modernen Fremdsprachenunterricht unentbehrlich geworden sind.

Unterricht, zumal in der Schule, muß personale Interaktion bleiben, wo das Beispiel des Lehrers, soziale, therapeutische und ästhetische Elemente zum Tragen kommen. Der Traum vom selbstlehrenden System hat sich nicht erfüllt. AV-Medien sind eben doch keine „Selbstläufer“, sie bleiben personengebunden: An den Lehrer/Erzieher/Bildungsreferenten, der sie mit seinen Unterrichtszielen und Bildungsintentionen in Einklang bringen muß; und an die Schüler und Bildungsinteressenten selbst, auf die AV-Medien sehr unterschiedlich wirken. Von Medienpaketen, die aus verschiedenen Medien bestehen, die didaktisch und inhaltlich eng aufeinander bezogen sind - deren Produktion auch von kirchlich orientierten AV-Verlagen eine Zeitlang favorisiert wurde - hat man ebenfalls Abstand genommen, nicht weil die Konzeption an sich falsch wäre, sondern weil sie wegen ihrer vielen Einzelbestandteile kostenintensiv in der Herstellung, teuer im Verkauf und in der Verleih- und Bildungspraxis dennoch schlecht zu handhaben waren. AV-Medien sollen dem Erzieher, Lehrer und Bildungsreferenten Arbeit ersparen helfen, nicht immer mehr Arbeit machen! Das AV-Medium soll ein Baustein sein, den der Verantwortliche für das Lerngeschehen in dem von ihm geplanten und durchgeführten Bildungsprozeß verwendet.

Inmitten dieser „fetten Jahre“ der Expansion und Experimente entstand den (kirchlich-orientierten) AV-Verlagen Gefahr aus den eigenen Reihen, der zunächst keine sonderliche Aufmerksamkeit geschenkt wurde: Konkurrenz durch die Gründung neuer AV-Verlage. Eine wachsende Zahl von Anbietern erschien auf dem Markt bei verminderter Aufnahme-fähigkeit des Marktes Anfang der 80er Jahre. Gab es bis 1972 nur sechs kirchlich-orientierte AV-Verlage - nämlich: Calig-Verlag (München), Christophorus-Verlag (Freiburg im Breisgau), Evangelische Zentral-Bildkammer (Witten), impuls-studio (München), Jünger-Verlag (Frankfurt/Offenbach) und steyl-medien (München); dazu für den Filmbereich: Katholisches Filmwerk GmbH (Frankfurt), Matthias-Film GmbH (Stuttgart) - so tummeln

sich heute insgesamt etwa 50 Verlage und kirchliche bzw. kirchennahe Institutionen auf dem Markt, die AV-Medien herstellen und/oder anbieten. Bei diesem Gedränge zeichnete sich allmählich ab, daß nur Produzenten mit einer guten Spürnase für gewünschte Themen, ökonomisch günstigen Produktionsbedingungen, den besten Produkten, der besten Werbung, dem besten Vertrieb und marktgerechten Preisen, die vor allem den Konsumenten berücksichtigen, sich durchsetzen würden.

3. Die mageren Jahre: Stagnation und Umbruch

Die Verbreitung audiovisueller Medien in Unterricht und Bildung und damit zusammenhängend eine um sich greifende Medieneuphorie während der 60er und 70er Jahre ist nicht ohne Widerspruch geblieben. Bedenken, Einwände, Vorbehalte gegen eine Technisierung des Lehrens und Lernens mit audiovisueller Soft- und Hardware, auch im Bereich von Theologie und Glauben, wurden getragen teils von kulturpessimistischen und bewahrpädagogischen Argumenten, aber auch von kritischen Stimmen, die eine Störung zwischenmenschlicher Interaktionen in Unterricht und Bildung sowie bei der Vermittlung von Glaubens-Informationen durch industrialisierte Lehr- und Lernmethoden befürchteten. Durch den Einsatz audiovisueller Medien werde der Lehrer bzw. Bildungsreferent oder Pfarrer als personale Kategorie verdrängt - so hieß es oftmals - und einer Entpersönlichung, einer Entseelung des Lehrens und Lernens Vorschub geleistet. Hinzu komme, daß Medieneinsatz in Schule und Gemeindearbeit eine Konsumhaltung begünstige und die Teilnehmer „passiv“ mache; die tägliche Flut von Bild und Ton im Alltag, verstärkt durch den Gebrauch von AV-Medien in Schule und Gemeindearbeit, überfordere vor allem Kinder und Jugendliche, führe zu Konzentrationsunfähigkeit und verhindere die Entwicklung eines aktiven und kreativen Verhaltens; die das Lernen stimulierende Wirkung von Reizen aus der Umwelt - so wurde betont - werde heute durch Reizüberflutung bereits so blockiert, daß „ausgereizte“ Schüler durch nichts mehr zu motivieren seien. Die Verbreiterung unserer Hör- und Sehfähigkeit durch das audiovisuelle Informations- und Unterhaltungsangebot führe zwar zu einer enormen Ausweitung der Wahrnehmung und des Bewußtseins, komme aber letzten Endes doch nur einer „zweiten Erfahrungsebene“ gleich, sei lediglich „vermittelte“ Realität; und diese „Abbilder des Lebens“, diese in Bild und Ton fixierten Augenblicke, denen viel Willkür und Zufälligkeit anhaften können, entführten Kinder und Jugendliche in eine Welt der Phantasien und Illusionen, so daß sie zwischen Wirklichkeit und Scheinwirklichkeit kaum noch unterscheiden könnten.⁹

Ein ehemals euphorisches Interesse an audiovisuellen Bildungsmedien machte Ende der 70er/Anfang der 80er Jahre auch im pädagogischen und kulturellen Bereich wieder einer eher nüchternen, oftmals geradezu schon wieder pessimistischen Betrachtungsweise Platz. Hinzu kamen allerdings als entscheidende Momente für die Abschwächung der AV-Konjunktur bevölkerungsstatistische und wirtschaftliche Faktoren. Die bildungstechnologische Expansion - vor allem Produktion und Vertrieb von audiovisuellen Gruppenmedien - flaute in dem Maße ab, in dem die unterrichtsbezogene Umsetzung von Innovationen auf Hindernisse und Widerstände in der Schul- und Bildungspraxis stieß und die Finanzierung aufwendiger Unterrichtstechnologien und darauf basierender Ausbildungs- und Fortbildungsmaßnahmen durch die schrumpfenden Mittel im privaten Sektor, in den kirchlichen Etats und öffentlichen Haushalten nicht mehr gesichert schien. Im einzelnen ergab sich etwa folgendes Bild:

1. Verbreitung und Finanzierung von audiovisueller Soft- und Hardware stößt in der Schul- und Bildungspraxis häufig auf Hindernisse und Widerstände, für die die Hersteller von AV-Medien und AV-Geräten selbst verantwortlich sind. Zwar ist die AV-Technik von der Industrie und dem Stand ihrer Entwicklung abhängig; zwar macht der Bildungsmarkt bezüglich Umsatz kaum mehr als ein Prozent des privaten Konsumvolumens aus - dennoch benötigen Bildungseinrichtungen bei aller Systemvielfalt mehr Kontinuität in der Geräte-

technik und volle Kompatibilität für das Abspielen von Produktionen. Bildungsträger scheuen vor Investitionen zurück, die sich auch langfristig nicht amortisieren; und AV-Verlage können unter diesen Umständen nicht über einen längeren Zeitraum planen und mit neuen Produkten auf den Markt kommen. Dazu zwei Negativ-Beispiele aus den letzten Jahren:

a) Während sich die meisten AV- Medienzentralen darauf beschränkten, ein Sichtarchiv von S-8-mm-Filmen zu führen, das nicht dem Verleih, sondern vorwiegend der Beratung von Lehrern und Bildungsreferenten diente, sollten Schulen, Bildungshäuser und Pfarreien sich mit der Zeit einen eigenen Bestand anlegen, so daß die Filme benutzernah jederzeit verfügbar sind. Trotz günstiger Kosten von Gerät und Material kam es im kirchlichen Bereich zu keinem nennenswerten Angebot und Gebrauch von S-8-mm-Filmen. Die zunächst noch mangelhafte technische Qualität der Software (Auflösung von Farben und Konturen, Tonmängel), Auseinandersetzungen um eine Auslieferung als Licht- oder Magnetton-Filme und schließlich die Konkurrenz der neu auf den Markt drängenden Videosysteme haben die Dauerproduktion verhindert und - wo sie schon vorhanden war - zu einem drastischen Absatzrückgang geführt.

b) Nicht minder delikat und ärgerlich ist das „Durcheinander“ auf dem Videosektor. Schulen und Bildungshäuser, die vor Jahren das VCR-System übernommen haben, fühlen sich heute gelackmeiert - zumal sie sich Investitionen in größerem Umfang für ein neues Videosystem zur Zeit gar nicht leisten können. Rasches technisches Veralten angepriesener Videorekorder und unterschiedliche, miteinander nicht kompatible Abspielsysteme sind ein Ärgernis aus der Sicht potentieller Nutzer (Erzieher, Pädagogen, Bildungsreferenten, Pfarrer) und verantwortlicher Träger von Bildungseinrichtungen.

2. Die nach den Ölpreiserhöhungen eingetretene allgemeine wirtschaftliche Rezession hat mit Verzögerung von einigen Jahren voll auf den AV-Markt für Unterrichts- und Bildungsmedien durchgeschlagen. Seit dem Höhepunkt in den Jahren 1979/80 sind die Umsätze der AV-Verlage rückläufig; mit merklichen Umsatzsteigerungen im Software-Bereich bei unveränderter Struktur des Angebots ist kurzfristig nicht zu rechnen: Einmal wegen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage, die einen nachhaltigen Aufschwung noch nicht erkennen läßt (und der sich - selbst wenn er bald einträte - ohnehin erst mit einer Zeitverschiebung von etwa anderthalb bis zwei Jahren im Medienbereich bemerkbar machen würde); zum anderen aus strukturellen Gründen, bedingt durch die Umstellung auf Elektronik in Medienproduktion und Mediennutzung (Videokassetten, Bildplatten), wofür sowohl im Produktionsbereich von seiten der AV-Verlage wie im Anwendungssektor zum Teil noch erhebliche infrastrukturelle Voraussetzungen geschaffen werden müssen.

Statistik: Beispiele für Umsatz-Entwicklung (Quelle: entsprechende Jahresberichte)

Kirchlicher AV-Verlag		Institut für Film und Bild FWU
1978	DM 889.000,-	DM 20.976.000,-
1979	DM 742.000,-	DM 22.607.000,-
1980	DM 878.000,- (a-typisch. Grund: Papstbesuch, dazu AV-Medien)	DM 22.488.000,-
1981	DM 630.000,-	DM 21.482.000,-
1982	DM 600.000,-	DM 17.837.000,-

Es besteht allerdings ein auffälliger Unterschied zwischen kommunalen und staatlichen Käufern von AV-Materialien einerseits und Kunden aus dem kirchlichen Bereich andererseits. Geringeres Steueraufkommen, steigende Ausgaben für soziale Belange und Gemeinschaftsausgaben, meist auch verbunden mit einer leichtfertigen Haushaltsführung (Schuldenpolitik), haben die Kaufmöglichkeiten aller von der öffentlichen Hand abhängigen Einrichtungen drastisch eingeschränkt. So wurden die Zuschüsse eines Bundeslandes für die Stadt-, Kreis- und Landesbildstellen zum Erwerb von AV-Medien in den letzten drei Jahren von DM 6 Millionen praktisch auf DM 0,00 heruntergekürzt; einer Landesbildstelle standen 1982 für den Ankauf neuer AV-Medien nur noch 10% des Etats der letzten Jahre zur Verfügung. Die Kirchen haben da jedenfalls vorsichtiger gewirtschaftet, wohl gewarnt durch die erste wirtschaftliche Rezession 1966/68: Bei kirchlichen Institutionen, vor allem in den Pfarrgemeinden, sind keine so gravierenden finanziellen Einbrüche zu verzeichnen. Die Zuschüsse für AV-Medienzentralen sind (im katholischen Bereich) bis 1982 zumindest um einen Inflationsausgleich erhöht worden; und auch jetzt stehen noch keine drastischen Mittelkürzungen an. Eine Tendenz wirkt sich allerdings ökonomisch negativ für die AV-Verlage aus: Vorhandene Mittel der AV-Medienzentralen werden umgeschichtet. Statt zum Ankauf von AV-Materialien werden sie beispielsweise zum Teil für Maßnahmen ausgegeben, die mit Kabelrundfunk bzw. Bildschirmtext in Zusammenhang stehen.

3. Auch der „Pillenknick“ trägt zu einer Verminderung des Ankaufs von AV-Medien bei. Der durch die geburtenschwachen Jahrgänge hervorgerufene Rückgang der Schülerzahlen verringert die Einnahmen aus dem sogenannten „Medienpfennig“, wonach pro Teilnehmer den Schulen, Bildungseinrichtungen bzw. Bildstellen Mittel für den Ankauf audiovisueller Unterrichtsmittel bereitgestellt werden.

4. Für den Absatzrückgang von AV-Medien sind Produzenten und Vertreiber zu einem beträchtlichen Teil selbst verantwortlich. Audiovisuelle Medien sind in den letzten acht Jahren zu teuer geworden - zumindest für den privaten Einzelkäufer. AV-Verlage beklagen den Verlust des Individualkunden und damit den Ausfall einer ganzen Kundensicht. Die Verteuerung der AV-Materialien hat zur Folge, daß ihre Beschaffung vorwiegend den Schulen, Bildungshäusern und Verleihstellen überlassen wird, wo sie dann den Lehrern, Bildungsreferenten, Gemeindehelfern zur Verfügung stehen. Das aber kommt einer Amputation des Marktes gleich. Eingetreten ist diese Verteuerung aufgrund steigender Kosten für Rohmaterial und Arbeitskraft, von denen in den letzten Jahrzehnten unsere Wirtschaft insgesamt bestimmt worden ist. Hier beginnt ein gefährlicher, vielleicht sogar tödlicher Teufelskreis: Steigende Herstellungskosten führen zu einer Verteuerung von AV-Medien, die sich dann kaum absetzen lassen. Werden aber die Preise gegenüber den Herstellungs- und Vertriebskosten überdimensional reduziert, worauf sich AV-Verlage zum großen Teil eingelassen haben, so verringern sich die Gewinne, d.h. die Eigenkapitaldecke wird zu dünn, um neue Produktionen finanzieren und erforderliche Neuinvestitionen - zum Beispiel im Bereich der neuen Medien - durchführen zu können. Nach der bereits erwähnten Untersuchung der Medien-Dienstleistung-Gesellschaft MDG (a.a.O) zeigt sich interessanterweise, daß sich die Preisgestaltung der größeren kirchlich-orientierten AV-Produzenten im Normalbereich mit +/- 10 Abweichung vom Ausgangsindex befindet. Eine breite Produktion und einen eher leicht erhöhten Preisindex verzeichnen beispielsweise die Evangelische Zentral-Bildkammer und das impuls-studio; eine breite Produktion bei gleichzeitig eher niedrigerem Preisindex haben beispielsweise missio aktuell und das Institut für Film und Bild (FWU). Und noch etwas zeigen diese Statistiken: Es gibt so etwas wie Preisschwellen! Eine erste liegt zwischen DM 20,- und DM 35,- und umfaßt AV-Produkte, deren Anschaffung auch für breitere Schichten von Individualkunden interessant sein dürfte, weil der Preis für ein AV-Medium in etwa den Kosten für ein Buch entspricht; eine zweite zeichnet sich ab zwischen DM 70,- und DM 95,-, womit AV-Medien erfaßt werden, die sowohl noch anspruchsvolle und medienfreundliche Privatkäufer erwerben wie Bildungseinrichtungen und Verleihstellen; von einer Preisschwelle kann man bei allen

Kleinmedien reden, wenn der Anschaffungsbetrag den Wert von DM 160,- bis DM 180,- übersteigt.

