

Communicatio Socialis

ZEITSCHRIFT FÜR PUBLIZISTIK IN KIRCHE UND WELT

In Verbindung mit
Michael Schmolke (Salzburg), Karl R. Höller (Aachen)
und Kees Verhaak (Nimwegen)
herausgegeben von
FRANZ-JOSEF EILERS SVD (AACHEN)

10. Jahrgang

Januar – März

Nr. 1

Psychologische Aspekte der kirchlichen Bewußtseinsbildung für die Dritte Welt

von Hans Czarkowski

In den 22 Diözesen der Bundesrepublik Deutschland und den ihnen zugeordneten überdiözesanen Institutionen für die Dritte Welt oder für weltkirchliche bzw. missionarische Kooperation dürften über 100 Referenten, Sachbearbeiterinnen und Sekretärinnen hauptamtlich in Aufgaben der Bewußtseinsbildung für die Dritte Welt tätig sein. Eine führende Rolle spielen hierbei die Werke MISSIO-Aachen, MISSIO-München, MISEREOR und ADVENIAT. Auch in anderen Organisationen und Einrichtungen der katholischen Kirche wird diese teils mehr missionarische, teils allgemein entwicklungsorientierte oder auch speziell entwicklungspolitische Bewußtseinsbildung durchgeführt. Zu nennen sind vor allem der Katholische Arbeitskreis für Entwicklung und Frieden (KAEF), die Akademie Klausenhof in der Diözese Münster, die Arbeitsgemeinschaft für Entwicklungshilfe (AGEH), der Katholische Akademische Ausländer-Dienst (KAAD) sowie der Bund der deutschen katholischen Jugend (BDKJ). Die letztgenannten Institutionen sind ihrer Zielsetzung nach vielfach subsidiär für bestimmte Teilbereiche tätig.

Die bewußtseinsbildenden Initiativen in diesem Bereich der kirchlichen Kommunikation machen einen erheblichen Anteil der Öffentlichkeitsarbeit für die Dritte Welt insgesamt aus. Vielfach geht von ihnen eine innovative Wirkung aus, doch gerade die sich darin ausdrückende Dynamik hat offenbar die notwendige Analyse der psychologischen Grundlagen dieser Bewußtseinsbildungsprozesse weniger dringlich erscheinen lassen.

In dieser Vorstudie soll der Versuch unternommen werden, im Anschluß an das Strukturraster der Kommunikationspsychologie die interpersonellen Beeinflussungs-

Hans Czarkowski, Diplom-Psychologe (Münster 1970), wurde an der Universität Salzburg 1973 in Psychologie und Pastoraltheologie promoviert und ist seit 1973 bei MISSIO-Aachen tätig. Er ist dort Leiter des Pastoralreferats und Schriftleiter der Vierteljahres-Zeitschrift „MISSIO-pastoral“.

prozesse, die sich in der kirchlichen Bewußtseinsbildung im Hinblick auf die Dritte Welt abspiegeln, psychologisch zu untersuchen. Das Strukturmodell wurde zunächst von Gerhard Maletzke in seiner „Psychologie der Massenkommunikation“ (1963)¹ mit den „Faktoren des Feldes der Massenkommunikation“ dynamisch erfaßt. Diese Faktoren sind nach Maletzke der Kommunikator, die Aussage, das Medium, der Rezipient. Weiterhin ist das Kommunikationsfeld auf seine Relation und auf die Auswirkungen der einzelnen Faktoren hin zu untersuchen.

Inzwischen hat Gerhard Maletzke in der Schrift „Ziele und Wirkungen der Massenkommunikation“ (1976)² dieses erste Modell aus dem Jahre 1963 auf die gegenwärtigen Erfordernisse der Massenkommunikation praktisch ausgerichtet.

Ein ähnliches psychologisches Strukturmodell hat Wolfgang Metzger in der Schrift „Psychologie in der Erziehung“ (1971)³ für die pädagogische Psychologie angewandt. Auch bei der Reflexion über den Verkündigungsvorgang findet ein gleichstrukturiertes Kommunikationsmodell seine Anwendung mit den Elementen „Hörer, Verkündiger, Gegenstand, Sprache und Situation“⁴. Schließlich hat H.-J. Hoffmann in dem jüngst erschienenen Lehrbuch „Psychologie und Massenkommunikation“ (1976)⁵ die Anwendung der Massenmedien zu psychologischen Beeinflussungen von Menschen sowohl unter quantitativen als auch qualitativen Aspekten umschrieben.

Ohne die bei Hoffmann aufgezeigten Möglichkeiten der quantitativen Analyse der Bewußtseinsbildungsprozesse bereits voll anzuwenden, soll bei dieser Studie, soweit möglich, auf das Begriffsinstrumentarium von Hoffmann zurückgegriffen werden, ohne daß jedoch alle in seinem Strukturmodell immanenten Voraussetzungen übernommen werden.

Die Anwendung psychologischer Kommunikationsmodelle zur Untersuchung der Bewußtseinsbildungsprozesse im Hinblick auf die Dritte Welt, wie sie im kirchlichen Bereich initiiert und gefördert werden, stößt weitgehend in ein bislang unbearbeitetes Feld vor. Eine umfassende Auseinandersetzung psychologischer Art wurde meines Erachtens bislang noch nicht durchgeführt, denn auch der Aufsatz von Wolfgang Hug „Mission und Entwicklung als Kooperations- und Konfliktfeld — Pastoral und kirchliche Bildungsarbeit in der Bundesrepublik“ beschreibt mehr die thematische Problematik dieser Bewußtseinsbildung in der Spannung zwischen missionarischem Dienst, Entwicklungsarbeit und entwicklungspolitischer Bewußtseinsbildung⁶. Zweifellos sind die Fragen der staatlichen entwicklungspolitischen Öffentlichkeitsarbeit und Bewußtseinsbildung ähnlich gelagert, doch auch hier fehlt es weitgehend noch an Untersuchungen über ihre psychologischen Grundlagen. Es soll aber — von der einen oder anderen Perspektive wegen der engen Verflochtenheit abgesehen — die Reflexion auf die Tätigkeit der katholischen Kirche im Bereich der Bewußtseinsbildung für die Dritte Welt beschränkt bleiben.

1. Psychologische Aspekte des Vermittlungsprozesses der Bewußtseinsbildung für die Dritte Welt

1.1 Bewußtseinsbildung als Konzept

Der erst in neuerer Zeit aktualisierte deutschsprachige Begriff „Bewußtseinsbildung“ im Zusammenhang mit der Beeinflussung verschiedener Zielpersonengruppen hinsicht-

lich ihrer Einstellungen und Handlungsbereitschaften gegenüber der Dritten Welt wirft die Frage auf, was näherhin unter diesem Bildungsprozeß zu verstehen ist. Im Rahmen der Massenkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit dieser Zielsetzung liegt es nahe zu fragen, ob das Konzept der „Bewußtseinsbildung“ identisch ist mit dem Konzept der von Paulo Freire entwickelten „conscientização“⁷. In Paulo Freires Prozeßmodell entwicklungsorientierter Bildungsarbeit, das vor Ort in der Dritten Welt aus der Konfrontation mit den verschiedenen Formen der Unterentwicklung entstanden ist, besteht eine enge Verknüpfung zwischen Bewußtseinsstand der Zielpersonengruppen und ihrer gesellschaftlichen Situation. Freire definiert folgendermaßen: „Der Begriff ‚conscientização‘ bedeutet den Lernvorgang, der nötig ist, um soziale, politische und wirtschaftliche Widersprüche zu begreifen und um Maßnahmen gegen die unterdrückerischen Verhältnisse der Wirklichkeit zu ergreifen.“⁸ Zentraler methodischer Ansatz Freires ist die Hinführung unterprivilegierter Gruppen und Personen zur Erfahrung ihrer eigenen, meist gesellschaftlich bedingten, vielfältigen Frustrationen. Daraus folgt nach Freire: „Ein vertieftes Bewußtsein seiner Situation führt den Menschen dazu, die Situation als eine historische Wirklichkeit zu begreifen, die der Verwandlung zugänglich ist. Resignation weicht dem Verlangen nach Veränderung und Erforschung, die von Menschen unter Kontrolle zu nehmen ist.“⁹ Ziel ist bei Freire also immer ein doppeltes: Selbsterfahrung durch „Bewußtmachung“, wie man wohl am günstigsten „conscientização“ übersetzt, und Veränderung der Gesellschaft, da „Bewußtsein und Welt simultan sind“¹⁰. In diesem Bildungsmodell Freires verbinden sich somit sozialpsychologische und tiefenpsychologische Denkmodelle des Bewußtseins mit zugegebenermaßen vom Marxismus beeinflussten Konzepten der Gesellschaft.

