Communicatio Socialis 16 (1983) 3: 249-284
Quelle: www.communicatio-socialis.de

BERICHTE

Kommunikation und Entwicklung

Ein Symposium in Hohenheim

Eine wissenschaftliche Veranstaltung zum Thema „Kommunikation und Entwicklung" an einer deutschen Universität ist ein seltenes Ereignis. So war es verständlich, daß trotz einer Verschiebung des ursprünglich geplanten Termins vom Herbst 1982 auf den 22. und 23. März 1983 und einer relativ kurzfristigen Mitteilung des neuen Termins immerhin rund 150 Teilnehmer zur Universität Hohenheim bei Stuttgart gekommen waren. Diese Teilnehmer waren Wissenschaftler ebenso wie Praktiker, es waren Vertreter verschiedener Bundesministerien ebenso wie der Industrie, wobei die SEL-Stiftung bzw. SEL als Mitveranstalter besonders stark vertreten war. Hier wäre von der Teilnehmerzusammensetzung her die vom Vorsitzenden des Kuratoriums der SEL-Stiftung, Dr. G. Zeidler geforderte Möglichkeit gegeben gewesen, daß Ingenieure und Sozialwissenschaftler sich zusammensetzten und einen Dialog begännen. Tatsächlich stand der erste Tag des Symposiums fast ganz im Licht der politischen Beamten und der Industrie, die offensichtlich nur sehr beschränkt einen Sinn für die humane Dimension der Kommunikation entwickelten, bei der jeder Mensch vor allem in den weiten ländlichen Gegenden mit seinen Bedürfnissen im Mittelpunkt stehen sollte. Auch Everett Rogers (Stanford) konnte hier wohl nicht überzeugen, wenn er in einer geschichtlichen Darstellung eine Übersicht über die Anfangsphase der „Development Communications" gab („Wie kann man Kommunikation für Entwicklung einsetzen?"), auf kritisches Hinterfragen dieses Konzeptes in den siebziger Jahren verwies, um dann aber für die achtziger Jahre wieder mehr optimistisch zu sein, weil man doch heute Satelliten und eine neue Technologie zur Verfügung habe, die große Möglichkeiten enthielten. Wie diese neuen Möglichkeiten sich aber dann konkret für die Menschen in Entwicklungsländern auswirken, welche kulturellen und gesellschaftlichen Verschiebungen dadurch vielleicht verursacht und welche technischen und wirtschaftlichen Abhängigkeiten dadurch geschaffen werden, wurde weder von ihm noch von den Referenten aus der Industrie hinreichend angesprochen oder gar überzeugend dargestellt.

Hier zeigten die Überlegungen von Prof. S. Amunugama (früher Sri Lanka, jetzt IPDC-Direktor Unesco, Paris) als eines unmittelbar Beteiligten schon andere Dimensionen. Er verwies nicht nur auf die Möglichkeiten im Kommunikationsfluß zwischen Nord und Süd, sondern auch auf die Ungleichheiten im Süd-Süd Informationsfluß, etwa zwischen ländlichen und städtischen Siedlungsgebieten in den Entwicklungsländern. Dabei darf die Interrelation zwischen Information und Wirtschaft nicht übersehen werden. Beide sind die verschiedenen Seiten der gleichen Medaille. Daß sich diese Ungleichheiten aber nicht nur in der Menge, dem Inhalt und der Art der Information, der Anzahl der Fernsehempfänger und der Komputer ausdrückt, sondern noch viel folgenschwerer in der Unterschiedlichkeit des Wertesystems, das all diesen „Errungenschaften" zugrunde liegt, sollte eigentlich klar sein. In dieser Frage der Werte hat die

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Diskussion anzusetzen: Was sind die Kriterien für Qualität, welche die Auswahl der Information und der Mittel für eine andere Kultur bestimmen? Hier müßte der Empfänger mit seinen Erwartungen und Bedürfnissen im Vordergrund stehen. Daß dies aber auch nicht nur eine Frage für die Entwicklungsländer, sondern auch für weite Teile anderer Weltgegenden ist, darf man nicht übersehen: Welchen Einfluß hat die Massenkultur auf den Lebensstil und die Wertevorstellungen der einfachen Leute, auch in unseren Breiten? Dies ist auch für die Entwicklungsländer nicht nur eine politische Frage. Sie alle wollen neue Technologie, aber kann man diese trennen von menschlichen und kulturellen Werten? Die Gefahr einer wachsenden Manipulation durch moderne Technik muß vor allem gegenüber den Entwicklungsländern klar gesehen werden. Hier sind die Notwendigkeiten möglichst umfassend zu identifizieren („needs identification"), um dann zu fragen, ob dafür die angemessene (!) Technologie geliefert werden kann. Kommunikation darf hier als Teil des sozioökonomischen Gesamt und des Menschen in seiner Kultur nicht übersehen werden.

Die Spannung zwischen politischem Prestigedenken bei der Kommunikationsarbeit in Entwicklungsländern und den tatsächlichen technischen und menschlichen Möglichkeiten und Bedürfnissen wurde durch konkrete Beispiele des Leiters der Abteilung Kommunikationswesen bei der „Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit" (GTZ), Eschborn, Wolfgang von Fumetti, der auch einen großen Teil der Diskussionen leitete, anschaulich belegt. Er belegte sehr deutlich das Anspruchsdenken vieler Politiker aus Süd (und Nord), das nicht selten in krassem Gegensatz zu den tatsächlichen Bedürfnissen der Menschen steht.

Eine langjährige Erfahrung brachte Hartmut Albrecht vom Lehrstuhl für Beratungslehre und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim in seine Überlegungen ebenso ein wie Gerhard Maletzke. Hier erhielt das Symposium einen anderen Ton, und es ging nicht mehr um Technologie, sondern tatsächlich um Kommunikation als einem grundsätzlichen Geschehen in menschlicher Gesellschaft. Es ging um die Bedingungen fruchtbarer Kommunikation für Entwicklung (ins Wahrnehmungsfeld gelangen, verstehbar sein, an Wertvorstellungen anschließen, glaubwürdig und überprüfbar sein), um Kriterien für Entwicklung (absolute Armut, Einkommensverteilung, Selbstbestimmung/Abhängigkeit, Identität) und einige ausgewählte Problembereiche. Hierher gehört die Verständlichkeit der Kommunikation, welche die gleiche Sprache sprechen muß und ähnliche Interessen („Betroffenheit") des Rezipienten als Voraussetzung hat. (Afrikanisches Sprichwort: Der Fremde hat große Augen und sieht nichts.) Besonders wichtig aber in der Kommunikation für Entwicklung sind entsprechende Kommunikationsstrategien, wo einmal der zentrale Ansatz (Problemdefinition und Lösungsansatz werden zentral bestimmt; Information, Diffusion), andererseits aber — besser — die Einstellung des „Information seeking" (Was wird gebraucht?) möglich sind. Beim Medieneinsatz hat bisher die medientechnische Konzeption meist im Vordergrund gestanden, und auch die Ausbildung ist fast immer medienbezogen, aber nicht kommunikationsbezogen. So behindern die Medienprogramme oft einen wirklichen Kontakt und Dialog mit dem Empfänger und es gibt kein oder kein hinreichendes Feedback.

Auch die Fragen des Managements in Kommunikation und Entwicklung werden nicht genügend beachtet. Ein Überblick über das, was tatsächlich geschieht, ist ebenso nötig, wie eine Methodik für die Übersicht, über den Ablauf des Programms (Monitorsystem), wobei die Zielgruppen selbst unbedingt mit einzubeziehen sind.

Überhaupt — so Gerhard Maletzke — ist für die Forschung der jeweilige „Kommu-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

nikationskosmos" zu beachten, in dem sich ein Projekt entwickelt. Der interkulturellen Kommunikation ist viel größere Beachtung zu schenken und man sollte sich auch mehr der Funktionen und Disfunktionen der Massenmedien in der Entwicklung bewußt werden. Ziel aller Kommunikation für Entwicklung ist nicht die Leistungssteigerung, sondern die Verbesserung der Lebensqualität. Dabei darf man nicht vergessen, daß auch Funktionen eines Kommunikationsvorganges in Disfunktionen umschlagen können, etwa wenn man die kulturellen und gesellschaftlichen Gegebenheiten einer Zielgruppe nicht genügend beachtet.

Was bleibt von diesem Symposium, ist einmal die Erkenntnis, wie wenig Dialog tatsächlich zwischen den verschiedenen Verantwortlichen (oder Interessenten) im Feld der Kommunikation und Entwicklung geführt wird, wobei die politischen Überlegungen ebenso wie jene der Industrie in ihrer relativen Schmalspurigkeit schon erschrecken können.

Gerade weil aber immer der Mensch im Vordergrund aller Entwicklung stehen muß, liegt hier auch gerade für die Verantwortlichen der christlichen Kirchen eine besondere Aufgabe, ganz abgesehen davon, daß es ja bereits eine Fülle von kirchlichen Kommunikationsprojekten für Entwicklung vor Ort gibt, die unbedingt auch einmal einer wissenschaftlichen Behandlung bedürfen. Muß man allgemein bedauern, daß — außer in Ansätzen in Hohenheim und offensichtlich in Göttingen — keine unserer Universitäten sich dieses wichtigen Themenbereiches annimmt, dann gilt dies vor allem auch für die kirchlichen Hochschulen, die sich mit einer solchen Initiative durchaus profilieren und gleichzeitig den umfangreichen Entwicklungsaufgaben kirchlicher Hilfswerke dienen könnten.

Franz-Josef Eilers (Aachen)

„Werbung für den Glauben" — Zu einer Tagung in Loccum

Im Mai 1978 unterbreitete der Bund deutscher Werbeberater/Deutscher Kommunikationsverband den Kirchen das Angebot, in einem „Kreativ-Workshop" das Thema „Werbung für den Glauben" gemeinsam zu erörtern und die Ergebnisse den Kirchen kostenlos zur Verfügung zu stellen. Ende April 1980 trafen sich dann zwölf Werbefachleute und sechs Kirchenvertreter zu diesem „Workshop". Im August 1980 bereits gaben sowohl die Publizistische Kommission der deutschen Bischofskonferenz als auch das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik grünes Licht, in einen ersten Abschnitt für die geplante Anzeigenkampagne einzusteigen. Geplant war damals eine einjährige Vorbereitungs- und regionale Erprobungsphase. Nachdem es anfänglich in beiden Kirchen Widerstände gegen das Projekt gegeben hatte, war es still um die Pläne geworden. Anfang Februar dieses Jahres wurde in Loccum erneut der Versuch gemacht, unter dem Titel „Werbung für den Glauben" nach einer gemeinsamen und tragfähigen Basis zu suchen. Dabei ging es den dort vertretenen Medienpädagogen, Theologen und Mitarbeitern in Kirchenämtern nicht um die Erarbeitung von Beschlußvorlagen für Entscheidungsgremien, sondern nach der Intention der Veranstalter in erster Linie um ein „Denken ins Unreine", um die positiven Aspekte des Projektes deutlicher herauszuarbeiten.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Zur Verdeutlichung wählte Prof. Christoph Biser ein Beispiel aus dem damals gerade stattfindenden Wahlkampf: „In der Fußgängerzone von Göttingen wurde jetzt eine Bretterwand aufgestellt. Ihre Fläche ist durch weiße Markierungsstriche in gleichmäßige Rechtecke aufgeteilt und numeriert. Nach und nach werden die Flächen mit Plakaten beklebt, die zumeist ältere Herren darstellen und durch Symbole oder auch durch kurze Texte auf politische Parteien hinweisen. Das zuerst geklebte Plakat stellt einen großgewachsenen gütigen Onkel dar; wohlgenährt, aber zugleich mit Zügen der Entschlossenheit. In Farbe. Der Kopf ist vom oberen Bildrand leicht angeschnitten. Im Grunde sprengt ja seine Größe das Plakat. So blickt er auf uns herab. Wer würde diesem Mann nicht vertrauen? Die Aufschrift auf dem Plakat läßt den Herrn für gemeinschaftsgründende Werte bürgen. Verheißungen von Heil, die unmittelbar ansprechen und derart universal angelegt sind, daß der Betrachter sich ihnen gar nicht entziehen kann, ja gleichsam in sie hineingezogen wird. Außerhalb dieser Verheißungen gibt es schlechterdings keinen denkbaren Aufenthaltsraum mehr für den Betrachter. Sicherheit, Friede, wirtschaftlicher Aufschwung, Arbeitsplätze: Wer könnte etwa dagegen sein? Das Plakat wirbt um Vertrauen. Das Mittel der Vertrauenswerbung und die Verheißung sind der personale Garantieträger dieser Verheißung. Wenn es nach den Plakaten geht, sagt der Betrachter zu der Verheißung ja und bejaht damit den abgebildeten Herrn.

Für den evangelischen Theologen Biser ist dieses Beispiel Beleg dafür, daß auch für Grundhaltungen geworben werden kann. Seiner Meinung nach überlassen die Kirchen den politischen Parteien auf diesem Feld die Möglichkeiten, um Vertrauen und für Verheißung zu werben. Glaube werde dabei reduziert, es gehe bei den Verheißungen nur bis zum Tag der Stimmabgabe. Und er fragt, ob die Kirchen in dieser Hinsicht nicht mehr zu bieten hätten. Dabei machen sich Fachleute aus beiden christlichen Kirchen gemeinsam mit Vertretern der Werbebranche seit etwa drei Jahren Gedanken um ein Projekt mit dem Titel „Werbung für den Glauben". Nach Meinung des Leiters der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz, Prälat Wilhelm Schätzler, geht es zunächst um die Überprüfung, ob „eine in unserer Gesellschaft etablierte Kommunikationsmöglichkeit und -form, nämlich die Werbung, auch beim Zustandekommen des Glaubens eine helfende und unterstützende Rolle spielen kann". Bei dieser ersten Zusammenkunft vor etwa drei Jahren war man sich schnell einig, daß es bei der geplanten Werbekampagne nicht in erster Linie um eine Werbung für die Institution Kirche gehen sollte, sondern vielmehr darum, über Inserate in Illustrierten „Aufmerksamkeit für Grundaussagen des Glaubens" zu gewinnen. Auf diese Weise ließe sich ein neues Lebendigwerden von Glaube und Religion erreichen. Allerdings gab es schon damals Zweifel, ob eine Anzeigenserie tatsächlich den gewünschten Effekt bringen könnte.