5. Zunehmend zu schaffen machen den privatwirtschaftlich organisierten aber kirchlich orientierten AV-Verlagen und AV-Vertriebern eine Reihe von Wettbewerbsverzerrungen, verursacht von AV-Herstellern kirchlicher Einrichtungen und Organisationen, die ihre Produktionen häufig zu Dumpingpreisen hergeben. Ursachen hierfür liegen vor allem bei den unterschiedlichen Produktionsbedingungen. Wenn eine Ordensgemeinschaft beispielsweise Eigentümer der jeweiligen Firma ist oder wenn eine kirchliche (Verleih-)Stelle selbst AV-Medien produziert, so gehen diese Einrichtungen in ihrer Preisgestaltung meist nur von den reinen Herstellungskosten aus und kalkulieren die sogenannten Gemeinkosten wie Aufwendungen für Personal, Miete, Licht, Heizung, Lagerhaltung, Abschreibungen, Steuern usw. nicht voll ein. Angesichts dieser die wahre Kostensituation verfälschenden Zustände muß beim potentiellen Käufer der Eindruck entstehen, daß die AV-Verlage große Gewinne machen wollen, da dem Endverbraucher diese Zusammenhänge nicht klar und letzten Endes auch egal sind. Es handelt sich hier meines Erachtens um ein Strukturproblem, das angesichts der schwierigen Situation für die privatwirtschaftlich organisierten AV-Verlage allmählich zur Belastung wird und zunehmend an Bedeutung gewinnt. Daraus resultierende Probleme müßten im Rahmen eines Gesamtkonzeptes kirchlicher Medienarbeit von allen Betroffenen freimütig erörtert werden. Letztlich geht es hier ja um nicht weniger als um die Zukunft des Kleinmedienmarktes im kirchlichen Bereich. Vielleicht ließe sich erreichen, daß die konkurrierenden kirchlichen Institutionen mehr als bisher Aufträge an privatwirtschaftlich organisierte kirchliche Medienverlage geben, sei es zur lektoratsmäßigen Aufbereitung, sei es auch nur als reinen Herstellungsauftrag. Von seiten der AV-Verlage setzt dies nicht nur Bereitschaft zur Kooperation mit kirchlichen Einrichtungen, Organisationen und Verbänden voraus, sondern auch Flexibilität in Bearbeitung, Preisgestaltung und Berücksichtigung der Wünsche der Auftraggeber.

6. Kirchliche AV-Medienzentralen und Materialstellen - und auch zahlreiche andere kirchliche Bildungseinrichtungen - haben sich in den letzten Jahren gut entwickelt und dabei einen beachtlichen räumlichen, personellen und materialmäßigen Standard erreicht. An einen noch weiteren Ausbau der Verleihstellen ist unter Berücksichtigung der prekären wirtschaftlichen Lage zunächst nicht zu denken; dasselbe gilt für die Einstellung zusätzlicher Mitarbeiter, obwohl das vorhandene Personal im allgemeinen mit Arbeit randvoll ausgelastet ist. Bezüglich der Materialbeschaffung meinte ein Verleihstellenleiter, daß er - abgesehen davon, daß ohnehin kaum noch Lagermöglichkeit vorhanden sei - eine Zeitlang ohne größere Anschaffungen von neuen AV-Medien auskommen könne; der vorhandene Bestand reiche zunächst aus.

7. Ein nicht zu unterschätzendes Problem für die AV-Verlage bildet die bislang ungelöste Frage des (weithin) kostenfreien Verleihs von AV-Materialien über Stadt-, Kreis- und Landesbildstellen, Landeszentralen für politische Bildung und Landesfilmdienste, evangelische und katholische AV-Medienzentralen - alles in allem eine auf der Welt beispiellose flächendeckende Verteilerorganisation mit rund 550 Verleihseinrichtungen. Die kostenlose Bereitstellung von Kleinmedien über AV-Medienzentralen - die solche Produktionen zum gleichen Preis erwerben wie der Privatkunde, um sie im Laufe eines Jahres viele Male zu verleihen - hat für die AV-Verlage zunächst den Vorteil, daß Neuproduktionen kurzfristig in höherer Anzahl abgesetzt und überhaupt rascher bekannt werden (Werbeeffekt). Demgegenüber macht sich in den letzten Jahren in wachsendem Umfang der Nachteil bemerkbar, daß immer weniger Einzelpersonen Kleinmedien kaufen. Der Direktverkauf an Endverbraucher (Privatkunden) ist zurückgegangen. Dadurch wurde der mengenmäßige Absatz bei den AV-Verlagen zurückgedrängt, und dies hat zu geringe, nicht mehr rentable Auflagenhöhen zur Folge, für die die Hersteller einen nicht mehr marktgerechten Preis verlangen (müssen), um konkurrenzfähig bleiben zu können. Auskünfte der AV-Verlage, ab welcher verkauften Auflage sie derzeit kostendeckend - noch

nicht gewinnbringend - zu arbeiten beginnen, sind unterschiedlich und liegen zwischen 500 und 1000 Stück pro Titel; erst danach kann ein Verlag leben, vielleicht sogar daran denken, Preise zu senken. Im folgenden ein paar Beispiele für den Absatz von Produktionen, wobei das Datum der Erst-Freigabe für den Verkauf leider nicht in Erfahrung gebracht werden konnte:

Verlag	Titel	Medienart	DM-Preis	Absatz bis Sommer 1983
Calig	Gottesvorstellungen bei Kindern und Jugendlichen	Diareihe	72,-	700
	Der Sonnengesang	Tonbild	128,-	750
	Götzen, Gurus und Geschäfte	Medienpaket	256,-	2500
Christophorus	Franz von Assisi	Diareihe	30,-	fast 4000
	Maria - Lebendiger Glaube	Diareihe	30,-	fast 4000
	Martin Luther in seiner Zeit	Diareihe	68,-	fast 5000
FWU	Abraham und sein Land	Diareihe	24,-	373
	Abraham und sein Sohn	Diareihe	28,-	366
	Dir muß er ja nicht gefallen	Kurzspielfilm	678,-	524
	Rückkehr (Gleichnis-Film)	Kurzspielfilm	590,-	319
impuls-studio	Bolly - der rote Elefant	Tonbild	79,50	790
	Erstkommunion	Medienpaket	136,-	1200
	Sich öffnen (Meditation)	Diareihe	28,50	4800

Das System der AV-Verleihstellen nimmt den Produzenten potentielle Kaufkundschaft weg. Um aus diesen Schwierigkeiten herauszukommen, müßte ein Weg gefunden werden für das Recht des Verleihs, den AV-Herstellern eine entsprechende Vergütung zu bezahlen. Die Arbeitsgemeinschaft der Medienhersteller (AGM) hat sich mit dieser Problematik in mehreren Sitzungen beschäftigt. Als Ergebnis der Erörterungen zeichnet sich ab, daß - neben Bemühungen um die Herstellung billiger AV-Medien und der Rückgewinnung von Einzelkunden - auch die Einführung einer Art Verleihgebühr erwogen wird, wie sie im Buchbereich mit der Verwertungsgesellschaft Wort (VG Wort) und auf dem Musiksektor mit der Gesellschaft für musikalische Aufführungsrechte (GEMA) schon seit langem gehandhabt wird bzw. wie es Ausleihgebühren auf dem Video-Sektor zeigen. Die Medienproduzenten möchten mit einer einzuführenden Verleihabgabe „nicht nur ein ihnen zustehendes Recht wahrnehmen, sondern sehen sich dazu gegenüber auf Honorarbasis arbeitenden Autoren, Illustratoren und Fotografen geradezu moralisch verpflichtet. Auf diesem Wege sehen sie zudem eine Möglichkeit, ihre Produktionen, die seit einiger Zeit nicht mehr kostendeckend kalkuliert werden können, sich subventionieren zu lassen ... Medien, die von Praktikern gewünscht und somit ausgeliehen werden, sollen von diesen entsprechend finanziell honoriert werden. Medien, die öfters eingesetzt werden, spielen dem Produzenten

entsprechend mehr Geld ein als weniger begehrte Titel, was gerecht ist ... Der Etat der Medienstellen wird durch dieses System nicht geschmälert ... Medien, die ein Praktiker öfters auszuleihen und einzusetzen gedenkt, wird er möglicherweise selbst anschaffen. Diese Medien hätte er dann jederzeit griffbereit in seiner Bibliothek. Terminprobleme, Zeitaufwand für die Abholung oder das Porto fallen weg und natürlich auch die Ausleihgebühren. Für die Medienstellen würde dies eine Entlastung bedeuten. Darüber hinaus wäre Anreiz zum privaten Ankauf von Medien gegeben“¹⁰. Auch andere „Modelle“ wurden diskutiert, etwa ein Verleihverbot von zwei Jahren für alle neuerscheinenden Titel oder erhöhte Anschaffungspreise für Verleihstellen (drei- bis fünfmal höhere Preise pro Titel als für Privatkäufer, die nicht verleihen). Es handelt sich hierbei noch um Überlegungen, deren Durchführung - wie immer sie geartet sein mag - sicher noch geraume Zeit beanspruchen wird. Wenngleich bei einzelnen Medienstellen diesbezüglich ein gewisses Verständnis für die Lage der AV-Verlage festzustellen ist, so sträubt man sich dennoch gegen jede Gebührenerhöhung und zusätzliche Arbeitsbelastung. Auch sieht man keinen praktikablen Weg für die Abwicklung: Voraussetzung dafür wäre u.a. ja auch, daß man alle (konfessionellen) Medienhersteller für diese Idee gewinne und unter einen Hut bekäme, was sehr schwierig sein dürfte; und es bliebe dann immer auch noch das Problem der Überprüfung von Verleihvorgängen und des Einzugs der Gebühren - auch bei kleineren Verleihstellen, wie etwa der in einigen Bistümern eingerichteten religionspädagogischen Materialstellen.

8. Die Diskussion über die „neuen Medien“ - Compact-Disc, Video-Kassette, Bildplatte, Videotext, Bildschirmtext, Kabel- und Satellitenfernsehen, Videospiele und Heimcomputer - wurde in der Bundesrepublik Deutschland vor allem durch die Veröffentlichung des Berichtes über Telekommunikation angestoßen, der 1976 von der „Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationswesens (KtK)“ vorgelegt worden ist. Medienpolitische Gesichtspunkte standen in der Folgezeit im Mittelpunkt der Erörterung der „neuen Medien“; Vertreter von Bildungspolitik und AV-Verlagen griffen zunächst nicht in die Diskussion ein. Mit Entwicklung und Einführung neuer Medientechnologien, die sich bisher ohne Zutun der AV-Verlage vollzogen hat, kommt dennoch eine neue Herausforderung auf sie zu, die bei einer passiven Haltung der Produzenten unwägbare Konsequenzen für den zukünftigen Stellenwert audiovisueller Bildungsmedien für religiöse Erziehung, kirchliche Bildungsarbeit und Gemeindepastoral zeitigen könnte.

- a) Compact-Disc ist die Schallplatte der Zukunft: Eine aus durchsichtigem PVC bestehende, mit Aluminium beschichtete und von einem hauchdünnen Kunststofffilm geschützte Scheibe, die von einem Laserstrahl abgetastet wird. Die Kompakt-Schallplatte hat einen größeren und damit besseren Übertragungsbereich von den ganz tiefen bis zu den hohen Tönen, der Abspielvorgang ist einfacher, Laufzeit und Lebenszeit sind erheblich länger als bei herkömmlichen Langspiel-Schallplatten. Branchenkenner meinen, daß schon in etwa 10 Jahren die jetzt gebräuchliche Langspiel-Schallplatte von der neuen Kompakt-Schallplatte abgelöst sein wird.
- b) Videokassetten sind bereits in die Medienlandschaft integriert. Sie breiten sich in Schulen und Bildungseinrichtungen langsam aus, haben aber noch keinen breiten Durchbruch erzielt. Wegen des kleinen Fernsehbildes (Versuche, größere Bildschirme herzustellen, laufen), teilweise noch unausgereifter Farbwiedergabe und noch vorhandener Störanfälligkeiten wie Kompliziertheit in der Bedienung und schließlich der mangelnden Standardisierung für das Abspielen von Kassetten, wird Video auch in den nächsten Jahren den 16-mm-Film nicht einfach verdrängen. Es zeichnet sich bereits ab, daß Video sich vor allem in kleineren Gruppen außerschulischer Bildungsarbeit bewährt und vor allem im Aus- und Fortbildungswesen eine Rolle spielt, wo - u.a. - auch die Möglichkeiten der Aufnahmetechnik genutzt werden.
- c) Die Video-Schallplatte macht dem Videokassetten-System Konkurrenz. Die Bild-(Schall-)Platte ist praktisch unverwundlich, relativ preiswert, besitzt eine hohe Speicherkapazität und ausgezeichnete Wiedergabeeigenschaften. Sie gestattet beispielsweise den gezielten Zugriff auf jedes der 54.000 gespeicherten Einzelbilder. Aufgrund des zu erwartenden günstigen Anschaffungspreises dürfte sie zu einem idealen Bild- und Tonträger werden, der in Schulen und Bildungseinrichtungen direkt

verfügbar sein wird. Didaktische Verwendungsmöglichkeiten sind vor allem durch frei regelbare Geschwindigkeiten in Vor- und Rücklauf bis hin zu Standbild und durch gezielten Einzelbildzugriff optimal. Leider gibt es bislang weder Überspiel- noch Aufzeichnungsmöglichkeiten für Amateure und Semiprofessionelle wie beim Videosystem. Einschränkungen erfolgen derzeit, wie bei Videokassetten, durch die Bildschirmgröße des Fernseh-Gerätes, die aber wohl in einigen Jahren durch großflächige flache Bildwände ersetzt wird.

