

Notabene

Institut zur Förderung Publizistischen Nachwuchses am neuen Standort in München

Neues beim Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp). Genau 40 Jahre nach seiner Gründung hat das Institut am 1. April dieses Jahres seine neue Bleibe im ehemaligen Kapuzinerkloster St. Anton in München bezogen. Dort befindet sich die Geschäftsstelle, dort werden künftig alle Seminare stattfinden, und dort können die Seminarteilnehmer auch übernachten.

Das unter Denkmalschutz stehende Kloster St. Anton ist restauriert und umgebaut worden. Das über 160 Jahre alte Gebäude verwandelte sich in eine moderne Journalistenschule. Seminarräume, Aufenthaltsbereiche und Einzelzimmer für die Teilnehmer gruppieren sich rund um den früheren Kreuzgang. Ein Seitenflügel der 300 Jahre alten „Schmerzhaften Kapelle“ beheimatet nun ein TV-Studio für die Fernsehausbildung des ifp.

Zwei Lehrsäle mit je 16 vernetzten Computerarbeitsplätzen und das professionell eingerichtete Fernseh- und Hörfunkstudio mit digitalen Schnittplätzen ermöglichen praxisnahes Arbeiten. Die Teilnehmer der Aus- und Fortbildungskurse werden in 24 Einzelzimmern untergebracht.

Generationen von Institutlern – Absolventen des ifp und der Tochtereinrichtung Katholische Medien-Akademie (kma) – hatten über vier Jahrzehnte hinweg ihre Seminare in den unterschiedlichsten Städten besucht. 20 Jahre lang fanden die Fernsehkurse im Studio Ludwigshafen in der Pfalz statt, ebenfalls in den zurückliegenden Jahren ein Großteil der Hörfunk-, Online- und Volontärsseminare. Mit dem Journalistenzentrum Augsburg hatte das ifp zudem in den vergangenen sechs Jahren einen festen Standort für die Printseminare. Der „Wanderzirkus“ zwischen Brixen, Salzburg und Hamburg, zwischen München, Augsburg und Ludwigshafen endete im März.

Das Jahrestreffen 2008 des ifp findet vom 13. bis 15. September in München statt. Am Montag, 15. September, werden bei einem Festakt die neuen Räume in St. Anton eingeweiht. oe

*Institut zur Förderung
publizistischen Nachwuchses
Kapuzinerstr. 38
80469 München
Telefon 089 / 549103-0
E-Mail: info@ifp-kma.de
Internet: www.ifp-kma.de*

Kirchenzeitung Aachen: Aus eins mach neun

Neue Bewegung in der deutschen Bistumspresse: Die „Kirchenzeitung für das Bistum Aachen“ erscheint seit März 2008 in neun Ausgaben mit eigenen Titelbildern und den entsprechenden Regionalteilen als Aufmacher. Bei der Präsentation der ersten Ausgabe neuer Art begrüßte es der Aachener Bischof, dass nach der Neustrukturierung des Bistums auch die Kirchenzeitung neugestaltet werde, „um den Gemeinden näher zu sein“.

Bei Umfragen habe sich herausgestellt, so ergänzte der Geschäftsführer des Einhard-Verlages, Leo Blees, dass den Lesern die Berichterstattung aus der eigenen Gemeinde besonders wichtig sei. In Zusammenarbeit mit der Medien-Dienstleistungsgesellschaft wurde die Heftstruktur deshalb so verändert, dass das Gesicht der Bistums-

zeitung fortan von lesernahen regionalen Ereignissen geprägt wird. Dafür, so erläuterte Chefredakteur Berthold Fischer, seien in acht Regionen des Bistums Regionalbüros der Kirchenzeitung eingerichtet worden. Hinzu kommt ein weiteres im benachbarten deutschsprachigen Belgien für die katholischen Gemeinden Eupens.