Die Gemeinsame Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland hat in den beiden Dokumenten „Missionarischer Dienst an der Welt“ und „Der Beitrag der Katholischen Kirche in der Bundesrepublik Deutschland für Entwicklung und Frieden“ die Bedeutung der Bewußtseinsbildung für die Dritte Welt betont. Jedoch sind, wie bereits vermerkt, die psychologischen Aspekte dieses Bewußtseinsbildungsprozesses nicht ausdrücklich reflektiert worden. Beide Dokumente sind daher auf die immanenten psychologischen Denkansätze textanalytisch zu befragen.

1.2 Synodendokumente und Bewußtseinsbildung für die Dritte Welt

1.2.1 Synodendokument „Missionarischer Dienst an der Welt“¹¹

Nach dem Beschluß der Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland über den „Missionarischen Dienst an der Welt“ umfaßt eine missionarische Bewußtseinsbildung, operational gesehen, Glaubensvertiefung und Gewissensbildung, Information und Kontakte¹². Zugleich wird vermerkt, daß diese einzelnen Prozesse nicht isoliert verlaufen können, sondern integriert sein müssen in die übrigen Bildungs- und Verkündigungsprozesse der Kirche und des öffentlichen Lebens, wie der Publizistik, der Massenmedien etc. Es wird deutlich, daß im Synodendokument der Begriff „Bewußtseinsbildung“ wesentlich umfassender konzipiert ist als Freires aktionsbezogene „Bewußtmachung“. Das skizzierte Konzept der „conscientização“ ist aus dem Begriff der „Bewußtseinsbildung“, wie sie in diesem Synodendokument zum missionarischen Dienst vorliegt, nicht herauszulesen. Der Begriff Information, d. h. Wissensvermittlung, die Betonung des Themas „Mission“¹³ umschreiben eine unter Einbeziehung der transzendenten Dimension mehr intellektuelle wissensmäßige

Konfrontation als Prinzip der missionarischen Bildungsarbeit. Dieser Ansatz geht weniger auf tiefenpsychologische Prozeßmodelle des Bewußtmachens zurück. Die scheinbare Gleichheit der Begriffe verweist auf ähnliche Anliegen, im Umfeld ihres Kontextes werden jedoch die unterschiedlichen Modelle deutlich.

1.2.2 Synodendokument „Der Beitrag der katholischen Kirche in der Bundesrepublik Deutschland für Entwicklung und Frieden“¹⁴

Auch dieses Synodendokument bezieht sich in seinem ersten Teil „Die Entwicklungsarbeit der Kirche“ auf die Dritte Welt. In zwei Abschnitten wird auf die „Gewissens- und Bewußtseinsbildung“¹⁵ unter den Empfehlungen zur Bewußtseinsbildung näher eingegangen. Es ist aufschlußreich, daß gerade in diesem entwicklungsorientierten Text darauf hingewiesen wird, daß der Prozeß der „Einsichtigmachung“ der Abhängigkeit und Verflechtung in einer Weltgesellschaft die Bewußtseinsbildung kennzeichnen soll. Als weiteres Einzelziel ist der zu weckende Sinn für Solidarität gegen alles Unverständnis und allen Egoismus genannt. Es folgen dann wiederum thematisch umschriebene Bildungsinhalte, die sich nicht auf unsere Situation beziehen, sondern auf Zusammenhänge zwischen der wirtschaftlichen Lage in Europa und in der Dritten Welt. Diese thematischen Informationen und diese „Einsichtigmachung“ sollen dann zum „festen Bestandteil in der Verkündigung, der kirchlichen Bildungsarbeit und im kirchlichen Informationswesen“¹⁶ werden.

1.2.3 Folgerungen

Vergleichen wir den Ansatz der lateinamerikanischen „conscientização“ mit dem Konzept der auf die Dritte Welt hin bezogenen missionarischen und entwicklungsorientierten kirchlichen Bewußtseinsbildung in der Bundesrepublik, die im Sinne eines theologischen Ansatzes vom „umfassenden Heil“ sowohl Entwicklungsarbeit als auch missionarischen Dienst umfaßt, dann zeigt sich, daß der Prozeß der Bewußtmachung in Lateinamerika anders ansetzt als bei uns. Geht es dort darum, eine soziale Situation und die daraus resultierende Frustration ins Bewußtsein zu heben und auf diese Weise zur Veränderung zu motivieren, dann geht es in der kirchlichen Bewußtseinsbildung im Hinblick auf die Dritte Welt in der Bundesrepublik nach den Synodendokumenten darum, zwar auch die Zusammenhänge der Unterentwicklung einsichtig zu machen und Informationen zu vermitteln, doch soll die eigentliche Veränderung durch Glaubensvertiefung, Wissensbildung und persönliche Kontakte erreicht werden. Insgesamt liegt diesem Vermittlungsprozeß, wie er von den Synodalen für das Industrieland Bundesrepublik gefordert wurde, ein wesentlich höherer intellektueller und religiöser Anspruch zugrunde als in dem Kommunikationsmodell Freires. Andererseits eröffnet gerade der Gebrauch des Begriffes Bewußtseinsbildung die Möglichkeit, etwa unter der Perspektive der Wissensbildung, stärker als bisher die Einstellungsänderung der Zielpersonen in der Bundesrepublik auf die Dritte Welt hin psychologisch zu konzipieren.

1.3 Komponenten des Vermittlungsvorganges

Die ersten skizzenhaften Überlegungen zum Begriff der Bewußtseinsbildung machen deutlich, daß damit — wir sprechen nun von der Situation in der Bundesrepublik — ein äußerst komplexer Vermittlungsvorgang gemeint ist. Er umschließt meines Erachtens folgende wesentliche Komponenten:

1.3.1 Wirklichkeitsbewußtsein als Zielvorstellung

Wichtigste Zielvorstellung ist die Schaffung eines Wirklichkeitsbewußtseins über die Situation in der Dritten Welt auf der Grundlage von Informationen, die sowohl kirchensoziologische, weltwirtschaftspolitische als auch geografische und historische wie ethnologische Komponenten umschließen. Ein solch umfassendes Konzept allein auf der Informationsebene stellt die Frage, ob nicht die Gefahr besteht, daß die Werke dem Anspruch eines schulischen, universitären Informationsprogramms genügen müssen. Auf der anderen Seite setzt die Zielpersonenstruktur im kirchlichen Bereich einem solchen Anspruch realistische Grenzen. Analysiert man Texte und Publikationen der katholischen Werke für die Dritte Welt, so zeigt sich, daß sie mehr pragmatisch und handlungsorientiert ausgerichtet sind. Es werden nur wenige wissenschaftliche Texte publiziert, meistens jedoch Papiere von gesellschaftlicher und pastoraler Relevanz. Information und Hinführung zum Engagement können in ihnen nicht getrennt werden. Dies macht es erforderlich, daß eigentlich die Ziele des Engagements klarer reflektiert und studiert werden müssen und daß andererseits die Information als solche auch entsprechend gekennzeichnet und umschrieben bleibt.

1.3.2 Verkündigung als Komponente der Bewußtseinsbildung

Eine zweite Komponente, die wesentlich schwieriger zu umschreiben ist, ist der Anspruch, daß all diese Themen Teil der Verkündigung sind und in die Verkündigung integriert sein sollen, da man bei einem umfassenden Heil nicht diesseitiges und jenseitiges Heil gegeneinander ausspielen solle. Jeder Referent in einem solchen Bewußtseinsbildungsprozeß ist demnach in den Anspruch christlicher Verkündigung eingebunden.