- d) Videotext (VTX) - seit 1980 von ARD und ZDF in Feldversuchen erprobt - ist nicht zu verwechseln mit Bildschirmtext (BTX). Für den Empfang von aufgenommenen/gespeicherten Informationen ist ein Dekoder (Entzifferer) im Fernsehgerät erforderlich. Videotext besteht - im Gegensatz zu Bildschirmtext - in der drahtlosen, funkgesteuerten Übermittlung von Texten und einfachen Graphiken in den sogenannten Austastzeilen des ausgestrahlten Fernsehprogramms. Das Seitenangebot für Informationen bei Videotext ist zur Zeit relativ gering und enthält vorwiegend ergänzende Informationen zu den Fernsehprogrammen. Außer Hinweisen auf bildungsrelevante Fernseh-Sendungen und kulturelle Veranstaltungen wird Videotext für Bildungszwecke kaum genutzt. Mit Bildschirmtext wird Videotext erst dann konkurrieren können, wenn durch eine weitere Verkabelung ein ganzer Fernsehkanal für Zeichenübertragungen zur Verfügung gestellt wird.
- e) Auf einer technischen Verbindung von Aufnahmegerät bzw. Datenspeicher, Telefonnetz und Fernsehempfänger beruht Bildschirmtext (BTX). Das Verfahren hat seinen Ursprung in Großbritannien und wurde seit Sommer 1980 in den Versuchsgebieten Berlin und Düsseldorf/Neuss von Informationsanbietern und Verbrauchern getestet. Abgerufen werden können Text- und Grafikinformatoren, wie sich ebenso auch Konferenzschaltungen organisieren lassen. Mit dem offiziellen Start für Bildschirmtext auf der Funkausstellung von Berlin im Herbst 1983 wurde in der Bundesrepublik Deutschland, mehr als 100 Jahre nach dem Telefon, ein neues elektronisches Vermittlungssystem eingeführt, das praktisch ab sofort überall verfügbar ist, wenngleich noch in begrenztem Umfang. Es hat gute Chancen, sich zu einem neuen Masseninformationsdienst zu entwickeln. Fachleute gehen davon aus, daß sich Bildschirmtext langsam aber sicher durchsetzen wird, zunächst mit Schwerpunkt im wirtschaftlich-industriellen Bereich und im Datenverarbeitungsverkehr, später jedoch auch im Bildungsbereich und vor allem bei privaten Interessenten im Dienstleistungssektor.
- f) Der Umfang der Nutzungsmöglichkeiten des Kabelfernsehens, das vor allem lokal und regional ausgestrahlt wird, hängt vor allem davon ab, ob es sich um reine Kabel-Verteilnetze oder um Verteilnetze mit Rückkanal handelt. In Kabelfernseh-Verteilnetzen ohne Rückkanal stehen bei Verwendung von 2 Koaxialkabeln derzeit 50 bis 60 Kanäle in Fernsehbandbreite zur Verfügung; zusätzlich können je Kabel 24 UKW-Hörfunkprogramme in Stereoqualität gesendet werden. Für den Bildungsbereich ergibt sich daraus rein theoretisch eine enorme quantitative Erweiterung des Programmangebots, etwa Nutzung aller Schulfunk- und Schulfernsehangebote der ARD-Anstalten, bei optimaler technischer Qualität des Empfangs, einschließlich Stereoton. Bei Kabelfernsehnetzen mit Rückkanal kann der Teilnehmer Informationen, also Text-, Ton- und Bilddaten bzw. -programme nicht nur abrufen, sondern selbst an die Zentrale oder an andere Teilnehmer senden. So werden dialogische und interaktive Nutzungsmöglichkeiten im Bildungsbereich denkbar, die über bisherige bekannte Möglichkeiten der Fern-Information weit hinausgehen. Die Kirchen beteiligen sich mit mehr oder weniger Überzeugung an den vier Kabelfernseh-Versuchs-Projekten in Berlin, Dortmund, Ludwigshafen-Mannheim und München. Soweit Medienhersteller als Programmzulieferer für kirchliche Sendungen bei den Kabelpilotprojekten in Frage kommen, sollen sie sich mit den zuständigen kirchlichen Beauftragten für die jeweiligen Versuchsprojekte in Verbindung setzen.¹¹
- g) Der Bundesrepublik Deutschland wurden auf der World Administration Radio Conference 1977 fünf Satelliten-Kanäle zugeteilt. Als Testprogramm sollen in den nächsten Jahren das ARD- und ZDF-Fernsehprogramm und 16 Hörfunkprogramme in Stereoqualität über Satellit verbreitet werden. Mit entsprechend ausgestatteten Parabolantennen wird es möglich sein, über Satellit auch die funkgesteuerten Programme der Nachbarländer zu empfangen. Der Empfang ausländischer Fernsehprogramme wird durch das Satellitenfernsehen erweitert; mit Hilfe der Stereoton-einrichtung können sie auch zweisprachig empfangen werden, was ihre didaktische Verwendbarkeit und den Benutzerkreis - beispielsweise im Fremdsprachenunterricht - erheblich erweitern dürfte. Denkbar ist, daß Musik- und Kulturprogramme aus AV-Verlagen einen Teil der Sendungen ausmachen.

- h) Videospiele und Heimcomputer sind ebenfalls stark im Vormarsch. Die simplen, oft belächelten Telespiele der ersten Generation werden zunehmend durch „intelligente“ Super-Spiele und Heimcomputer ersetzt, z.B. das Schachspielen, die eine Kontrolle des Haushaltsbudgets ermöglichen oder sich um die Einhaltung von Terminen kümmern bzw. mit Kindern das Lesen üben helfen. Jetzt ist bereits die dritte Spiele-Generation an der Reihe mit leistungsfähigen Maschinen, die ungeahnte Möglichkeiten für immer kompliziertere Spiele, Denk- und Rateaufgaben eröffnen. Namhafte Computer-Hersteller haben die Faszination der elektronischen Spiele und die Nützlichkeit von datenspeichernden Heimcomputern erkannt und benutzen sie zunehmend als Einstieg und Hinführung zu neuen Technologien. Mit Spielkassetten und Informationsspeichern können Kinder und Jugendliche ihre ersten Schritte ins Computer-Zeitalter unternehmen. Hier zeigen sich positive Aspekte dieser Entwicklung, an der sich in verstärktem Maße eines Tages auch AV-Verlage beteiligen könnten - etwa mit ihren Angeboten für Hobby und Spiel.

Ohne eine engagierte Diskussion der Betroffenen können die in der Entwicklung liegenden Chancen der „neuen Medien“ nicht unterstützt und genützt, negative Tendenzen nicht eingegrenzt werden. In der Bundesrepublik Deutschland hat bisher leider keine (kirchliche) Institution - etwa die Arbeitsgemeinschaft der Medienhersteller, die Arbeitsgruppe audiovisuelle Medien oder die Medien-Dienstleistung GmbH - die Bemühungen einzelner kirchlich-orientierter AV-Verlage koordiniert und eine Art Sprecherschaft/Interessenvertretung im Hinblick auf die Verwendung neuer Medien übernommen. Die Verantwortlichen der AV-Verlage selbst dürfen meines Erachtens die Entwicklung der neuen Medien nicht weiterhin aus der Distanz betrachten; sie sollten diese neuen Technologien auf ihre Möglichkeiten zur Herstellung und Verbreitung von AV-Gruppenmedien prüfen. Von den AV-Verlagen erfordert die Verwendung der neuen Medien enorm hohe Investitionen an Zeit, Personal und Geld, die von einzelnen Verlagen selbst kaum aufgebracht werden können. Hier ist wohl Kooperation und Strukturhilfe angebracht, was allerdings Mitarbeit von seiten der AV-Verlage bedingt.

Mangelnde Standardisierung im Soft- und Hardware-Bereich, steigende Herstellungs- und Vertriebskosten, Verteuerung der AV-Medien, sinkende Umsätze, Kundenverluste, Wettbewerbsverzerrungen und verschärfte Konkurrenz, neue Hersteller und Verreiber von AV-Medien, Stagnation im Ausbau der Verleihstellen, eine gewisse Sättigung des Marktes, fehlende Interessenvertretung der AV-Medienhersteller, neue Entwicklungen in der Medientechnologie usw. - all das zeigt an, daß sich kirchlich orientierte AV-Verlage - wie wohl auch andere Einrichtungen der Branche - in einer kritischen Situation befinden, die auch zu Schwierigkeiten geführt hat - bis hin zu ernsthaften Verlagskrisen. Es kam und kommt aber auch zu neuen Formen der Kooperation, ja sogar zur Fusion von AV-Verlagen, wofür der Aufkauf der „av-edition“ durch den „Jünger-Verlag“ 1982 ein Beispiel ist. Die Probleme halten allerdings an, sind noch lange nicht ausgestanden, könnten sich für einzelne Verlage sogar noch verschärfen, ja vermutlich sogar zum Verschwinden des einen oder anderen Hauses vom Markt führen und damit zu einer (willkommenen!?) Bereinigung innerhalb der Branche beitragen. Doch inmitten all dieser Schwierigkeiten eröffnen sich auch neue Möglichkeiten, sind Ansätze einer Regeneration sichtbar. Dazu zählen u.a. die Bemühungen der Arbeitsgemeinschaft der Medienhersteller (AGM), ein zunächst noch loser Zusammenschluß von Medienproduzenten zur Wahrnehmung ihrer Interessen ebenso, wie die Bereitschaft der Medien-Dienstleistung GmbH zu infrastrukturellen Service-Leistungen im AV-Sektor.

4. Ausblick: Gedämpfter Optimismus

Im Bewußtsein einer stagnierenden Entwicklung einerseits und der neuen technologischen Herausforderung im Bereich audiovisueller Unterrichts- und Bildungsmedien andererseits gilt es, nach zukunftstauglichen Perspektiven für kirchlich-orientierte AV-Verlage und Anbieter von audiovisuellen Gruppenmedien Ausschau zu halten. Folgende Gesichtspunkte, die keineswegs Anspruch auf Vollständigkeit erheben, scheinen mir bedenkenswert:

4.1 Privatwirtschaftlich organisierte und zugleich kirchlich-orientierte AV-Verlage und Medienvertreiber waren bisher gewissermaßen Einzelkämpfer. Sie haben sich durch Eigeninitiativen, Kreativität und finanziellen Einsatz auf dem Markt behaupten können. Es ist aber fraglich, ob es dabei bleiben wird, stellt man steigende Herstellungskosten, stagnierende Umsätze, wachsende Konkurrenz und erforderliche Neuinvestitionen bei neuen Techniken in Rechnung. Zwei Möglichkeiten sehe ich dennoch für das Überleben:

a) Nischendasein: Audiovisuelle Kleinverlage werden nur dann überleben, wenn sie immer wieder neue Bedürfnisse ausfindig machen, die von Großkonzernen nicht gesehen oder übergangen werden. Kleinverlage sind wendiger, und sie können vor allem auch Projekte in Angriff nehmen, die nicht so voluminiös zu Buche schlagen. Hierfür ist aber guter Kontakt zu Institutionen nötig und vor allem eine Sensibilität für Themen und Gestaltungsformen und für audiovisuelle Medien, die wirklich gebraucht werden. Hinzu kommt, daß kaum eine Neuproduktion danebengehen bzw. erfolglos bleiben darf.

b) Ein anderer Weg - in seiner Konsequenz für die meisten AV-Verlage noch ungewohnt und neu zu gehen - besteht in Verlagskooperationen und Verlagskonzentrationen, im Ausbau zu leistungs- und konkurrenzfähigen AV-Großverlagen. Unter welchen Voraussetzungen das sinnvoll ist, muß in und zwischen den Verlagen und interessierten (kirchlichen) Institutionen erörtert werden. Derartige Überlegungen schließen zum Teil auch den Abschied vom traditionellen Rollenverständnis der AV-Verleger mit ein, was im Einzelfall durchaus auch schmerzlich sein kann. Zusammenarbeit bzw. Fusion erscheinen mir auf drei Ebenen möglich:

- zwischen konkurrierenden AV-Verlagen
- zwischen Buchverlagen und Medienverlagen
- zwischen kirchlichen Organisationen/Institutionen und Medienverlagen, z.B. bei Auftragsproduktionen

Eine Kooperation der AV-Verlage könnte sich in verschiedenen Bereichen vollziehen, etwa:

- gemeinsame Lagerung und Auslieferung von AV-Medien; dabei müßten auch moderne bürotechnische Anlagen eingesetzt werden, die sich einzelne AV-Verlage wohl nicht leisten können, z.B. Datensysteme für Lagerbestand, Verkaufs- und Kundenstatistik;

- gemeinsame Werbung. Angesichts einer Vielzahl von Spezial- und Sammelkatalogen der jeweiligen AV-Verlage, die mit enormem Kostenaufwand hergestellt und verschickt werden, könnte möglicherweise auch ein Gesamtkatalog bzw. Sach- und Zielgruppenkataloge aller lieferbaren AV-Produktionen erstellt und gezielt an entsprechende Interessenten versendet werden. Natürlich bleiben Fragen: Ist z.B. ein Gesamtkatalog überhaupt erstrebenswert? Ist Kooperation in der Werbung zu empfehlen oder begibt sich der wirtschaftlich einflußreiche Verlag in Gefahr, die sogenannten „kleinen“ AV-Verlage zu stärken?

- gemeinsamer Adressenpool. Durch Streuwerbung teils eigener, teils gekaufter Adressen wird viel Geld vergeudet. Notwendig wäre an zentraler (und gleichzeitig neutraler) Stelle ein EDV-Zentrum, in das alle kirchlich orientierten (katholischen) Verlage ihre Adressen einbringen, gleichzeitig aber auch die Möglichkeit bekommen, ausgewählte Interessentengruppen abzurufen - etwa Religionslehrer an der Grundschule, Kindergärtnerinnen, soziale Bildungsstätten und Akademien, Dekanate usw.;

- die Kooperation zwischen AV-Verlagen und Buchverlagen hat sich in den letzten Jahren erfreulicherweise verstärkt und könnte, ja müßte noch weiter ausgebaut werden. Immer wieder ergibt sich die Angemessenheit, Unterrichts- und Bildungswerke durch AV-Medien zu ergänzen bzw. audiovisuelle Medien erfordern oft Begleitbücher, so z.B. die FWU-Filmreihe „Die Bibel und ihre Zeit“ (12 - 32 3153 - 32 3162). Die Zusammenarbeit legt sich vor allem dann nahe, wenn es sich um sogenannte Medienverbundprojekte handelt, wie es etwa bei der ARD-Reihe „Warum Christen glauben“ der Fall war¹³, einem kostspieligen Projekt, das über die Kapitalkraft und Risikobereitschaft eines einzelnen Verlages hinausgeht;

- es erscheint überhaupt an der Zeit, daß die AV-Verlage ihre Situation analysieren und ihre Interessen gegenüber Kirche und Öffentlichkeit gemeinsam vertreten. Vielleicht wäre ein „Verlagsring für audiovisuelle Medien“ - ähnliches gibt es im Buchbereich unter der Bezeichnung „Verlagsring Religionsunterricht VRU“ oder „Verlagsgruppe Engagement“ - ein Schritt in die gewünschte Richtung. Die in München entstandene Arbeitsgemeinschaft der Medienhersteller (AGM) könnte sich zu einer solchen Dachorganisation entwickeln, die zwar spät, aber wohl noch nicht zu spät aktiv geworden ist.