Besonders Pastoraltheologen warnten: „Da die Werbung konsumorientiert ist, besteht die Gefahr, daß der Glaube selbst in den Sog des Konsumismus, der ökonomischen Selbsterlösung gerät und sich schließlich selbst preisgibt." Glaube würde dann nur zu leicht mißbraucht, Profit- und Konsumdenken religiös zu rechtfertigen und zu verbrämen sowie die Entfremdung des Menschen zu fördern statt sie zu überwinden helfen. Inzwischen hat sich herausgestellt, daß man zu Anfang geradezu euphorisch auf die Möglichkeiten der Anzeigenwerbung gestarrt hat, die Folgen einer solchen Kampagne aber zu wenig beachtet hat. Das Ein-Mal-Eins der Werbefachleute sagt nämlich, daß nur dann mit Erfolg für etwas geworben werden kann, wenn nicht nur Angebot und Nachfrage stimmen, sondern auch die dazugehörende Distribution. Das heißt auf die Kirchen übertragen: auch die Gemeinden müssen vorbereitet sein auf das, was infolge

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

einer wie auch immer gearteten Werbung auf sie zukommt. Zudem muß die Werbebotschaft mit der entsprechenden Überzeugungskraft vertreten werden, soll der gewünschte Erfolg erzielt werden. Die Pfingstpredigt des Petrus in Jerusalem oder der Auftritt des Paulus auf dem Marktplatz in Athen bieten dabei biblischen Anschauungsunterricht.

Der Freiburger Pastoraltheologe Josef Müller nennt einen weiteren Aspekt: „Vielleicht gehört das auch ein wenig zu jener Kommunikationsform mit dem Merkmal der Repräsentation, daß trotz aller Repräsentationsmerkmale eben der Sprecher selber als der Bezeugende dahinter sichtbar werden muß. Auch in der Urverkündigung der Apostel selbst gibt es dieses Bekenntnismoment: Der Hörer soll durch das Selbstzeugnis des Verkündens gewonnen, überzeugt, bekehrt werden." „Werbung für den Glauben" ist deshalb zunächst nichts Anstößiges. Im Grunde geht es nur noch um die Form. Über die kann aber erst gesprochen werden, wenn deutlich geworden ist, welche Zielgruppe angesprochen werden soll. Der Hamburger Marketing-Berater Andreas Buttler möchte diese Zielgruppenbestimmung nicht zu eng ziehen: „Man sollte beispielsweise nicht nur Leute ansprechen, die der Kirche fernstehen, sondern man sollte auch an die denken, die dem Glauben nahestehen und Probleme im täglichen Leben haben." Es komme darauf an, daß man diesen Menschen bei der Lösung ihrer Probleme helfe, das heißt, „wenn ich Werbung für den Glauben machen will, dann muß ich eigentlich von den Bedürfnissen ausgehen, die bei den Menschen da sind. Ich muß den Menschen anbieten, ihnen bei der Lösung ihrer Probleme im Alltag oder in bestimmten Konfliktsituationen zu helfen. Und das bedeutet auch, daß ich auf sie eingehen muß." Man müsse auf diese Menschen zugehen und nicht mit einem vorgefaßten Konzept warten, bis sie von selbst kommen.

Damit ist aber das bisher verfolgte Konzept auf den Kopf gestellt. Buttlers „Entwicklungshilfe für den einzelnen" nimmt die Bedürfnisse des einzelnen Bürgers zum Ausgangspunkt, nicht die Wünsche der Kirchen nach mehr Gottesdienstbesuchern. Auch die in Umfragen immer wieder festgestellte „Nachfrage" nach religiösen Antworten auf Grundfragen des menschlichen Lebens spielen für Buttler nur dann eine Rolle, wenn sie zugleich auch das Grundbedürfnis des anzusprechenden Adressaten einer „Werbung für den Glauben" ist. Buttler: „Ich müßte berücksichtigen, daß die Vorstellung von Glauben oder das Glaubensbild, das der einzelne hat, durchaus verschieden ist. Der eine hat einen sehr stark noch im Kindlichen stehenden Glauben: Er sieht Gott noch als eine Instanz, die vorschreibt, wie man zu leben hat, und die straft, wenn man sich nicht danach richtet. Und der nächste hat vielleicht schon eher die Vorstellung, daß Gott eine Instanz ist, mit der man reden kann, das heißt, daß man etwas erreicht, wenn man betet und dafür etwas bekommt. Der nächste sieht Gott mehr als eine Instanz, die zwar sagt, wie es eigentlich sein sollte, wie man leben sollte, aber jeder muß eben im Alltag zurechtkommen, und manchmal klappt das dann nicht so, daß man alles richtig macht." Es gebe also ganz verschiedene Vorstellungen und man müsse auf den Menschen so zugehen, daß man berücksichtige, welche Entwicklungsstufe er in seinem Glaubensverständnis und seinem Glaubensbild erreicht habe.

Das heißt aber, daß man mit einer umfassenden Konzeption einer Werbung für den Glauben gar nicht alle erreichen kann. Vielmehr muß weitgehend individuell vorgegangen werden. Das aber bedeutet zunächst den Verzicht auf Mittel der Massenwerbung, wie sie den Vätern des Projekts vielleicht zu Anfang vorgeschwebt haben mag. Obwohl oder gerade weil Andreas Buttler in der Werbebranche zu Hause ist, setzt er in diesem Fall zunächst auf das persönliche Gespräch. Eine Einsicht, die auch aus der Überlegung erwächst, mit einer aufwendigen Werbekampagne für den Glauben sonst

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

möglicherweise Erwartungen zu wecken, die von denen, die den Glauben in den Gemeinden leben, nicht erfüllt werden können. Noch nicht! Denn Werbefachleute weisen darauf hin, wie verheerend sich auch das an sich gute Angebot auswirken kann, stellt es sich bei der näheren Überprüfung als „Mogelpackung" heraus. Der liebe Gott als weißer Wirbelwind: diese Vision verbreitet inzwischen mehr Schrecken als Begeisterung. Denn immer mehr setzt sich das Bewußtsein durch, daß durch noch so geschickte Werbung nicht das „Innenleben" der Kirchen verändert werden kann. Beides muß Hand in Hand gehen. Dies macht nicht zuletzt ein Pfarrer deutlich, der im Siebengebirge eine katholische Gemeinde betreut: Wilfried Schumacher: „Ich bin sehr skeptisch, ob ein Bedarf besteht nach dieser allgemeinen Form der Werbung von Glaubensinhalten, etwa: ‚So ist Gott' oder ‚Christus ist auferstanden'. Die Menschen haben vielmehr ganz bestimmte Vorstellungen und Erwartungen von Kirche und Gemeinde." Sie suchten Geborgenheit und Trost, auch ein Stück weit Führung. Er glaubte, daß seine Gemeindemitglieder dies ganz konkret suchten und er als Priester ihnen aufzeigen müßte, wo dies in der Gemeinde Wirklichkeit werde. „Wir müssen zeigen, wo sie Gerechtigkeit finden, wo sie aufgenommen werden, wo sie ein Stück weit in einer konkreten Gemeinde getragen werden." Damit komme der personale Faktor des Glaubens ins Spiel. Glaube sei eben etwas, was man nicht anonym vermitteln, sondern nur etwas, was von Person zu Person weitergegeben werden könne.

Ist das aber nicht die Wiederbelebung des „Seelsorgegesprächs?" Eine Seelsorge, die sich nicht mehr allein auf die Priester und Pastöre stützt, sondern auch von den Gemeinden mitgetragen wird? Vor allem die Gemeinden deshalb, weil immer weniger über einen Geistlichen verfügen. „Werbung für den Glauben" würde dann, anders als es die Väter des Projektes vielleicht geplant haben, zu einem umfassenden Erwachsenenkatechumenat werden. Zu einem Angebot auch für jene, in den Gemeinden mitzuarbeiten, die sich aus unterschiedlichen Gründen aus diesem Gemeindeleben zurückgezogen haben. Pastor Schumacher: „Ich glaube, wir müssen diese Leute befähigen, den Menschen, mit denen sie leben, Antwort zu geben auf die Fragen, die sie haben, auch auf Fragen des Glaubens, auf die Frage nach Lebenssinn; wir müssen sie befähigen, dies in einer Form zu tun, die ankommt." Eine solche umfassende Gemeindekatechese würde dann auch die Gemeinden aktivieren. Gerade Praktiker an der sogenannten Basis sehen in einer von oben eingeleiteten Werbekampagne die Gefahr, daß auch eine Werbeidee mit Anzeigen oder Werbespots im wesentlichen auf Leser und Zuschauer trifft, die sich auch bei einer solchen „Werbung für den Glauben" als Konsumenten angesprochen fühlen. Die Gefahr liegt dann darin, daß sie auch Glaube und Kirche über die Werbung konsumieren.

Pastor Schumacher: „Der Weg der Zukunft muß andersherum laufen: Wir müssen von der konsumierenden, von der versorgten Gemeinde vielmehr hinkommen zur mitsorgenden Gemeinde." Das bedeutet im Grunde die Besinnung auf die Anfänge des Christentums, als in der Urgemeinde der Glaube so praktiziert wurde, daß er durch sich selbst schon auf andere wie Werbung wirkte. Anders als die zu Beginn zitierte politische Werbung müßte eine „Werbung für den Glauben" weitergehen und nicht auf einen bestimmten Termin hin festgelegt sein. Sie könnte vielleicht mit einer bundesweiten Aktion angestoßen werden. Die entscheidenden Impulse müßten allerdings auf lokaler und regionaler Ebene stattfinden. Denn erst vor Ort ist für den, der sich angesprochen fühlt, das überprüfbar, was ihm Plakate oder Inserate versprechen. Eine zentral „von oben" gesteuerte Kampagne könnte deshalb scheitern, weil der Boden an der Basis nicht bereitet ist. Will man etwa sowohl sozial Engagierte als religiös Ansprechbare erreichen und einladen, ihr Engagement in die Gemeindearbeit einzubrin-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

gen, dann muß auch die Gemeinde ein entsprechendes Betätigungsfeld anbieten. Nichts wäre für eine Werbung fataler, als das Unvermögen, gegebene Versprechen nicht einlösen zu können. Werbung und Erneuerung der Gemeinden müssen deshalb Hand in Hand gehen. Andreas Buttler: „Das heißt, man muß im Grunde genommen gleichzeitig über ein entsprechendes Angebot nachdenken und das Angebot muß gleichzeitig vorhanden sein. Das ist wie im Marketing auch: man kann nicht eine Werbung machen ohne ein Produkt. Und das Produkt muß auch verteilt werden können. Es muß bereitgehalten werden, damit es abgeholt werden kann."

Martin Thull (Bonn)

Kommunikationstreffen der Europäischen Bischofskonferenzen

Bald nach der Veröffentlichung der Pastoralinstruktion „Communio et Progressio" begann die Päpstliche Kommission für die Sozialen Kommunikationsmittel in einzelnen Regionen und Kontinenten, Fachkonferenzen der Kommunikationsverantwortlichen der betreffenden Bischofskonferenzen anzuregen. Dabei sollte die Anwendung der Pastoralinstruktion für die betreffenden Kontinente im Mittelpunkt stehen. Schon am 18. und 19. April 1972 — also noch vor dem ersten Jahrestag der Veröffentlichung — fand ein solch kontinentales Treffen in Zusammenarbeit mit der Kommunikationsabteilung der lateinamerikanischen Bischofskonferenz (Decos-Celam) in Cumbaya bei Quito (Ekuador) statt. Es folgten kontinentale Konferenzen in Afrika 1973 (Ibadan), Asien 1975 (Tokyo), Ozeanien 1978 (Palmerston North, Neuseeland)[1] und den USA. Abgesehen von der lateinamerikanischen Konferenz gibt es von allen anderen Treffen entsprechende Resolutionen.[2] Als Vorbereitung für alle kontinentalen Konferenzen fanden vorher regionale Vorbereitungskonferenzen statt.

Nach dem Beginn der Vorbereitungen in Europa mit insgesamt neun regionalen Treffen seit 1979 wurde nun die gesamteuropäische Konferenz vom 18.—22. April 1983 in Bad Schönbrunn bei Zug in der Schweiz durchgeführt. Rund 70 Vertreter von insgesamt 21 europäischen Ländern aus Ost und West, Bischöfe und Mitarbeiter der Bischofskonferenzen für Kommunikation waren ebenso gekommen, wie die Vertreter der internationalen katholischen Organisationen für Presse, Funk und Film. Veranstalter für dieses „Treffen der Publizistischen Kommission der Europäischen Bischofskonferenzen" war der „Rat Europäischer Bischofskonferenzen" (CCEE) in Zusammenarbeit mit der Päpstlichen Kommission für die Sozialen Kommunikationsmittel. Im Vergleich mit den anderen kontinentalen Konferenzen wurde in Schönbrunn die technische Entwicklung der Kommunikationsmöglichkeiten in den letzten Jahren besonders deutlich. Hier standen jetzt weniger die bisherigen klassischen Kommunikationsmittel wie Presse, Rundfunk und Film im Vordergrund, sondern mehr die neuen Medien. Dies wurde schon am Eröffnungsabend mit einer Vorführung neuer Kommunikationsmöglichkeiten durch die schweizerischen Postbetriebe (PTT) eingeleitet, und auch der Generalintendant des österreichischen Rundfunk und Fernsehens (ORF) Gerd Bacher, Wien, beschäftigte sich in seinem Referat über die Entwicklungen der Massenmedien mit den „neuen Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen in der Verkündigung der Frohen Botschaft". Nach einer Skizze zum Zustand und der Entwicklung unserer Industriegesellschaft in Europa behandelte er die Breitbandsysteme, die Heim-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

elektronik und die Rundfunk-Direktsatelliten. Unter den neuen Medien nannte Bacher für die Bedürfnisse der kirchlichen Verkündigungsstrategien in erster Linie die Kabelsysteme, ohne dabei aber kircheneigene oder sog. „open channels" zu empfehlen. „Bildplatte und Videokassette werden im Medienverbund eine wichtige Rolle spielen und angesichts eines zu kleinen Publikums oft die allgemeine Ausstrahlung ersetzen. Videotext ist zwar kein neues Medium, aber ein hervorragender Service, zudem billig, weil er bekanntlich auf der Austastlücke des normalen Fernsehprogramms transportiert wird. Bildschirmtext dagegen ... ist nicht unter die Massenmedien einzureihen ... Der direkte Satellit bietet der Kirche erstmals Möglichkeiten, die sie bisher nur beim Radio über die Kurzwelle hat, auch im Fernsehen zu verwirklichen."

Bemerkenswert aber sind jene vier Ratschläge des österreichischen Generalintendanten für die kirchliche Publizistik, die er am Ende seiner Überlegungen so formulierte:

„1. Schon die bestehende, viel mehr aber noch die kommende Medienlandschaft bedarf der Fachleute, von denen übrigens ‚Communio et Progressio' ausdrücklich spricht; man muß sich genau auskennen. Mit Anciennität, Verdiensten und Protokollarischem beantworten sie die Frage nach dem Fachmann nicht. Aber auch nicht mit dem Werbetexter, der sich für einen Fachmann hält, notabene er eine Soutane trägt. Das Können muß einwandfrei vor dem bloßen Wollen nachzuweisen sein. Die Auftraggeber sind jetzt Bischofskonferenzen und ähnliche Institutionen, die Fachleute werden von den Laien gestellt, die sich ihrerseits wieder geeigneter Kleriker bedienen. Das ist nicht nur angesichts meiner zugegebenen Vorliebe für die sogenannte Amtskirche, sondern aus mehreren anderen Gründen problematisch: Einmal, — Sie entschuldigen die Blasphemie, wedelt hier der Schwanz mit dem Hund. Und zum anderen kann sich keine große Institution den Luxus erlauben, lebenswichtige Fragen statt vom eigenen Spitzenmanagement von der Kundschaft entscheiden zu lassen. Der Fernseh-Bischof und der Radio-Pfarrer sollen nicht als Patronat verstanden, sondern von ausgebildeten Spezialisten, wie sie die Kirche ja auch für andere Bereiche ausbildet und stellt, wahrgenommen werden.