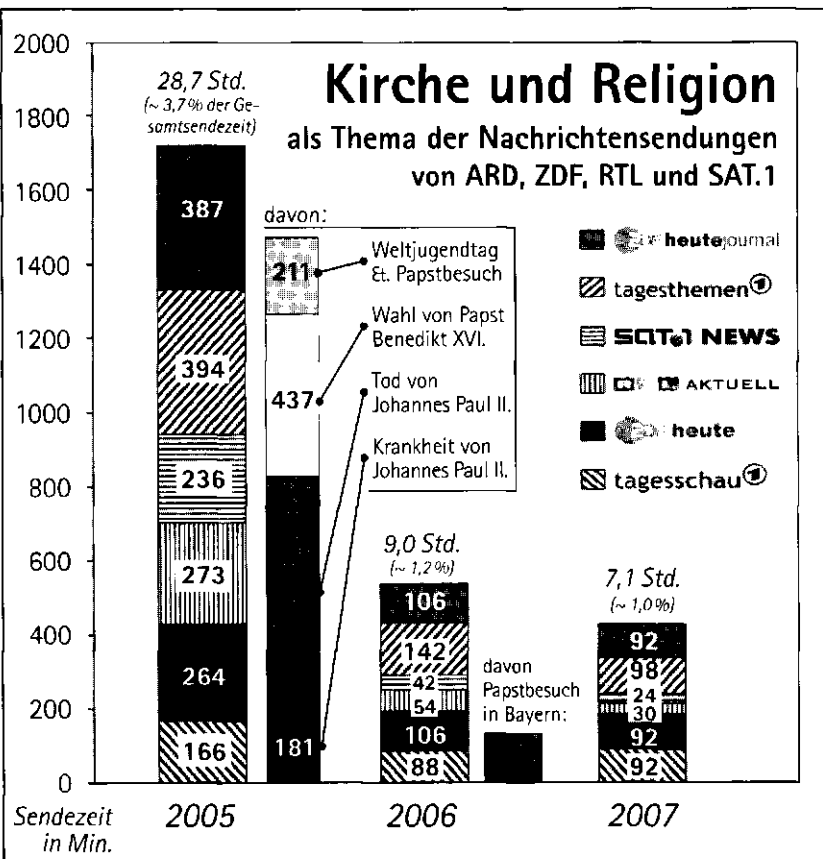
Alle neun Ausgaben haben die Bistumsseiten und die überregionalen Seiten, die von der Verlagsgruppe Bistumspresse übernommen werden, gemeinsam. Der vor einiger Zeit bereits eingeführte ausführliche Teil der Pfarrnachrichten ist um Meldungen und Tipps aus den Gemeinden ergänzt worden. Möglich wird die Vielzahl der Wechelseiten mit unterschiedlichen Auflagen unter anderem durch die moderne Drucktechnik. oe

Vatikan ernennt „Osservatore“-Chefredakteurin

Nach einjähriger Vakanz ist der Posten der Chefredaktion der deutschsprachigen Wochenausgabe des „Osservatore Romano“ wieder besetzt. Der neue Direktor des „Osservatore“, Giovanni Maria Vian, betraute die Österreicherin Astrid Haas mit der Chefredaktion (und erhöhte damit die Zahl von Frauen in führenden Positionen des Vatikans, wie es generell von Papst

Benedikt angeregt worden war). Astrid Haas ist seit 1980 beim deutschen „Osservatore“ tätig, zuletzt als Stellvertreterin von Chefredakteur Ernst Schlögel.

Nach dessen Ausscheiden Anfang 2007 hatte Astrid Haas wie bereits in Vakanzzeiten der Jahre 2000 und 2002 kommissarisch die redaktionellen und administrativen Amtsgeschäfte wahrgenommen. oe



Quelle: IFEM, Köln (InfoMonitor) / Grafik: Christian Klenk
 Untersuchte Sendungen: Tagesschau 20 Uhr, heute 19 Uhr,
 RTL aktuell 18.45 Uhr, SAT.1 News, Tagesthemen, heute-journal

Ein Prozent Kirchenthemen in den TV-Nachrichten

In den Hauptnachrichtensendungen des deutschen Fernsehens machten Beiträge zum Thema Kirche und Religion im Jahr 2007 einen Anteil von einem Prozent aus. Dies ist ein Rückgang im Vergleich zu den beiden Vorjahren. Ausgewertet wurden in der Studie des Instituts für empirische Medienforschung die 20-Uhr-„Tagesschau“ und die

„Tagesthemen“ der ARD, „heute“ (19 Uhr) und „heute-journal“ des ZDF sowie die beiden wichtigsten privaten Nachrichtensendungen.