Auch eine Konzentration/Fusion von AV-Verlagen ist nicht einfach von der Hand zu weisen und muß - insgesamt gesehen - nicht nur negativ beurteilt werden. Die Zusammenlegung des kreativen, organisatorischen und wirtschaftlichen Potentials stärkte die Wettbewerbsfähigkeit und Präsenz auf dem Markt, erlaubte höhere Investitionen und trüge in gewissem Umfang wohl auch durch den Abbau von Überkonkurrenz und Überangebot zur Bereinigung im AV-Sektor bei. Auch wenn es für den einzelnen Verlag ein Opfer, ja subjektiv sogar eine Art Katastrophe bedeutet, so entspricht es dem Marktmechanismus von Angebot und Nachfrage, wenn der eine oder andere AV-Verlag eingeht; die Chancen der verbleibenden Produzenten und Vertreiber von AV-Medien erhöhen sich dadurch.

4.2 Was die audiovisuellen Produkte betrifft, das eigentliche Handelsgut der AV-Verlage, von dem sie auch leben (müssen), so gilt für sie in Zukunft das Motto: „Qualität vor Quantität zu einem günstigen Preis!“ Größte Überlebenschancen werden wohl solche AV-Medien haben, die qualitativ hochwertig sind, d.h. gediegen in äußerer Aufmachung, formaler Gestaltung und inhaltlicher Darbietung, so daß sie sich in Unterricht und Bildung effektiv einsetzen lassen. AV-Medien, die thematisch und adressatenbezogen sehr breit angelegt sind, kommen erfahrungsgemäß nicht so gut an! Spezifische, enger gefaßte, konkrete Themen mit klarer Zielgruppenausrichtung und einem überzeugenden didaktischen Konzept - Verwendungsmöglichkeiten müssen erkennbar sein! -, die der Erzieher, Lehrer, Bildungsreferent, Pfarrer ohne allzu große Vorbereitung einsetzen kann, sind nach wie vor gefragt. Denn die Erkenntnis, daß AV-Medien ein unverzichtbares Mittel in der Bildungsarbeit von Schule und Gemeinde sind, hat sich durchgesetzt. Angesichts der Etatbeschränkungen und eines Überangebots an Gruppenmedien - nicht mehr alle Neuerscheinungen können von Einzelkunden, Bildungseinrichtungen oder AV-Medienzentralen faktisch erworben werden - werden Medien minderer Qualität jedoch kaum noch eine Chance haben. Käufer gehen mehr und mehr dazu über, nicht einfach nach Katalog zu bestellen, sondern sich Neuproduktionen anzusehen, bevor sie etwas anschaffen. Bei einer Reihe kirchlicher AV-Medienzentralen gibt es sogenannte „Auswahlgremien“, denen Vertreter verschiedenster kirchlicher Bildungsbereiche angehören, die über den Ankauf neuer AV-Medien bestimmen, um eine sinnvolle Verwendung vorhandener Mittel zu gewährleisten. Natürlich spielt in dem Zusammenhang auch der Preis eine Rolle! Käufer-schichten, z.B. private Kunden, könnten durch entsprechende Preisgestaltung vielleicht wieder zurückgewonnen werden: Mit kleinen, einfachen, nicht so kostenaufwendigen AV-Medien, die sich preislich etwa am Buchmarkt orientieren.

Nicht unerwähnt bleiben soll im Zusammenhang mit Qualitätsfragen die Bedeutung der Autorensuche und Autorenpflege für die AV-Verlage. Der Name eines Autors ist oft ausschlaggebend für den Ankauf von AV-Medien und nicht so sehr die Thematik. Schließlich spielt auch die Aufmachung eine Rolle bei Handel und Kunden: Das Produkt muß schon äußerlich ansprechen! Fragen, die noch einer genaueren Untersuchung bedürfen, stellen sich auch hier: Gibt es unterschiedliche Wünsche hinsichtlich Produktgestaltung zwischen Handel, Schulen und Bildungseinrichtungen, Verleihstellen und Privatkunden? Wenn ja, was sollte denn Vorrang haben? Ein AV-Verlag erwirbt sich bei Kunden nicht zuletzt auch dadurch Anerkennung, daß er Marktlücken durch Neuproduktionen füllt. Leider gibt es noch keine ausreichend fundierten Untersuchungen über fehlende AV-Medien für religiös-kirchliche Erziehungs- und Bildungsbedürfnisse. Die bereits mehrfach erwähnte, unveröffentlichte Erhebung der Medien-Dienstleistung GmbH weist sogenannte

Marktlücken in folgenden Bereichen auf: Sakramente (Beichte, Krankensalbung, Ehe, Priesterweihe), kirchengeschichtliche Themen, mariologische Themen, Medien zur Soziallehre der Kirche, Lebenshilfe/Eheberatung, konkrete Lebensfragen wie Drogen, Alkohol, Arbeitslosigkeit - und es gibt noch mehr solcher „weißen Flecke“! Die Tatsache, daß verschiedene Themen nur selten auftauchen, kann natürlich auch damit zusammenhängen, daß diese Thematik vom Kunden nur wenig gefragt ist oder daß der Produzent sich einen so geringen Absatz ausrechnet, daß sich eine Produktion nicht lohnt. Schließlich gibt es Themen, die an sich vom Markt her gefragt sind, gleichzeitig aber so „heiße Eisen“ sind, daß sich niemand daran wagt, weil die Besorgnis, bei der „offiziellen“ Kirche in Mißkredit zu kommen, allenthalben groß ist. Es kann aber auch eine Rolle spielen, daß manche Bildungsleiter (Lehrer, Pfarrer usw.) kontroverse Themen gar nicht angehen, weil sie sich der Diskussion nicht gewachsen fühlen (z.B. Titel über die Bewältigung der jüngsten Vergangenheit „Drittes Reich“); die Auswahl der anzukaufenden Titel treffen eben nicht die Rezipienten, sondern derjenige, der das Bildungsprogramm zusammenstellt. Mangels Nachfrage fehlen dann solche Themen in den Katalogen der AV-Verlage.

4.3 Die neuen Speicher- und Darbietungstechnologien signalisieren Veränderungen, die sich für den Bereich der AV-Verlage geradezu als Strukturwandel herausstellen. Auch wenn es sich hier noch um ein weithin unerforschtes Gebiet handelt, auch wenn noch keine ausreichenden Erfahrungen mit den „neuen Medien“ vorliegen, so müssen die Entwicklungen doch verfolgt und - wo es sinnvoll erscheint - Schritt für Schritt in die Verlagsarbeit einbezogen werden. Es kommen ja nicht nur neue Produkte auf den Markt (Videokassetten, Bildplatten), sondern auch neue Möglichkeiten der Werbung, und Information für Kunden bieten sich an (Bildschirmtext, Videotext, Heimterminals), wie auch der Beteiligung an Programmen, z.B. im Bereich des Kabel- (und Satelliten-)Fernsehens. AV-Verlage könnten sich hier als Zulieferer betätigen. Es wird dabei meist ja auch nicht gleich um die Herstellung völlig neuer eigener Produktionen gehen, sondern eher um Lizenzankäufe von Fremdproduktionen - wie es der Calig-Verlag mit Produktionen der Tellux-Film GmbH im Videosektor bereits praktiziert - oder um eine Umarbeitung vorhandener Diareihen und Tonbilder auf Videokassette oder Bildplatte.

- In der Bundesrepublik Deutschland gibt es inzwischen mehr als zwei Millionen Videorekorder in den Haushalten. Dieser Bereich wird zunehmend wichtig, sowohl für die Bildung in den Gruppen wie für Informationen und Unterhaltung im privaten Bereich. Entsprechende Programme, z.B. unterhaltende Familiensendungen oder Erziehungsprogramme, müssen jetzt schon geplant und vorbereitet werden. Das Interesse daran wächst, und die Videokassette wird sich durchsetzen, wenn in kirchlichen Bildungseinrichtungen und Pfarreien einmal genügend Geräte vorhanden sind. Von einigen kirchlich-orientierten Verlagen und kirchlichen Institutionen werden Videokassetten bereits angeboten.

Statistik: Verkauf und Verleih von Videokassetten

Jahr	FWU:	Kopien-Verkauf von Videokassetten	AVMZ-Köln (kath.) Verleih von Videokassetten
1980	VCR	2360	Der Verleih wurde 1982 aufgenommen. Pro Kopie und Jahr kam es zu drei Verleihvorgängen (bei sonstigen AV-Medien liegt der Schnitt bei sechs bis sieben Ausleihen). Im Jahr 1983 wurden bis Anfang September 96 VCR- und 529 VHS-Videokassetten ausgeliehen; hinzu kommen rund 350 Absagen, weil gewünschte Kopien nicht vorhanden waren.
1981	VCR	1538	
	VHS	1148	
1982	VCR	1081	
	VHS	2798	

- Die Bildplatte ist vorerst noch „utopisches Gebiet“, weil weder eine Abspielstruktur im Lande vorhanden ist, noch Produktionen von seiten der Verlage hierfür vorliegen. Das Institut für Film und Bild FWU hat bei der Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Bildungsforschung einen Modellversuch beantragt, der 1983/84 durchgeführt werden soll. Das FWU wird auf jeden Fall im schulischen und außerschulischen Bildungsbereich Versuche mit der Bildplatte machen und didaktische Konzepte für ihren Gebrauch entwickeln. Zu gegebener Zeit wird darüber zu berichten sein.

- Bildschirmtext könnte Verwendung finden, um Verleihstellen und andere ausgewählte Zielgruppen schneller zu informieren. Vielleicht würde sich gerade in dem Bereich ein Zusammenschluß mehrerer AV-Verlage rentieren.

- Für Kabel- (und Satelliten-)Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) sind Zuliefermöglichkeiten der AV-Verlage denkbar, deren Produkte allerdings eine Bearbeitung im Sinne von Aktualisierung und Adaptation an lokale Gegebenheiten erfordern würden. Kabelpilotprojekte haben stark lokalen Charakter, was eine Mitwirkung der AV-Verlage zunächst zu erschweren scheint, es sei denn, daß Produktionen zu aktuellen Themen eingesetzt werden, über die dann in Gruppen, zum Teil auch im Fernsehen mit Rückkanal, diskutiert wird. Beim Satellitenfernsehen, das für die AV-Verlage noch in weiter Ferne liegt, wären z.B. Programmteile für Auslandsdeutsche denkbar, etwa im Zusammenhang mit kirchlichen Festen.

- Eher möglich erscheint die Verwendung vorhandener Produktionen der AV-Verlage im Rahmen des lokalen Hörfunks: Zahlreiche AV-Verlage haben geeignete Kassettenprogramme vorliegen. Vielleicht sollte der Produktion weiterer solcher Titel mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden.

4.4 Ob ein AV-Medium von Kunden gekauft wird, hängt von mehreren Faktoren ab. AV-Hersteller stehen immer wieder vor der Frage, inwieweit sich ihr Angebot mit der Nachfrage deckt, ob angebotene Produkte den Bedürfnissen der Erzieher, Pädagogen, Gemeindeferenten, Pastoralassistenten, Pfarrer usw. entsprechen bzw. welche Art von Produktionen der Vorrang gegeben wird. Eine gründliche Kundenbefragung dürfte da weiteren Aufschluß geben. In dem Zusammenhang wäre zu wünschen, daß die wissenschaftliche Theologie im Rahmen von Diplom- bzw. Doktorarbeiten solche Themen vergibt, etwa im Zusammenhang mit einer pastoralsoziologischen Arbeit! Umfang und Ausstattung einer Produktion wird zwar meist durch den Inhalt bestimmt; von daher entscheidet der Kunde, ob er für das jeweilige Thema den geforderten Preis zahlen will. Die Akzeptanz hängt darüber hinaus von der didaktischen Effektivität des AV-Mediums in der vorgesehenen Verwendungssituation ab und von der Möglichkeit eines öfteren Einsatzes. Ein entscheidender Faktor ist aber gewiß auch der Preis! Die Verteuerung der AV-Produkte hat den Käuferschwind begünstigt bzw. titelmäßig, zahlenmäßig, wertmäßig zu geringerem Absatz geführt. Es ist zu überlegen, wie Käuferschichten durch entsprechende Produkte und Preisgestaltung zurückgewonnen werden können. Neben einer kundenfreundlichen und marktgünstigen Preispolitik muß der Erschließung neuer Käuferschichten überhaupt mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden, z.B. durch ein Angebot von AV-Medien für Individualkunden, für Familien, für Menschen, die kirchlich am Rande stehen usw. Die Verleihstatistik der AV-Medienzentralen zeigt - wenn auch etwas grobmaschig angelegt - hinsichtlich der Zielgruppen folgendes Bild:

Statistik: Nutzung von AV-Medien nach Bildungsbereichen 1982
(Quellen: Jahresberichte)

Bildungsbereiche	AVMZ Köln	AVMZ Mainz	AVMZ München-Freising
Schulen	54,4%	50,76%	63,14%
Jugendbildung	29,0%	9,35%	13,61%
Erwachsenenbildung	16,6%	4,69%	12,80%
Weitere Entleiherbereiche, z.B. Gemeindearbeit	keine Angaben	35,26%	10,43%

Aus den Zahlen wird deutlich, daß ein Nachholbedarf an Medienverwendung vor allem im Bereich der Erwachsenenbildung, aber auch in der Jugendarbeit zu verzeichnen ist.

4.5 Technische und wirtschaftliche Veränderungen im AV-Sektor bedingen Überprüfung und Ausbau vorhandener, noch leistungsfähiger Arbeits- und Organisationsformen, wie auch den Aufbau neuer Strukturen. Endziel dabei ist die Steigerung des Absatzes, die Erweiterung des Marktes, die Versorgung des Bildungsbereichs mit audiovisuellen Medien. Dies umfaßt nicht nur die Erschließung neuer Käuferschichten und Endverbraucher (Zielgruppen), sondern auch neue Versuche in den Bereichen Werbung und Vertrieb - etwa durch

- Überprüfung der Werbe- und Vertriebswege;
- Absatz von AV-Medien über den Buchhandel, was eine Schulung der Buchhandels-Verkäufer ebenso erfordert wie die buchhändlerfreundliche Aufmachung der AV-Medien;
- Medienangebote und Medienverkauf über Buchgesellschaften bzw. Phonoringe;
- Verleih von AV-Medien über Bibliotheken, wie Stadt- und Pfarrbüchereien;
- gemeinsame Auslieferungslager der AV-Hersteller und AV-Vertreiber für Österreich, Schweiz, Südtirol, Luxemburg und Liechtenstein;
- Aufbau eines langfristig angelegten, dichten kirchlichen Abnahmenetzes für Medien-erzeugnisse aller Art (Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, AV-Medien usw.) durch die Einrichtung regionaler religionspädagogischer Materialstellen bzw. eines Netzes von Dekanatsmaterialstellen.

