

Suiza, Holanda, Francia y también los departamentos de la Curia romana han dedicado cada uno por su parte la correspondiente ayuda. Ahora se organiza por lo menos un Tarjetero Central sobre cada una de las medidas en la "Coopération Internationale pour le Développement Socio-Economique" (CIDSE) en Bruselas. La desorgánica forma de esta promoción permanece problemática en tanto no halla una planificación y realización coordinada. La iglesia como organización estendida por todo el mundo se ha mantenido hasta ahora por diversos razones históricos en la retaguardia. Avances locales llevan a veces arivalidades. Es necesario la erección de un Instituto Central para planificación y cooperación e una "mesa redonda" para todos los que se ocupen de la ayuda al desarrollo de los medios de comunicación. El instituto debería sin embargo no ser idéntico con la Comisión Pontifical para medios de comunicación.

## **Der Welttag der Kommunikationsmittel als Instrument kritischer Bewußtseinsbildung**

*von Walther Kampe*

Das Konzilsdekret über die gesellschaftlichen Kommunikationsmittel sieht in Nr. 18 vor, daß in allen Diözesen des Erdkreises jährlich ein Tag festgesetzt werde, an dem die Gläubigen auf ihre Aufgaben in den Bereichen von Presse, Film und Funk aufmerksam gemacht werden. Dabei sollen sie auch im Gebet der Menschen gedenken, die besondere Verantwortung auf dem Feld der Publizistik tragen. Ferner regt das Dekret an, daß die Gemeinden eingeladen werden, durch finanzielle Unterstützung dazu beizutragen, daß die publizistischen Einrichtungen der Kirche den Anforderungen der Zeit entsprechen. In dem vorhergehenden Abschnitt des Dekrets war bereits gesagt worden, es sei der Kirche unwürdig, daß ihre Glieder untätig zusehen müssen, wenn das „Wort des Heiles“ durch technische Unzulänglichkeiten und ungenügende Mittel behindert werde. Es ist ungewöhnlich, aber doch realistisch, daß ein Konzilsdokument sich mit Finanz- und Organisationsfragen befaßt, denn ohne eine gesunde wirtschaftliche Basis sind zumal in der heutigen gesellschaftlichen Situation alle gutgemeinten Anstrengungen auf dem publizistischen Gebiet zum Scheitern verurteilt.

---

Walther Kampe, Weihbischof der Diözese Limburg/Lahn, leitet das Hörfunk- und Fernsehreferat innerhalb der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz. Während des II. Vatikanischen Konzils sorgte er für eine umfassende Information der Journalisten aus dem deutschen Sprachraum und trug wesentlich zur Unterrichtung der deutschen Öffentlichkeit über die Beratungen und Entscheidungen der Kirchenversammlung bei. Im Auftrag der deutschen Bischöfe leitete er die Vorbereitungen zum diesjährigen „Welttag der Kommunikationsmittel“ (26. Mai). Der vorliegende Beitrag weist über diesen konkreten Anlaß hinaus auf die notwendigen Aufgaben kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit in der Zukunft.

Papst Paul VI. hat schon 1967 den Sonntag nach Christi Himmelfahrt zum „Welttag der Kommunikationsmittel“ bestimmt. Anlaß dafür dürfte die Liturgie dieses Sonntags gewesen sein, in deren Evangelium der Herr zu seinen Jüngern sagt: „Auch ihr werdet Zeugnis von mir geben“ (Joh. 15, 27). Es läßt sich jedoch nicht die Schwierigkeit übersehen, pastorale Zwecke, mögen sie noch so berechtigt und notwendig sein, in die liturgische Ordnung des Gottesdienstes einzufügen. Da die meisten Gläubigen bei der Sonntagsmesse angesprochen werden können und es an anderen Möglichkeiten fehlt, besteht eine gewisse Diskrepanz zu Geist und Buchstaben der Liturgie-Konstitution, die mit Nachdruck betont, daß die Predigt ein Teil der liturgischen Handlung sei und vor allem aus dem Quell der Schrift und der Liturgie schöpfen solle, da sie die Botschaft von den Taten Gottes in der Geschichte des Heils sei (Nr. 35). Daher läßt sich nur gewaltsam von der Liturgie aus eine Brücke zu den gesellschaftlichen Kommunikationsmitteln finden.