2. Die uralte Branchenfrage, ob sogenannte Gettosendung oder Durchdringung aller Programme, ist in Wahrheit seit eh und je müßig. Beide braucht es und beide sind nicht von ihrer Kategorisierung, sondern hauptsächlich von der Qualität der Macher abhängig. Ich teile zum Beispiel überhaupt nicht die weit verbreitete Ansicht, daß man heutzutage in Radio und Fernsehen nur mehr reden und nicht predigen darf. Diese, wie ich glaube, falsche Ansicht hat wohl deswegen so viele Anhänger, weil es viel leichter ist, gut zu reden, als gut zu predigen. Die wichtigste Frage bei der Beurteilung der Verkündigungschancen scheint mir deshalb in der Tat die gewissenhafte Suche nach den wirklichen Talenten im Klerus, unter den Ordensleuten und unter den Laien zu sein. Wenn ich mir nur vergegenwärtige, welche Schwierigkeiten unser Kirchenfunk mit allzu menschlichen Eitelkeiten, mit hierarchischen Fragen usw. hat, dann kann ich mir vorstellen, was an wirklichen Talenten nicht genutzt wird.

3. Der heute von mir schon einmal zitierte Leszek Kolakowski meinte bei gleicher Gelegenheit, er fände es so befremdlich, daß, wann immer er theologischen Disputen zuhöre, über alles andere mehr geredet werde, als über den lieben Gott, also über die Hauptsache. Er war sichtlich unzufrieden mit einer Kirche, die sich nach seinem Dafürhalten zu sehr als eine soziale Bewegung, quasi als eine Partei von Gottes Gnaden versteht. Ich teile diese Ansicht Kolakowskis und halte sie in der Überlegung massenmedialer Strategien für sehr relevant. Bei aller Wertschätzung für den deutschsprachigen Kirchenfunk befaßt er sich nach meiner Meinung in zu großem Ausmaß mit sim-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

pler Lebenshilfe. Aber eben nicht mit einer Lebenshilfe, die über das Irdische hinausprojiziert, sondern die man von den einschlägigen Referaten politischer Parteien, der Volksfürsorge, der Mütterberatung usw. fast wortgleich beziehen kann. Das Rezept ist bekannt, man schleicht sich in die Gefühlswelt des Publikums ein und schlägt die Therapie vor, die dieses zu hören wünscht. Seine Rechtfertigung bezieht man aus Hunderten von Hörer- oder Seherbriefen, die einem attestieren, daß man „ein lebensnaher Priester" ist. Der Wert solcher Anbiederung scheint mir nicht weit entfernt vom enthüllenden Motto vieler Zeitungen zu liegen, daß sie sich „nichts anderem als dem Leser verpflichtet fühlen". Ich sehe eine große Gefahr in solcher Beiläufigkeit und halte es für eine Überlebensfrage christlicher Verkündigung, autonome, gottbezogene Positionen einzunehmen, die freilich vom Vermittler sehr rare Eigenschaften verlangen: Er muß mehr glauben und mehr wissen als sein Publikum.

4. Theo Sommer, der Chefredakteur der „Zeit", hat einmal geschrieben, daß sich unsere Gegenwart durch ein besonderes Herausgefordertsein bei gleichzeitigem Führungsmangel kennzeichne. Will man das in eine Formel gießen, so ließe sich sagen, daß man heutzutage wesentlich besser versteht, Fragen zu stellen, als Antworten zu geben. Die Infragestellung ist das — im wahrsten Sinne des Wortes — Gesellschaftsspiel unserer Tage. Wenn ich mir viele religiöse Sendungen vergegenwärtige, so macht die Kirche dieses Gesellschaftsspiel oft recht opportunistisch mit. Nun lasse ich es mir gefallen, daß Parteien, Interessengruppen, politische Bewegungen „in Frage stellen", von Kirchen erwarte ich mir Antworten, sonst ist ihre Berufung auf Gott eine Anmaßung. Ich bin überzeugt, daß die säkularisierte Gesellschaft in ihrem massenmedialen Veitstanz einen immer steigenden Bedarf an Antworten hat.

Wie zu erwarten, standen „neue Orientierungen in der Kommunikations- und Informationsordnung" im Mittelpunkt des Referates von Nobel- und Leninpreisträger Sean MacBride, der dafür eine sorgfältige Evaluation dieser Lage forderte und vor allem auf die ethisch-moralischen Konsequenzen und jene für eine gesellschaftliche Kontrolle hinwies, die auch im Bericht jener Unesco Kommission angesprochen sind, deren Vorsitz er führte. Für die Kirche sieht MacBride in der gegenwärtigen Lage die besondere Aufgabe, sich so klar und positiv wie möglich für Gerechtigkeit und den wirksamen Schutz der Menschenrechte einzusetzen. Als konkrete Schritte für die Kirche nannte der Katholik MacBride die folgenden:

— Gerade weil viele Regierungen heute ihre Kommunikations- und Informationspolitik neu überdenken, ist dies ein günstiger Augenblick für die Kirche, hier mitzuarbeiten. Sie sollte an der Formulierung dieser Überlegung beteiligt und von Regierungen sollte verlangt werden, kulturpolitische Grundsätze so zugrunde zu legen, daß die Bedeutung geistlicher und religiöser Werte betont wird.

— Wo immer möglich, sollten gottesdienstliche und religiöse Sendungen fester Teil eines nationalen Hör- und Sehfunkprogramms sein.

— Bei der Wiederherstellung moralischer Werte sollte man sich der Mitarbeit der Publizisten versichern und sie ermutigen, Irrwege als solche und nicht als „normales" Verhalten darzustellen.

— Die Errichtung von Lokalsendern, vor allem durch junge Leute, sollte von der Kirche unterstützt werden.

— Wesentlich mehr Gebrauch müßte die Kirche von Videokassetten und Tonbandproduktionen machen und hier vielleicht mit Lokalsendern zusammenarbeiten.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

— Friedens- und Umweltschutzbewegungen der Jugend sollten auch von der Kirche gefördert werden.
— Fremdsprachige Rundfunksendungen zur Verkündigung der Frohen Botschaft haben heute eine besondere Bedeutung.

Überhaupt — so meinte der irische Nobelpreisträger abschließend — sollten die Katholiken auch im internationalen Raum viel stärker in den nichtregierungsgebundenen internationalen Organisationen (NGO's) mitarbeiten und auch helfen, die Macht der öffentlichen Meinung gegenüber den politischen Kräften zu stärken.

Grundlage einer Pastoral der Massenmedien der Kirchen Europas hatte bereits am ersten Tag der Beratungen der Leiter der Zentralstelle Medien bei der Deutschen Bischofskonferenz, Wilhelm Schätzler, skizziert, indem er der Tagung u. a. die Frage stellte: „Wie kann die Kirche unter Nutzung der sozialen Kommunikationsmittel die bestehenden Kommunikationsstörungen abbauen und damit die Medien in den Dienst des Evangeliums stellen, um mit ihrer Hilfe die Heilsbotschaft zu verkünden?" Hier ist zunächst eine grundsätzliche Überlegung zur Kommunikation als Auftrag der Kirche und damit eine theologische Reflexion notwendig, die auch aus der Rolle der Kommunikation als wesentliches Element individuellen und gesellschaftlichen Lebens erwächst, für die etwa eine einbahnige Informationsvermittlung nicht reicht. Kommunikation ist als Wesensmerkmal der Kirche zu erkennen und gehört deshalb nicht „in die Randbezirke theologischer Reflexion". „Wenn das Leben der Kirche als kommunikatives Handeln verstanden werden kann, dann darf es nicht gleichgültig sein, wie sie sich zu den Kommunikationsmitteln verhält." In einer von Medien geprägten Welt muß dann aber auch die Gestalt der Kirche tiefer überdacht werden. Hier liegt ihr spezifischer Beitrag u. a. darin, „daß sie die religiöse Dimension des menschlichen Lebens in die Bewegungen und Gegebenheiten der Zeit einbringt". Die Dokumente des 2. Vatikanums behandeln Kirche und Kommunikation in verschiedenen Sichtweisen. Einmal sind die Medien Mittel, um den „Transfer an Glaubenswissen" zu erleichtern, d. h. die Medien werden rein instrumental beansprucht. Ein dialogisches Verständnis der Kirche und damit der Kommunikation wird vor allem — vorbereitet durch die kerygmatische Theologie — in „Gaudium and Spes" weiterentwickelt, deren gemäße Kommunikationsform der Dialog, das Gespräch ist, um — wie dann Communio et Progressio sagt — „das Zusammenleben der Menschen auf dieser Erde zu fördern"[3].

Dabei hat aber weder die eine noch die andere Sicht und Praxis einen Charakter der Ausschließlichkeit. Auf diesem grundlegenden Hintergrund kann man dann für die konkrete Pastoral natürlich unser heutiges elektronisches Zeitalter nicht übersehen — mit allen daraus folgenden Konsequenzen für die praktische Arbeit. So muß nach Schätzler die Kirche ihre Mitglieder sorgfältig, gründlich und ausgewogen über die Fragen der neuen Medien informieren und die publizistischen Kommissionen der Bischofskonferenzen haben sich untereinander über den jeweiligen Stand der Entwicklung auszutauschen. Hier darf dann auch die wissenschaftliche Begleitung ebensowenig fehlen wie die Informationsbegleitung und Vorbereitung der Ortskirchen; für einzelne Medienbereiche sind zudem eigenständige kirchliche Programme zu entwickeln.

Ähnlich wie hier Schätzler auch international einen entsprechenden Informationsaustausch forderte, erwartete der Vorsitzende der Publizistischen Kommission der Spanischen Bischofskonferenz, Bischof Antonio Montero (Badajoz) in seinen „Fragestellungen für einen Bischof aus der Entwicklung der Medien in Europa" ein Folgenkomitee aus dem Treffen in Schönbrunn, das den europäischen Bischöfen dann in allen Fachfragen zur Verfügung stände.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tatsächlich haben sich dann mehrheitlich die meist nach Sprachen eingeteilten Arbeitsgruppen des Schönbrunner Treffens nicht nur sehr ausführlich mit der Rolle der neuen Medien, sondern ebenso sehr mit der Notwendigkeit entsprechender Strukturen für eine weitere Zusammenarbeit und einen entsprechenden Informationsaustausch auseinandergesetzt. Die Überlegungen dieser Sprachgruppen konnten dann schon aus Zeitmangel nicht mehr in allgemeine Resolutionen dieser kontinentalen Konferenz eingebracht werden, wie dies bei den früheren Konferenzen in Asien, Afrika und Ozeanien geschehen ist. Die Überlegungen der Einzelgruppen sollen aber vom Sekretariat des Rates der Europäischen Bischofskonferenzen in einer synoptischen Fassung verarbeitet werden, die dann als Grundlage weiterer kontinentaler Zusammenarbeit dienen kann. Zumindest die deutschsprachige Gruppe, zu der auch die skandinavischen Länder, die Niederlande und Belgien stießen, hat jedenfalls regelmäßige Konsultationen vorgesehen. Aber auch auf kontinentaler Ebene soll in etwa drei Jahren eine ähnliche Versammlung wie jetzt in Schönbrunn stattfinden. Weitere thematische Diskussionspunkte einzelner Arbeitsgruppen waren u. a. Hinweise auf die Notwendigkeit entsprechender Medienerziehung, einer soliden Forschung und echter pastoraler Strategie für die Arbeit. Die Bedeutung der Information der Kirche nach innen und außen (Nachrichtenagenturen) wurde mehrfach angesprochen, ebenso wie das Anliegen eines ernsthaften Seelsorgeangebotes für die Medienschaffenden.

Im Vergleich zu den früheren Kontinentaltreffen muß für Schönbrunn festgehalten werden, daß der Inhalt dieser Konferenz mehr durch die neue Medienentwicklung als durch die inzwischen zwölf Jahre alte Pastoralinstruktion „Communio et Progressio" bestimmt war. Die Organisation der Konferenz war ausgezeichnet, nur bleibt die Frage, weshalb von den neun vorbereitenden Konferenzen in verschiedenen Teilen Europas weder Konferenzberichte noch Resolutionen vorlagen oder vorgelegt wurden, die man dann unter kontinentaler Sicht hätte diskutieren und bearbeiten können. So muß man sich fragen, weshalb diese (Vorbereitungs?)-Konferenzen überhaupt stattgefunden haben, abgesehen davon, daß sie wahrscheinlich national und regional einen gewissen „Sensibilisierungseffekt" gehabt haben dürften.

Franz-Josef Eilers (Aachen)

Anmerkungen:

[1] Vgl. u. a. die Berichte über frühere Kontinentalkonferenzen in CS. 7: 1974, S. 152—155; 8: 1975, S. 48—51; 11: 1978, S. 129—130.

[2] In: Bulletin d'Information, Commission Pontificale pour les communications sociales Vol. 22, Nr. 83, 1973, S. 101—128; Vol. 23, Nr. 84, 1974, S. 68—69; Vol. 28, Nr. 87, 1978, S. 85—87. Vgl. auch „Communicatio Socialis Yearbook, Journal of Christian Communication in the Third World", 1981—1982, Indore, Indien, S. 205—233.

[3] Communio et Progressio Nr. 12.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Christliche Autorinnengruppe — ein Novum mit Überlebenschance ?