Letzteres würde einer Tendenz innerhalb der AV-Medienzentralen entsprechen, wonach sie den Verleih von sogenannten Kleinmedien allmählich abgeben und diesen Aufgabenbereich den kleinen regionalen Verleihstellen überlassen. In den Diözesen Fulda, Limburg, Mainz und Trier vollzieht sich dieser Strukturwandel bereits durch die Einrichtung von religionspädagogischen Materialstellen in den Dekanaten bzw. Regionen. Diese Entwicklung zu fördern wäre ein medienpolitisch erstrebenswertes Ziel, das viele Vorteile mit sich brächte: Nähe zum Nutzer/Endverbraucher, sinnvolle Verwendung begrenzter Mittel (nicht jeder Kunde müßte sich jeden Titel anschaffen und dennoch bräuchte er auf den Einsatz von AV-Medien nicht zu verzichten) und trotzdem relativ hohe Absatzzahlen, wenn man davon ausgeht, daß es allein in der Bundesrepublik Deutschland 774 katholische Dekanate gibt (bei 10.597 Pfarreien und 1.820 sonstigen Seelsorgsbezirken). Damit würde sich die Kirche für ihre Medienerzeugnisse eine Infrastruktur schaffen, wie sie beispielsweise im Bildstellenwesen dem Institut für Film und Bild FWU zur Verfügung steht. Es hat sich gerade in der Krisenphase der letzten Jahre bestens bewährt: Den größten Teil ihrer Etats zum Ankauf von AV-Medien - oft über 90% der Summe - geben die Stadt-, Kreis- und Landesbildstellen

für den Ankauf von FWU-Produktionen aus! Im letzten Jahr 1982 waren es immerhin rund DM 15.270.000,- (1981 DM 17.871.000,-). Aus dem Fachbereich Religion des FWU wurden im Jahr 1981 AV-Medien für insgesamt DM 1.914.000,- abgesetzt (1980 DM 772.000,-); daran sind kirchliche AV-Verleihstellen 1981 mit DM 412.608,- beteiligt (1980 DM 233.846,-).

4.6 Zur Erweiterung der Präsenz auf dem Markt und vor allem zur Sicherung ihrer Existenz gehört von seiten der AV-Verlage auch eine vernünftige Produktpolitik. Medienverlage sollten nicht nur „Monokulturen“ betreiben, sich nicht nur auf das Angebot von sogenannten Kleinmedien beschränken. Produktdiversifikation hilft Krisen besser zu bestehen, was die letzten Jahre deutlich gezeigt haben: Während der Umsatz von AV-Medien stagnierte und sogar rückläufig war, stieg der Absatz von Musikprogrammen (Schallplatten, Tonkassetten), von Spielen und Bastelangeboten. Verlage, die mehrere „Standbeine“ haben, die über eine breitere Produktpalette verfügen, kommen offensichtlich leichter über den Berg, wenn es in einem Sektor Probleme gibt. In dem Zusammenhang wäre auch zu überlegen, ob AV-Verlage nicht entsprechende AV-Geräte (Hardware) zum Kauf anbieten sollten; es dürfte sich dabei natürlich nur um solche AV-Systeme handeln, die für Unterricht und Bildung freigegeben sind, etwa nach den Richtlinien für Geräteprüfungen des Instituts für Film und Bild FWU. Absprachen mit einem Händler-Service wegen Reklamationen und Reparaturen müßten möglich sein!

4.7 Die bisherigen Ausführungen zeigen, daß kirchlich-orientierte AV-Verlage und Hersteller vor Strukturproblemen stehen, die schwerwiegende Anpassungsschwierigkeiten verursachen und grundlegende Fragen aufwerfen. Es ist beispielsweise nicht auszuschließen, daß AV-Produktionen bzw. Verlagsstrukturen zum Teil nicht mehr marktgerecht sind. Eine gründliche Betriebsanalyse und Marktuntersuchung, die Auskunft über Stellenwert von AV-Techniken und Akzeptanz von AV-Medien für religiöse Erziehung, Religionsunterricht, kirchliche Bildungsarbeit und Gemeindepastoral geben, übersteigen die personellen und finanziellen Möglichkeiten einzelner Verlage. Kontinuierliche Markterkundung, eingeordnet in ein Gesamtkonzept kirchlicher Medienarbeit, erscheint dennoch von größter Wichtigkeit. Sie wird allerdings die Kreativität und den unternehmerischen Wagemut nicht ersetzen, den Verantwortliche der AV-Verlage auch bisher schon unter Beweis gestellt haben. Für ein derartiges Vorhaben bietet sich meines Erachtens federführend die Medien-Dienstleistung GmbH an; als Gesprächspartner von seiten der AV-Verlage könnte die Arbeitsgemeinschaft der Medienhersteller AGM in Erscheinung treten - zumal dort auch bereits entsprechende Vorarbeiten vorliegen.

4.8 Am 30. Juni 1981 haben sich in München ansässige Produzenten von AV-Medien für religiöse Erziehung, kirchliche Bildungsarbeit und Gemeindepastoral getroffen, um gemeinsam berührende Fragen zu besprechen. In der Folgezeit sollte es auch zu gemeinsamem Handeln kommen. Die Gespräche wurden mit dem Vorschlag beendet, daß ein Zusammenschluß der Medienhersteller angestrebt werden soll, zunächst in München, dann auf Bundesebene. So entstand die „Arbeitsgemeinschaft der Medienhersteller (AGM)“, zu deren Sprecher bis auf weiteres Herr Dipl.-Kaufm. Wolfgang Walter, Calig-Verlag, gewählt worden ist. Mitglieder der AGM sind und können werden alle AV-Verlage, die audiovisuelle Medien für religiöse Erziehung, kirchliche Bildungsarbeit und Gemeindepastoral kontinuierlich herstellen und/oder vertreiben. Bislang ist die AGM ein loser Zusammenschluß von Interessenten, ohne rechtlichen Status; ein Statutenentwurf liegt jedoch bereits vor. Danach ist es Aufgabe der Arbeitsgemeinschaft:

„Die Interessen der Hersteller wahrzunehmen, und zwar gegenüber den Kirchen und ihren Gliederungen, gegenüber der Öffentlichkeit, gegenüber Lieferanten und gegenüber Händlern und Endverbrauchern ... Die Zusammenarbeit der Mitglieder zu fördern ... Die beruflichen und sozialen Belange der in den Unternehmen der Arbeitsgemeinschaft tätigen Arbeitnehmer zu fördern.“

11. Anschriften kirchlicher Beauftragter für das Kabelfernsehen: Dr. Willibald Leierseder, Beauftragter der Bayerischen Bischofskonferenz beim Münchner Pilotprojekt für Kabelkommunikation MPK, Ranhazweg 2a, 8012 Ottobrunn; P. Karl Weich, Katholischer Rundfunkdienst im Kabelversuch Ludwigshafen KRD, Frankenthaler Str. 229, 6700 Ludwigshafen am Rhein.
12. Die Bibel und ihre Zeit, 10teilige Dokumentar-Filmreihe, die Einblick gibt in geografische, politisch-wirtschaftliche und religiös-soziale Verhältnisse der Israeliten und ihrer Umwelt.
13. Warum Christen glauben, 13teiliger Fernsehkurs im Medienverbund mit Begleitmaterial. Südwestfunk Baden-Baden/Spee-Verlag, Trier 1979.

Anton Täubl (Grünwald)

25 Jahre Motu Proprio „Boni pastoris“

Mit seinem apostolischen Schreiben „Boni pastoris“ vom 22. Februar 1959 hat Papst Johannes XXIII. das „Pontificium Consilium rei cinematographicae, radiophonicae ac televisificae“ als ständige Institution des Apostolischen Stuhles errichtet und Normen für ihre Arbeit und Verantwortung festgelegt. Dabei handelt es sich um die erste Äußerung dieses Papstes zu Fragen der Kommunikation, wobei er u.a. auf seine persönlichen Erfahrungen als Patriarch von Venedig bei den dortigen Filmfestspielen und auf die Enzyklika „Miranda prorsus“ verweist. Der langjährige Präsident der Päpstlichen Kommission für die Sozialen Kommunikationsmittel, Erzbischof Andreas Maria Deskur, bezieht seinen im „Osservatore Romano“ vom 23. Februar 1984 veröffentlichten Kommentar auf dieses Dokument und die jetzige Situation der Kommission.

Die Titel der Dokumente, in denen die Päpste zur Medienpastoral Stellung genommen haben - *Vigilanti cura* von Pius XI. und *Miranda prorsus* von Pius XII. -, sind bedeutsam und beredt genug, um den pastoralen Aspekt, den sie hervorheben wollen, zu unterstreichen.

Wer Kardinal Roncalli vor seiner Wahl zum Papst und die charakteristischen Merkmale seines Pontifikats kannte, wird nicht überrascht sein, daß das erste feierliche Dokument, das seine Unterschrift und das Fischersiegel trägt, den Titel *Boni pastoris* führt (vgl. AAS 51, 1959, S.183-7). Überraschend war allenfalls der Gegenstand seines ersten Motu proprio, aber man darf nicht vergessen, daß Papst Johannes als Patriarch von Venedig ständigen Pastoralkontakt mit der Theater- und Filmwelt hatte, die ja in Venedig alljährlich die großen Filmfestspiele abhielt. Bei dieser Gelegenheit bot Kardinal Roncalli den Teilnehmern einen feierlichen Gottesdienst und erleuchtete Weisungen an.

Die besondere Sensibilität für die Medienpastoral sollte dann sein persönliches Interesse für das Medienproblem während der Vorbereitungsphase des Zweiten Vatikanischen Konzils auszeichnen.

I titoli dei documenti con in quali i Sommi Pontefici sono intervenuti nella pastorale delle comunicazioni sociali: „Vigilanti cura“ di Pio XI e „Miranda prorsus“ di Pio XII sono già abbastanza significativi ed eloquenti per sottolineare l'aspetto pastorale cui volevano dare speciale rilievo.

Chi conosceva il Card. Roncalli prima della Sua felice elevarzione al Sommo Pontificato stesso, non sarà sorpreso di vedere che il primo solenne documento cui il Pontefice ha apportato la Sua firma ed il sigillo del Pescatore, porta come titolo „Boni Pastoris“ (cfr. A.A.S., 51, 1959, pp. 183187).

Se sorpresa c'è stata, era piuttosto l'argomento del primo „*Motu Proprio*“; però non bisogna dimenticare che Papa Giovanni, quale Patriarca di Venezia, ha avuto un continuo contatto pastorale con il mondo dello spettacolo che appunto a Venezia celebra annualmente la Mostra d'arte cinematografica; in tale occasione il Card. Roncalli offriva ai partecipanti alla Mostra una solenne liturgia ed il dono di illuminati insegnamenti.

Questa specifica sensibilità nei riguardi della pastorale delle comunicazioni sociali doveva poi caratterizzare il Suo diretto interessamento nella fase preparatoria del Concilio Ecumenico Vaticano II riguardo al problema delle comunicazioni sociali.

Darüber hinaus legen die breite geschichtliche Kultur und die gründliche Kenntnis der Römischen Kurie diesem Papst nahe, ein geeignetes Organ des Hl. Stuhls mit neuen Kompetenzen und stärkerer Autorität zu schaffen; ebenso wie die Gründung einer Vatikanischen Filmothek als Parallelorganismus der Vatikanischen Apostolischen Bibliothek den Bedürfnissen der neuen Zeit Rechnung trug.

Eben diese beiden Dinge bestimmen die wichtige pastorale Neuerung des *Motu proprio* vor der Ankündigung des großen „aggiornamento“ der Kirche.

Wenn diese beiden Neuerungen nicht voll realisiert wurden, ist daran nicht das *Motu proprio* schuld, sondern Verzögerungen bei der Durchführung, die sicher nicht dem Willen des großen Papstes entsprechen.

Wir sind alle überzeugt, daß sich der Hl. Stuhl nicht vor der Geschichte rechtfertigen könnte, wenn er nicht eine audiovisuelle Dokumentation des Zweiten Ökumenischen Vatikanischen Konzils und der großen Päpste dieses Jahrhunderts angelegt hätte, speziell der historischen Reisen, die die letzten Päpste in ihrem geliebten Italien und der ganzen Welt unternommen haben.

Nicht nachsichtiger wird die Geschichte mit der ungenügenden Koordinierung und Arbeit der katholischen Kräfte bei der Evangelisierung durch Presse, Film, Rundfunk und Fernsehen sein, auch wenn auf rechtlicher Ebene vom *Motu proprio Boni pastoris* bis zur kürzlichen Promulgierung des Codex des kanonischen Rechts nicht wenig geschehen ist, um die Aufmerksamkeit und die Energie der katholischen Welt auf dieses Gebiet zu lenken.

Gewiß, diese Koordinierung ist nicht von *Boni pastoris* und Artikel 19 des Konzilsdekrets *Inter mirifica* vorgesehen, aber es ist historisch erwiesen, daß es sehr schwer ist, die Zuständigkeiten einer Behörde des Hl. Stuhls voll und ganz einzuhalten. Die unvermeidlichen Interferenzen, die Langsamkeit der Bürokratie können die großen Initiativen der Päpste psychologisch belasten.

Die Medienpastoral macht leider keine Ausnahme, wenn auch auf diesem Gebiet Interferenzen, ob aus guter oder weniger guter Absicht, noch schädlicher sind als auf anderen Sektoren.

Das *Motu proprio Boni pastoris* bestätigt, falls überhaupt nötig, die pastorale Klarsicht Papst Johannes', und es ist zu wünschen, daß die Erinnerung an seine Veröffentlichung vor 25 Jahren die Verwirklichung ihres Zieles erleichtere.

La vasta cultura storica inoltre e la profonda conoscenza della Curia Romana hanno suggerito a quel Pontefice di ristrutturare e potenziare l'appropriato Organo della Santa Sede, con nuove competenze e rafforzata autorità, come anche la creazione di una Filmotheca Vaticana, come Organismo parallelo alla Biblioteca Apostolica Vaticana, tenuto conto delle esigenze dei nuovi tempi.

Sono appunto questi due argomenti che costituiscono l'importante novità pastorale del *Motu proprio „Boni Pastoris“*, primo annuncio del grande „aggiornamento“ della Chiesa.

Se le due importanti innovazioni non sono state pienamente realizzate questo non è dipeso dal „*Motu Proprio*“, ma da rallentamenti sul percorso non dovuti certo alla volontà del grande Pontefice.

Siamo tuttora convinti che di fronte alla storia la Santa Sede non potrebbe giustificarsi se non avesse debitamente raccolto e conservato una documentazione audiovisiva relativa al Concilio Ecumenico Vaticano II e ai grandi Pontificati di questo secolo e particolarmente per quanto riguarda gli storici viaggi che gli ultimi Sommi Pontefici hanno effettuato nella loro cara Italia e in tutto il mondo.