1.3.3 Gewissensbildung und Einstellungsänderungen

Eine weitere Komponente schließlich besteht in dem Bereich, der sich als Gewissensbildung und -vertiefung bezeichnen läßt. Hierbei stellt sich ein schwieriges Problem, nämlich das Gewissen zu schärfen für einen Unrechtszustand, der wohl in den seltensten Fällen der betroffenen Zielgruppen, wie Priester usw., ein subjektiver Unrechtszustand ist, sondern die Teilhabe an einem kollektiven Ausnutzungsvorgang der Industrieländer gegenüber der Dritten Welt. Hierin liegt die entscheidende Schwierigkeit, das Denkmodell der „conscientização“ Freires auf die Industrieländer zu übertragen. Es ginge nämlich darum, den Anteil an einem kollektiven Schuldvorgang bewußtzumachen, dafür reicht das Modell der „conscientização“ nicht aus. „Conscientização“ besteht darin, daß, wie eingangs aufgezeigt wurde, Frustrationen bewußtgemacht und dann in Initiativen gesellschaftlicher Veränderung umgesetzt werden, wobei ihre konsequente Durchsetzung auch durch Aggression nicht ausgeschlossen wird. Bei einer Bewußtmachung von kollektiver Schuld kann eigentlich, psychologisch gesehen, keine Frustration über die eigene Situation eintreten, sondern es werden vielfach gegenüber dem „Bewußtmacher der Frustration“ Aggressionen geweckt. Diese skizzenhafte Gegenüberstellung von „conscientização“ und Bewußtseinsbildung in der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit für die Dritte Welt macht deutlich, daß das Konzept der Bewußtseinsbildung als Verbindung von objektiver Information, Glaubensverkündigung und Bewußtmachung kollektiver Schuld, die nicht subjektiv gespürt wird, ein äußerst schwieriger Denkansatz ist. Tatsächlich stellen sich darum gerade auch in der kirchlichen Arbeit erhebliche Begrenzungen und Schwierigkeiten ein. Die Erfahrung macht deutlich, daß vor allem der mittlere Prozeß der Verkündi-

gung als Erschließung von Glaubenswirklichkeit am ehesten zu bewältigen ist, wenn in ihm auch Wertkomponenten im Hinblick auf den Menschen in der Dritten Welt vermittelt werden. Der dritte Prozeß der Bewußtmachung der Teilhabe an ungerechtem Verhalten verlangt jedoch, psychologisch gesehen, die Wahrnehmung der eigenen Verantwortlichkeit für die Deprivationen anderer in ihren existentiellen Bedürfnissen. Jeder, der in diese kollektive Schuld hineingestellt wird, reagiert natürlich wesentlich anders als jemand, dem eine einfache Versagung von Grundbedürfnissen im Sinne von „basic needs“ bewußtgemacht wird. Ein solcher Ansatz zur kirchlichen Bewußtseinsbildung im Hinblick auf die Dritte Welt bei uns führt also immerhin zu einem gewissen psychologisch umschreibbaren Unbehagen an einem Konzept, das letztlich dann doch wieder den subjektiven Positionen der Vermittler unterworfen ist. Es ist schwierig, in einem Vorgang stets Information, Verkündigungsanspruch und Bewußtmachung der Rolle des Ungerechtigkeits provozierenden Konsumenten in Europa zu verbinden.

1.3.4 Motivation zur Spendenwerbung

Die in der von den Werken durchgeführten Spendenwerbung enthaltenen Informationen zeichnen bei aller Betonung der Gleichwertigkeit und Gleichrangigkeit des Partners in der Dritten Welt diesen letztlich jedoch, wie es der Situation entspricht, als einen Partner, der wirtschaftlich noch nicht eigenständig sein kann, obwohl er es anstrebt. Auch wenn hier schon ein Aspekt aus der Situation der Zielpersonen in der Bundesrepublik vorgenommen wird, so ist darauf hinzuweisen, daß wirtschaftliche Eigenständigkeit und Sicherheit eine der allerwesentlichsten Aspekte des Status und Prestiges in einer Konsumgesellschaft wie der Bundesrepublik sind. Es wäre wesentlich leichter, mit den Partnern in der Dritten Welt zu kooperieren und Einstellungsänderungen ihnen gegenüber in Richtung auf höhere Wertschätzung, Gleichwertigkeit etc. zu erreichen, wenn nicht das Problem der wirtschaftlichen Unterprivilegierung bestünde. Auch bei aller noch so deutlichen theologischen und humanen Zeichnung des Gegenübers gilt — mehr unbewußt — aufgrund der in der Bundesrepublik vorherrschenden Werthierarchie der Vertreter oder Partner in der Dritten Welt als „der Hilfe bedürftig“, auch wenn sie ihm aufgrund der Wirtschaftsstruktur als rechtmäßige Hilfe zugesprochen wird. Eine Änderung kann nur eintreten, wenn in der kirchlichen Bildungsarbeit die Werthierarchie auf den Kopf gestellt und das Betonen der wirtschaftlichen Werte in der Bewußtseinsbildung gegenüber kulturellen und geistigen Werten zurückgestellt wird. Der Wunsch der Rückkoppelung vitaler Lebens- und Glaubensvollzüge der Menschen in der Dritten Welt kann zu einer solchen Umstrukturierung der Spendermotivation im Hinblick auf Partnerschaft ein zentraler Ansatz sein, wenn er nicht dazu genutzt wird, eigene Positionen hier zu bestätigen, oder gleichsam Bezahlung der geleisteten Hilfe durch kulturelle Münze ist.

1.3.5 Integration in die kirchlichen Kommunikationsprozesse

Die bisher angestellten Überlegungen machen deutlich, daß das Konzept der Integration dieser Bewußtseinsbildung oder auch ihre Infiltration in die gesamten Kommunikationsprozesse im kirchlichen Bereich eine Notwendigkeit ist, wenn sie sich wirksam durchsetzen will. Eigentlich geht es hier bei dem Konzept dieser Bewußtseinsbildung nicht mehr bloß um eine isolierte Informationsvermittlung, sondern um einen totalen Veränderungsanspruch, der jedoch nicht ansetzt bei der Wirklichkeit hier, sondern ausgeht von der Wirklichkeitssituation in der Dritten Welt. Ein solcher Prozeß wirft die Frage nach den realen Veränderungschancen auf, die

ihm innewohnen können. Es ist zu fragen, ob die Realisierungsmöglichkeiten, die diesem Konzept zur Verfügung stehen, ausreichen, um die 29 Millionen Katholiken in der Bundesrepublik zu erfassen.

Rechnet man, daß, wie angeführt, in den kirchlichen Werken MISSIO, MISEREOR, ADVENIAT usw. mehr als 100 Personen in diesem Sinne tätig sind, dann läßt sich der Umfang des eingeleiteten Bewußtseinsbildungsprozesses erkennen. Dabei ist aber wiederum zu vermerken, daß diese Gruppe — zumal sie aufgeteilt ist auf verschiedene Institutionen — insgesamt zu klein ist, um sich die Grundlagen für ihre Information selbst zu erarbeiten. Diese werden, von Informations- und Datenträgern außerhalb erstellt, übernommen, meist auch mit deren soziologischen und theologischen Implikationen. Da sich die Bewußtseinsbildungszentren letztlich nur als Multiplikatoren, als „Drehzscheibe“ verstehen, sind sie wiederum eine Gruppe, die diese aufgenommene Information technisch wirksam umsetzt und an andere Multiplikatoren, die näher an der Basis sind oder Einfluß in den Strukturen haben, weitergeben. Beide Prozesse bei den Trägern der Bewußtseinsbildung, die Aufnahme der Information und die Weitergabe der Nachricht, sind vielfach wegen ihrer Komplexität nicht kontrollierbar und daher auch nicht immer steuerbar, sondern unterliegen in ihrer Wirksamkeit manchmal dem Zufall.