Der Info-Monitor, dessen jüngste Ergebnisse in den „Media Perspektiven“ (2/2008) veröffentlicht wurden, ist für das Jahr 2005 zum ersten Mal durchgeführt worden. Im „Papstjahr“

hatten vor allem Papsttod und -wahl sowie Weltjugendtag einen rund 3,7-prozentigen Anteil an Kirchenthemen in den TV-Nachrichten zur Folge. Im Jahr 2006 waren es noch 1,2 Prozent, wobei rund ein Viertel auf den Papstbesuch in Bayern entfiel.

2007 widmeten sich von den insgesamt rund 738 Sendestunden der untersuchten Nachrichten etwas mehr als 7 Stunden Themen aus Religion und Kir-

che. Den meisten Platz räumten ihnen nach wie vor die öffentlich-rechtlichen Anstalten ein. An der Spitze lag die „Tagesschau“ mit einem Anteil von 1,6 Prozent, gefolgt von „heute“ mit 1,3.

Nur ein kirchliches Thema schaffte es dabei in einem Monat unter die zehn Top-Themen: Weihnachten erreichte im Dezember Rang 2. Hier lagen in Umkehrung des allgemeinen Trends die Privatsender vorn. *kl*

60 Jahre Gesellschaft Katholischer Publizisten

Als konfessionell geprägte Stimme von Medienschaffenden und Forum eines konstruktiv-kritischen Dialogs versteht sich die Gesellschaft Katholischer Publizisten Deutschlands (GKP). Vom 6. bis 8 März 2008 hat das Journalisten-Netzwerk sein 60-jähriges Bestehen mit einer Tagung in Bensberg begangen. Der Kölner Kardinal Joachim Meisner feierte mit den rund 100 Teilnehmern den Festgottesdienst. In Diskussionen und Vorträgen wurde dem Selbstverständnis katholischer Publizisten nachgegangen (vgl. *ComSoc* 4/2007) und auf die Entwicklung, die der normative Journalismus genommen hat, geblickt.

GKP-Vorsitzende Michaela Pilters, Leiterin der katholischen Redaktion Kirche und Leben beim ZDF, betonte, der Verband gehöre mit 60 Jahren längst „zum Bestand der journalistischen und

der katholischen Szene“. Nicht zuletzt die Größe unterstreiche seine Bedeutung. Zu dem Treffen in Bensberg hatte die GKP mit 518 Mitgliedern ihren Höchststand erreicht. 2007 waren 31 Journalisten neu eingetreten.

Ziel sei es, dass die GKP in der Medienlandschaft und innerhalb der katholischen Kirche ständig eine Rolle spielt und zu aktuellen Themen Stellung bezieht, sagte Pilters. Dem Medienbischof Gebhard Fürst habe man in einem Gespräch „unser Knowhow und unsere Mitarbeit“ angeboten. Aus Sorge um den qualitativen und unabhängigen Journalismus sah sich die GKP wiederholt veranlasst, Verleger vor einem „Kaputtsparen“ zu warnen. Auch die eigene Kirche nimmt der Verband von der Kritik nicht aus – etwa im Falle von Sparmaßnahmen bei den Bistumsblättern. *kl*

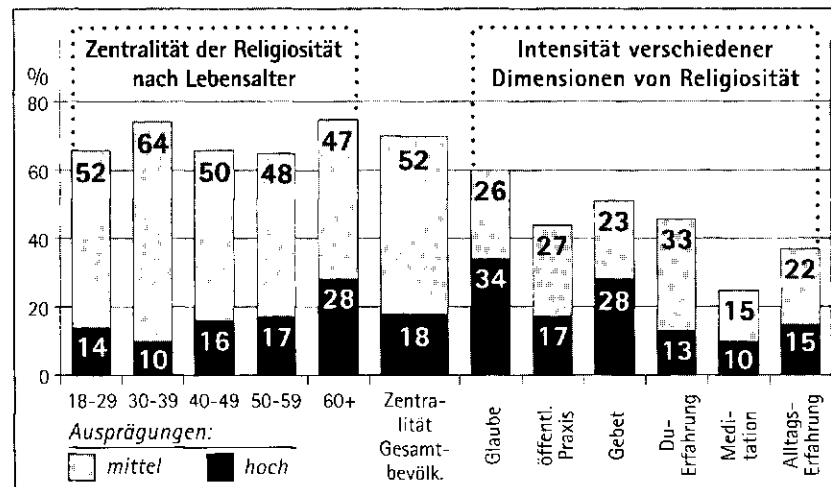
Religionsmonitor: Folgen für kirchliche Medienarbeit