Die Christliche Autorinnengruppe wurde im Herbst 1981 auf der Frankfurter Buchmesse gegründet. Initiatorin ist die Schriftstellerin und Psychologin Dipl.-Päd. Marianne Kawohl, Siegen. In einem Interview mit der Kirchenzeitung „Der Dom" vom 21. Febr. 1982 gab Marianne Kawohl auf die Frage: „Was hat Sie zu dieser Zusammenkunft bewogen?" die Antwort: „Wir lassen den Nicht-Christinnen nicht das ganze Feld der Massenmedien." Die Gründungsintention ist mit diesem Satz aufgezeigt. Seit 1976 beschäftigte sich die Diplom-Pädagogin und Referentin in der Erwachsenenbildung, zu deren Studium auch Theologie, Germanistik, Journalistik, Psychologie und Soziologie gehörten, mit der Gründung einer Autorinnengruppe. Damals schon erkannte sie die Dringlichkeit eines Präsentwerdens christlicher Autorinnen in der Öffentlichkeit, um ein Gegengewicht zu den Frauen zu schaffen, die sich mit großem Engagement für bestimmte Ideologien einsetzen, z. B. Feministinnen, Kommunistinnen u. a. Diese fand Marianne Kawohl auf der Buchmesse stets in Aktion. Wo aber waren die Christinnen? Wo die schreibenden Frauen, die aus christlicher Verantwortung etwas zu sagen haben? Solche und ähnliche Gedanken bewegten die Autorin, die selbst bisher sieben Bücher veröffentlicht hat, und drängten nach Taten. Mit großer Zielstrebigkeit begann nun die Schriftstellerin, ihre Pläne zu verwirklichen. Christliche Verlage wurden angeschrieben, um die Adressen christlicher Autorinnen zu erhalten. Kontaktaufnahme zu den Genannten sowie ein reges Interesse ergaben sehr schnell die Grundlage, auf der das erste Treffen im Frankfurter Messegelände im Jahre 1981 veranstaltet werden konnte.

Die Gruppe besteht heute aus ca. 70 Mitgliedern (Stand 1. 5. 1983), die sich aus deutschsprachigen Autorinnen, Förderern/innen und Freunden/innen zusammensetzen. Die Mitgliedschaften beschränken sich nicht auf die Bundesrepublik Deutschland, sondern schließen auch Österreich, Schweiz und Luxemburg ein. In der Gruppe sind verschiedene christliche Konfessionen vertreten. Die Vereinigung kann als lose bezeichnet werden, da sie keine Satzungen, keine Bürokratie kennt. Zur Deckung der Unkosten wird ein jährlicher Mitgliedsbeitrag erhoben.

Jährlich veranstaltet die Autorinnengruppe eine Tagung an wechselnden Orten. Konstant findet ein informelles Treffen jeweils auf der Frankfurter Buchmesse statt. 1982 stand die Tagung in Duisburg unter dem Thema „Das Buch als Therapeutikum". Ein Referat über „Das Selbstverständnis der christlichen Autorin" gab Aufschluß über den hohen Wert von Büchern bei der Heilung psychisch Kranker. Auf die Anwendung der Bibliotherapie wurde hingewiesen, der Prof. Dr. Wolfgang Klages in seinem Buch „Der sensible Mensch" (Enke-Verlag) ein Kapitel widmet. Wenn dieser erfahrene Psychiater der Bibliotherapie und vor allem der Lyriktherapie einen so hohen Stellenwert beimißt, so müssen sich die Autorinnen und Autoren dieser ihrer Verantwortung bewußt sein. Die Referentin (= Verfasserin dieses Artikels) betonte die Wichtigkeit der Aufgabe, die die Künstler und Dichter tragen, indem sie Gegengewichte schaffen, um die inhumane Welt der Technik mit den Werten der Humanität auszugleichen. Um diesem Auftrag gerecht zu werden, müssen sich die Autoren selbst kennenlernen. Nur wer nicht vor seinem eigenen Schatten flieht, sondern ihn leben läßt, sich ihm stellt, kann andere in ihrem Schattendasein erreichen.

Vorschnelle Moral, belehrende Zeigefinger, vorgefertigte Lösungen werden meist als unehrlich empfunden und von sensiblen Lesern nicht abgenommen. So muß sich der Schreibende darauf einlassen, sich selbst zu öffnen, sich transparent zu machen, sich im

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

wahren Sinne seinen Lesern zu schenken. Dadurch werden Lebenshilfe oder begleitendes Verstehen möglich. Diese Gedanken über das Selbstverständnis der christlichen Autorin können als Basis der Gruppe angesehen werden.

Die Tagungen sind in der Regel gut besucht und bieten wertvolle persönliche Kontakte und gedanklichen Austausch. Im Rahmen der Duisburger Tage gab die bekennende Sängerin Inge Brück ein öffentliches Konzert in der Stadtkirche.

Unter dem Thema „Mut zur Phantasie" wurde die Tagung 1983 in Tiefenbach/Allgäu abgehalten. Erstmalig lud die Autorinnen-Gruppe außer den Mitgliedern auch interessierte Gäste ein. Dipl.-Päd. Marianne Kawohl zeigte in einem Referat „Literatur — Die Angst als Hauptmotor der Phantasie" die verschiedensten Formen der Phobien auf. Als Psychologin sprach sie aus einem fundierten Wissen über das den Menschen Beengende = Beängstigende — aber auch von der Möglichkeit, diese Ängste in Kreativität zu sublimieren. Als weiteren Referenten konnte die Gruppe den Dozenten der PH-Reutlingen, Professor Gerhard Grimm, einladen, der einen Dia-Vortrag „Über das Phantastische in der europäischen Malerei" hielt. Da die Phantastik überwiegend negativ besetzt ist, ergaben die Bilddarstellungen aussagestarke Fallbeispiele von sublimierter Angst. Nicht bei der Angst oder, was noch schlimmer ist, bei der Phobophobie (= Angst vor der Angst) stehen bleiben, sondern sie kreativ zu überwinden, waren wichtige Erkenntnisse für die Tagungsteilnehmer.

Den ökumenischen Charakter der Gruppe unterstreichen gemeinsame Gottesdienste oder Andachten, die je nach den Gegebenheiten an den Tagungsorten besucht werden. Eigene Meditationstexte vermitteln das Gefühl der Gemeinsamkeit vor Gott.

Informationen in Form von Rundbriefen gehen den Mitgliedern mehrmals jährlich zu, mit Hinweisen auf Kontaktmöglichkeiten zu Verlagen, Literatur-Preisausschreiben und Anregungen verschiedener Art. Lesungen in kleineren Gruppen sowie eine Anthologie sollen nach Möglichkeiten realisiert werden. Dadurch motivieren und inspirieren sich die Mitglieder der Christlichen Autorinnengruppe gegenseitig ohne Konkurrenzdenken und ohne irgendwelche Vereinnahmung der einzelnen. Die Individualität bleibt unangetastet, ja soll möglichst noch mehr zur Entfaltung kommen.

In einem Informationsblatt, das die Gruppe vorstellt und gleichzeitig Aufgaben und Ziele nennt, heißt es: Die Christliche Autorinnengruppe sieht ihre Aufgabe in der Förderung guter Literatur. Da Christ-Sein nicht zuletzt auch echtes Mensch-Sein heißt — Leben in ganzheitlichem Sinn — sind die Autorinnen nicht festgelegt auf eine bestimmte Richtung ihrer literarischen Arbeit, auch bedeutet es nicht, daß jeder Text ausgesprochen „christlich" scheint; denn primär geht es um Schreiben in christlicher Verantwortung. „Jedes (gute) Buch trifft irgendwie den, der es liest, und greift in sein Leben ein. Lebensneutral ist kein Buch ‚und deshalb auch nicht heilsneutral' " (Walter Friedberger). — (zit. aus „Christ in der Gegenwart" Nr. 5/83).

Hier könnte auch Günter Eich zitiert werden : „Im Grunde meine ich, daß es darauf ankommt, daß alles Geschriebene sich der Theologie nähert. — Jedes Wort bewahrt einen Abglanz des magischen Zustandes, wo es mit dem gemeinten Gegenstand eins ist, wo es mit der Schöpfung identisch ist."

Die Autorinnengruppe ist keineswegs männerfeindlich, was sich aus ihrer christlichen Einstellung und ganzheitlichen Lebensbejahung von selbst versteht. Sie will auch keine elitäre Vereinigung bilden. Sich von männlichen Kollegen zu distanzieren, liegt ihr fern, vielmehr will sie, indem sie autonom arbeitet, eine echte Partnerschaft realisieren. Selbstverständlich können auch Autoren, Förderer und Freunde der Gruppe ange-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

hören, was bereits der Fall ist. Es geht aber auch bei allen Kontroversen darum, schreibenden Frauen Mut zum eigenen Frausein zu machen in positiver, aktiver Weise. Mit mehr femininen und weniger feministischen Anteilen sollten Frauen von ihrem jeweils individuell gewonnenen Selbstverständnis zu einem androgynen Sein gelangen. Das gilt für das einzelne Individuum wie für Kirche und Gesellschaft.

Fruchtbringende Möglichkeiten sieht die Gruppe in einem kollegialen Miteinander mit anderen Künstlern, Photographen, Malern, Graphikern und Presseleuten, aber auch mit Verlegern und Buchhändlern. Wie bereits mit der Gertrud-von-le-Fort-Gesellschaft, Würzburg, kann auch mit anderen Verbänden eine engere Zusammenarbeit erfolgen, die sich den gleichen Aufgaben verpflichtet fühlen: In der säkularisierten Gesellschaft einen positiven Einfluß auszuüben, sowohl in Literatur/Medien als auch im Dialog zwischen den verschiedenen christlichen Konfessionen und ggf. zu Vertretern anderer Weltanschauungen.

Als reine Privatinitiative, die sie auch in Zukunft bleiben will, erhält die Christliche Autorinnengruppe keinerlei öffentliche Unterstützung oder finanzielle Zuwendungen von kirchlichen o. a. Institutionen. — Presse und Funk informieren über die Aktivitäten mit Interesse und einem gesunden Schuß Skepsis, der dem Neuen gegenüber immer vorhanden sein wird. Die Gruppe fühlt sich motiviert, stets auf Qualität ihrer Veranstaltungen und „Produkte" Wert zu legen und ständige Verbesserung und Weiterentwicklung anzustreben.

Marianne Kawohl ist durch ihre eigenen Sendungen beim Funk keine Unbekannte. Ein erstes Interview über die Christliche Autorinnengruppe gab sie am 18. Oktober 1981 Michaela Pilters für den Bayrischen Rundfunk. In ihrer Sendung „Nur Weihrauch aus dem Tintenfaß?" (SWF II vom 21. November 1982) wies Michaela Pilters ebenfalls auf die Christliche Autorinnengruppe hin, machte aber gleichzeitig deutlich, welche Gefahren in der Etikettierung *„Christliche Dichtung"* oder *„Christlicher Autor/in"* liegen können und wie ungern sich manche Schriftsteller ein solches Etikett anhängen.

Wer die Initiatorin der Gruppe kennt, weiß, wie weltoffen sie denkt und wie weitgespannt ihre Auffassung vom Leben in seiner Ganzheit ist. Wer weiter miteinbezieht, daß schon durch die psychologische Ausrichtung kein „Entweder-Oder", sondern ein „Sowohl-Als auch" bei ihr im Vordergrund steht, der kann sich vorstellen, daß mit dieser Gruppe wirklich ein Novum in der Öffentlichkeitsarbeit entstanden ist, das durchaus Überlebenschancen enthalten dürfte.

Vera Lebert-Hinze (Hilchenbach)

Diplomkurs Kommunikation an der Gregoriana

Seit etwa drei Jahren befindet sich an der Päpstlichen Universität Gregoriana in Rom ein Diplomkurs Kommunikation im Aufbau, der im Sommer 1983 endgültig eingerichtet wurde. Der Kurs ist auf zwei Jahre und als Ergänzungsstudium zu den klassischen Fächern der Universität angelegt. Ein interdisziplinäres Zentrum für Soziale Kommunikation (Centro Interdisciplinare sulla Comunicazione Sociale) wurde mit eigenen Räumen und einem eigenen Statut ausgestattet. Ziel des neuen Zentrums und

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

der veranstalteten Kurse ist nicht in erster Linie ein volles Programm für eine Hauptfachausbildung. Aufgabe des Angebotes soll es vielmehr sein, den Gregoriana-Studenten der Theologie, Philosophie, der Sozialwissenschaften oder Missionswissenschaften zu helfen, entweder die Kommunikationsdimensionen in ihr Fachgebiet einzubringen oder auch ein solches Fachstudium mit einem Ergänzungsstudium in Kommunikation abzurunden. In dieser Konzeption des Kommunikationsstudiums an der Gregoriana liegt damit zwar eine Begrenzung, aber auch die viel wichtigere Möglichkeit zu einem interdisziplinär verzahnten Studium. Über die Lehre hinaus steht innerhalb des Zentrums auch die Möglichkeit zu interdisziplinärer Forschung und einer Promotion offen, wenn sie in Verbindung mit einer der bereits bestehenden Fakultäten geschieht. Ein Diplomkurs dieser Art dürfte an einer kirchlichen Universität Europas einmalig sein. Beachtet man ferner die Zusammensetzung der rund 3 000 Studenten der Gregoriana, die zu einem guten Teil aus Ländern der sog. Dritten Welt stammen und die dort nach ihrer Rückkehr zumeist führende Aufgaben übernehmen, dann wird die Bedeutung dieser neuen Initiative für die Gesamtkirche besonders deutlich.

Erste Aufgabe dieses Kommunikationskursus ist es, eine kritische Kenntnis über die Rolle der Kommunikation und der Massenmedien in der Gesellschaft und der Kultur zu vermitteln, dann soll aber vor allem auch die Bedeutung der Kommunikation nicht nur für die Evangelisation und die Pastoral, sondern für den Glauben und die Theologie überhaupt herausgestellt werden.

Das Programm umfaßt eine allgemeine Einführung in Kommunikation und kommunikationswissenschaftliche Fragen wie z. B. Philosophie der Kommunikation, Sprache des Films und visuelle Kommunikation, Sozialgeschichte der Kommunikation, Semiotik und öffentliche Meinung, rechtliche Fragen und Wirkungsforschung. Der Kommunikation des Glaubens in den Kulturen wird besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Hier sind Kurse angekündigt über die Theologie der Interkulturation, Glaube, Sprache, Symbole, interkulturelle Kommunikation, Kirche und Kommunikationsmittel, Fundamentaltheologie und Kommunikationswissenschaft, Glaube in den Kommunikationsmitteln, ethische Fragen und die Rolle der Kommunikation für Entwicklung.

Leiter des neuen Zentrums an der Gregoriana und Professor für Philosophie der Kommunikation ist Peter Henrici sj, einer der Initiatoren des neuen Zentrums. Die Dozenten der einzelnen Kurse sind weithin Gastdozenten, die für diese Kurse eingeladen werden oder auch als regelmäßige Mitarbeiter zur Verfügung stehen. Die Vorlesungen werden entweder in englischer oder italienischer Sprache gehalten. Der Diplomkurs an der Gregoriana ist nicht gedacht als eine Ausbildung von Praktikern etwa für die Redaktion oder für die Produktion. Diese Ausbildung soll weiterhin in den bereits bestehenden Institutionen bzw. als „In Service" Ausbildung durchgeführt werden. Das Programm der Gregoriana ist dagegen auf die Ausbildung von künftigen Dozenten an kirchlichen Studienanstalten oder von Medienbeauftragten in den Diözesen oder Ordensgemeinschaften zugeschnitten. Durch den Einsatz von Gastprofessoren ergibt sich eine gewisse Flexibilität, andererseits wird für das Zentrum durch einen permanenten Dozentenstab von mindestens drei Professoren ein entsprechendes Fundament gelegt werden müssen, allein schon, um eine hinreichende Studienberatung und fachliche Begleitung der Studenten zu sichern.