Trotzdem ist unbestritten, daß die Vermittlung des Heils zumal in unseren Tagen auch eine Frage gesellschaftlicher Kommunikation ist und daher auf ein unmittelbares Interesse der Kirche stößt. Wenn man sich über diesen Sachverhalt an einem eigenen Tag Gedanken machen und darüber reden muß, so kann das als ein Zeichen dafür angesehen werden, daß die Kommunikation zwischen Kirche und Gesellschaft gestört ist. Das ist auch daran ersichtlich, daß zwischen den kirchlichen Amtsträgern und den Fachleuten, die die Medien der Kommunikation in der Hand haben, ein ausgesprochenes Spannungsverhältnis besteht. Kirchliche Kreise stehen dem Bereich der Publizistik vorwiegend kritisch, ja negativ gegenüber. Moralische Verdikte über Presseorgane, Filme und Funksendungen sind weit häufiger zu finden als Anerkennung der publizistischen Arbeit. Umgekehrt ist das Verständnis für kirchliche Gedankengänge bei den Publizisten nicht allzu groß, wenn man von den Journalisten absieht, die an kirchlichen Organen tätig sind. Das ist nicht sehr erstaunlich, wenn man bedenkt, daß der publizistische Nachwuchs aus den Kreisen gläubiger Katholiken relativ gering ist. Das Konzil hat dieses Mißverhältnis erkannt und durch sein Dekret den Versuch unternommen, eine positive Haltung der Kirche gegenüber den Massenmedien zu erreichen.

Aber auch völlig unabhängig von dem Sonderproblem der Beziehungen zwischen Kirche und Publizistik ist die Frage der Kommunikation zu einer Lebensfrage für die moderne Gesellschaft geworden. In dieser Hinsicht steht das kleine Kommunikationsdekret in unmittelbarer Nachbarschaft zu der großen Pastoralkonstitution über die Kirche in der heutigen Welt. Durch Jahrtausende hindurch lebte der Mensch in überschaubaren geschlossenen Räumen. Persönliche, familiäre, nachbarliche und gesellschaftliche Beziehungen verbanden ihn mit den Menschen seiner Umgebung. Diese Verflechtungen waren geordnet und veränderten sich im Lauf eines Menschenlebens kaum. Heute lebt der Mensch unter Fremden. Nur ein kleiner Sektor des Zusammenlebens mit seinen Mitmenschen beruht auf persönlicher Bekanntschaft. Die meisten Menschen, denen er begegnet, sind für ihn anonym. Selbst wenn er ihren Namen kennen sollte, so ist doch der Mitmensch, der sich hinter diesem Namen verbirgt, für ihn in der Regel ein Unbekannter. Die Personen, mit denen er zu tun hat, wechseln ständig. Zudem sind die Lebensräume ungemein ausgeweitet. Der Fernste ist zum Nächsten geworden. Ja, irgendwie reichen diese Beziehungen und Wechselwirkungen um die ganze Erde und erfassen erstmals in der Geschichte die gesamte Menschheit. Je weiter die Welt wird, um so schwieriger, aber auch um so notwendiger wird die gesellschaftliche Kommunikation. Ist dieses gegenseitige Kommunizieren gestört oder unterbrochen, so entstehen lebensgefährliche Krisen, die weltweite Auswirkungen haben können. Ohne die Technik ist der erforderliche Austausch von Informationen

und Ideen aber gar nicht mehr zu bewältigen. Ja, die technischen Erfindungen haben diese Art von Kommunikation überhaupt erst möglich gemacht. Die sogenannten „Massenmedien“ sind daher kein notwendiges Übel, sondern eine Voraussetzung für das Überleben der Menschheit. Auch die Kirche kann an dieser Tatsache nicht achtlos vorbeigehen. Sie hat nicht nur ein Lebensinteresse daran, diese Medien für die Ausbreitung ihrer Botschaft zu nutzen, sondern sie hat selbst einen Dienst an den Medien zu üben, damit diese ihre Aufgabe für das Weltganze erfüllen.