2. Psychologische Aspekte auf der Seite der Zielpersonen

2.1 Zur Zielgruppenstruktur

Generell richtet sich die Bewußtseinsbildung an die katholische Bevölkerung der Bundesrepublik, aber auch durch ökumenische Zusammenarbeit an die Mitglieder der übrigen christlichen Kirchen und über die Presse und Massenkommunikationsmittel an die Bevölkerung insgesamt. Von gewissen Ausnahmen bei der Spendenwerbung abgesehen, der sogenannten Direktwerbung, sind die Zielgruppen verantwortliche Gruppen im kirchlichen Bereich, z. B. hauptamtliche Kräfte im pastoralen Dienst, Religionslehrer oder Lehrer allgemein, Leiter kirchlicher Bildungseinrichtungen für Erwachsenenbildung und Jugendarbeit etc. Dabei gibt es eine unausgesprochene, aber wirksame Rangreihe der Multiplikatoren; an erster Stelle sind die Priester und hauptamtlichen Kräfte im pastoralen Dienst anzusetzen; es folgen die Multiplikatoren der Jugendarbeit und schließlich die zumindest bei MISSIO vorhandenen Multiplikatoren der eigenen Mitgliederstrukturen, die sogenannten Mitarbeiter. In zunehmendem Maße werden auch Verbindungen zu sonstigen Gruppen von opinion leaders geknüpft. All diese Gruppen wirken in ihrem sozialen Umfeld im Sinne des „Zweistufenflusses der Kommunikation“¹⁷ wiederum als Multiplikatoren.

2.2 Einstellung der Zielpersonen zur Dritten Welt

Es kann in dieser Skizze keine Bestandsaufnahme sämtlicher Einstellungsuntersuchungen bei der katholischen Bevölkerung oder bei bestimmten Multiplikatorengruppen zur Dritten Welt und zum missionarischen Dienst vorgenommen werden. Zu verweisen ist auf jeden Fall auf die Forschungsberichte über die Umfragen zur Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland. Ludwig Wiedenmann faßt die Befunde der Umfrage bei den Katholiken insgesamt in einem Kommentar zur

„Bewußtseinslage der deutschen Katholiken“ zusammen, der hier wörtlich wiedergegeben werden soll:

„Die große Umfrage unter allen Katholiken, die von der Synode durchgeführt wurde, enthielt auch die Frage, worüber auf der gemeinsamen Synode ‚unbedingt gesprochen werden‘ müßte. 29,9 % der befragten Katholiken kreuzten die Antwort an: ‚Über die Verantwortung unserer Kirche für die Kirche in anderen Ländern und für die Weltmission‘. Das heißt, 70,1 % der befragten Katholiken hielten eine Behandlung der Mission durch die Synode nicht für unbedingt notwendig. Unter den 15 vorgegebenen Themen erhielt die Mission den elften Platz¹⁸.

Andererseits kreuzten 80,3 % der befragten Katholiken bei der Frage, welche Aufgabe der Kirche für sie ganz besonders wichtig oder zumindest wichtig sei, die Antwort an: ‚Daß die Kirche die Botschaft Gottes in aller Welt verkündet‘¹⁹.

Gerade aus der Kombination beider Antworten ergab sich entgegen allem Anschein die Notwendigkeit, das Thema Mission auf der Synode zu behandeln, und zwar in einer ganz bestimmten Weise. Denn beide Antworten zusammengenommen waren ein Signal dafür, daß einerseits die Bereitschaft zu missionarischem Engagement vorhanden war, andererseits jedoch ein hoher Prozentsatz der Katholiken sich der veränderten Situation und Aufgabenstellung im Bereich der Weltmission, die dringend einer Aufarbeitung bedurften, offenbar nicht bewußt war. Die Synode konnte also an die Bereitschaft anknüpfen, mußte jedoch die Veränderungen eindeutig ins Bewußtsein bringen.“²⁰

Diese Angaben lassen sich noch durch die Ergebnisse der Repräsentativbefragung, die von G. Schmidtn in Verbindung mit dem Institut für Demoskopie Allensbach durchgeführt wurde, ergänzen. Nimmt man die Kategorien „besonders wichtig“ und „wichtig“ zusammen, halten 75 % der Katholiken insgesamt die Missionstätigkeit für dringlich. Interessant ist, daß gegenüber 70 % der Männer 81 % der Frauen Mission für dringlich halten und daß die Betonung der Wichtigkeit der Mission mit der regelmäßigen Teilnahme am Gottesdienst zunimmt. Von denen, die jeden Sonntag zur Kirche gehen, halten 93 % Mission für „wichtig“ oder „besonders wichtig“²¹.

Ähnliche Unterschiede lassen sich auch bei Altersgruppen und Berufskreisen feststellen. Wenn natürlich auch die signifikante Verschiedenheit dieser Zahlen hier nicht überprüft werden kann, so macht doch diese Kurzanalyse deutlich, daß wir mit Recht unterschiedlichen Einstellungen zur Mission und damit wohl auch zur Dritten Welt der verschiedenen Teilzielgruppen der katholischen Kirche rechnen müssen. Die Auswertung der Umfragetabelle zu „Kirche und Entwicklungshilfe“ zeigt eine ähnliche Struktur, z. B. nimmt die Zufriedenheit mit der gegenwärtigen Entwicklungshilfe mit der Häufigkeit des Kirchenbesuches zu und die Unzufriedenheit mit der kirchlichen Entwicklungshilfe nimmt mit der Häufigkeit des Kirchenbesuches ab. Drittens ist noch hinzuweisen auf die Tabelle A 59; hier wird deutlich daß 59 % der Katholiken angeben, für die Hilfsaktionen MISEREOR und ADVENIAT im Verlauf des vergangenen Jahres vor der Befragung gespendet zu haben, wobei wiederum der Anteil der Frauen mit 63 % höher ist als der Männer mit 54 %. Der Schwerpunkt der Spender liegt in den höheren Altersgruppen und ist bei der Altersgruppe zwischen 16 und 20 Jahren am niedrigsten²².

Neben dieser quantitativen Analyse von Einstellungen zur Dritten Welt, die im Umkreis der Synode durchgeführt wurde, gibt es kaum weitere brauchbare und repräsentative Umfrageergebnisse. Man ist daher bei der Strategie der Bewußtseins-

bildung auf qualitative Erfahrungsauswertung der Referenten angewiesen. Es sollen in diesem Zusammenhang der Wichtigkeit der Zielpersonen entsprechend lediglich Reflektionen zur Interessenlage der hauptamtlichen Kräfte im pastoralen Dienst angestellt werden. Sie umfassen vor allem Priester, Seelsorgshelferinnen, Pastoralassistenten und Diakone. Bei dieser Zielgruppe ergibt sich das Problem, daß das Gefühl einer vielfachen Überlastung besteht und daß die allgemeinen pastoralen Probleme in einer Konsumgesellschaft die Bewußtseinsbildung für die Christen, die in der Dritten Welt leben, nicht erleichtern. Ein wesentlicher Ansatzpunkt bei dieser Zielgruppe besteht darin, daß ihnen durch den Einsatz für die Dritte Welt in der Gemeinde pastorale Erfolgserlebnisse vermittelt werden können. Denn ein hohes missionarisches oder entwicklungsorientiertes Engagement einer Gemeinde ist ein brauchbarer Indikator für die Lebendigkeit und die Dynamik, die in einer Gemeinde vorhanden sind. Allerdings besteht das Problem, daß sich durch die intensive Arbeit der Werke für die Dritte Welt neben dem liturgischen Kirchenjahr gleichsam ein Bewußtseinsbildungsrhythmus für die Dritte Welt eingespielt hat, der die Eigenwertigkeit der liturgischen Feiern überlagern kann, so daß die innere Verbindung von Liturgie und Orientierung auf den missionarischen Dienst und die Entwicklungsarbeit immer wieder neu reflektiert werden muß.

2.3 Zur Motivation der Zielpersonen

Finden sich auf der Seite der genannten Multiplikatoren u. a. Motive wie Verantwortung für die übrigen Teilkirchen und Streben nach pastoralen Erfolgen in der Gemeinde, so ist auf der Ebene der Adressaten an der Basis der motivationspsychologische Ansatzpunkt für die Bewußtseinsbildung nicht leicht abzuschätzen. Es gibt weitgehend nur allgemeine Annahmen bei den Werken. Eine neuerdings durchgeführte Untersuchung des BMZ (über Infas) ist noch nicht öffentlich zugänglich. Sicher kann nicht vorausgesetzt werden, was für die Gruppe der regelmäßigen Kirchenbesucher gilt, daß eine positive Motivation zum Spenden und für die Informationsaufnahme besteht. Während bei dieser Teilzielgruppe angenommen werden kann, daß eine Art Pflichtbewußtsein besteht, für den missionarischen Dienst und die Dritte Welt zu spenden und sich auf diese Weise solidarisch zu zeigen, so dürfte dies bei den übrigen Gruppen den Umfragen entsprechend nicht vorauszusetzen sein.