Über den Lehrbetrieb hinaus plant das Zentrum allgemeinzugängliche Vortragsreihen, vor allem aber auch Fachgespräche im engeren Kreis, zu denen Theologen, Philosophen und Fachleute für Kommunikation geladen sind. So fand bereits im Jahre 1981

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

in Cavalletti ein solches Fachgespräch über Kommunikation und Priesterausbildung statt. Eine weitere Konferenz über Fundamentaltheologie und Kommunikation ist für Herbst 1983 geplant. Die Ergebnisse dieser Überlegungen sollen in einer entsprechenden Publikationsreihe auch einem größeren Kreis von Interessenten zugänglich gemacht werden.

Wasil A. Müller (Aachen)

Zur Entwicklung der Massenmedien — Thesen der Kirchen 1983
Ein Dokument aus der Schweiz

„Mit diesen sechzehn Thesen wollen die Verantwortlichen der drei Landeskirchen in der Schweiz die Diskussion der aufgeworfenen Fragen in der Öffentlichkeit nicht abschließen oder eingrenzen: Dieser Text der Kirchenleitungen soll vielmehr Anregung und Auftakt zu einer weiterführenden Auseinandersetzung mit all dem sein, was mit moderner Medienentwicklung heute zusammenhängt. Wir haben versucht, einige wichtige Grundanliegen zur Meinungsbildung ins Gespräch einzubringen. Insbesondere möchten wir unterstreichen, daß jedes journalistische Schaffen, wie immer es sich auch äußern mag, vor allem der Wahrheit verpflichtet bleibt." Mit diesen Worten stellte der Schweizer Medien-Bischof Dr. Johannes Vonderach, Chur, am 22. März diesen Jahres die neue 39seitige Broschüre der Kirche „Zur Entwicklung der Massenmedien" im Rahmen einer Pressekonferenz einer breiten Öffentlichkeit vor.[1]

Aufbau und Zielsetzung

Ausgehend vom „Leistungsauftrag der Massenmedien in der Gesellschaft" werden im 1. Teil die Voraussetzungen aufgeführt, die es den Medienschaffenden ermöglichen, ihrem Auftrag gerecht zu werden. Die Thesen 5 und 6 betonen dann die Mitverantwortung aller, also auch der Kirchen, für ein möglichst zuverlässiges und an der Wahrheit orientiertes Kommunikationswesen. Im 2. Teil geht es um „Die Massenmedien in der Perspektive christlicher Hoffnung": um die richtige Deutung der Zeichen der Zeit, die Sicht der Versöhnung und eine christlich verantwortbare neue Weltordnung der Information und Kommunikation. Der 3. Teil befaßt sich in den Thesen 10 bis 12 mit den „Technischen Entwicklungen und ihren möglichen Folgen", und zwar mit deren möglichen positiven und negativen Auswirkungen. Einerseits wird dabei auf die Gefahr der Unterversorgung und einseitigen Abhängigkeit (hauptsächlich in der Zweiten und Dritten Welt), andererseits auf das Problem der drohenden Fehl- und Überentwicklungen des Medienwesens in den mehr westlich orientierten Ländern hingewiesen. Die letzten vier Thesen umschreiben „Die Position der Kirchen", vor allem die Beziehung zwischen Kirchen und elektronischen Medien sowie Ansätze von Leitlinien für künftige Stellungnahmen und die kirchlichen Aufgaben in der heutigen und in der kommenden Medienwelt.

Der evangelische Fernseh-Beauftragte, der Zürcher Pfarrer Urs Meier, der maßgeblich an der Formulierung der Thesen mitgearbeitet hatte, sagte an der erwähnten Pressekonferenz zum Medienpapier: „Schon der Aufbau der Thesen zeigt, daß sich die Kirchen in ihrer Stellungnahme um eine sozial-ethische Argumentation bemüht haben. Es

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

geht also keineswegs nur um die Beziehungen zwischen Kirchen und Medien, sondern um die öffentliche Kommunikation überhaupt. Hauptanliegen der Thesen ist es, zur Entwicklung der Massenmedien einen qualifizierten Diskussionsbeitrag zu leisten. Gleichzeitig geben sich die Kirchen mit den Thesen Rechenschaft über ihre Mitverantwortung für die Kommunikationsmittel. Deshalb richten sich einige Passagen des Textes vorwiegend an die Mitglieder und an die Verantwortungsträger der Kirchen. Die Thesen sollen auch als Unterlagen beispielsweise für die kirchliche Erwachsenenbildung dienen können. Von daher ist es zu verstehen, daß in den Kommentarteilen gelegentlich Informationen enthalten sind, die dem medienpolitisch Kundigen nicht neu sind."

Resultat ökumenischer Zusammenarbeit

Im Auftrag des Zweiten Vatikanischen Konzils hat die Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation am 23. Mai 1971 die Pastoralinstruktion „Communio et progressio" herausgegeben. Im selben Geiste hat sich die Synode der Schweizer Diözesen 1972 zu wichtigen Fragen der Information und Kommunikation in Kirche und Gesellschaft ihres Landes geäußert. Das meiste davon — sofern es nicht inzwischen verwirklicht wurde oder sich überholt hat — ist in die im März erschienenen Thesen 1983 der Kirchen eingearbeitet worden. Überhaupt ist dieses Dokument aus katholischer Sicht eine Frucht der synodalen Bemühungen, heißt es doch im Kommissionsbericht der Basler Synode (XII, 1.5.4) wörtlich: „Alle diese Fragenbereiche sind auch unter dem ökumenischen Gesichtspunkt zu überdenken. Wo eine Zusammenarbeit mit einzelnen Vertretern oder zuständigen Instanzen anderer Konfessionen möglich ist, muß ein Weg der ökumenischen Verwirklichung gesucht und gegangen werden."

Als sachlich greifbares Resultat der ökumenischen Zusammenarbeit der römisch-katholischen, der Reformierten und der Christkatholischen Kirche wurden denn auch die Thesen an der Pressekonferenz in Bern bezeichnet und zur Kenntnis genommen. Der Vize-Präsident des Vorstandes des Evangelischen Kirchenbundes, Pfarrer Reinhard Kuster (Basel), beschrieb damals die historischen Hintergründe der Medienthesen aus evangelischer Sicht und erinnerte an das, was der Kirchenbund schon früher in der Antwort auf die Meinungsumfrage des Schweizer Bundesrates zum Tel-Sat-Gesuch am 22. Oktober 1980 festgehalten hatte: „Als Christen geht es uns in erster Linie um das Wohl des Menschen im Umfeld der Massenkommunikation. Uns ist die Frage wesentlich, wie der Mensch als Mensch, in der Familie, in der Gemeinde und im Staat mit den vielfältigen Verflechtungen, die ihm seine Primärkommunikation erschließt, integrierter Teil einer lebendigen Gemeinschaft werden kann, wo die Lebensqualität des einzelnen und der Gruppe sich gegenseitig ergänzen. Andere Gesichtspunkte sind unseres Erachtens deutlich sekundär."

Aufschlußreich ist auch die Stellungnahme der Schweizer Bischofskonferenz zur gleichen Meinungsumfrage. Unter anderem heißt es darin: „Die Bischofskonferenz spricht sich nicht grundsätzlich gegen das Satellitenfernsehen aus. Es mag durchaus gewichtige Gründe geben, die für diese Form der Medienkommunikation sprechen. Unseres Erachtens sind dabei jedoch in besonderem Maß ethische Kriterien zu beachten: Die Achtung vor der Würde des Menschen und ihren echten Bedürfnissen und Fähigkeiten (Programme, Partizipation), gerechte Verteilung und Investition finanzieller und kommunikativer Mittel (Nord-Süd-Gefälle). Der Staat sollte sich unserer Überzeugung nach heute vermehrt dafür einsetzen, daß die Einrichtungen der modernen Medienkommunikation zu echtem Fortschritt und zur Förderung der lebendigen

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Gemeinschaft dienen. In diesem Sinn bitten wir, die entsprechenden politischen und rechtlichen Schritte vorzukehren."

Echo in der Presse

In Presse, Radio und Fernsehen haben die gemeinsamen Thesen der drei Landeskirchen ein breites und nachhaltiges Echo gefunden. Praktisch alle Schweizer Tageszeitungen berichteten über das Medienpapier. Auch erste Kommentare wurden laut. So schreibt Bernhard Giger im Berner „Bund": „Die Thesen der Landeskirchen zur Entwicklung der Massenmedien sind keine leichtfüßige Erklärung, die man zur Kenntnis nehmen und nachher einfach zu den Akten legen kann ... Diese Thesen schüren nicht die bereits weit verbreitete Angst vor einer Gesellschaft, die sich den elektronischen Medien total ausliefert, sondern zeugen vielmehr von der Bemühung, ein Medienverständnis zu schaffen, das diese Angst gar nicht erst aufkommen läßt oder aber mit ihr umzugehen weiß. Die Thesen sind ein Appell an jeden einzelnen, sich seiner Mitverantwortung für das, was man ‚öffentliche Kommunikation' nennt, bewußter zu werden. Sie legen aber auch dar, was diese Verantwortung — gerade aus christlicher Sicht — alles einschließt. Wer ihnen folgt, wird nicht wenig von dem, was für ihn in der heutigen Medienlandschaft selbstverständlich ist, anders, wohl kritischer, werten müssen. Einen Auftrag haben sich mit diesen Thesen die Kirchen aber auch selber erteilt. Sie werden dafür besorgt sein müssen, daß die Thesen Eingang finden in zukünftige Diskussionen über Medienfragen. Das wird nicht leicht sein. Denn wer so grundsätzliche Forderungen wie jene nach der Schaffung einer neuen Informations-Ordnung stellt, muß damit rechnen, daß er nicht überall offene Türen finden wird."

Im „Aargauer Tagblatt" äußert sich Franz Straub zum gleichen Thema wie folgt: „Wenn sich die drei Landeskirchen gemeinsam Gedanken über die Entwicklung der Massenmedien gemacht haben, so ist ihnen eine Legitimation hierzu nicht abzusprechen ... Massenmedien schaffen öffentliche Kommunikation, die Kirchen verstehen ihren Auftrag auch dahin, zur ‚versöhnenden Kommunikation' in den Medien beizutragen ... Am eindrücklichsten sind denn auch die kirchlichen Medienthesen dort geraten, wo sie sich mit den Auswirkungen der Entwicklung im Medienbereich auf die Gesellschaft und das Zusammenleben befassen. Die Kirchen sagen nicht generell ‚Nein' zu neuen Medien, warnen aber davor, alles technologisch Machbare blindlings in die Tat umzusetzen. Eine uferlose Ausweitung des Medienangebotes, das Vordringen elektronischer Medien wie der Videotext in immer neue Lebensbereiche führt tatsächlich zu einer Gefährdung der öffentlichen und der zwischenmenschlichen Kommunikation. Diskussionswürdig ist sicher auch das Postulat, daß journalistische Tätigkeit ‚publizistische Friedensarbeit' sein sollte; daß beim Aufgreifen von Problemen und Konflikten immer auch eine ‚Perspektive der Versöhnung' spürbar sein sollte; daß die Medien sich davor zu hüten haben, ‚Konfliktsituationen zusätzlich zu verschärfen oder Ansätze zu gegenseitigem Verstehen zu hintertreiben'. Das sind hohe Ansprüche, an denen freilich gerade auch jene Kirchenvertreter zu messen sind, die in den Massenmedien gewissermaßen journalistisch in Erscheinung treten ... Es ist das gute Recht der Kirche, Medienthesen zu formulieren und zu veröffentlichen. Aber sie müssen es sich gefallen lassen, daß kirchliche Medienaktivitäten mit ihren eigenen Maßstäben gemessen werden."

Hans-Peter Röthlin (Fribourg)

Anmerkung:

[1] Der volle Text dieses Dokuments wird in dieser Ausgabe von CS dokumentiert.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

DOKUMENTATION

Zur Entwicklung der Massenmedien: Thesen der Kirche 1983

Am 22. März 1983 veröffentlichten die Römisch-katholische Kirche, der Vorstand des Schweizerischen Evangelischen Kirchenbundes und die Christkatholische (altkatholische) Kirche der Schweiz ein gemeinsames Dokument „Zur Entwicklung der Massenmedien." Das Papier enthält 16 Thesen, die jeweils mit einem Kommentar ergänzt werden. Ursprünglich sollten nur die Thesen als offizieller Text der Kirchenleitungen veröffentlicht und die Kommentare in die Verantwortlichkeit der kirchlichen Fachstellen gestellt werden. Im Verlauf der Arbeit an dem gemeinsamen Text haben aber dann die herausgebenden Kirchenleitungen den vollen Text, also die Thesen und die Kommentare, in ihre Verantwortung genommen. Wir veröffentlichen hier den vollen Text dieses ökumenischen Dokumentes (vgl. auch den Beitrag von Hans-Peter Röthlin in dieser Ausgabe von CS!)

1. *Der Leistungsauftrag der Massenmedien in der Gesellschaft*

These 1: Zur Mitverantwortung braucht es Massenmedien

Die Menschen benötigen öffentliche Information und Auseinandersetzung, um die Aufgaben der Gegenwart und der Zukunft angehen zu können. Massenmedien schaffen Öffentlichkeit in einer Welt, die komplex und weiträumig geworden ist. Ohne öffentliche Kommunikation wäre der Mensch nicht in der Lage, eine Mitverantwortung an der Gesellschaft zu übernehmen.

Kommentar

Das Zusammenleben der Menschen erfordert ständig gemeinsame Entscheidungen. Unterschiedliche Interessen und Zielvorstellungen machen die Entscheidungsprozesse zu konfliktreichen Auseinandersetzungen. Sie haben zudem fast immer Voraussetzungen und Auswirkungen in verschiedenen Bereichen und auf mehreren Ebenen. Die Welt ist für den einzelnen nicht aus eigener Kraft überblickbar. Der Bürger benötigt Informationen und Verstehenshilfen, um sich zu orientieren und um sich an der Gestaltung seiner natürlichen, sozialen und kulturellen Umwelt beteiligen zu können.

Die Massenmedien haben in erster Linie die Aufgabe, Voraussetzungen für das öffentliche und demokratische Umgehen mit gesellschaftlichen Fragen zu schaffen. Öffentlichkeit entsteht nicht von selbst. Sie ist das Ergebnis einer Vielzahl von kulturellen Leistungen, worunter jene der Massenmedien eine Schlüsselstellung haben.