Die Auswirkungen der gesellschaftlichen Kommunikation mittels technischer Apparaturen sind uns noch nicht voll bewußt geworden. Die naturgegebenen Einheiten der Großfamilien, Nachbarschaften und Stämme sind zerfallen oder doch auf weite Strecken unwirksam geworden. Sie wurden einstmals überhöht durch geistige, kulturelle und religiöse Ordnungen, die die Menschen in diesen Räumen verbanden und zusammenhielten. Die dynamische Gesellschaft von heute wirbelt die Menschen durcheinander, so daß in einer bisher unvorstellbaren Weise Personen von diametral entgegengesetzter Geistes- und Glaubenshaltung auf dem gleichen Territorium in engster Nachbarschaft nebeneinander leben. Eine solche Gesellschaft kann nur durch das Prinzip der Toleranz erhalten werden. Aber die Atomisierung der Gesellschaft in Individuen kann nicht bis ins letzte Extrem durchgeführt werden. Auch die pluralistische Gesellschaft bedarf einer gemeinsamen Basis. Irgendwie und irgendwann stößt der Individualismus an seine eignen Grenzen, denn die Gesellschaft kann nur auf Grund von Wertvorstellungen, die von allen anerkannt werden, fortexistieren. Fällt diese Basis ganz aus, so endet die Gesellschaft in völliger Anarchie. Daher wird der Individualismus immer mehr von kollektivistischen Zügen durchsetzt, die entweder mit Gewalt oder durch Überredung verbreitet werden. Sowohl in einer diktatorischen als auch in einer demokratischen Gesellschaft sind dabei die Massenmedien unentbehrlich. Sie helfen, ein bestimmtes Maß an Gemeinsamkeit herzustellen, ohne das die Gesellschaft nicht existieren kann.

Wenn man genau hinschaut, sieht man, daß die pluralistische Gesellschaft tatsächlich durch einen hohen Grad von Konformismus bereits eine Umwandlung erfahren hat, so daß sie in den Grundzügen eine unitäre Gestalt angenommen hat. Es gibt in zunehmendem Maß einen Grundbestand von Lebensanschauungen, über den die Gesellschaft mit größter Unduldsamkeit wacht. Darüber hinaus gestattet sie zwar Narrenfreiheit, aber nur um den Preis der Anerkennung ihrer Grundanschauungen. Wehe dem einzelnen, der dagegen anzugehen wagt — er ist gesellschaftlich geächtet! Dieser Grundbestand von Übereinstimmung ist aber ohne die Massenmedien unmöglich. Tagtäglich wird der Leser, der Hörer, der Zuschauer mit den gleichen Grundüberzeugungen konfrontiert, an denen er nicht unberührt vorbeigehen kann. Sie beeinflussen und durchdringen langsam sein ganzes Denken und Fühlen, bis er sich der öffentlichen Meinung angepaßt hat. Wenn auch zahlreiche Tabus der Vergangenheit heute durchbrochen sind, so bilden sich ständig neue, an denen nicht gerüttelt werden darf. Auch unabhängig von der zunehmenden wirtschaftlichen Konzentration im Bereich der Kommunikationsmittel gibt es einen allgemeinen Konformismus, gegen den der einzelne nicht ungestraft verstoßen darf. Allerdings sind die Tabus der Gegenwart zum Unterschied von früheren Gesellschaftsformen in einem ständigen Wandel begriffen. Die Anschauungen wechseln in einem überraschend schnellen Tempo, so daß es dem einzelnen nur schwer gelingt, rechtzeitig den geforderten Wandel des geistigen Standorts zu vollziehen. Daraus entstehen seelische Konflikte und Zusammenstöße mit der Gesellschaft, die bis zu revolutionären Erscheinungen führen. In dieser ständigen Umbildung der Gesinnung gibt es eine Wechselwirkung von öffentlicher und veröffentlichter Meinung. Es wäre falsch, wenn man meinen wollte, daß