Aber auch bei denen, die bereit sind, sich für die Dritte Welt einzusetzen oder Informationen aufzunehmen, dürfte die Motivationsstruktur inhomogen sein. Überwiegen wird das persönliche Motiv der Solidarität, auch des Mitleids, weniger das Bewußtsein, daß der eigene Besitz Verantwortung für andere auferlegt und daher zu teilen ist. Die Bereitschaft, sich zu engagieren, nimmt mit der direkten Bekanntheit des Empfängers zu, sie vermittelt offenbar den Eindruck einer Selbstbestätigung, einer persönlichen Beziehung und einer sichtbaren Veränderung im Detail. Dabei ist aber zu fragen, ob bei einem solchen direkten Kontakt wirklich eine partnerschaftliche Einstellung aufkommen kann, wenn in diesem Kontakt die Vergabe von Geld mit inbegriffen ist. Wie schon eingangs angeführt, ist wirtschaftliche Selbständigkeit einer der wesentlichsten Aspekte in der Prestige-Skala innerhalb einer Konsumgesellschaft.

Auch bei der Aufnahme von Information wird oft die Frage aufkommen, welche Bedeutung sie für das eigene Leben hat. Strategie in der Bewußtseinsbildung, die eine positive Bedeutung der Information über die Dritte Welt und den missionarischen Dienst für die eigene Person und ihre Position aufzeigt, ist noch kaum entwickelt, wenn man einmal von dem Angebot didaktischer Hilfen für Religionslehrer und

pastoralen Hilfen für Geistliche absieht. Der Aspekt der Verkündigung für ein missionarisches Zeugnis innerhalb der Bewusstseinsbildung ist ebenfalls noch nicht genügend von der Aufnahmefähigkeit der Zielpersonen her reflektiert. Müßte man doch fragen: Für welche Verkündigungsaspekte in welcher Verkündigungsform ist eine möglichst positive Aufnahme der Botschaft garantiert? Mit Abwehrreaktionen schließlich muß man rechnen, wenn Bewusstseinsbildung im Sinne von Bewußtmachung der Teilhabe an kollektiver Schuld gegenüber den Entwicklungsländern verstanden wird. Hier wird ein tiefenpsychologischer Prozeß eingeleitet, der eher zu einer Verweigerung der Informationsaufnahme und von solidarischen Handlungen führen kann. Wenn also gelegentlich gesagt wird, daß bestimmte Formen der entwicklungspolitischen Bewusstseinsbildung die Informationsbereitschaft und Spendenbereitschaft hemmen oder im Gegensatz zu ihr stehen, dann ist psychologisch gerade darin die Ursache zu sehen, daß der Versuch der Bewußtmachung der Teilhabe an einer kollektiven Schuld, nämlich Wohlstand auf Kosten anderer, zu erheblichen Gegenreaktionen führen kann. Von der Zielpersonenmotivation an der Basis her ist darum eher davon auszugehen, die vorhandene Solidaritätsbereitschaft anzusprechen und in eine Informationsaufnahmebereitschaft zu entfalten und in diesem Kontext auch die Frage der Kritik am eigenen Lebensstil mit einzubringen. Dies kann jedoch niemals von den Institutionen für die Dritte Welt im kirchlichen Bereich allein geleistet werden, weil nämlich solche Einstellungen bereits in der Kindheit und im Jugendalter grundgelegt werden. Eine entsprechende Einflußnahme auf die Gestaltung von Schulbüchern, Jugendprogrammen im Fernsehen und Rundfunk ist darum dringliche Voraussetzung. Eine Bewusstseinsbildung, die z. B. gerade bei der Zielpersonengruppe der Jugendlichen integriert ist in einen Bewusstseinsbildungsprozeß im Sinne der Bewußtmachung von Teilhabe an kollektiver Schuld, führt, auf die Dauer gesehen, die Jugendlichen wegen der eintretenden Abwehrreaktionen der Erwachsenen in eine Frustration, die normalerweise zur Resignation oder aber je nach Motivationsgefüge des betreffenden Jugendlichen und der ihn umgebenden Gruppeneinflüsse in Aggression umschlagen kann. Auch in der Jugendarbeit im Hinblick auf die Dritte Welt wären darum Informationsinteresse und Solidaritätsbewußtsein gegebene Ansätze, die dann weiter entfaltet werden können in das Verantwortungsbewußtsein gegenüber dem Partner, auch im wirtschaftlichen Bereich.

3. Psychologische Aspekte der Träger der Bewusstseinsbildung für die Dritte Welt

Die beiden ersten Kapitel haben deutlich gemacht, daß dem Selbstverständnis und der praktischen Wirksamkeit der Träger der Bewusstseinsbildung für die Dritte Welt im kirchlichen Bereich eine zentrale Rolle zukommt. Dabei ist an sie als kirchliche Institutionen die Frage zu richten, ob sie in ihrer institutionellen Vielfalt im Sinne der Theorie des „umfassenden Heils“ eine Gesamtnachricht mit verschiedenen Einzelbetonungen realisieren oder unterschiedliche Botschaften im Sinne der Kommunikationspsychologie zu vermitteln haben.

3.1 Die Vielfalt der Träger

Für die Bewusstseinsbildung und ihre Effektivität ist die Frage nach den Trägerstrukturen bedeutsam, da z. B. ein einziges Kommunikationszentrum andere Wirkungen herbeiführen würde als die bestehende Vielfalt der Träger der Bewusstseinsbildung

für die Dritte Welt in der katholischen Kirche in der Bundesrepublik. In der Einleitung wurden bereits die wichtigsten Stellen genannt, wie MISSIO-Aachen und MISSIO-München, MISEREOR, ADVENIAT, KAEF, usw. Ihre Arbeit soll in Zukunft u. a. stärker koordiniert werden; dabei wird sicher die der neuen Bischofskommission „Weltkirchliche Aufgaben“ zugeordnete Zentralstelle ihre Funktionen abklären wollen. Paul Becher hat in seinem Aufsatz über den „Katholischen Arbeitskreis Entwicklung und Frieden“²³ zu dieser Frage der Vielfalt der Träger Stellung genommen und damit die Aspekte der zukünftigen Aufgabe des KAEF in die öffentliche Diskussion gestellt. Wichtig scheint die von ihm angeführte Frage zu sein, wie in Zukunft der übergreifende Zusammenhang der verschiedenen Perspektiven der Bewußtseinsbildung im Hinblick auf die Dritte Welt deutlich gemacht werden kann. Aufschlußreich ist aber auch bei dieser Argumentation, daß mehr von der Funktion dieses Gremiums ausgegangen wird und weniger von der zu erzielenden Effektivität bei den Zielgruppen. Man könnte also sagen, daß bei der Argumentation, wie sie in diesem Aufsatz besteht, stärker der organisations-strukturelle Aspekt aufscheint als der kommunikationspsychologische Aspekt.

3.2 Einheit der Botschaft

Der Problembereich der organisatorischen Struktur der Träger der Bewußtseinsbildung ist eng verflochten mit der Nachricht oder Botschaft, die sie an die Zielpersonen vermitteln wollen. Theologisch bietet das Konzept vom „umfassenden Heil“, wie es im Beschluß der gemeinsamen Synode „Missionarischer Dienst an der Welt“ enthalten ist, einen Rahmen, der auch die Perspektiven der kirchlichen Entwicklungsarbeit grundsätzlich mit erfaßt. In der Praxis dürfte jedoch der Trend der einzelnen Institutionen nicht so sehr in Richtung einer Assimilation ihrer Botschaft gehen, sondern in Richtung der Präzisierung ihrer spezifischen Aufgaben. Diese Tendenz leitet sich leicht daraus ab, daß jede der genannten Institutionen, die im Bereich der Dritten-Welt-Bewußtseinsbildung arbeiten, um ein eigenes Profil als Institution bemüht sein muß, auch schon von der Spendenwerbung her. Diese Eigenprofilierung überlagert naturgemäß den Anspruch einer umfassenden Nachrichtenvermittlung, wie sie von theologischer Seite her aus dem Konzept des „umfassenden Heils“ abgeleitet wird. Vielfach wird von den Institutionen als Trägern der Bewußtseinsbildung die Notwendigkeit gesehen, die Institutionen selbst zu profilieren, aus Gründen vielfach kirchenpolitischer Natur. Das kann die Einheit der zu vermittelnden Nachricht beeinträchtigen. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn organisatorische Funktionen der Werke in der Kooperation mit den Partnern in der Dritten Welt zu thematischen Abgrenzungs- und Einschränkungskriterien der Bewußtseinsbildung werden.