Mit „Massenmedien" (auch „Massenkommunikationsmittel" oder einfach „Medien") sind in diesem Text sämtliche technischen Mittel gemeint, die der Verbreitung von sachlichen Informationen, Meinungen, Ideen sowie unterhaltenden und künstlerischen Darbietungen in Wort, Schrift, Ton oder Bild dienen. Sie vermitteln indirekt Aussagen an ein weitgehend nicht bestimmbares Publikum, sei es ein größerer Personenkreis oder die Gesellschaft insgesamt. Zu den Massenmedien zählen die einmaligen und periodischen Druck-Erzeugnisse (z. B. Flugblatt, Prospekt, Plakat, Zeitung, Zeitschrift, Buch), die Träger akustischer und audiovisueller Signale (z. B. Schallplatte, Tonkassette, Film, Videokassette, Bildplatte) und die elektronischen Medien (Radio, Fernsehen, Teletext, Videotex).

Die vorliegenden Thesen der Kirchen befassen sich nicht gleichmäßig mit allen Massenmedien, sondern gehen vor allem auf jene Aspekte der Medienentwicklung ein, welche die Gesellschaft und die Kirchen vor dringliche Fragen stellen.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Mit dem Begriff „Kommunikation" ist in diesen Thesen nicht bloß ein Vorgang der Informationsübermittlung gemeint. Er bezeichnet darüber hinaus ein Mitteilen und Teilnehmen, das auf Gemeinschaft hin orientiert ist und deshalb an sich schon einen Wert darstellt.

These 2: Die Aufgaben der öffentlichen Kommunikation

Wenn öffentliche Kommunikation in der Gesellschaft zustande kommt, so ist damit eine kulturelle Leistung erbracht, die entscheidend zu einer befriedigenden Lebensqualität beiträgt. Diese Leistung besteht im wesentlichen darin, daß die Massenmedien Kenntnisse und Urteilsvermögen der Menschen fördern, Unterhaltung anbieten und verschiedene Dienste offerieren. Je klarer die Massenmedien ethischen Werten verpflichtet sind, desto besser werden sie ihren Aufgaben gerecht. Der Adressat öffentlicher Kommunikation ist vorwiegend der selbstverantwortliche Bürger, dem ein hohes Interesse an Wahrheit, Freiheit und Solidarität zugetraut werden darf. Zudem gibt es aber zahlreiche Medienprodukte, die sich an Kinder und Jugendliche richten. Ihre Inhalte müssen zusätzlich an pädagogischen Maßstäben gemessen werden.

Kommentar

Die von den Massenmedien getragene öffentliche Kommunikation hat in der Gesellschaft eine Vielzahl von Aufgaben zu erfüllen.

Information soll die Kenntnis von Ereignissen, Fakten, Entwicklungen, Problemen usw. vermitteln. Solche Information bedarf der Kommentierung, welche Zusammenhänge aufzeigt, Wertfragen stellt und erkennbar eine bestimmte Sicht der Dinge vertritt. Medien haben gegenüber den Inhabern und Verwaltern von politischer, wirtschaftlicher und kultureller Macht auch eine Aufgabe der Kontrolle. Sie wird erfüllt durch das Öffentlichmachen von Tatsachen und durch Kritik. Medien können auch Anregungen zur Gestaltung des öffentlichen Zusammenlebens bieten, dem einzelnen Lernimpulse vermitteln und zu Prozessen der Bildung beitragen. Durch Information und Weckung von Verständnis leisten sie einen Beitrag zur Integration verschiedenster Gruppen in die Gesellschaft. Medienangebote können Menschen bei der Erfüllung von Aufgaben und beim Durchhalten in Schwierigkeiten eine Unterstützung sein und Lebenshilfe bieten. Medieninhalte haben in vielen Fällen den Charakter von Dienstleistungen. Jedermann ist darauf angewiesen, in seinem Alltag regelmäßig Entlastung zu finden. Das Bedürfnis nach Unterhaltung ist ein Ausdruck davon. Medien können ihren Beitrag zur Entlastung und Unterhaltung leisten, doch ist bei diesen Funktionen besonders darauf zu achten, daß die Medien nicht den direkten zwischenmenschlichen Kontakt verdrängen. Werbung soll vor allem Konsumenten über den Markt orientieren; in der Praxis kommt es jedoch oft vor, daß sie in fragwürdiger Weise Menschen benützt.

These 3: Die Rolle der Journalisten und Medienschaffenden

Die Massenmedien können ihre Aufgaben nur erfüllen, wenn Journalisten und Medienschaffende der verschiedensten Sparten ihre Tätigkeit kompetent, ungehindert und verantwortungsbewußt ausüben. Die Freiheit, Informationen zu erhalten, zu überprüfen und zu veröffentlichen sowie die Freiheit der Meinungsäußerung müssen den in Medienberufen Tätigen sicher sein. Zu diesem fundamentalen Recht gehört die Verpflichtung zur Wahrhaftigkeit, zur Fairneß und zum Schutz der Persönlichkeit von dargestellten oder befragten Personen. Journalisten und Medienschaffende sollen, soweit das möglich ist, ihre Leser oder ihr Publikum kennen. Sie müssen ebenso die Sache kennen, die sie behandeln. Befangenheit, Vorurteile oder Bindungen an bestimmte Interessen können zu schwerwiegenden journalistischen Fehlleistungen führen, nicht zuletzt im Bereich des Religiösen und Weltanschaulichen.

Kommentar

Die von den Medien im Interesse der Gemeinschaft zu fordernden Leistungen zeigen

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

deutlich, daß die Berufsgattung der Journalisten und Medienschaffenden hohe fachliche Qualifikationen, großes Engagement für die Aufgaben der öffentlichen Kommunikation und menschliche Integrität verlangt.

Die Informations- und Meinungsfreiheit ist zunächst ein grundlegendes Menschenrecht. Es muß jedoch im besonderen zugunsten der in Medienberufen Arbeitenden geschützt werden. Freie Massenmedien sind eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Verwirklichung der Informations- und Meinungsfreiheit aller Menschen. Die Medienfreiheit kann mit den Erfordernissen des Persönlichkeitsschutzes in Konflikt kommen. In solchen Situationen sollen dargestellte oder befragte Menschen so weit als möglich geschützt werden.

Damit Journalisten und Medienschaffende ihre Berufe gut und mit persönlicher Befriedigung ausüben können, brauchen sie eine solide Aus- und Fortbildung, gesellschaftliche Anerkennung, faire Kritik, rechtlichen Schutz und materielle Sicherheit. Wenn solche Voraussetzungen gegeben sind, darf man von Journalisten ein Berufsethos erwarten, das weiter reicht, als Gesetze und Vorschriften es verordnen können.

These 4: Gefährdungen der öffentlichen Kommunikation

Zahlreiche Einflüsse gefährden die optimale Erfüllung der genannten Aufgaben. Verschiedene Kräfte versuchen, die Medien anderen Zwecken dienstbar zu machen. Die Gefährdungen gehen nicht zuletzt von Medienbenützern aus, die sich vielfach ihres Einflusses nicht bewußt sind, den sie durch die Auswahl und die Art des Umgehens mit Medienangeboten ausüben. Sodann sind es Versuche zur kommerziellen und ideologischen Vereinnahmung, welche die Massenmedien bei der Erfüllung ihrer an der Gesamtgesellschaft orientierten Funktionen behindern. Gesetzgeberische und konzeptionelle Mängel, unbefriedigende Ausbildungs- und Arbeitsverhältnisse bei den Medienschaffenden sowie Hindernisse bei der Informationsbeschaffung sind weitere Faktoren, welche die Qualität der öffentlichen Kommunikation beeinträchtigen.

Neben diesen Einflüssen sind im Medienwesen auch Entwicklungstendenzen zu beobachten, welche zusätzliche Erschwernisse und Probleme für die öffentliche Kommunikation und neue Aufgaben für die Medienorganisation mit sich bringen. Es handelt sich vor allem um die Ausweitung des Angebots, den überstürzten Einsatz neuer Techniken und eine zunehmende Kommerzialisierung des Medienwesens.

Kommentar

Die Gefährdungen der öffentlichen Kommunikation lassen sich wie folgt etwas näher umschreiben.

a) In weiten Kreisen der Gesellschaft ist das Bewußtsein für die Notwendigkeit eines unabhängigen, verantwortlichen und kritischen Medienwesens zu wenig entwickelt.

b) Die rechtliche Ordnung des Medienwesens ist lückenhaft, was zu zahlreichen Unsicherheiten führt. Die Bemühungen um eine Mediengesamtkonzeption, eine Verfassungsgrundlage und verschiedene gesetzliche Regelungen können wesentliche Verbesserungen anbahnen, sofern sie sich am Leitbild einer humanen Gesellschaft und deren Bedürfnissen nach öffentlicher Kommunikation orientieren.

c) Den Benützern fehlen weitgehend die für den Umgang mit Massenmedien notwendigen Kenntnisse und Erfahrungen. Die Medienerziehung ist eine auf allen Ebenen stark vernachlässigte Aufgabe. Die Medien selbst sollten die Erfüllung dieses Postulats nach ihren Möglichkeiten unterstützen.

d) Die geistige Passivität vieler Medienbenützer entzieht den positiven Funktionen der Massenmedien die Basis. Damit hängt zusammen, daß viele Medienangebote nur auf bequeme Konsumierbarkeit und auf Bestätigung der vorhandenen Einstellungen und Meinungen ausgerichtet sind. In der Fernsehunterhaltung beispielsweise stellt sich vielfach eine Wechselwirkung zwischen Angeboten und vordergründigen Zuschauererwartungen ein, die sowohl Programmgestalter wie Zuschauer gewissen Zwängen unterwirft: Auf der einen Seite entsteht Erfolgszwang, und auf der anderen Seite droht ein Verlust an unmittelbaren menschlichen Kontakten und eigenem Erleben.

e) Die Informationsbeschaffung stößt gele-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

gentlich auf unnötige Hindernisse. Wirtschaftsunternehmen und staatliche Instanzen, aber auch kirchliche Stellen, zeigen sich manchmal wenig informationsfreudig. Sie neigen oft auch dazu, Information nach ihren Vorstellungen beeinflussen zu wollen. Auf der anderen Seite haben Personen und Institutionen das Anrecht auf authentische Wiedergabe ihrer Aussagen in den Medien. Im Fall der Kirchen betrifft das zum Beispiel die Verkündigung.

f) Übergewichte von ideologischen oder kommerziellen Einzelinteressen schränken die redaktionelle Freiheit und Verantwortlichkeit ein. Insbesondere kann die Abhängigkeit von der Werbung die journalistische Arbeit über Gebühr beeinflussen. Die Verpflichtung für die gesamtgesellschaftlichen Funktionen der Massenmedien muß in erster Linie bei den sogenannten Monopolmedien Radio und Fernsehen, aber auch in der weltanschaulich oder politisch profilierten Presse den Vorrang behalten.

g) Die Einführung des Computersatzes bei der Presse (Zusammenstellung fertiger Textseiten durch den Journalisten an einem Bildschirmgerät) leistet dem Zwang zu möglichst schneller, aktueller Information Vorschub und setzt die Journalisten unter starken Druck. Vielfach fehlt ihnen die Zeit für eigene Recherchen und zur publizistischen Aufarbeitung des Materials. Das berufliche Selbstverständnis der Journalisten wird dadurch verunsichert. Außerdem sind die Ausbildungsmöglichkeiten für journalistische Berufe in der Schweiz nicht ausreichend. Dies mag mit ein Grund dafür sein, daß sich Journalisten über ihre besondere Rolle in der Gesellschaft nicht genügend klar sind.

h) Je größer der Einfluß multinationaler Medienkonzerne wird (Nachrichtenagenturen, Pressekonzerne, Film- und Plattenproduzenten, teilweise verbunden mit Elektronik- und Raumfahrtindustrie), desto stärker wird die kulturelle Vielfalt und Eigenständigkeit bedroht durch die Ausbreitung einer künstlichen „Einheitskultur". Besonders die Länder der Dritten Welt sind diesen Strukturen und Mechanismen weitgehend ausgeliefert.

i) Die unkontrollierte, beinahe uferlose Ausweitung des Informationsangebots durch die sprunghafte Vermehrung von Programmen vor allem beim Fernsehen und durch zusätzliche Medien wie Teletext und Videotex droht die öffentliche Kommunikation in einer Informationsflut zu ertränken. Neue elektronische Medienangebote gefährden auf lange Sicht möglicherweise die Existenz der Presse, die eine unverzichtbare Rolle spielt. Die Ausweitung der Medienkommunikation in immer neue Lebensvollzüge hinein hat für das Zusammenleben der Menschen schädliche Auswirkungen. So ist anzunehmen, daß die fast unbegrenzten Anwendungsmöglichkeiten des Systems Videotex immer mehr zwischenmenschliche Kontakte aus dem Alltag verdrängen. Videotex erlaubt die Benutzung des Fernsehgeräts als Computerterminal, das via Telefon mit der Videotex-Zentrale und durch sie mit Datenbanken in aller Welt sowie mit Computern von Unternehmen und Institutionen verbunden werden kann. Das System ermöglicht es, Einkäufe, Absolvierung von Lernprogrammen, Verkehr mit Dienstleistungsbetrieben und Amtsstellen usw. von zu Hause aus abzuwickeln. Es könnte auch die Einführung neuer Formen von Heimarbeit mit sich bringen.

k) Die Ausweitung des Medienangebots ist verbunden mit einer zunehmenden Kommerzialisierung. Das Geschäft mit der Information wird dann problematisch, wenn es die Kommunikation dem Diktat des Profits unterwirft. Gegenwärtige Beispiele dafür sind die entpolitisierte Information in der Boulevardpresse, aber auch die Verrohung bestimmter Genres des Trivialfilms, wie sie sich in der zunehmenden Brutalisierung in der Darstellung von Gewalt und Sexualität manifestiert.

These 5: Alle sind für die Massenmedien mitverantwortlich

Die Verantwortung für die Massenmedien kann nicht von bestimmten Berufsgruppen, Behörden oder Institutionen allein getragen werden, sondern nur von der Gesellschaft als ganzer. Auch der einzelne Benützer hat daran einen unmittelbaren Anteil. Er soll lernen, mit Massenmedien und ihren Angeboten kritisch umzugehen, aber auch bereit sein, seine eigene Meinung und Einstellung durch neue Informationen in Frage stellen zu lassen. Zur Mitverantwortung für die Medien gehört auch die Bereitschaft, für ihre Produkte den notwendigen Preis zu

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

bezahlen, weil sie sonst in zunehmende Abhängigkeit von Werbung oder anderen Finanzierungsquellen geraten.