die öffentliche Meinung von der Publizistik vorfabriziert würde. Die publizistischen Medien sind, vor allem wenn sie auf privatwirtschaftlicher Basis beruhen, sehr stark abhängig von den Bedürfnissen der Massen, an die sie sich wenden und die sie wirtschaftlich tragen. Es gehört zu den vorzüglichsten Eigenschaften eines geschickten Publizisten, mit feinem Fingerspitzengefühl, aber auch mit wissenschaftlichen Methoden herauszufinden, was der Leser, der Hörer, der Zuschauer jeweils lesen, hören oder sehen will. Insofern macht der Publizist nicht die öffentliche Meinung, sondern er entdeckt sie. Aber dadurch, daß er sie veröffentlicht, sorgt er für ihre Verbreitung und ihre oft erstaunlich rasche Durchsetzung. Ohne seine Mitwirkung könnte diese Meinung nie den Grad von Allgemeinheit erreichen, der ihre Uniformität und ihre Unwiderstehlichkeit bewirkt.

Andererseits kann aber nicht übersehen werden, daß der Publizist die öffentliche Meinung auch in hohem Grad beeinflussen kann. Die Massenanschauung hat immer eine gewisse Unbestimmtheit. Es kann etwas in der Luft liegen, aber derjenige, der dieses Ungewisse zuerst formuliert und artikuliert, gibt ihm erst die faßbare und wirksame Gestalt. Hier liegen auch im heutigen Massenzeitalter die Möglichkeiten, Richtungen zu bestimmen und Ziele anzupeilen. Auch wenn die Grenzen eng gezogen sind, so kann doch der einzelne qualifizierte Publizist innerhalb dieser Grenzlinien kräftig am Rad der Meinungsbildung mitdrehen. Macht und Ohnmacht der Publizistik liegen nahe beieinander. Sie vermag keineswegs alles, aber sie kann doch vieles erreichen, was sie kraftvoll anstrebt.

Die Kirche muß aus diesen Zusammenhängen die nötigen Konsequenzen ziehen. Ihr ist in der nachkonziliaren Zeit die Pluralität der Gesellschaft mit Macht bewußt geworden. Es gibt im kirchlichen Sprachgebrauch heute außer der Bezeichnung „Dialog“ kein Wort, das so oft gebraucht wird wie der Begriff „Pluralismus“. Aber ist diese Erkenntnis nicht eigentlich schon veraltet? Die Kirche holt die Phase der Individualisierung der Gesellschaft nach. Aber die Gesellschaft selbst ist über diese Entwicklungsstufe längst hinaus. Die kirchlichen Reformer rechnen mit einem Menschentyp, der zu personalen Entscheidungen fähig ist und danach sein Leben einrichtet. Gewiß gibt es diesen Charaktertyp nach wie vor und wird ihn immer geben. Aber er gehört einer kleinen Minderheit an, die für die Gegenwart schon nicht mehr kennzeichnend ist. Sie ist vorwiegend noch von dem Persönlichkeitsideal des vorigen Jahrhunderts geprägt. Der heutige Durchschnittsmensch ist dagegen vorwiegend außengesteuert und milieugeprägt. Er liebt keine Sondermeinungen, sondern zieht konformistische Einheitsmeinungen vor.