„Das Comeback des Jahres: Gott“ und „Die Deutschen glauben doch“ titelten Zeitungen nach der Veröffentlichung des Religionsmonitors. Die Bertelsmann-Stiftung hat in der Studie 21 000 Erwachsene aus 21 Ländern zu ihrer Einstellung bezüglich Religion und Glaube befragt. Für Deutschland lautet ein Ergebnis: 52 Prozent der Bevölkerung kann als „durchschnittlich“ religiös eingestuft werden, 18 Prozent als hochreligiös.

Der Religionsmonitor spricht bei diesem Summenindex von „Zentralität der Religiosität“. Dahinter verbergen sich sechs Kerndimensionen: Intellekt (Interesse an religiösen Themen), Ideologie (Glaube), öffentliche und private religiöse Praxis, Erfahrung sowie Konsequenzen im

Alltag – dies alles übersetzt in mehr als 100 Fragen. Ergebnisse liegen sowohl vor für einzelne Dimensionen als auch getrennt nach soziodemografischen Ausprägungen wie Alter, Herkunft (Ost-/West-Deutschland) oder Konfessionszugehörigkeit (vgl. auch www.religionsmonitor.com sowie die Buchveröffentlichung der Bertelsmann-Stiftung: Religionsmonitor 2008).

Anfang April trafen sich auf Einladung der Bertelsmann-Stiftung rund 100 Experten aus dem Bereich der katholischen Medien in Berlin, um die Ergebnisse der Studie zu diskutieren und nach Erträgen für die künftige Strategie kirchlicher Medienarbeit zu suchen. Gerade junge Menschen könnten mehr mit Religion anfangen als vielfach vermutet,



Ausgewählte Ergebnisse des Religionsmonitors für die deutsche Gesamtbevölkerung. Quelle: Bertelsmann-Stiftung / Grafik: Christian Klenk

deutete Medienbischof Gebhard Fürst die Zahlen. „Wir leben in einer säkularisierten Welt. Und dennoch suchen die Menschen nach Sinn – gerade hier haben Medien eine wichtige Funktion.“ Aus „vagabundierender Religiosität“ müsse eine christliche Religion werden. Die im Religionsmonitor belegte Offenheit sei eine Chance für die christliche Verkündigung.

In Konzepten kirchlicher Medienarbeit richtet sich das Augenmerk derzeit insbesondere auf die junge Generation, die von bestehenden Kirchenmedien kaum erreicht wird. Der Religionsmonitor sagt über die unter 30-Jährigen, dass sie sich in Punkto Religiosität von der Elterngeneration weniger stark unterscheiden als oft vermutet. Nur jeder dritte junge Erwachsene zählt zu den Nichtreligiösen, der Anteil der Hochreligiösen ist mit 14 Prozent ähnlich hoch wie bei den 30- bis 50-Jährigen. Geringer ausgeprägt ist bei der „Jugend“ das Interesse an religiösen Fragen, die Zustimmung zu Glaubensgrundsätzen und die rituelle Praxis. Deutlicher sind die Unterschiede im Vergleich zu den Großeltern: Bei der Generation „60+“ ist der Anteil der Hochreligiösen doppelt so hoch.

Welche Konsequenzen hat dies für die Medienarbeit der Kirche, fragten sich in Berlin die Experten in zwei Dutzend Arbeitsgruppen – aufgeteilt nach

Medientypen und Zielgruppen. Bahnbrechende Erkenntnisse lieferte die Tagung nicht – zumal man sich erst mit unzähligen Schaubildern vertraut machen musste.

Die Kirche solle ihre Medieninstrumente und -akteure vernetzen und nationale Strategien verfolgen, statt weiter auf Bistumsebene zu agieren, lautete mehrfach das Fazit. Wichtig bleibe ein Medienmix, wenngleich das Internet an Bedeutung gewinnen werde. Mehrfach wurden Bedenken gegen hochsubventionierte Fernsehkanäle mit vergleichsweise geringen Zuschauerzahlen geäußert.