Kommentar

Die umfassende Mitverantwortung aller gesellschaftlichen Gruppen gilt in erster Linie für die sogenannten Monopolmedien Radio und Fernsehen. Für die im gesellschaftspolitischen Bereich wirkenden Gruppierungen bedeutet dies, daß sie die für die allgemeine Öffentlichkeit bestimmten elektronischen Medien nicht als Instrumente partieller Interessen betrachten dürfen. Das gilt für Parteien, Wirtschaftsverbände, Gewerkschaften, Interessensverbände, für soziale und kulturelle Vereinigungen, aber auch für die Kirchen, soweit sie als institutionalisierte Gruppen der Gesellschaft in Erscheinung treten. Zur kontinuierlichen Vertretung einzelner weltanschaulicher oder politischer Positionen ist nach gegenwärtiger Beurteilung die Presse das bestgeeignete Medium. Es liegt im gesellschaftlichen Gesamtinteresse, daß eine Vielfalt solcher Organe ihren Platz in der öffentlichen Kommunikation behalten kann.

These 6: Die Mitverantwortung der Kirchen

Die Kirchen wissen sich für die Gestaltung des gesellschaftlichen Zusammenlebens und deshalb auch für die Massenmedien mitverantwortlich. Deshalb legen sie ein Verständnis von Kommunikation, das im christlichen Glauben angelegt ist, öffentlich dar.

Die Einzigartigkeit des Menschen liegt in der Art, wie er zur Kommunikation fähig und auf sie angewiesen ist. Die Bibel sieht das Wesen und den Wert des Menschen in einem Beziehungsvorgang begründet: Sie handelt im wesentlichen davon, daß Gott zum Menschen in Beziehung tritt, daß er ihn annimmt und ihm mit Liebe begegnet. Der glaubende Mensch fühlt sich angesprochen und in Anspruch genommen von der Zuwendung Gottes, und er sucht ihr zu entsprechen in der Zuwendung zum Mitmenschen. Der Glaube, die religiöse Sinngebung und die christliche Weltverantwortung des Menschen können von daher als Prozesse der Kommunikation verstanden werden. Zum Kern der biblischen Botschaft gehört die Aussage, daß Gott diese Kommunikation schafft und daß sie für den Menschen und für die Welt Versöhnung bedeutet.

Kommentar

Die Bibel handelt von der Geschichte Gottes mit den Menschen als einer nicht abgeschlossenen Geschichte des Heils. Man kann sie auch als die Geschichte der Kommunikation Gottes mit den Menschen lesen, die in immer neuen Situationen die Versöhnung der Schöpfung zum Ziel hat.

Für Christen wird an der Gestalt Jesu deutlich, wie die Versöhnungsabsicht Gottes sich in der menschlichen Kommunikation auswirken will. Der Glaube an Jesus als den Christus, den Sohn Gottes und damit den eigentlichen Herrn der Welt drückt aus, daß die Art seines Glaubens und Handelns die neue, versöhnende Möglichkeit aller menschlichen Kommunikation ist.

Solche Kommunikation verdankt sich nicht allein der Leistung des einsichtigen Menschen, aber auch nicht allein einem jenseitigen Geschehen ohne menschliches Zutun. Wenn sie gelingt — auch nur ansatzweise —, so ist nach christlicher Überzeugung der Geist Christi am Werk. Versöhnende Kommunikation ist nicht „machbar", weil der Heilige Geist nicht verfügbar ist; sie ist jedoch ebensowenig aus der menschlichen Verantwortung ausgenommen, weil es zur Versöhnung engagierte und intelligente Bereitschaft braucht.

2. *Die Massenmedien in der Perspektive christlicher Hoffnung*

These 7: Die Zeichen der Zeit deuten

Alle Menschen sind auf Informationen über Ereignisse und Entwicklungen angewiesen. Indem die Massenmedien solche Informationen vermitteln, helfen sie zur Meinungsbildung. Zum Christsein gehört das Interesse für die Welt, denn christliche Hoffnung gilt auch dieser Welt. Christen sollen die Zeichen der Zeit beachten. Massenmedien helfen, sie zu sehen und zu deuten. Doch gerade dieser Dienst, den die Medien der ganzen Ge-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sellschaft zu leisten haben, ruft oft Abwehrhaltungen hervor. Sie äußern sich unter anderem darin, daß den Massenmedien manchmal die Rolle des Sündenbocks zugeschoben wird.

Kommentar

Wenn von der Konfrontation mit der Realität die Rede ist, darf selbstverständlich die Unterscheidung zwischen der Wirklichkeit und ihrer Darstellung im Medium nie übersehen werden. Es liegt auch an den Massenmedien selbst, diesen Unterschied nicht zu vertuschen, sondern immer wieder offenzulegen. Es besteht die Gefahr, daß die Flut von Nachrichten die Medienbenützer mit der Zeit immunisiert. Die tagesaktuellen Medien stehen vor der anspruchsvollen Aufgabe der Nachrichtenauswahl und -bearbeitung. Sie ist in jedem Fall von subjektiven Urteilen mitgeprägt. Zusätzlich hilft der Journalist mit seinen Kommentaren dem Medienbenützer bei der Bewertung der Nachrichten. Damit kommt ein zusätzliches subjektives Element zum Zug. Solange diese Tatsache klar erkennbar ist, wirkt sie sich nicht nachteilig aus. Auswahl, Bearbeitung und Kommentierung der Nachrichten sind nötig, um dem Benützer Orientierung und tieferes Verstehen zu ermöglichen.

In dieser Beziehung haben die nicht an die Tagesaktualität gebundenen Medien — etwa die Presse in ihren Kommentaren und Hintergrundinformationen oder der Film mit seiner spezifischen Fähigkeit des emotionellen Ansprechens — eine besonders wichtige Funktion: Sie können die Fragen unserer Zeit herausarbeiten und in einer Weise gestalten, die den Zuschauer, Hörer oder Leser zur aktiven Auseinandersetzung mit den Problemen animiert. Diese besonderen Stärken einzelner Medien dispensieren die aktuellen elektronischen Medien selbstverständlich nicht von der Aufgabe, zur Verarbeitung und Auseinandersetzung beizutragen.

These 8: Die Perspektive der Versöhnung

Ohne grundlegende Veränderungen in vielen Bereichen hat die Menschheit keine Zukunft. Die öffentliche Diskussion um die Neuorientierung der Gesellschaft setzt funktionstüchtige Massenmedien und verantwortungsfähige Bürger voraus. Damit aber die Auseinandersetzung tatsächlich zu Ergebnissen führt, braucht es in allen Konflikten eine Perspektive der Versöhnung. Sie vermeidet sowohl die unverantwortliche Ausnützung von Konfliktsituationen wie auch das Verschleiern von Gegensätzen. Wer die Probleme und Konflikte der heutigen Welt journalistisch bearbeitet mit dem Ziel, Transparenz zu schaffen und auf mögliche Entscheidungssituationen hinzuweisen, dessen Tätigkeit darf als publizistische Friedensarbeit betrachtet werden.

Kommentar

Nicht erst die Frage, wie unsere gemeinsame Zukunft zu gestalten sei, sondern bereits die Beschreibung und Beurteilung der Gegenwart sind strittig. Wo es um das Ganze unserer Werte und Ziele geht, da sind die Konflikte fundamental.

In der Diskussion über Grundprobleme ist es besonders wichtig, Versöhnung nicht zu verwechseln mit Verschleierung von Gegensätzen. Für Christen ist alle Versöhnung bezogen auf das Leiden und Sterben Christi, in dem die Gegensätze von Schuld und Gnade, Tod und Leben nicht vertuscht, sondern durchgehalten werden. In Analogie dazu gilt es, der Problematik der heutigen Welt standzuhalten im Blick auf eine erhoffte Veränderung.

Die Massenmedien haben Anteil an der schwierigen Aufgabe, Probleme und Konflikte ohne Vertuschung aufzuzeigen und die notwendigen Auseinandersetzungen in Gang zu bringen. Sie müssen sich aber davor hüten, Konfliktsituationen zusätzlich zu verschärfen oder Ansätze zu gegenseitigem Verstehen zu hintertreiben. Es kommt vor, daß Medienschaffende ihren Produkten durch ständige Überspitzung Profil verleihen wollen. Konflikte auf diese Weise auszubeuten ist ebenso unverantwortlich wie die Verschleierung von Gegensätzen.

These 9: Neue Weltordnung der Information und Kommunikation

Die grundlegenden Medienfragen haben auch eine weltweite Dimension. Die Abhängigkeit der Dritten Welt von Medien-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

strukturen und Informationen, die durch die Industrieländer geprägt und teilweise von großen Medienkonzernen beherrscht sind, ist eine besonders problematische Form des allgemeinen Nord-Süd-Gefälles.

Für die Lösung der großen Zukunftsprobleme der Menschheit sind Bildung, kulturelle Identität, Abbau von Vorurteilen und Feindbildern sowie Fähigkeit zu politischer Willens- und Konsensbildung wesentlich. Deshalb muß auch auf weltweiter Ebene die Entwicklung der öffentlichen Kommunikation gefördert werden. Dazu gehört der Abbau von einseitigen Abhängigkeiten, die eigenständige Entwicklung des Medienwesens im jeweiligen Kulturkreis, ungehinderte Informationsbeschaffung und freie Meinungsäußerung sowie ein partnerschaftlicher Austausch auf allen Ebenen.

Kommentar

Ein weltweites Problem ist die Tatsache, daß totalitäre und diktatorische Regimes die Meinungs- und Informationsfreiheit systematisch behindern.

Unsere Sicht der Weltlage und das Bild, das wir uns von der eigenen Gesellschaft und von fremden Kulturen machen, sind viel stärker vom bestehenden Welt-Informationssystem geprägt, als es uns in der Regel zum Bewußtsein kommt. Nachrichten aus der Dritten Welt berichten unverhältnismäßig häufig von Katastrophen und politischen Wirren. Andere Meldungen, die in den Industrieländern Interesse für die kulturellen Eigenarten von Gebieten der Dritten Welt wecken oder Einblick in Probleme und deren Ursachen geben könnten, gelangen seltener in unsere Medien. Ein Grund für diese Situation ist die Einseitigkeit der Informationsströme. Ein weiterer Grund ist die Notwendigkeit, Informationen zu verkaufen. Der internationale Nachrichtenaustausch ist weitgehend Sache von Agenturen aus Industrieländern. Er wird zu einem großen Teil von den folgenden fünf Anstalten dominiert: Agence France-Presse (Frankreich), Associated Press (USA), Reuters (Großbritannien), Tass (UdSSR) und United Press International (USA). Sie alle sind in mehr als hundert Ländern mit eigenen Niederlassungen tätig und geben tägliche Dienste in Arabisch, Englisch, Französisch, Deutsch, Portugiesisch, Russisch, Spanisch und teilweise noch in weiteren Sprachen heraus. Die Einführung neuer Informationstechnologien droht die Abhängigkeit der Dritten Welt in dieser Hinsicht noch zu vergrößern.

Einen weiteren Problemkreis könnte man als kulturelle Entfremdung der Dritten Welt bezeichnen. Schallplatten und Filme waren die ersten Medien, die Sprachbarrieren überwanden. Heute übernimmt das Fernsehen in aller Welt immer ausgeprägter die früher dominierende Rolle des Kinos in der Massenunterhaltung. Fernsehanstalten der Dritten Welt kaufen Spielfilme und Unterhaltungssendungen überwiegend in Industrieländern ein, vor allem in den USA. Auch die Werbung in diesen Ländern liegt weitgehend in den Händen großer ausländischer Agenturen (die größten unter ihnen befinden sich in amerikanischem und japanischem Besitz und erzielen Umsätze von über einer Milliarde US-Dollar). Die Einflüsse, die dadurch in der Dritten Welt zur Wirkung kommen, sind so einseitig und mächtig, daß sie die kulturelle Identität jener Völker bedrohen.

Die UNESCO (Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur) hat eine Studie für die Schaffung einer neuen Welt-Informationsordnung ausarbeiten lassen. Der sehr interessante und gut lesbare Bericht, den die vom irischen Friedens-Nobelpreisträger Sean McBride geleitete Kommission vorgelegt hat, ist auch in Deutsch erschienen (Viele Stimmen — eine Welt, Kommunikation und Gesellschaft — heute und morgen, Universitätsverlag Konstanz 1981). McBride spricht im Vorwort davon, „daß die menschliche Geschichte immer mehr zu einem Wettlauf zwischen Kommunikation und Katastrophe wird". Es geht dem Bericht im wesentlichen darum, durch die Untersuchung der Probleme und Tendenzen sowie durch Hinweise auf sinnvolle Maßnahmen die Entwicklung einer „Neuen Weltinformations- und -kommunikationsordnung" anzubahnen. McBride umschreibt die Hauptziele: „Mehr Gerechtigkeit, mehr Gleichheit, mehr Gegenseitigkeit im Informationsaustausch, weniger Abhängigkeit im Kommunikationsfluß, weniger Verteilung von Botschaften von oben nach unten, mehr Autonomie und kulturelle Identität, mehr Vorteile für die gesamte Menschheit."

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

3. *Technische Entwicklungen und ihre möglichen Folgen*

These 10: Eine breite und gründliche Diskussion ist nötig

Die gegenwärtigen technologischen Entwicklungen im Medienbereich bieten Möglichkeiten kommerzieller und propagandistischer Nutzung. Sie können aber auch zur Erfüllung gesellschaftlicher Bedürfnisse eingesetzt werden. Wegen der großen kulturellen Bedeutung der Massenmedien und ihrer starken Einwirkung auf das Zusammenleben muß jedoch in jedem Fall vor der Anwendung neuer Informationstechniken und vor der massiven Ausweitung von Medienangeboten die Frage nach den Auswirkungen gestellt und auf breiter Basis gründlich diskutiert werden. Dieser Diskussion ist unbedingt Vorrang zu geben vor wirtschaftlichen Sachzwängen, die angeblich auf schnelle Realisierung drängen.

Kommentar

Es sind hauptsächlich die Elektronik-Industrie, die Werbung und andere Wirtschaftszweige, teilweise aber auch Medienschaffende, die von der Einführung neuer Medien und von der Ausweitung des Angebots der bestehenden Massenmedien profitieren zu können glauben. Zudem sind es politisch, kulturell, weltanschaulich oder religiös interessierte Gruppen, die zur Nutzbarmachung der neuen Möglichkeiten drängen.

Die gesellschaftlichen Bedürfnisse, zu deren Befriedigung die Neuerungen bei entsprechender struktureller, rechtlicher und organisatorischer Gestaltung dienen könnten, geraten gegenüber den partiellen Interessen leicht ins Hintertreffen. Sie sollen deshalb mit der folgenden These nachdrücklich betont werden.

These 11: Mögliche positive Auswirkungen

Im lokalen Bereich können zusätzliche elektronische Massenmedien einen möglicherweise wichtigen Beitrag zur Verbesserung der öffentlichen Kommunikation leisten, sofern sie in der Lage sind, die wesentlichen lokalen Themen aufzugreifen und sofern sie den Bewohnern des Bereichs zur aktiven Mitwirkung offen stehen. In Gebieten, die in bezug auf Lokalinformation unterversorgt oder von Pressemonopolen abhängig sind, können etwa Lokalradiosender als Ergänzung gute Dienste leisten.