Daher bleibt die Frage bestehen, und sie ist durch den Aufsatz über den KAEF von Paul Becher²⁴ präzise aufgeworfen worden, ob die Lösung der Zuordnung der Träger der Bewußtseinsbildung primär auf einem organisatorischen Niveau erfolgt oder stärker von der zu vermittelnden Nachricht und den zu bewertenden Einstellungsänderungen her kommunikations-psychologisch konzipiert wird.

4. Medien der Vermittlung und Reaktionen des Empfangs auf Seiten der Zielpersonen

Die Träger der Bewußtseinsbildung richten sich an die Zielpersonen über verschiedene Kanäle, die sich grob in

1. Publikationen,
2. Bildungsveranstaltungen und
3. Aktionen

aufgliedern lassen. Die Zielpersonen als Empfänger reagieren ihrerseits durch Meinungsänderung, Einstellungsänderung, und tragen auf diese Weise zur weiteren Diffusion der Nachrichten über den missionarischen Dienst und die Situation der Dritten Welt bei. Es soll hier lediglich in einem ersten Schritt versucht werden, nach einer Medienübersicht den Angebots- und Reaktionsprozeß der Zielpersonengruppe „hauptamtliche Kräfte im pastoralen Dienst“ am Beispiel der Werkhefte „MISSIO-pastoral“ zu demonstrieren.

4.1 Medienübersicht

Eine genaue Aufstellung über Zahl der Medien, Auflagenhöhe und Verbreitungsgebiet der von den verschiedenen Trägern angebotenen Publikationen und in der Presse, im Rundfunk und Fernsehen eingebrachten Einzelmeldungen kann hier nicht geschehen, und doch ist ein annähernder quantitativer Vergleich aufgrund der zur Verfügung stehenden Materiallisten der Werke MISSIO-Aachen, MISSIO-München, MISEREOR und ADVENIAT möglich. Der Vergleich der Materiallisten 1976, die in diesem Jahr erstmalig von allen Werken herausgegeben worden sind, ergibt folgende Zahlen²⁵:

	ADVENIAT MISEREOR		MISSIO Aachen	MISSIO München	MISSIO Aachen/ München gemeins. Medien
Regelm. erscheinende Publikationen	—	1	4	5	3
Informations- und Bildungstexte	29	36	22	13	6
Audio-visuelle Medien: Filme	21	9	8	7	3
Tonbildserien	12	4	4	2	3
Dia-Serien	—	2	7	14	1
Kassetten	—	—	5	—	—
Schallplatten	1	4	3	/	/
Plakatserien/Poster	2	11	1	5	4
Gesamtzahl	65	67	54	46	20

Der thematische Vergleich der angegebenen Publikationen zeigt, daß bei allen Werken pastorale, entwicklungsorientierte und z. T. auch entwicklungspolitische Aspekte in die Medienvermittlung mit aufgenommen worden sind, wenn auch die einzelnen Werke entsprechend ihrer spezifischen Zielsetzung unterschiedliche Akzente setzen. Schätzt man die Jahresgesamtauflage der Publikationen aller Werke, die im Jahr an die Zielpersonen weitergegeben werden, so dürfte eine Gesamtauflagenhöhe aller Medien 10 Millionen Exemplare pro Jahr übersteigen, vielfach richten sie sich jedoch an die gleiche Gruppe der aktiven Katholiken. Bedenkt man jedoch zusätzlich, wieviele Artikel in der säkularen Presse, in der Kirchenpresse, im Rundfunk und im Fernsehen an die Zielpersonen adressiert sind, dann wird deutlich — wenn auch hierzu keine Gesamtstatistik zur Verfügung steht —, daß von den kirchlichen Initiativen doch die breitere Öffentlichkeit erreicht wird. Bedenkt man weiter, daß nach der Theorie der Kommunikationswirkung die Mediendiffusion durch die Zielpersonen selber in eine interpersonale Kommunikation weitergeführt wird, dann wird die Effektivität dieser Bewußtseinsbildung der Kirche im Hinblick auf die Dritte Welt deutlich. Von den drei aufgeführten Kanälen, Publikationen, Bildungsveranstaltungen und Aktionen, ist der Kanal „Publikationen“ z. Z. bei den Werken am besten ausgebaut. Mit weitem Abstand folgt dann erst der Bereich der direkten Bildungsarbeit im Hinblick auf die Dritte Welt durch Fortbildungsveranstaltungen. Hierzu sind allerdings Zahlen über Teilnehmer und Themenlisten der Veranstaltungen der einzelnen Werke, nach Zielpersonengruppen aufgegliedert, noch nicht greifbar und auswertbar.

Die Aktionen schließlich sind stärker spendenbezogen und konzentrieren sich im wesentlichen auf die Kollektentermine der Werke. MISSIO führt darüber hinaus auch Aktionen zur geistlichen Verbundenheit durch, z. B. Gebetstage für bestimmte Zielpersonengruppen.

4.2 Kommunikationsmodell: „MISSIO-pastoral“²⁰

4.2.1 Redaktionelles Konzept

Im Zeitraum Oktober 1975 bis Dezember 1976 sind sechs Ausgaben der Vierteljahreszeitschrift „MISSIO-pastoral“ erschienen. Die Zeitschrift setzt, wenn auch mit einem neuen redaktionellen Konzept und einem ebenso neuen Layout und Format, die 1917 gegründete Zeitschrift „Priester und Mission“ fort. Sie ist also weiterhin Organ der „Unio missionaria“, richtet sich aber seit der Neukonzeption im Herbst 1975 an alle hauptamtlichen Kräfte im pastoralen Dienst.

Das neue redaktionelle Konzept besteht darin, daß der zu vermittelnde Inhalt der missionarischen Bewußtseinsbildung über verschiedene Teilkanäle der Zeitschrift weitergegeben wird. Wie bisher bilden Buchrezensionen und theologische Skizzen zur Missionstheologie einen festen Bestandteil der Zeitschrift und dürften vor allem den Erwartungen der mehr wissenschaftlich interessierten Bezieher entsprechen. Neu hinzugekommen sind fünf weitere Rubriken, die jeweils verschiedene Erwartungshaltungen der Gesamtzielgruppe beantworten wollen, um auf diesem Wege die Effektivität der Bewußtseinsbildung über dieses Presseorgan zu garantieren: Die „Einführung“ des Herausgebers mit einer persönlichen Unterschrift soll die Leserbindung und -identifikation mit der Zeitschrift und dem dahinter stehenden Werk ebenso fördern wie der Abschnitt „MISSIO-intern, Nachrichten aus der Zentrale“. Dabei zeigt es sich, daß bei den „Nachrichten aus der Zentrale“ es nicht nur um eine attraktive Selbstdarstellung gehen kann, sondern um die Reflexion der Präsenz der missionarischen Initia-

tiven in Verbindung mit MISSIO in den Gemeinden selbst, so daß MISSIO tatsächlich „interner“ Aspekt des Gemeindelebens selber wird.

Das Kapitel „Junge Kirche im Blickpunkt“ sucht auf dem Wege einer kommentierenden Dokumentation pastorale, gelungene oder auch innovative Modelle aus den Jungen Kirchen anschaulich und prägnant zu vermitteln. Um dem Leser die jeweilige Einordnung der Dokumentation zu erleichtern, werden die wichtigsten Hintergrundinformationen zu der jeweiligen Ortskirche, aus der das Modell gewählt ist, mitgeliefert.