Non meno indulgente sarà la storia per l'insufficiente coordinamento ed impegno delle forze cattoliche nell'evangelizzazione tramite la stampa, il cinema, la radio e la televisione nonostante che sul piano giuridico, dal *Motu proprio „Boni Pastoris“* fino alla recente promulgazione del Codice di Diritto Canonico, non poco è stato fatto per tener desta l'attenzione e l'energia del mondo cattolico in questo campo.

Certamente, il coordinamento non è stato quello previsto dal „*Boni Pastoris*“ e dall'art. 19 del Decreto Conciliare „*Inter mirifica*“, ma è storicamente certo che è molto difficile fare veramente osservare del tutto e sempre le competenze di un ufficio della Santa Sede; le inevitabili interferenze, le lentezze burocratiche possono condizionare psicologicamente le grandi iniziative dei Sommi Pontefici.

La pastorale delle comunicazioni sociali non è stata, purtroppo, una eccezione anche se in questo campo le interferenze, siano esse ben intenzionate o meno, sono più dannose che in altri settori.

Il *Motu proprio „Boni Pastoris“* conferma, se ce ne fosse bisogno, la chiarezza pastorale di Papa Giovanni e dobbiamo augurarci che il ricordo del 25. della sua pubblicazione faciliti l'attuazione di quanto esso si proponeva.

Herausforderung durch Video-Kassetten

Erklärung des Vorsitzenden der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz, Bischof Dr. Georg Moser, zu neuen Entwicklungen der elektronischen Medien.

Unter den neuen Bild- und Tonmedien verdient die Videokassette besondere Aufmerksamkeit, weil sie in der Freizeitnutzung bereits einen festen Platz einnimmt und damit gerechnet werden muß, daß sich breite Bevölkerungsschichten dieses Mediums in zunehmendem Maße bedienen werden. 1982 besaßen 6% aller Haushalte in der Bundesrepublik Deutschland einen Videorecorder. Dieser Anteil wird sich bis 1985 voraussichtlich auf 20% erhöhen, und für 1990 rechnet die Wirtschaft damit, daß 50% der Haushalte ein solches Gerät besitzen werden.

Die Vielzahl der Kassetten-Programme ist schon jetzt kaum mehr zu überblicken. Neben Angeboten, die die Möglichkeiten zur Information, Bildung und Unterhaltung gewinnbringend ausweiten, wird der Anteil der Kassetten, die als jugendgefährdend bezeichnet werden müssen, von Fachleuten auf 30% geschätzt. Darunter gibt es sadistische und pornographische Darstellungen, deren Brutalität das bisherige Vorstellungsvermögen übersteigt.

Diese Entwicklung beobachtet die Kirche mit großer Sorge. Dabei lehren die Erfahrungen, daß auch die große und rapide steigende Zahl unbedenklicher Programmangebote zu Problemen führt, die vor allem die Familie belasten können. Die Bildmedien haben eine außerordentliche Suggestivkraft. Sie können das für das Familienleben notwendige Gespräch beeinträchtigen und zu einer Entfremdung der Familienmitglieder führen. Die vordringliche Sorge gilt jedoch dem Angebot auf dem Videomarkt, das mit der Darstellung brutaler Grausamkeiten, sadistischer Tötungshandlungen, abstoßender Kannibalismus-Exzesse und menschenverachtender Pornographie auf skrupellose Geschäftemacherei angelegt ist. Wenn solche Darbietungen in die Familie hineinwirken, wird deren Bestand gefährdet.

Unser eindringlicher Appell richtet sich somit zunächst an die Eltern, die ihre heranwachsenden Kinder angesichts des zunehmenden Medienangebots nicht sich selbst überlassen dürfen. Kinder und Jugendliche sind überfordert, wenn man von ihnen das kritische Bewußtsein erwartet, das für eine vernünftige Auswahl, die der geistigen, seelischen und körperlichen Entwicklung dient, notwendig ist. Sie brauchen nicht nur Hilfe für eine solche Auswahl, sondern oft auch den Entzug eines Mediums - etwa des Fernsehens - und die Hinführung zu anderen Medien, etwa zum sinnvollen Lesen. Sie brauchen das Gespräch mit

Erwachsenen über die durch die Medien vermittelten Inhalte.

Leider fehlt vielen Erwachsenen, die selbst der Faszination der elektronischen Medien erliegen, ein entsprechendes Problembewußtsein. Dieser Mangel entspricht offensichtlich dem großen Interesse auch der Erwachsenen an Action-, Kriegs- und Horror-Stoffen, die auf dem Bildschirm dargeboten werden. Die Eltern und Erzieher sollten sich stets bewußt sein, daß eine Begegnung mit Programmen, die dem Entwicklungsstadium der ihnen anvertrauten Kinder und Jugendlichen nicht entsprechen, Ängste, Aggressionen, Depressionen und Verhaltensstörungen auslösen kann. Mit ernster Sorge und Bedrückung ist in diesem Zusammenhang zu beobachten, daß junge Menschen den Eindruck bekommen können, fundamentale menschliche Werte, die für ein friedliches und achtungsvolles Zusammenleben unentbehrlich sind, könnten der Beliebigkeit und Willkür ausgesetzt werden.

Einen weiteren Appell richten wir an die Politiker und an die Amtsträger in den öffentlichen Einrichtungen unseres demokratischen Staates. Die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz unterstützt voll und ganz die Bemühungen um einen wirksameren Jugendschutz sowie die Bemühungen, den Auswüchsen auf dem Videomarkt mit wirksamen Maßnahmen der Selbstkontrolle zu begegnen. Geltende Bestimmungen im Bereich des Jugendschutzes sollten verbessert und ihre Anwendung sichergestellt werden. Eine Angleichung des Jugendmedienschutzes an die veränderten und sich weiter verändernden Gegebenheiten ist dringend geboten. Dabei sollte im einzelnen berücksichtigt werden:

1. Der Jugendmedienschutz ist auf der Grundlage der bestehenden gesetzlichen Vorschriften umfassend zu verbessern.
2. Ein wirksamer Jugendschutz muß bei Hörfunk- und Fernsehprogrammen öffentlicher und privater Anbieter gewährleistet sein. Dies ist bei der Formulierung von Landesrundfunk- bzw. Landesmediengesetzen und Staatsverträgen zu beachten. Entsprechendes gilt für die gesetzlichen Regelungen der Nutzung neuer Medien (Kabelrundfunk, Bildschirmtext usw.). Die Geltung des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften muß dabei unberührt bleiben.
3. Für die öffentliche Vorführung von Program-

men mittels neuer Bildträger (Videokassette, Bildplatte usw.) haben Zugangsregelungen für Kinder und Jugendliche zu gelten, die dem Gesetz zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit für öffentliche Filmveranstaltungen entsprechen.

4. Gewaltdarstellungen in grausamer oder sonst un menschlicher Weise, die Unterhaltungszwecken dienen, sollten auch dann von den strafrechtlichen Bestimmungen und den Bestimmungen des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften erfaßt werden (§ 131 StGB, § 6 GjS), wenn sie nicht mit Gewaltverherrlichung oder Gewaltverharmlosung verbunden sind.
5. Elektronische Unterhaltungsspielgeräte, deren Programme Gewalttätigkeit gegen Menschen beinhalten oder den Krieg und Kriegshandlungen verherrlichen oder verharmlosen, dürfen in der Öffentlichkeit an Orten, die Kindern und Jugendlichen zugänglich sind, nicht aufgestellt werden.
6. Der Bereich der Werbung muß bei gesetzgeberischen Maßnahmen mitberücksichtigt werden. Dies gilt sowohl hinsichtlich der Werbemittel als auch der Produkte, für die geworben werden soll. Alkohol- und Tabakwerbung bei der Kindern und Jugendlichen zugänglichen Vorführung von Filmen, unabhängig von der Art ihrer Aufzeichnung oder Wiedergabe, sollte untersagt werden.
7. Über den Filmbereich hinaus ist die Einrichtung einer freiwilligen Selbstkontrolle für die Druckmedien und die audiovisuellen Medien zu fördern. An einer solchen Selbstkontrolle sollten möglichst viele gesellschaftlich relevante Gruppierungen beteiligt werden. Soweit Artikel 5 des Grundgesetzes es zuläßt, sollte für die neuen Tonbildträger - soweit sie gewerbsmäßig hergestellt, vertrieben, verbreitet, verliehen, vorgeführt oder sonst zugänglich gemacht werden - eine Jugendfreigabe nach dem Vorbild der für öffentliche Filmveranstaltungen geltenden Bestimmungen (§ 6 des Gesetzes zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit) vorgesehen werden.
8. Durch eine freiwillige Selbstkontrolle werden Auftrag und Zuständigkeit der Bundesprüfstelle nach dem Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften nicht berührt oder eingeschränkt; die Bundesprüfstelle ist vielmehr so auszustatten, daß sie ihren Auf-

trag auch bei einer weiteren Zunahme neuer Medien erfüllen kann.

9. Die anerkannten freien Träger der Jugendhilfe müssen besser als bislang auf die Einleitung eines Indizierungsverfahrens nach dem Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften Einfluß nehmen können; gegebenenfalls sollten sie oder ihre Spitzenverbände in den Kreis der Antragsberechtigten aufgenommen werden.
10. Ein wirksamer Jugendmedienschutz ist nur möglich, wenn die zuständigen staatlichen Behörden die zur Verfügung stehenden gesetzlichen Vorschriften einschließlich der §§ 131 und 184 des Strafgesetzbuches in der Praxis anwenden. Dazu gehört auch, daß die nach dem Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften bzw. der dazu ergangenen Durchführungsverordnung Antragsberechtigten den Medienmarkt sorgfältig beobachten und in den erforderlichen Fällen bei der Bundesprüfstelle Indizierungsanträge stellen.
11. Die zuständigen Behörden, insbesondere die Kultusministerien der Länder, sowie die Bildungseinrichtungen werden aufgefordert, durch systematische Förderung der Medienpädagogik wirksame Hilfe zur Bewältigung und zur sinnvollen Nutzung der Medien zu leisten.
12. An die Eltern und Erzieher wird appelliert, ihre medienerzieherische Verantwortung für die ihnen anvertrauten Kinder zu erkennen und verstärkt wahrzunehmen. Dies setzt auch die Bereitschaft voraus, sich über anstehende Entwicklungen zu informieren.¹

Gesetzgeberische Maßnahmen können letztlich nur flankierende Maßnahmen sein. Im Zentrum aller Bemühungen muß die Bereitschaft der Eltern und aller Erzieher stehen, in dem persönlichen Umgang mit Kindern und Jugendlichen deren Schutz im weitesten Sinne wahrzunehmen. Das verpflichtet zugleich die kirchliche Medienarbeit, den Eltern und den Jugendlichen kritische Informationen an die Hand zu geben, damit sie die Videoprogramm-Angebote verantwortlich nutzen können. Wir werden nach unseren Kräften auch Sorge dafür tragen, daß gute Programme für Kinder, Jugendliche und Erwachsene angeboten werden.

Für uns alle ist die Entwicklung der neuen Medien eine Herausforderung, die es zu bestehen gilt.

Anmerkungen:

- 1 In diesem Zusammenhang weisen wir auf die Übersicht „Filme auf Video - 1.176 ausgewählte Filme“ hin, die vom Katholischen Institut für Medieninformation e.V. (Am Hof 28, Postfach 101088, 5000 Köln 1, Tel. (0221/235144) herausgegeben wurde und dort bezogen werden kann.

AFRIKA

ELFENBEINKÜSTE

Für *Produzenten religiöser Rundfunkprogramme* wurde vom 24. August bis 9. September 1983 in Abidjan ein Fortbildungskurs durchgeführt, an dem Interessenten aus verschiedenen Ländern West- und Zentralafrikas teilnahmen. Der Kurs war von der Kommunikationskommission der Bischofskonferenz Westafrikas unter der Federführung von Bischof Agré organisiert worden und beschäftigte sich u.a. mit Grundtechniken der Rundfunkproduktion ebenso wie mit den Inhalten meditativer und religiöser Sendungen.

GHANA

„*SECAM Newsletter*“ heißt das seit Januar 1984 in Accra zweimonatlich erscheinende Mitteilungsblatt des Sekretariates des „Symposiums der Bischofskonferenzen Afrikas und Madagaskars“, der kontinentalen Vereinigung der Bischofskonferenzen Afrikas. Das Blatt erscheint in einer englischen und einer französischen Ausgabe.

„*Christian Messenger*“, älteste christliche Zeitschrift des Landes, beging Ende 1983 den 100. Jahrestag ihres Bestehens. Das Blatt wurde 1883 von Rev. J.G. Christaller von der Basler Mission gegründet. Die ersten Jahrgänge der Zeitschrift wurden noch in Basel gedruckt. Die Publikation veröffentlicht außer Beiträgen in englischer auch solche in anderen afrikanischen Sprachen.

KENYA

„*African Ecclesiastical Review*“ (AFER), Pastoralzeitschrift in Ostafrika, bestand Anfang 1984 25 Jahre. Die vom Gaba Pastoralinstitut herausgegebene Veröffentlichung hat eine Auflage von 2300 Exem-

plaren; sie begann in Uganda, siedelte dann aber mit der Verlegung des Institutes und seiner Verlagsabteilung „Gaba-Publikations“ 1976 nach Eldoret in Kenya über. Chefredakteur Brian Hearne verwies beim Jubiläum u.a. auf die starke Zunahme von Beiträgen afrikanischer Autoren. So wurden von 30 Beiträgen des Jahrgangs 1983 bereits 14 von Afrikanern geschrieben.

OBERVOLTA

Auf den schlechten Einfluß der Massenmedien hat Kardinal Zoungana, Erzbischof von Ouagadougou, in einer Intervention bei der Bischofssynode in Rom im Herbst 1983 hingewiesen. Die moderne Konsumgesellschaft, so betonte der Kardinal u.a., versöhne mit ihren Methoden den afrikanischen Menschen nicht mit seiner Kultur. Dabei verwies der Erzbischof besonders auch auf die Formen moderner Werbung und Public Relations.

SAMBIA

„*Speak out*“ heißt ein neues christliches Jugendmagazin, das seit Anfang 1984 alle zwei Monate von der Diözese Ndola herausgegeben wird. Das Blatt will versuchen, für die Fragen und Interessen der Jugend Sambias offen zu sein und die religiöse und moralische Bildung der Jugendlichen zu fördern.

SIMBABWE

„*Mambo Press*“, katholische Missionsdruckerei in Gweru (Gwelo), bestand am 2. Februar 1984 25 Jahre. Die zunächst als „Catholic Mission Press“ gegründete Druckerei veröffentlicht u.a. die Zeitschrift „Moto“, die im Unabhängigkeitskampf des

Landes eine bedeutende Rolle spielte. (Vgl. CS 15: 1982, 251)

SUDAN

New Day Publishers (NDP), evangelisches Verlagshaus in Juba, hat am 3. Juli 1983 eine eigene Druckerei eröffnet, die vor allem mit Spenden aus Deutschland und der Schweiz ermöglicht wurde.