Als sinnvoll erachtet wird, für Kircheninterne und Kirchenexterne unterschiedliche Strategien zu verfolgen. Inhalte, Sprache, Begriffe und Bilder müssten auf die Zielgruppe abgestimmt werden, da zum Beispiel eine dezidiert kirchliche Sprache für Externe schwer verständlich sei und ein Hemmnis in der Kontaktaufnahme darstelle. Generell müsse man zwischen Religiosität und der geringer ausgeprägten Kirchlichkeit unterscheiden. Ein Vorschlag: Wo geringes religiöses Wissen vorausgesetzt werden kann, gelte es mit Emotionen zu spielen. Kirchenfernsehen könne man die Botschaften wohl besser als „Schmuggelgut“ und mittels „trojanischer Pferde“ überbringen – christliche Werte „in homöopathischer Dosis“. *kl*

Familie im Fernsehen – Fernsehen mit der Familie

Die Familie ist in den Medien heute omnipräsent, ob in Serien wie „Familie Dr. Kleist“ (ARD), im Doku-Format „We are Family“ (ProSieben) oder im abendfüllenden Spielfilm. Die „heile Welt“ der Familie jedoch hat ausgedient – genau wie in der Gesellschaft scheint die traditionelle Familie auch im Fernsehen auf dem Rückzug, spielen Trennungen, Patchwork-Verbindungen und andere alternative Lebensmodelle eine Rolle. Wie die „neuen Familien“ vom fiktionalen Programm aufgegriffen werden und ob Familien überhaupt noch von einem Programm angesprochen werden, diskutierten Wissenschaftler, Autoren, Redakteure und Produzenten auf dem Kolloquium „Familienbilder im Fernsehen und in der Gesellschaft“ Ende Februar 2008 auf Schloss Hirschberg bei Eichstätt.

WDR-Redakteurin Irmela Hannover bescheinigte dem Familienbild in Spielfilm und Serie erstaunliche Kontinuitäten über Jahrzehnte mit dem Ergebnis, dass das Familienbild des deutschen Fernsehens mit der Wirklichkeit wenig zu tun habe. Das vorherrschende TV-Lebensmodell sei das großstädtische Single-dasein; klassische Familien mit Kindern kämen kaum vor. Das Familienbild werde von weit verzweigten Großfamilien in den Serien geprägt, von alleinerzie-

henden Power-Frauen im Fernsehfilm und von melancholischen einsamen Wölfen und Wölfinnen im Krimi. In den informationsbezogenen Programmen machen familienpolitische Meldungen und Themen nicht einmal ein Prozent aller Beiträge aus (Studie des Adolf-Grimme-Instituts 2005 im Auftrag des Bundesfamilienministeriums).

Singles gibt es auf dem Bildschirm heute mehr als doppelt so häufig wie im wahren Leben, wo sie noch nicht einmal ein Viertel der Bevölkerung ausmachen. Kinderlosigkeit ist unter den Fernsehfiguren weit verbreitet: Nur etwa 37 Prozent der Frauen treten als Mütter auf und 25 Prozent der Männer als Väter. Allerdings in der Regel als Eltern von Einzelkindern, was zwar dem vorherrschenden Klischee, nicht aber der von Zweikind-Familien dominierten Mikrozensus-Realität entspräche. „Normalfamilien“, definiert als ein in erster Ehe glücklich verheiratetes zweigeschlechtliches Paar mit leiblichen Kindern, gibt es im Fernsehen kaum. Nur 15 Prozent der im Fernsehen gezeigten Familien entsprechen diesem Bild, das ansonsten von Alleinerziehenden-Familien dominiert wird. Diese Ein-Eltern-Familien schlagen sich jedoch nur wenig mit Problemen herum, wie sie Alleinerziehende in der

Realität kennen: Leere Haushaltskassen oder mangelnde Betreuungsmöglichkeiten sind im Fernsehen kaum ein Thema.

Die Frage, warum wichtige Themen der familienpolitischen Debatte, beispielsweise die Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, das ungenügende Bildungsniveau der Kinder und das Armutsrisiko von Familien, in der Fernsehfiktion nicht stattfinden, ist nicht wirklich zu beantworten. Irmela Hannover bescheinigt den Geschlechter- und Familienleitbildern ein unrealistisches Vorseilen. Während die Darstellung in Familienserien der 50er- bis 70er-Jahre den realen gesellschaftlichen Verhältnissen hinterherhinkten, also konservativer waren als die Realität, werde heute im fiktionalen TV „Familie“ zwar als positiver Wert hochgehalten, doch gleichzeitig als mehr oder weniger in Auflösung begriffen dargestellt.