Entscheidende Berücksichtigung der primären Erwartungen der Bezieher geschieht in dem Abschnitt „Anregungen und Modelle für die missionarische Gemeinde“, der auch umfangmäßig mehr als ein Drittel der 60 Seiten des Heftes einnimmt. Hierin werden Arbeitshilfen beschrieben bzw. entwickelt oder vermittelt, die direkt im alltäglichen pastoralen Vollzug einer Gemeinde der Bundesrepublik zur Anwendung kommen können, also die pastorale Tätigkeit im liturgischen Bereich, im Verkündigungsbereich, in der Gemeindearbeit durch die Perspektive einer expansiven Pastoral — vorerst nur im Sinne der Kooperation mit den Jungen Kirchen — bereichern.

Ein „Leserforum“ zu Schwerpunktthemen ist konkrete Möglichkeit zur Realisierung der Bindung der Leser an die Zeitschrift. Schließlich wird, da auch heute noch weitgehend Priester im Religionsunterricht tätig sind, andererseits aber auch zahlreiche Religionslehrer die Zeitschrift beziehen, ein „Pädagogischer Kommentar“ angeboten, mit praxisbezogenen, didaktischen Hilfen für den Religionsunterricht, die aber weniger der strengen didaktischen Methodik verpflichtet sind, sondern auch hier den Akzent auf die Umsetzbarkeit in das schulische Handeln legen.

4.2.2 Das grafische Layout und die Farbgestaltung

Das quadratische Format hebt die Zeitschrift aus dem Umfeld der pastoralen Publikationen heraus. Bei Layout und Farbwahl wurde davon ausgegangen, einen sympathischen, frischen Effekt zu erzielen und auch in der strukturellen Aufgliederung der Absätze und Schrifttypen die Lesbarkeit und den positiven Anspruchswert zu erhöhen. Bezeichnend ist darum, daß die Zeitschrift auch bei Beziehen, die sie nicht lesen, bekannt ist, ihrer Farbe und ihrem Namen nach. Farbe und Namens-Signet liegen weit außerhalb des üblichen Spektrums der grafischen Gestaltung pastoraler Zeitschriften.

Im Kapitel „Anregungen und Modelle...“ werden Grafiken, Symbole und Fotografien angeboten, um das Verständnis der angebotenen Arbeitshilfen optisch zu ermöglichen und die Entscheidung zu erleichtern. Deshalb wird jedes bestellbare Medium mit einer hervorgehobenen Schrift eigens gekennzeichnet.

4.2.3 Kommunikation zwischen Empfänger und Redaktion

Während interessanterweise die Reaktion der Leser im Rahmen des Leserforums durch Briefe etc. sich in Grenzen hält und anteilmäßig die Zielgruppe der Pfarrer, Kapläne und im normalen pastoralen Dienst stehenden Kräfte sehr niedrig ist, zeigt sich, daß diese Teilzielgruppe sich über den in jedem Heft beigelegten Materialcoupon in zunehmender Häufigkeit an die Redaktion wendet, um die angebotenen praktischen Hilfen für die Gemeindearbeit zu beziehen. Die Zahl der eingesandten Coupons hat folgende Entwicklung genommen: Heft 1/76 258 Coupons, Heft 2/76 364 Coupons und Heft 3/76 188 Coupons²⁷. Bevorzugt bestellt werden audio-visuelle Medien und

Arbeitshilfen für den liturgischen Raum. Die Kommunikation geschieht also mit der Teilzielgruppe der Kräfte im pastoralen Dienst de facto über den Bestellcoupon. Der Bestellcoupon-Rücklauf ist ein Indikator für die Brauchbarkeit der angebotenen Mittel.

Diejenigen, die auf diesem Wege — oder in geringerem Umfang über das Leserforum — mit der Zeitschrift direkt Kontakt aufnehmen, identifizieren sich durch die Bestellung weitgehend mit den angebotenen Hilfen und werden so nicht nur gegenüber den Zielgruppen an der Basis der Gemeinde, sondern auch gegenüber ihren Kollegen in der gleichen Zielgruppe zu „opinion leaders“.

4.2.4 Funktionale Bewußtseinsbildung

Diese zuletzt aufgeführte Erfahrung von „MISSIO-pastoral“ macht deutlich, daß der günstigste Kanal einer Beeinflussung und Bewußtseinsbildung auch im pastoralen Bereich nicht die kritische Reflexion über missionarische Entwicklungen allein sein kann, sondern die funktionale Beeinflussung durch ein Angebot von Arbeitshilfen, in denen die wichtigsten inhaltlichen Komponenten der Bewußtseinsbildung im Hinblick auf die Dritte Welt und den missionarischen Dienst enthalten sind. Dabei ist aber davon auszugehen, daß die Bezieher als geschulte Multiplikatoren des pastoralen Dienstes die angebotenen in den Medien verpackten Ansätze nicht vorbehaltlos übernehmen, sondern nur die, mit denen sie sich identifizieren können. Das bisher entwickelte Angebot von Arbeitshilfen, die sich ohne Schwierigkeiten in das bestehende pastorale Gemeindekonzept einordnen lassen, dürfte daher den Erwartungen der Mehrheit der Zielpersonen entsprechen. Dabei ist aber hervorzuheben, daß die angebotenen Hilfen nicht nur rein bestätigende Wirkung haben, sondern sich inhaltlich in die Gesamtzielsetzung einer missionarischen Bewußtseinsbildung auf der Grundlage des Vermittlungsprozesses vom umfassenden Heil einordnen.

5. Folgerungen

5.1 Verschiedene Träger betreiben in der Katholischen Kirche in der Bundesrepublik Bewußtseinsbildung im Hinblick auf die Dritte Welt. Zwar haben die Synodendokumente „Missionarischer Dienst an der Welt“ und „Der Beitrag der katholischen Kirche für Entwicklung und Frieden“ theologisch ähnliche Grundlagen für diese Bildungsarbeit geliefert, doch überlagern sich in der konkreten Bewußtseinsbildungsstrategie der Werke die Notwendigkeit zur Profilierung als selbständige Träger und die Vermittlung der ihnen letztlich gemeinsamen Botschaft. Der inhaltlichen und zielorientierten Koordinierung ihrer Bewußtseinsbildungsstrategien kommt für die Zukunft besondere Bedeutung zu, sollen nicht mehrere konkurrierende Initiativen sich weiter profilieren. Die künftige Aufgabe bestünde daher wohl weniger in der Produktion von Medien, die mehr das Eigenprofil der Werke betonen, sondern in einer verstärkten Effizienzorientierung und Koordinierung der Aktivitäten auf die in den Synodendokumenten gesetzten Ziele.

5.2 Gegenüber der Vermittlung durch Medien und Aktionen steht die Vermittlung durch personelle Bildungsangebote weit zurück. Die bestehenden Ansätze der Durchdringung der Bildungsinstitutionen und Akademien, Fortbildungsstrukturen mit der kirchlichen Bewußtseinsbildung für die Dritte Welt wären zu verstärken.

5.3 In der Bewußtseinsbildungsarbeit überlagern sich weiter vom Konzept her in noch weitgehend unreflektierter Weise die Methoden einer funktionalen, kommunikations-psychologisch konzipierten Beeinflussung, mit dem Modell einer mehr kritisch-intellektuellen Auseinandersetzung sowie den Ansätzen einer Bewußtmachung, wie sie von der lateinamerikanischen Methode der „conscientización“ in unseren — andersartigen — Kontext übernommen worden sind. Ein Überdenken dieser Methoden und ihre richtige Zuordnung erscheint erforderlich.

5.4 Die gesamte Koordination der Bewußtseinsbildung für die Dritte Welt könnte praktisch so erfolgen, daß in der Bildungsarbeit neben der schon vorhandenen Zielpersonenorientierung in Zukunft auch die fachspezifischen Grundlagen stärker reflektiert und berücksichtigt werden, daß also die theologischen, psychologischen und kommunikationstheoretischen Grundlagen stärker maßgeblich zur Effizienzsteuerung und Kontrolle herangezogen werden. Dies dürfte durch die insgesamt zur Verfügung stehenden Gesamtmittel und Personengruppen gerechtfertigt sein.