AMERIKA

ARGENTINIEN

„*Agencia Informativa Católica Argentina*“ (*AICA*), katholische Nachrichtenagentur in Buenos Aires, hat am 20. Dezember 1983 neue Räume neben der Kathedrale der Stadt bezogen und neue technische Einrichtungen erhalten, die von Kardinal Aramburu eingeweiht wurden. Die Agentur ist 1956 vom argentinischen Episkopat unter der Leitung von Msgr. Arnaldo Canale gegründet worden. Seit 16 Jahren ist Miguel Woites Direktor des Unternehmens, das u.a. einen täglichen Nachrichtendienst veröffentlicht.

„*Informacion Ecuemenica*“ (*IE*), monatlich erscheinendes Informationsblatt der spanischsprachigen lutherischen Kirchen Lateinamerikas, erscheint seit dem 1. März 1984 wieder in Buenos Aires. Zeitweilig war der Dienst in Porto Alegre (Brasilien) veröffentlicht worden. „*Informacion Ecuemenica*“ hat eine Auflage von 1500 Exemplaren.

BOLIVIEN

Radio Santa Cruz wurde als neue Rundfunkstation am 25. Oktober 1984 in Santa Cruz de la Sierra eingeweiht. Die Versuchsendungen des neuen Unternehmens, das auch Mitglied der kontinentalen Vereinigung der Radioschulen Lateinamerikas (*ALER*) ist, hatten im August 1983 begonnen. Seit September 1983 veröffentlicht die Station auch ein Informationsblatt unter dem Titel „*Informacruz*“.

EKUADOR

„*Radio Católica Nacional de Ecuador*“, nationale katholische Rundfunkstation des

Landes, wurde am 16. Februar 1984 in Quito durch Kardinal Pablo Muñoz Vega, dem Erzbischof von Quito, eingeweiht, auf dessen Initiative auch die Errichtung des Senders zurückgeht. Der Rundfunk stehe unter den modernen Kommunikationsmitteln als Werkzeug der Evangelisation an erster Stelle, erklärte der Kardinal bei der Einweihung. Die Station hat zunächst ihren Dienst über Ultrakurzwelle (FM) aufgenommen. Im April 1984 folgte ein Mittelwellendienst, mit dem man das ganze Land zu erreichen hofft.

„*Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica*“ (*ALER*), Quito, kontinentaler Zusammenschluß mehrheitlich katholischer Radioschulen, hat im Rahmen des Noma-Preises für Alphabetisierung der Unesco 1983 eine ehrenvolle Erwähnung erhalten.

KANADA

Die *Kommunikationskommission* der kanadischen Bischofskonferenz wurde mit Wirkung vom 1. Januar 1984 im Rahmen einer Neuordnung verschiedener Kommissionen der Konferenz in eine französisch- und eine englischsprachige Abteilung aufgeteilt.

Der *Vorsitzende der kanadischen Bischofskonferenz*, Msgr. John Sherlok, Bischof von London, hat im Februar 1984 in einem Brief an Ronald Reagan den amerikanischen Präsidenten aufgefordert, die Gesetze seines Landes gegen die Pornographie voll anzuwenden, um die nach Kanada überschwapende Pornowelle aus den Vereinigten Staaten einzudämmen.

VEREINIGTE STAATEN

Die *katholische Presse* muß nach einer Erklärung des Präsidenten der katholischen Pressevereinigung des Landes (*CPA*), P. Norman Muckerman, eine ehrliche, korrekte und umfassende Berichterstattung bieten. Nach den Worten von P. Muckerman zum Monat der katholischen Presse, der im Februar 1984 begangen wurde, ist eine solche Berichterstattung „wertvoll wie Gold“. Der Pressemonat 1984 stand unter dem Thema: Ein informierter Katholik sein - die katholische Presse lesen.

„Seabury Press“, Verlagshaus der Episkopalkirche, hat am 1. Januar 1984 seine Tätigkeit nach 32jähriger Existenz eingestellt. Der Verlag hatte zum Schluß ein jährliches Defizit von 250.000 Dollar.

Auf die Wichtigkeit guter Ehevorbereitung hat das Bistum Rapid City im Februar 1984 durch Rundfunkwerbung hingewiesen, die über elf Sender ausgestrahlt wurde.

Der neue Erzbischof von New York, John O'Connor, hat bereits vor seiner Inthronisation am 19. März 1984 angekündigt, daß er vor allem über den Rundfunk versuchen wolle, Kontakt mit den Katholiken seines Bistums zu halten und zu pflegen. Das Erzbistum zählt acht Millionen Katholiken.

ASIEN

HONGKONG

„China News Analysis“, katholischer Informationsdienst über Festland-China, hat nach einjähriger Unterbrechung am 2. Januar 1984 sein Erscheinen unter einem neuen Redaktionsstab wieder aufgenommen. Der mit der Ausgabe 1252 jetzt fortgeführte Dienst erscheint vierzehntäglich. (Vgl. CS 16: 1983, 173)

INDIEN

Eine Ausstellung zum Jahr der Kommunikation wurde vom 16. bis 18. Dezember 1983 von Studenten des Kommunikationsinstituts des St. Xavier's College in Bombay veranstaltet.

„Indian Currents“ heißt ein neues vierzehntäglich erscheinendes Magazin in englischer Sprache, das seit dem 22. April 1984 vom Zeitungs- und Zeitschriftenverlag der „Car-melites of Mary Immaculate“ (CMI) veröffentlicht wird. Im gleichen Verlag erscheint die katholische Tageszeitung „Dee-pika“ (vgl. CS 17: 1984, 82). Die neue Zeitschrift soll eine „Stimme der Harmonie“ von Hindus, Moslems und Christen mit einer soziokulturellen und religiösen Perspektive sein. Sie erscheint in New Delhi; Chefredakteur ist A.V. Thomas.

Ein Seminar für christliche Verleger und Buchhändler aus Südasien wurde in der ersten Februarhälfte 1984 von der evange-

lischen „Indian Society for Promoting Christian Knowledge“ (ISPCK) in Verbindung mit der 6. Weltbuchmesse in New Delhi veranstaltet. Rund 30 Teilnehmer aus Indien, Burma, Bangladesh und Pakistan verlangten dabei u.a. eine größere Priorität für Veröffentlichungen in Lokalsprachen.

„Then Oli“, amtliches Mitteilungsblatt der Diözese Kottar wurde mit Beginn des Jahres 1984 zu einer theologischen Zeitschrift mit neuer Aufmachung umgestaltet.

Die Indische Katholische Presse-Vereinigung (ICPA) hat vom 15. bis 24. Februar 1984 in Bangalore ein Seminar zur Führungsaufgabe der katholischen Presse und der christlichen Journalisten durchgeführt, an dem 44 Interessenten aus vier verschiedenen Ländern teilnahmen.

Ein Einführungskurs für den Gebrauch audio-visueller Mittel für Evangelisation wurde vom 3. bis 4. Dezember 1983 in Kohima vom diözesanen Kommunikationsdirektor, P. Vattoth Thomas, durchgeführt. 35 Interessenten nahmen teil.

IRAN

„Radio Koran“ wurde als Rundfunksender der „islamischen Erweckung“ im Frühjahr 1984 in Teheran in Betrieb genommen. Die Station soll täglich drei Stunden Koranzitate ausstrahlen und gilt als Vorstufe des geplanten „Senders der islamischen Revolution“.

JAPAN

„Ibuki“ heißt ein englischsprachiger Informationsdienst, der seit 1983 in loser Folge als Veröffentlichung der charismatischen Bewegung erscheint.

OCIC Japan, nationale katholische Filmvereinigung, hat ihren nationalen Filmpreis am 9. Dezember 1983 dem Film von Keisuke Kinoshita „Konoko wo Nagasaki“ (Kinder von Nagasaki) verliehen. Der Preis wurde Herrn Kinoshita vom Apostolischen Pronuntius in Japan, Erzbischof William A. Carew, überreicht. Hauptperson des Streifens ist der katholische Arzt Takashi Nagai, der seine Frau beim Atombombenabwurf verlor und der selbst an den Folgen der Bombe 1951 starb. (Vgl. CS 17: 1984, 88)

KOREA

„Einsamkeit“ ist der Titel eines populären Songs, der im Frühjahr 1984 mit dem katholischen Preis für den besten Pop-Song des Jahres ausgezeichnet wurde. Dem Komponisten Philip Lee wurde der Preis während einer Feierstunde von Kardinal Stephan Kim, dem Erzbischof von Seoul, überreicht.

MACAO

Das diözesane Kommunikationszentrum hat im Herbst 1983 mit der Ausstrahlung katholischer Rundfunksendungen über die kommerzielle Hörfunkstation „Radio Vila Verde“ begonnen, die bis zu 200 Kilometer innerhalb der Volksrepublik China gehört werden kann. Außer der neuen wöchentlichen 30minütigen Sendung werden über Radio Macao weiterhin 12 wöchentliche Programme von 15 Minuten in kantonesischer und portugiesischer Sprache ausgestrahlt.

SRI LANKA

Ein „Pradeepa Pena“ Buchpreis wurde von der katholischen Wochenzeitschrift „Gnanartha Pradepaya“ in Colombo für den besten Beitrag zur katholischen Sinhala Literatur 1984 gestiftet; er ist mit 2.500 Rupees dotiert.

TAIWAN

Sechs Stipendien für das Studium der Kommunikation haben die Bischöfe des Landes für 1983 gestiftet, die von der Vereinigung der chinesischen katholischen Kommunikationsfachleute am 26. November 1983 in einer Feierstunde in Tapei verliehen wurden.

Eine Koordinationskonferenz für Rundfunksendungen in die Volksrepublik China wurde vom 26. bis 30. Dezember 1983 in Tapei von „Lutheran Communications in Asia“ (LUCIA) und der „Gospel Media Workers' Association“ veranstaltet. Ziel der Zusammenkunft war es, die von sechs verschiedenen christlichen Agenturen produzierten Sendungen für das Festland besser zu koordinieren. Unter anderem wurde dabei vorgeschlagen, die bisher insgesamt 40

Sendungen in der Zahl zu reduzieren, aber in der Qualität zu verbessern. Auch sollen regelmäßige Konsultationen eingeführt werden.

Kuangchi Program Service, katholische Produktionsstätte für Fernsehen, Funk und audiovisuelle Programme, beging am 30. Dezember 1983 den 25. Jahrestag ihres Bestehens.

Der OCIC-Asia Filmpreis 1983 der kontinentalen katholischen Filmvereinigung wurde dem chinesischen Film „Blume in regnerischer Nacht“ verliehen.

THAILAND

Das älteste gedruckte Buch des Landes wurde Ende 1983 von M.L. Manich Jumsai in Paris entdeckt. Es handelt sich um eine Christenlehre („Kham Son Christang“) von Msgr. Garnault, der nach anderen Quellen 1794 die erste Druckerei nach Thailand brachte, wo dieses Buch zwei Jahre später erschien.

Der Mekhla-Preis für das beste Fernsehprogramm 1983 wurde Anfang 1984 in Bangkok dem Bildungsprogramm „IQ 180“ verliehen, das vom Leiter der katholischen Rundfunkarbeit und dem Präsidenten für Unda-Asien, Chainarong Monthienvichienchai, verantwortet und von der katholischen Rundfunkorganisation Unda produziert wird.

EUROPA

Die Deutsche Bischofskonferenz hat sich auf ihrer Frühjahrskonferenz am 4. März 1984 in Altötting u.a. mit den Grundpositionen einer kirchlichen Medienpolitik beschäftigt, wie sie von der Publizistischen Kommission der Bischofskonferenz entwickelt wurden. Danach ist Ziel und Maßstab einer Veränderung der Mediensituation die menschliche Förderung und Verbesserung der sozialen Kommunikation, die als Faktor humaner Entwicklung und gesellschaftlicher Integration anzusehen ist. Die Organisationsform der einzelnen Medienarten muß unter dem Gesichtspunkt der Zweckmäßigkeit gesehen werden. Die Kom-

munikationsinhalte müssen den christlichen Grundwerten entsprechen und die Achtung der religiösen und weltanschaulichen Überzeugungen erkennen lassen. Das Programmangebot darf nach den Vorstellungen der Bischofskonferenz nicht marktgesetzlichen Beliebigkeiten überlassen werden. Es muß darauf geachtet werden, daß niemand von der öffentlichen Kommunikation ausgeschlossen bleibt, andererseits aber auch keine Einzelgruppe unangemessenen Einfluß auf die Gestaltung des Gesamtprogramms erhält. Besondere Beachtung schenken die Bischöfe dem Jugendmedienschutz, und sie treten für eine Medienpädagogik ein, die den Bürgern den Umgang mit den Medien erleichtert und in deren freiheitlich-demokratische Nutzung einüben hilft. Die Stellung der Kirche in und vor den Medien ist mehr als die einer Interessengruppe unter vielen oder einer „gesellschaftlich relevanten Kraft“. Ihre Bedeutung resultiert aus ihrer vor-staatlichen und vor-gesellschaftlichen Berufung zum Anwalt des Menschen. Ihre Existenz und Aufgabe verdankt sie nicht dem Staat oder der Gesellschaft. Die Kirche hat ein im Grundgesetz verankertes Recht auf Mitbeteiligung an der öffentlichen Kommunikationsordnung in unserer Gesellschaft. - Bei der Bischofskonferenz wurde auch ein katholisches „Video-Verleih-Modell“ vorgestellt, nach dem ab 1. April 1984 bei 10 bis 14 ausgesuchten katholischen öffentlichen Büchereien ein Grundpaket mit 100 ausgesuchten Videotiteln angeboten wird. Der Versuch ist zunächst auf ein Jahr beschränkt. Das Grundpaket enthält zu je 20 Prozent Kinderfilme, Familien- und Jugendfilme, sowie Komödie u.ä. Abenteuerfilme machen 25 Prozent aus, sowie Problemfilme 10 Prozent und Bildungsprogramme fünf Prozent.

Eine „Gesellschaft für Medienpädagogik“ und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland e.V.“ (GMK) wurde am 13. März 1984 in den Räumen des Gemeinschaftswerkes der Evangelischen Publizistik in Frankfurt von etwa 70 Medienpädagogen und Medienwissenschaftlern gegründet.

Eine Programmbroschüre Religion, Theologie und Kirche wurde zum ersten Mal für

die Monate Januar bis April 1984 vom Westdeutschen Rundfunk in Köln veröffentlicht.

Die evangelische Landeskirche Hannover will sich nach einem Beschluß der Landes-synode vom 17./18. März 1984 am künftigen privaten Hörfunk in Niedersachsen beteiligen. Die Synode hält es für erforderlich, „daß die Landeskirche ihre gesellschaftliche Mitverantwortung für die Medien durch intensive Mitarbeit und kritische Begleitung in den Rundfunkaufsichtsgremien wahrnimmt und im privaten Hörfunk mit eigenen Programmanteilen vertreten ist“. Das Rundfunkreferat der norddeutschen Kirchen soll entsprechende Angebote produzieren und Mitarbeiter fortbilden. Nach einer Mitteilung von Superintendent Walther Lührs im Göttinger Tageblatt will die Landeskirche für 1985 500.000 DM für Neue Medien investieren.