Die Kirche hat also, aufs Ganze gesehen, nur soviel Aussicht, ihre Glaubensinhalte dem modernen Menschen zu vermitteln, als es ihr gelingt, ihre eigenen Anschauungen allgemein verständlich zu machen und in den Prozeß der öffentlichen Meinungsbildung einzubringen. Die ökumenischen Tendenzen der Gegenwart z. B. sind nicht nur Wirkung eines Glaubensaufbruchs, sondern auch Anpassung an das Uniformitätsbedürfnis der modernen Gesellschaft. Die Einstellung der Öffentlichkeit in der Mischen- oder Schulfraße ist nur aus solchen Trends zu verstehen. Auch die plötzlich aufgetretene Aversion gegen den priesterlichen Zölibat kann nicht nur aus einer innerkirchlichen Neubesinnung auf das Wesen des kirchlichen Amtes oder auf die Geschlechtlichkeit des Menschen erklärt werden, sondern hat ihre Ursache u. a. in dem gesellschaftlichen Druck gegen alles, was nicht allen gemeinsam ist, und gegen jede gesellschaftliche Sonderposition. Nur wenn es gelingt, der Öffentlichkeit verständlich zu machen, wieso und warum die Kirche derartige Forderungen an ihre Diener stellt, wird sich ein solcher Anspruch in dem Maße durchhalten lassen, in dem er wirklich vertretbar ist. Die Kirche muß daher die Sorge tragen, ihren Glauben

nicht nur den eigenen Gläubigen zu verkünden, sondern auch die Kommunikation mit der Öffentlichkeit herzustellen und ihre eigene Stimme in das Menschheitsgespräch einzufügen. Gelingt ihr das nicht oder lehnt sie das ab, wird sie im selbstgewählten Ghetto verkümmern. Natürlich kann sie nicht die Hoffnung haben, daß ihr alle zustimmen; denn Glauben ist immer eine ganz personale Angelegenheit des einzelnen. Aber entscheidend für den Glauben ihrer Anhänger wird sein, wieviel Verständnis sie auch über ihre eigenen Grenzen hinaus in der Öffentlichkeit findet. Sie hat heute eine einmalige Chance, mittels der Kommunikationsmedien einen großen Teil christlicher Lebensanschauungen ins öffentliche Bewußtsein zu bringen und damit auch dem Nichtglaubenden zu vermitteln, zugleich auch dem Glaubenden die Stütze einer weitreichenden Übereinstimmung mit der öffentlichen Meinung zu schenken. Dies bedeutet nicht, daß der Widerspruch zwischen Glaube und Welt aufgehoben wird, aber er wird auf seinen eigentlichen Kern zurückgeführt und von überflüssigen und selbstverschuldeten Belastungen befreit.

Es ist also hier nicht ein falsches Aggiornamento an die Welt gemeint, das zu einer kritiklosen Anpassung an die öffentliche Meinung führen würde. Die Gesellschaft erwartet im Gegenteil von der Kirche eine kritische Beurteilung des tatsächlichen Zustands der Welt. Sie ist es müde, sich durch die Massenmedien nur in ihren eigenen Mängeln selbst bestätigt zu sehen. Wir zeigten schon auf, wie rasch sich die öffentliche Meinung wandeln kann. Der Mensch von heute öffnet sich willig der Kritik des Bestehenden und ist leicht geneigt, sich zu ändern, wenn ihm dies als Fortschritt erscheint. Die Kirche hat daher ohne Zweifel eine Chance, ihre gesellschaftskritische Aufgabe mittels der Kommunikationswerkzeuge vorzutragen, wenn dadurch der Eindruck entsteht, sie verteidige nicht eine veraltete Anschauung, sondern treibe damit die Entwicklung der Gesellschaft vorwärts. Auch die Kritik an den Kommunikationsmitteln selbst, die ja oft erhoben wird, ist keineswegs wirkungslos, wenn sie nur gut begründet und in der rechten Weise vorgetragen wird. Vielleicht ist heute die Kirche die einzige gesellschaftliche Macht, die noch frei und unabhängig genug ist, um eine solche kritische Distanz gegenüber dem Zustand der Gesellschaft auf die Dauer durchhalten zu können. Die Öffentlichkeit wäre gewiß dankbar, wenn die Kirche diese Funktion auch auf dem Felde der Publizistik mutig und besonnen zugleich wahrnehmen würde.