Anmerkungen:

1. Gerhard Maletzke: Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. Hamburg 1963.
2. Gerhard Maletzke: Ziele und Wirkungen der Massenkommunikation. Studien zur Massenkommunikation, Band 7. Hamburg 1976.
3. Wolfgang Metzger: Psychologie in der Erziehung. Bochum 1971.
4. Verkündigung. In der Reihe: Pastorale Handreichung für den pastoralen Dienst. Autoren: Elmar Bartsch, Franz Kamphaus, Willi Massa, Felix Schlösser, Rolf Zerfaß. Mainz 1970.
5. Hans-Joachim Hoffmann: Psychologie und Massenkommunikation. Planung, Durchführung und Analyse öffentlicher Beeinflussung. De Gruyter Lehrbuch. Berlin-New York 1976.
6. Wolfgang Hug: Mission und Entwicklung als Kooperations- und Konfliktfeld. Pastoral und kirchliche Bildungsarbeit in der Bundesrepublik. Referat gehalten auf der Studienkonferenz Evangelisation und Entwicklung: alternativ, komplementär oder identisch? am 3. Juli 1975 in der Bensberger Thomas-Morus-Akademie. Manuskript hektografiert, nicht ediert, der Thomas-Morus-Akademie Bensberg, 18 Seiten.
7. Paulo Freire: Pädagogik der Unterdrückten. Stuttgart, Berlin 1972, 2. Auflage.
8. Paulo Freire, a.a.O., vgl. S. 29, Anmerkung 1.
9. Paulo Freire, a.a.O., vgl. S. 91.
10. Paulo Freire, a.a.O., vgl. S. 86. Der gleiche Denkansatz findet sich in der „kritischen Psychologie“. Klaus Holzkamp weist darauf hin, daß eine kritische Psychologie Abhängigkeit bewußtmachen und auflösen müsse, um den Weg für Verbesserung der objektiven Lage des Menschen freizumachen (vgl. Klaus Holzkamp: Kritische Psychologie. Vorbereitende Arbeiten. Fischer-Taschenbuch Nr. 6505. Frankfurt 1972, hier S. 33/34).
11. Missionarischer Dienst an der Welt. Beschluß der Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland. In: Heft Synodenbeschlüsse Nr. 14.
12. Vgl. Missionarischer Dienst an der Welt, a.a.O., 5. „Missionarische Bewußtseinsbildung“.
13. Vgl. Missionarischer Dienst an der Welt, a.a.O., 5.5 „Integration“.
14. Der Beitrag der katholischen Kirche in der Bundesrepublik Deutschland für Entwicklung und Frieden. Beschluß der Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland. In: Heft Synodenbeschlüsse Nr. 13.
15. Der Beitrag der katholischen Kirche in der Bundesrepublik Deutschland für Entwicklung und Frieden, a.a.O., vgl. 1.2.2.1 „Gewissens- und Bewußtseinsbildung“ und 1.3.1 „Empfehlungen zur Bewußtseinsbildung“.

16. A.a.O., vgl. 1.3.1 „Empfehlungen zur Bewußtseinsbildung“.
17. Vgl. Klaus Merten: Kommunikation und „two-step-flow of communication“. Eine Interpretation der Zweistufenflußhypothese aus systemtheoretischer Perspektive. In: „Rundfunk und Fernsehen“, Vol. 24, Nr. 3, 1976, S. 210—220.
18. Vgl. Synode 1971/1, S. 48.
19. Vgl. Synode 1971/1, S. 35.
20. Ludwig Wiedenmann: Einleitung zum Missionsdokument „Missionarischer Dienst an der Welt“. In: Gemeinsame Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland. Offizielle Gesamtausgabe. Band 1, Beschlüsse der Vollversammlung, Freiburg, Herder-Verlag, 1976.
21. Gerhard Schmidtchen: Zwischen Kirche und Gesellschaft. Forschungsbericht über die Umfragen zur Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland. Herder 1972. Hier: vgl. Tabelle A 21, Mission, S. 178.
22. Vgl. G. Schmidtchen: a.a.O., vgl. hier Tabelle A 20, S. 177 und Tabelle A 59, S. 222; vgl. auch, Karl Forster, Probleme und Chancen einer missionarischen Pastoral heute. Hinweise aus den Ergebnissen der Synodenumfragen und der Befragung der Welt- und Ordenspriester. In: „Ordenskorrespondenz“ 1/75, S. 5—19.
23. Paul Becher: Der „Katholische Arbeitskreis Entwicklung und Frieden“. In: „Civitas, Jahrbuch für Sozialwissenschaften“, 14. Band, 1976, S. 231—250.
24. Vgl. Paul Becher, a.a.O.
25. Quellen: Materiallisten 1976 der Werke MISSIO-Aachen, MISSIO-München, MISEREOR, ADVENIAT.
26. „MISSIO-pastoral. Werkhefte für die missionarische Kirche.“ Herausgeber und Verlag: MISSIO, Internationales Katholisches Missionswerk e. V., Prälat Wilhelm Wissing, Präsident. Redaktion: Dr. G. Schückler, Dr. H. Czarkowski. (Hinweis: Seit dem Heft 3/76 erscheint eine internationale Ausgabe von „MISSIO-pastoral“, die in einer wesentlich geringeren Auflage an belgische, luxemburgische und auch bayerische Diözesen weitergegeben wird.)
27. Der Rückgang ist aus dem gleichzeitigen Versand der Bestellzettel zum Sonntag der Weltmission zu erklären, die in wesentlich höherer Zahl von den Gemeinden zurückgeschickt wurden; auf ihnen konnten die gleichen Materialien wie in „MISSIO-pastoral“ bestellt werden, daher unterstreicht dieser Rücklauf eher auch die Bevorzugung von „MISSIO-pastoral“ als Vermittler von Arbeitshilfen.

SUMMARY

Despite the claim for an extended and imaginative „conscientization“ work for the Third World there has never been an analysis on the psychological principles underlying the publicity work of the catholic funding agencies. Referring to the models of communication psychology by Maletzke, Metzger and Hoffmann the author studies the psychological aspects of the transmission in Church Conscientization as well as the target audience, the communicators and the media. Concluding from his studies he finds it necessary to overcome coordination difficulties of the Church Agencies as well as to extend the publicity approach towards more real educational measures. He underlines the need for further studies and a more scientific basis for the conscientization activities.

R É S U M É

Bien que l'Eglise mène dans le Tiers Monde une campagne de formation de conscience, à une grande échelle et à titre innovateur, l'analyse nécessaire des données psychologiques de ces processus de formation de conscience est loin de se faire. Les aspects psychologiques du

processus de médiation de la formation de la conscience religieuse dans le Tiers monde, des personnes concernées et les aspects des représentants de la formation de conscience, de même que les moyens de médiation sont débattus en recours aux modèles structuraux de Maletzke, Metzger et Hoffmann qui ont trait à la psychologie de la communication. La victoire remportée sur les problèmes de coordination des ouvrages religieux, l'élargissement de l'accentuation partielle des initiatives journalistiques par plus de mesures de formation, la nécessité d'une plus grande réflexion et la fondation plus fortement scientifique des initiatives formatrices de conscience sont des conséquences essentielles qui découlent de réflexions en vue d'un travail ultérieur.

RESUMEN

Aunque la mentalización eclesial para el Tercer Mundo se lleva a cabo de forma amplia y con pretensiones innovadoras, todavía no se hizo el análisis necesario de las bases psicológicas de ese proceso de formación. Tomando como punto de partida los modelos estructurales psico-comunicativos de Maletzke, Metzger y Hoffmann se estudian los aspectos psicológicos del proceso de transmisión de la mentalización eclesial para el Tercer Mundo, las personas receptoras, el formador de conciencia, así como los medios de transmisión. La superación de los problemas de coordinación de las obras eclesiales, la multiplicación de los aspectos unilaterales de las iniciativas publicísticas mediante nuevas normas educativas, la necesidad de reflexión continuada y de mayor síntesis científica de las iniciativas mentalizadoras son consecuencias esenciales, resultantes de las consideraciones sobre el trabajo futuro.