Der Evangeliumsrundfunk in Wetzlar hat im Jahre 1983 rund 14,6 Mill. DM an Spenden erhalten, mit denen u.a. weitere fremdsprachliche Sendungen des Unternehmens und die Verstärkung eines Mittelwellensenders in Montevideo (Uruguay) auf 50 KW finanziert wurden.

In den Fernsehnachrichten von ARD und ZDF waren die christlichen Kirchen in der Zeit vom 1. April bis 30. September 1983 zu 4,3 Prozent vertreten. Dies geht aus einer im Auftrag der Deutschen Bischofskonferenz durchgeführten Untersuchung hervor. Etwa 80 Prozent der die katholische Kirche betreffenden Nachrichten stammten nach dieser Untersuchung aus dem Ausland, während dies bei den evangelischen Beiträgen nahezu umgekehrt war, wo der Schwerpunkt der Meldungen mehr aus dem Bereich der Bundesrepublik und der DDR stammte. Die Untersuchung basiert auf einer von Dr. Udo Michael Krüger, Institut für empirische Medienforschung, Köln, durchgeführten Programmebeobachtung.

Die katholische Kirche in Berlin hat in einer am 20. Februar 1984 veröffentlichten Erklärung von Generalvikar Dr. Johannes Tobei eine „grundsätzliche Überarbeitung“ des im November 1983 vorgelegten Referentenentwurfs des Gesetzes über die Durchführung des Kabelpilotprojektes Berlin (KPPG) gefordert.

Zum Beginn des Kabelpilotprojektes Ludwigshafen am 1. Januar 1984 hat der Bischof von Speyer, Anton Schlembach, in einem Grußwort u.a. festgestellt, die Kirche wolle versuchen, „das neue Medium des Kabelrundfunks in den Dienst des kirchlichen Auftrags zu stellen“.

Die Vorteile des Video-Systems für den Film sind nach Meinung des Westberliner evangelischen Bischofs Martin Kruse und des katholischen Bischofs von Rottenburg/Stuttgart, Georg Moser, bei einem ökumenischen Empfang zu den Berliner Filmfestspielen Ende Februar 1984 höher einzuschätzen als die Gefahren, die diesem Medium innewohnen.

Bei den 34. Internationalen Filmfestspielen Berlin wurde der Preis der Internationalen Katholischen Filmorganisation OCIC dem Film „Mann ohne Gedächtnis“ des Schweizer Kurt Gloor verliehen. Eine Empfehlung erhielt der aus Hongkong stammende Film „Ah Ying“ von Allen (Yuk-Ping) Fong. Einen Förderpreis zum 14. Internationalen Forum des Jungen Films vergab die Jury an „Tiznao“ von Dominique Cassuto de Bonet/Salvador Bonet aus Venezuela. Der Otto Dibelius Filmpreis der Internationalen Evangelischen Filmjury wurde zu gleichen Teilen an die Streifen „Mann ohne Gedächtnis“ von Kurt Gloor und „Bless their little Hearts“ von Billy Woodberry aus den USA verliehen.

FINNLAND

„*Askel*“, der Schritt, heißt ein neues Monatsmagazin, das seit Februar 1984 von der finnischen Missionsgesellschaft (FMS) in Zusammenarbeit mit einem kommerziellen Verlag veröffentlicht wird; für das erste Jahr erwartet man eine Auflage von 50.000 Exemplaren.

FRANKREICH

Kirche und Kommunikation war das Thema eines nationalen Medienkongresses, der vom 3. bis 4. März 1984 in Straßburg von der Vereinigung „Chrétiens-Médias“, einem Zusammenschluß katholischer Organisationen für Information und Kommunikation, durchgeführt wurde. Vor allem Mitarbeiter

diözesaner Informationsstellen nahmen an dem Kongreß teil, der sich u.a. auch mit dem Bild der Kirche in den Kommunikationsmedien und mit dem Gebrauch dieser Mittel durch die Kirche beschäftigte.

„*Stimme der Orthodoxie*“, in Paris beheimatete Radiomission für Rundfunkprogramme in russischer Sprache, hat ihre Sendungen über Radio Trans Europa in Sines (Portugal) auf jetzt zwei Programme pro Woche erweitert. Die Sendungen sind jetzt samstags von 17.00 bis 17.30 Uhr und sonntags von 16.30 Uhr bis 17.25 Uhr MEZ über den 250 KW Sender von Sines zu hören.

GROSSBRITANNIEN

Einen Film zur Werbung für Priesterberufe hat die presbyterianische Produktionsfirma „Audio-Visual Productions“ der Kirche von Schottland für die katholische Elternvereinigung des St. Mary's College in Glasgow Ende 1983 produziert.

ITALIEN

„*Informazioni Sociali*“, Zeitschrift für Senioren in Pauda, hat seit dem Januar 1984 ein neues Format und eine neue Gestaltung. Die 1977 gegründete Zeitschrift beschäftigt sich mit Fragen der Senioren im sozialen, politischen, psychologischen und menschlichen Bereich.

Eine ökumenische Fernsehbrücke hat das italienische Fernsehen RAI am 19. Januar 1984 zwischen dem Erzbischof von Canterbury, Robert Runcie, und dem Präsidenten des Sekretariates für die Einheit der Christen, Kardinal Johannes Willebrands, als Direktsendung für die wöchentliche Sendung „*Segni del tempo*“ im ersten Programm der RAI hergestellt.

JUGOSLAWIEN

„*Ognisce*“, katholische Jugendzeitschrift Sloweniens, erreichte Anfang 1984 eine Auflage von über 100.000 Exemplaren. Die 1964 gegründete Monatsschrift dürfte damit die auflagestärkste katholische Jugendzeitschrift des Landes sein. Die kroatische katholische Jugendzeitschrift „*Kleines Konzil*“ hat eine Auflage von 60.000 Exemplaren.

ÖSTERREICH

Die 72. Sitzung des Dreiländerausschusses der Vereinigung des katholischen Buchhandels in Deutschland, Österreich und der Schweiz fand vom 23. bis 25. Februar 1984 in Innsbruck statt.

Ein überdiözesaner „Sonderverleih“ für Filme, deren Anschaffung die Kosten einzelner Diözesen übersteigen, wurde im Dezember 1983 mit dem Ankauf des abendfüllenden Zeichentrickfilmes „Shalom Pharao“ begonnen. Der „Sonderverleih“ wird administrativ von der AV-Medienstelle der Erzdiözese Wien betreut.

Der Preis der Katholischen Filmkommission 1983 für den besten Film des Verleihangebotes 1983 wurde am 26. Februar 1984 dem deutschen Streifen „Fünf letzte Tage“ von Percy Adlon zuerkannt. Der Preis wird laut Reglement alljährlich einem Film zuerkannt, „der ein wesentliches Thema von ethischer, religiöser oder sozialer Relevanz in künstlerisch hochstehender Form gestaltet.“

POLEN

„Przegląd Katolicki“, katholische Zeitschrift, heißt die neue Wochenzeitung für die Diözesen Warschau und Gnesen, zu der die Regierung Anfang 1984 die Erlaubnis erteilt hat. Die mit 30.000 Auflage erscheinende Zeitschrift ist Nachfolgeorgan einer 1863 gegründeten Publikation, die 1915 unterdrückt wurde, dann 1922 bis zum Beginn des Zweiten Weltkrieges erschien. Chefredakteur des neuen Blattes ist P. Waldemar Wojdecki, der auch den mit der Kirchenzeitung gegründeten Verlag St. Johannes leitet, in dem als erstes Buch ein Titel „Papst Johannes Paul II. wieder in Warschau“ erschien.

PORTUGAL

Ein Dreijahresplan zur Medienerziehung ist von den kirchlichen Verantwortlichen für Kommunikation bei einer Tagung im Dezember 1983 in Fatima verabschiedet worden. Der neue Plan, der sich u.a. auch mit den neuen Medien beschäftigt, soll ab Herbst 1984 verwirklicht werden. Die Konferenz in Fatima beschäftigte sich ferner

auch mit den Aufgaben der kirchlichen Druckereien und der Tätigkeit des katholischen Senders Radio Renascença.

Der Bischof von Evora, Msgr. Gouveia, hat seit Ende 1983 wöchentliche Treffen mit Journalisten eingerichtet. Jeden Freitag steht der Oberhirte den Journalisten zu Auskünften über sein Bistum zur Verfügung.

SCHWEDEN

Ein besonderer Medienrat wurde vom Schwedischen Ökumenischen Rat unter dem Vorsitz von Erzbischof Dr. Bertil Werkström Anfang 1984 gegründet. Die Notwendigkeit eines solchen Rates wird u.a. mit der Bedeutung und Entwicklung des Videomarktes sowie mit der Entwicklung neuer Medien und des Fernsehens begründet.

SOWJETUNION

Über die „klerikale Radiopropaganda des westlichen Imperialismus“ hat sich Anfang 1984 die ukrainische Tageszeitung „Radjanska Ukrajina“ unter der Überschrift „Anatomie des Antikommunismus“ beklagt.

SPANIEN

Kommunikationsmedien auf dem Lande waren Thema der 9. Studienwoche der christlichen Landvolkbewegung, die vom 2. bis 5. Januar in Alcobendas bei Madrid stattfand.

„Pastoral Ecumenica“ heißt eine neue Zeitschrift, die dreimal jährlich seit Anfang 1984 vom ökumenischen Zentrum der Missionarinnen der Einheit in Madrid veröffentlicht wird.

„Tarragona Misionera“ heißt die neue Missionszeitschrift des Bistums Tarragona, die seit Herbst 1983 vom diözesanen Missionsrat veröffentlicht wird; sie berichtet über die missionarischen Aktivitäten des Bistums.

Eine „Union Catolica de Periodistas“ wurde am 21. Januar 1984 in Madrid unter dem Vorsitz des Präsidenten der Kommunika-

tionskommission der spanischen Bischofskonferenz, Msgr. Montero, gegründet. Die neue nationale Vereinigung gilt als spanischer Zweig der internationalen katholischen Weltunion der Presse (UCIP).

„*Buenos dias nos de Dios*“, einziges von der Bischofskonferenz in Radio Nacional des España verantwortetes Programm, wurde am 30. Januar 1984 ohne Angabe von Gründen und ohne Absprache aus dem Sendeplan gestrichen. Die Sendung war nach einer Absprache mit der Bischofskonferenz und dem Sender im April 1982 begonnen worden.

Ein Bibelkurs wird seit Anfang November 1983 jeden Freitag für 15 Minuten von Radio Manresa in katalanischer Sprache gesendet. Verantwortlich für die Sendung ist die katalanische Bibelvereinigung.

Der pastorale Einsatz von Video steht im Mittelpunkt einer Befragung, die vom nationalen Sekretariat für die Kommunikationsmittel in 7.500 Pfarreien des Landes in Orten mit über 1000 Einwohnern Ende 1983 begonnen wurde. Die Untersuchung soll Auskunft über den Videomarkt geben und als Grundlage für die Produktion religiöser Programme dienen.

UNGARN

Der staatliche Rundfunk des Landes hat der katholischen Kirche für das Jahr 1984 insgesamt eine Sendezeit von neunzehn Stunden zur Verfügung gestellt. Als Hörfunksendungen dürfen an einigen Sonntagen 30minütige Gottesdienstprogramme ausgestrahlt werden. Fernsehsendungen sind nicht erlaubt. Die Katholiken bilden 59 Prozent der ungarischen Bevölkerung.

VATIKANSTADT

Die Päpstliche Kommission für die sozialen Kommunikationsmittel erhielt am 9. April 1984 im Rahmen der Neubesetzung verschiedener Kurienämter einen neuen Präsidenten in der Person von Msgr. John P. Foley, dem Chefredakteur der Kirchenzeitung („Catholic Standard & Times“) der Erzdiözese Philadelphia (USA); er wurde gleichzeitig zum Erzbischof ernannt. Der bisherige Präsident, Erzbischof Andreas M.

Deskur wurde zum Präsidenten emeritus. Bereits am 1. Februar wurden als neue Mitglieder der Kommission ernannt: Bischof Giuseppe Casale von Vallo di Lucania (Italien), Bischof Michael Duraismy von Salem (Indien) und Bischof Roland Pierre DuMaine von San José (USA).

Erlösung und journalistische Aufgaben standen im Mittelpunkt einer Ansprache von Papst Johannes Paul II., die er am 27. Januar 1984 vor Journalisten hielt, die zur Feier des Heiligen Jahres der Erlösung in den Vatikan gekommen waren. Der Papst bezeichnete die Evangelisation, die Verkündigung des Reiches Gottes, als Kommunikation, bei der die Journalisten Weggenossen seien.

Eine Erweiterung der Vatikanischen Bibliothek wurde am 7. Februar 1984 durch Papst Johannes Paul II. eingeweiht. In dem neuen Trakt sollen vor allem wertvolle Handschriften aufbewahrt werden.

Die „*Libreria Editrice Vaticana*“ hat mit der Weihe durch Papst Johannes Paul II. am 7. Januar 1984 neue Verkaufsräume am Petersplatz, unmittelbar vor der Einfahrt in den Vatikan, erhalten.

Vatikansender: Zum 25jährigen Bestehen der japanischsprachigen Sendungen hat Papst Johannes Paul II. am 17. Februar 1984 eine Grußbotschaft in japanischer Sprache an die Hörer des Programms gerichtet.

Zwischen Nippon Television Network (NTV), einem privaten Fernsehnetz in Tokio, und dem Vatikan ist Ende 1983 eine Vereinbarung über Veröffentlichungsrechte zur Restaurierung der Sixtinischen Kapelle getroffen worden. Nach dieser Vereinbarung erhält NTV alle Veröffentlichungsrechte für 12 Jahre und beteiligt sich dafür mit 3 Mill. US-Dollar an den Kosten der Restauration der Fresken. Yosoji Kobayashi, der Vorsitzende der Fernsehgesellschaft, wurde am 25. November 1984 vom Papst in Audienz empfangen.

OZEANIEN

NEUSEELAND

Das Kommunikationsbüro der katholischen Bischofskonferenz hat im November 1983 bei einer Arbeitstagung ein Programm zur Medienpädagogik erarbeitet, das in einem sechswöchigen Kurs mit einer Veranstaltung pro Woche in Pfarreien und mit weiteren interessierten Gruppen durchgeführt werden soll.

PAPUA-NEUGUINEA

„*Wantok*“, christliche Zeitschrift in Pidgin Englisch, erschien im Dezember 1983 mit ihrer 500. Ausgabe. Die Zeitschrift war 1970 von P. Franz Mihalic svd in Wewak gegründet worden. Das Blatt erscheint jetzt in dem von verschiedenen christlichen Kirchen getragenen Verlagshaus Word Publications in Port Moresby.