Der Welttag der Kommunikationsmittel ist nur ein Teil dieser kirchlichen Bemühungen um den Kontakt zur Weltöffentlichkeit, aber kein bedeutungsloser. Seine Wirkung wird davon abhängen, daß er keine innerkirchliche Veranstaltung bleibt, sondern durch die Kommunikationsmittel selbst das öffentliche Bewußtsein anspricht. Weniger Hirtenbriefe und Predigten sollen den Zweck des Welttags erreichen als der Einsatz der zur Verfügung stehenden Massenmedien. So kann dieser Tag helfen, eine Brücke zwischen Kirche und Welt zu bauen, die von beiden Seiten begangen werden kann.

## SUMMARY

Bishop Walther Kampe (Limburg) is one of the outstanding German Catholics in the field of social communications. The World Day for social communications media held in Germany in 1968 was largely prepared by him. He recognizes the World Communications Day as a possibility of creating a new mutual understanding between church and society. The autonomous yet conformist man of the 20th century needs the mass media as a necessary resource to create a minimum of community without which neither the church

nor society can exist. The church today will only be heard if it utilizes the processes of information and public opinion created by mass media. Therefore it is necessary to demonstrate the complicated process of creating public opinion even to the non-professional. A reasonable adaptation to the methods of social communication common to all men will even make the service of the church to mankind more effective.

## RESUMEN

El Obispo Auxiliar de Limburg, Walther Kampe, es una de las voces católicas de mayor resonancia dentro del periodismo alemán. Ha preparado ejemplarmente la Jornada Mundial de los Medios de Comunicación 1968 para Alemania. Interpreta la institución de esta Jornada Mundial, como una medida necesaria para el establecimiento de una nueva comprensión recíproca entre la Iglesia y la Sociedad. El hombre del siglo XX, aislado y conformista, necesita indispensablemente los Medios de Comunicación Social: éstos constituyen un minimum de colectividad sin la que, ni la Sociedad en conjunto ni la Iglesia, pueden existir. La única posibilidad de que la Iglesia sea oída hoy en la Sociedad consiste en su asociación al proceso de información y formación de la opinión pública, mediante los Medios de Comunicación Social. Para ello es necesario que, hasta los no especialistas, se enteren de los complicados procesos empleados en la formación de la opinión pública. Una acomodación (no exenta de crítica) a las costumbres, conocidas por todos los hombres (hasta por los no creyentes), de la comunicación pública hará más efectivo el servicio de la Iglesia a la humanidad.

## Will die Kirche noch eine katholische Presse?

*von Richard Barta*

Die Überschrift scheint provokatorisch. In einer Zeit, da Kongresse auf nationaler, regionaler, weltweiter Basis von der katholischen Presse und für die katholische Presse abgehalten werden, da Seminartagungen, Hirtenbriefe und Memoranden sich mit dem Problem der katholischen Presse befassen, in einer Zeit, da die deutsche Bischofskonferenz 15 Millionen DM für eine neu zu schaffende katholische Wochenzeitung bereitstellt, in einer solchen Zeit, sollte man meinen, könnte und sollte man doch eine solche Frage nicht stellen.

Es kann dennoch nicht schaden, die Frage der katholischen Presse einmal vom Existenziellen her zu stellen, sich nicht nur wie bisher immer bloß zu fragen, wie weit ist heute eine katholische Presse noch möglich, sondern wie weit ist heute eine katholische Presse noch erwünscht, nicht vom Publikum her, sondern von der Kirche selbst, im Konkreten: von den Bischöfen?

---

Dr. Richard Barta ist Chefredakteur der katholischen Nachrichtenagentur „Kathpress“ in Wien.