Die kinderlose, individualisierte Singlegesellschaft werde bereits als gegeben vorweggenommen, die Berufstätigkeit von Frauen und Müttern als problemlose Selbstverständlichkeit inszeniert, die soziale Frage als gelöst präsentiert und Erziehungsfragen als vernachlässigenswert geschildert. Hier dränge sich der Verdacht auf, so Hannover, dass das eigene ungebundene Mittelstands-Leben der Macher als Vorlage ermüdend gleichförmiger Plots diene.

Welches Bild diese gleichförmigen Plots letztendlich bei den Zuschauerinnen und Zuschauern schaffen, darüber lasse sich, so Hannover, im Rahmen der Studie des Adolf-Grimme-Instituts nur spekulieren. Vermutlich werde das vorherrschende Bild der zerfallenden Familien durch diese Art von Programm mit hervorgerufen. Während in der Realität 85 Prozent aller Kinder mit beiden leiblichen Eltern aufwachsen und nur 15 Prozent in Ein-Eltern-Familien, zeigte die Fernsehfilmstichprobe ein exakt umgekehrtes Bild.

Was ist wenn Zuschauer, die in manchen Großstadtbezirken kaum mehr einem Kind begegnen, dieses kinderentwöhnte Bild auf dem Schirm widergespiegelt bekommen? Die Aufforderung, dass sich Fernsehmacher mit ihren Leitbildern kritischer auseinandersetzen sollten, lasse nicht außer Acht, dass gerade der Dreh mit kleinen Kindern aufgrund produktionstechnischer Schwierigkeiten und enger gesetzlicher Vorschriften Probleme machen könne. Trotzdem könne die unrealistische, alltagsferne Darstellung von Frauen und Familien in den fiktionalen Formaten nur mit einem Mangel an Informationen und Erfahrungen über die familiäre Realität in Deutschland bei Drehbuchschreibern und Redakteuren erklärt werden – oder aber mit einem Mangel an dramaturgischer Phantasie. *mvh*

Wahl von UCIP-Präsidentin ungültig

Der Vatikan hat die Wahl der neuen Vorsitzenden der Katholischen Weltunion der Presse (UCIP) nicht anerkannt. Die Wahl der Südafrikanerin Else Strivens auf dem UCIP-Weltkongress am 8. Juni 2007 in Kanada ist für ungültig erklärt worden. Als Grund wird angeführt, dass bei der Abstimmung in der Vollversammlung nicht die notwendige Zahl an stimmberechtigten Mitgliedern anwesend war.

Die für die Anerkennung von Vorsitzenden katholischer internationaler Verbände zuständige Kongregation für die Laien konnte darum nicht ihr Placet geben, so dass die UCIP auf der nächsten Generalversammlung neu wählen muss.

Die Versammlung soll im Dezember 2008 in Rom stattfinden. Vorläufig bleibt der bisherige Präsident Ismar de Olivera Soares im Amt. *oe*

Medienentwicklungen in der Weltkirche

Osteuropa

Mit mehreren Projekten hat Catholic Media Council (Cameco), das kirchliche Hilfswerk zur Förderung von Medien in der Entwicklungswelt, in letzter Zeit den Aufbau kirchlicher Medien in Osteuropa unterstützt. An einem Workshop über „Managing Social Communications“ in der Slowakei wurden zwölf Vertreter nationaler und diözesaner Kommunikationsbüros aus Rußland, Weißrussland, der Ukraine, Serbien, Slowenien, Rumänien, Lettland und Litauen über den Einsatz moderner Kommunikationsmittel in der kirchlichen Medienplanung und -organisation unterrichtet.

Weiteres Thema war eine zielgruppenorientierte Ansprache von Menschen verschiede-

ner Generationen und Milieus durch unterschiedliche Medien. Auf Initiative von Cameco ist es in der Westukraine nicht nur zur Gründung einer ersten Radiostation namens „Dzwoni“ für die griechisch-orthodoxen Katholiken gekommen, sondern auch zu einer Kooperation mit dem polnischen katholischen Sender „eR“ des Bistums Lublin.

Ebenfalls von Cameco ange-regt, haben einige junge Leute in Litauen, die den Franziskanern in Vilnius nahe stehen, die elektronische Zeitung „Bernardinai“ gegründet. Nachdem die Anlaufschwierigkeiten überwunden sind, verzeichnet die Online-Publikation inzwischen jeden Monat bis zu 110 000 Besucher.

Afrika

Für das Leben der Kirche in Afrika hat der „Community“ genannte Lokal-Rundfunk eine wachsende Bedeutung. Auf der ersten Konferenz der Vereinigung katholischer Afrikanischer, Mittel-Ost- und Nordafrikanischer Rundfunkbetreiber tauschten mehr als 100 Sendeleiter Erfahrungen über die soziale Bedeutung ihrer Programme auf örtlicher Ebene aus.

Mit ihren Programmen tragen diese Sender wesentlich zur demokratischen Gemeindebildung und Konfliktbewältigung bei. Die Vereinigung ist bestrebt, in den noch unterversorgten Gebieten in Nord- und Mittelfrika weitere Community-Radiostationen aufzubauen.

Viel beigetragen zum Aufbau katholischer Rundfunkstationen in Afrika hat seit mehr als 45 Jahren die niederländische Stiftung „Stem van Afrika“. Die Grundlage dazu lieferte eine Lotterie des holländischen katholischen Rundfunks KRO, die jedoch nicht zur Einrichtung von regionalen Sendern reichte. In Zusammenarbeit mit den afrikanischen Bischöfen wurden daher Eigenaktivitäten afrikanischer Rundfunk-Programmanbieter und audiovisueller Medien in der Ausbildung von Medienfachleuten und der Produktion religiöser Programme gefördert. Dazu gehören insbesondere neue Projekte für Community-

Radios in Slums, Campus-Radiostationen und Sender für ethnische Minderheiten wie für die Pygmäen in Kamerun.

Philippinen

Von einer regelrechten Medienoffensive der Kirche auf den Philippinen kann man sprechen, wenn man die jüngsten Mitteilungen des Medienbüros der fernöstlichen Bischofskonferenzen auswertet. Ende Januar rief der Päpstliche Nuntius, Erzbischof Joseph Adams, die Mitglieder der philippinischen Föderation der Katholischen Rundfunkmitarbeiter dazu auf, in den Mittelpunkt ihrer Berichterstattung die Wahrheit zu rücken. Es bedürfe Mut und Tapferkeit, die Verbreitung der vielen Pseudowahrheiten zurückzuweisen. Das Wichtigste für katholische Medienmitarbeiter sei ihre Integrität.

Im Bereich des Rundfunks hat „Radio Veritas“ sich weiter modernisiert. Der Sender der Föderation der asiatischen Bischofskonferenzen hat für 13 seiner 15 Sprachendienste ein digitales Aufnahme- und Produktionssystem gestartet. Dadurch wird die Tonqualität in Süd-, Südost- und Ost-Asien sowie in russischen Gebieten wesentlich verbessert.

Im Bereich des Fernsehens kann der von den philippinischen Bischöfen geförderte Sender „TV Maria“ außer über Satel-

lit auch über Kabel empfangen werden. Der Sender verbreitet seine Programme über 300 örtliche Stationen und deckt die ganzen Philippinen ab. Schließlich unterstrich der Erzbischof von Cebu, Kardinal Ricardo Vidal, die Bedeutung des Films für die Evangelisation. Er rief alle Erzieher und Ausbilder in den Pfarreien auf, Filme in der Pastoral einzusetzen und die Gläubigen zur kritischen Filmbewertung auszubilden.

Auch im Bereich der Presse gibt es eine bemerkenswerte Neuerung: ein Farbmagazin mit

Comics, das vor allem dem in Asien weit verbreiteten Hang junger Menschen zu dieser Form von „Bild-Geschichten“ entgegenkommt. Das Zentrum für Soziale Aktion in der Erzdiözese Jaro hat in Zusammenarbeit mit dem Medienbüro der Bischofskonferenz ein 100-seitiges Magazin herausgegeben, in dem die Soziallehre der Kirche als Basis für Menschenrechte und Menschenwürde an Hand moderner Comic-Geschichten illustriert wird. oe

Zusammengestellt von
Ferdinand Oertel