Neue Medientechniken sind teilweise auch geeignet, bisher vernachlässigten Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der öffentlichen Kommunikation und somit die Integration in die Gesellschaft zu erleichtern.

Verschiedene Techniken der Bild- und Tonspeicherung können dem Medienbenützer mehr Unabhängigkeit vom Angebot verschaffen und sind besonders im Bildungswesen vielseitig einsetzbar.

Kommentar

Damit elektronische Massenmedien im Lokalbereich den erwünschten Beitrag zur Verbesserung der öffentlichen Kommunikation leisten können, müssen sie einerseits die Verbindungen zu möglichst allen wichtigen Gruppierungen am Ort organisatorisch sicherstellen und andererseits von den Inhabern wirtschaftlicher, kultureller und administrativer Macht die nötige strukturelle Unabhängigkeit haben.

Medientechniken, die einzelnen Bevölkerungsgruppen heute schon oder in naher Zukunft besondere Dienste leisten könnten, sind hauptsächlich die folgenden:

a) Der mehrkanalige Fernsehton bietet die Möglichkeit, Sendungen für Fremdsprachige zugänglich zu machen (noch nicht verwirklicht).

b) Der Teletext kann Informationen für Hörbehinderte anbieten (verwirklicht). Mit Hilfe der Teletext-Untertitelung können auch normale Fernsehsendungen für Gehörlose verständlich gemacht werden (in Vorbereitung).

These 12: Mögliche negative Folgen Vergrößerung der Programmauswahl,

Verstärkung der Konkurrenz zwischen verschiedenen Anbietern und eine fast grenzenlose Ausdehnung der durch den

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Medienbenützer abrufbaren Informationsmenge — dies alles sind an und für sich noch keine positiven Neuerungen. Es gibt im Gegenteil Anzeichen dafür, daß sie die personale Kommunikation weiter zurückdrängen und die Diskrepanz zwischen den Bildungsschichten wie auch das Nord-Süd-Gefälle verschärfen. Der Konkurrenzdruck in den elektronischen Medien bewirkt nach allen Erfahrungen bei den Programmen deutlich eine Nivellierung nach unten und nicht eine Steigerung der publizistischen Qualität. Unkontrollierte Ausbreitung von kommerziell interessierten Medien kann wichtige Kommunikationsträger wie lokale oder ideell profilierte Presseerzeugnisse in ihrer Existenz bedrohen. Die steigende Informationsflut mit immer mehr, immer schneller übermittelten und immer weniger publizistisch verarbeiteten Aktualitäten fördert beim Medienbenützer Bequemlichkeit und Oberflächlichkeit und bewirkt, daß er trotz wachsender Informationsflüsse immer weniger Bescheid weiß.

Die Abwicklung von bisher im persönlichen Kontakt vollzogenen Alltagsvorgängen über elektronische Informationssysteme zieht soziale Schäden nach sich und ermöglicht eine immer weitergehende Überwachung des einzelnen.

Kommentar

Die Ausdehnung des Programmangebots im Fernsehen führt nach bisherigen Untersuchungen dazu, daß vor allem Kinder mehr Zeit vor dem Bildschirm verbringen. Das Vordringen der Medien in neue Lebensbereiche würde die Vereinsamung fördern, indem es die unmittelbare personale Kommunikation in verschiedenen Situationen des Alltags (z. B. bei der Arbeit, beim Einkauf) ersetzen würde. Eine Vermehrung der Medienangebote außerhalb der Arbeit könnte sich nur auf Kosten anderer Formen von Freizeitgestaltung durchsetzen. Sie würde den Menschen dadurch kommunikationsärmer und -unfähiger machen, gleichzeitig auch seine soziale Isolierung und sein politisches Desinteresse vergrößern.

Je besser der allgemeine Bildungsstand, desto eher können Benützer mit Medienangeboten souverän umgehen. Weniger gebildete Personen und Gesellschaften mit großen Bildungsdefiziten sind der normensetzenden und verhaltensprägenden Wirkung von Medienbotschaften besonders ausgeliefert (so etwa der Wirkung der Werbung oder dem Vorbild des „american way of life" in den Ländern der Dritten Welt).

Die Konkurrenz in den elektronischen Medien zwischen privaten und öffentlichen Anstalten führt zu einem Kampf um hohe Einschaltquoten. Die Zuschauerzahl wird zum wichtigsten Kriterium für die Programmpolitik, und damit nimmt zwangsläufig der Anteil der möglichst problemlos unterhaltenden gegenüber den anspruchsvollen Sendungen zu. Rücksichten auf Kinder, die Beachtung von Minderheiten und andere kommerziell uninteressante oder sogar belastende Leistungen der öffentlich-rechtlichen Medien geraten unter dem Konkurrenzdruck in ernste Gefahr. Ausländische Erfahrungen zeigen, daß es in der Praxis schwierig ist, konzessionsrechtliche Auflagen bei kommerziellen Veranstaltern zu kontrollieren und durchzusetzen.

4. Die Position der Kirchen

These 13: Kirchliche Medienkonzeption und -politik

Wo es heute um medienpolitische Zukunftsentscheidungen geht, liegt es den Kirchen daran, daß Gesichtspunkte eines biblischen Menschenbildes und einer christlichen Weltverantwortung zur Sprache kommen.

Die Kirchen wollen ferner dazu beitragen, daß die Massenmedien an ihrem gesellschaftlichen Leistungsauftrag gemessen werden; daß die Medienschaffenden die nötige Ausbildung, Begleitung und Unterstützung erhalten; daß den Medien die unerläßliche Freiheit gegenüber kommerziellem und ideologischem Einfluß erhalten bleibt.

In diesem Engagement vertreten die Kirchen ihren Auftrag. Sie sehen sich dabei als Partner all jener, die bei ihrem Einsatz für das Medienwesen die humane

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Entwicklung der Gesellschaft im Auge haben. Die Kirchen begründen jedoch ihre Mitverantwortung für die Medien von der biblischen Botschaft her. In diesem Sinne handelt es sich für die Kirchen gerade auch dann um Gehorsam gegenüber ihrem Verkündigungsauftrag, wenn sie in Medienfragen nicht nur ihre spezifischen Verkündigungsmöglichkeiten vertreten.

Kommentar

Das kirchliche Medienengagement für die umfassenden Fragen der öffentlichen Kommunikation wird in den Kirchen selbst nicht immer ganz verstanden. Viele Christen erwarten, daß die Kirchen einzig daran interessiert seien, gerade auch die elektronischen Massenmedien als Instrumente der Verkündigung zu benützen. Sie sehen in einer solchen kirchlichen Medienarbeit die einzigartige Möglichkeit, die biblische Botschaft an Menschen heranzutragen, welche sonst keinen Bezug zur Kirche haben.

Dieses Verständnis von kirchlicher Medienarbeit ist berechtigt, und es wird in der Praxis auch angewandt (siehe These 14). Die Ausstrahlung von verkündigenden Sendungen gehört nach Auffassung der SRG zu ihrem Programmauftrag.

Heute aber sind darüber hinaus die Fragen der generellen Medienentwicklung von einer Brisanz und Tragweite, daß die Kirchen herausgefordert sind, bei der Suche nach Maßstäben für eine humane Gestaltung des Medienwesens ihren Beitrag zu leisten. In dieser Perspektive können sie sich z. B. bei Lokalradio oder -fernsehen beteiligen.

These 14: Die Medienarbeit der Kirchen

Die Kirchen sind von ihrem Auftrag und Selbstverständnis her auf Kommunikation angelegt. In der Schweiz sind sie bis heute als Anbieter fast ausschließlich durch gedruckte Medien aktiv (Flugblatt, Broschüre, Zeitung, Zeitschrift, Buch). Mit Radio und Fernsehen gibt es eine vereinbarte Zusammenarbeit. Im Bereich des Films sind die Kirchen durch Unterstützungsbeiträge und in bescheidenem Ausmaß auch als Produzenten tätig. Verschiedene audiovisuelle Medien — z. B. Kurzfilme — haben gerade in der kirchlichen Arbeit einen besonders wichtigen Platz. Diese Form der kirchlichen Medientätigkeit ist nicht die einzig denkbare, aber sie ist sowohl der gegenwärtigen Medienordnung wie auch der Position der Kirchen in der Gesellschaft angepaßt: Die Kirchen sind selbständig aktiv im Sektor der Massenmedien, der privatwirtschaftlich organisiert ist, und sie sind kooperierende Partner der öffentlich-rechtlichen Medien.

Kommentar

Zwischen den Kirchen und der SRG bestehen auf der Ebene der Programmgestaltung bewährte Formen der Zusammenarbeit. Von seiten der SRG werden die Kirchen als gesellschaftlich bedeutsame Gruppierungen betrachtet, die im Programm angemessen zu berücksichtigen sind. Es ist jedoch der SRG aufgrund der bundesrätlichen Konzession nicht erlaubt, irgend jemandem Sendezeit zur freien Verfügung zu überlassen. Sie ist für alle ihre Radio- und Fernsehprogramme in letzter Instanz verantwortlich. Zwischen kirchlichen Mitarbeitern und Instanzen der SRG bestehen vielfältige Formen der Zusammenarbeit. Auf kirchlicher Seite sind es besonders die Radio- und Fernsehbeauftragten, die auf verschiedene Weise ihre Beiträge zur Gestaltung religiöser Programme leisten.

These 15: Seelsorgerlicher und sozialer Auftrag

Von ihrem seelsorgerlichen und sozialen Auftrag her setzen sich die Kirchen dafür ein, daß die Menschen befähigt werden, mit Medien souveräner umzugehen und daß sie die Möglichkeit bekommen, sich selbst in den Medien zu artikulieren.

Es liegt den Kirchen daran, daß die Medienangebote nicht unkontrolliert zunehmen und damit noch viel mehr als heute zu einer Informationsflut werden, die der einzelne nicht mehr verkraften kann. Die Kommunikationsmöglichkeiten des Menschen sind ein begrenztes Gut, mit dem haushälterisch umgegangen werden muß. Im Sinne einer Medienökologie ist festzuhalten, daß nur solche Medienange-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

bote verantwortbar sind, für die es ein begründetes Bedürfnis gibt.

Kommentar

Souveräner Umgang mit Massenmedien kommt zustande durch die Fähigkeit des bewußten Auswählens; durch das notwendige Wissen um die Eigenarten, Funktionen und Wirkungen der verschiedenen Medien; durch eine richtige Einschätzung der relativen Bedeutsamkeit von Medienangeboten.

Vor allem die elektronischen Lokalmedien bieten neue Möglichkeiten der aktiven Beteiligung von Bürgern. Der „offene Kanal", d. h. die Möglichkeit der selbständigen Programmgestaltung durch Vereine, Gruppen oder Einzelpersonen, verhilft der Medienkommunikation zu einem zusätzlichen demokratischen Element und damit auch zu einer breiteren Abstützung der gemeinsamen Verantwortung.

Die Möglichkeiten des Menschen, auf Kommunikationsangebote einzutreten, haben Grenzen in der Zeit, die ihm dafür zur Verfügung steht, aber auch in seinen Fähigkeiten zur gefühlsmäßigen und geistigen Teilnahme. Sind zu viele solche Angebote und Anreize da, so kommt es nur noch zum oberflächlichen Konsum von Informationen und damit zur Abstumpfung.

Aus medienökologischer Sicht ist zu fordern, daß für die Einführung neuer Medienangebote nicht wirtschaftliche Interessen den Ausschlag geben dürfen, sondern das Wohl der Menschen. Medien, die von den Benützern nicht gewünscht werden, belasten unnötigerweise die Adressaten und die Umwelt. Heute werden in viel zu großem Ausmaß Informationen aufgedrängt. Dieser Zustand sollte in der Richtung verändert werden, daß vermehrt Informationen gesucht und gewählt werden können. Dadurch ließe sich auch die Bereitschaft fördern, für Informationen den nötigen Preis zu bezahlen.

These 16: Das christliche Zeugnis als eine Stimme unter vielen

Gesamtgesellschaftliche Mitverantwortung hat für die Kirchen im Rahmen der gegenwärtigen schweizerischen Medienordnung Vorrang vor unabhängiger kirchlicher Informationspraxis in allen Medienbereichen. Sofern die Stimme der Kirchen unverfälscht vernehmbar wird, nützen sie deshalb die jetzige Umbruchsituation im Medienwesen nicht dazu aus, im Radio oder Fernsehen eigene Verkündigungssender schaffen zu wollen. Ein solcher Schritt würde medienpolitische Rahmenbedingungen erfordern, die gerade die Kirchen aus den dargelegten Gründen nicht herbeiwünschen können.

Aus diesen Überlegungen ziehen es die Kirchen in der jetzigen Situation vor, im Bereich der elektronischen Massenmedien vor allem die bestehenden Formen der Zusammenarbeit weiter zu entwickeln. Dabei geht es einerseits um verkündigende Sendungen, andererseits um die Beachtung der christlichen Stimmen und der Kirchen im gesamten Programm. Die Kirchen betrachten es grundsätzlich als richtig, wenn ihr Zeugnis im Medienangebot als eine Stimme neben und im Gespräch mit anderen vernehmbar wird.

Kommentar

Es gehört zum Auftrag der Kirchen, dem Evangelium Öffentlichkeit zu verschaffen. Sie erreichen das unter anderem dadurch, daß sie mit den öffentlichen Medien zusammenarbeiten. Dies darf jedoch nicht in eigennütziger Weise geschehen, etwa in der Absicht, die Medien dazu zu benützen, um von sich selbst ein möglichst ideales Bild zu erzeugen. Die Kirchen sind daran interessiert, sich mit ihrer Botschaft der öffentlichen Diskussion zu stellen. Wo immer es um die grundlegenden Fragen des Menschseins, die zielbestimmenden Werte der Gesellschaft, aber auch um die Würde und die Not von Personen geht, da sind die Kirchen daran interessiert, daß Gesprächsbeiträge aus der Sicht des Evangeliums mit einbezogen werden. Derartige Beiträge müssen durchaus nicht immer von Repräsentanten christlicher Kirchen oder von theologischen Fachleuten eingebracht werden. Doch ist es in manchen Fällen sinnvoll oder sogar notwendig, daß es repräsentierende und kompetente Personen sind, die in den Medien zu Wort kommen oder deren Positionen in Berichten und Darbietungen aller Art veröffentlicht werden.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:30
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

DOKUMENTATIONSHINWEISE

Johannes Paul II: Un'informazione serena ed imparziale può dare un magnifico contributo alla causa della pace. In: „L'Osservatore Romano" 123: 1983, Nr. 87 vom 16. April, S. 1.

Papstbotschaft zum 17. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel

Original: Italienisch

Deutscher Text in der deutschen Wochenausgabe des „L'Osservatore Romano" 13: 1983, Nr. 16 vom 22. April, S. 1.

Johannes Paul II: Verità nell'esposizione dei fatti verità nella testimonianza di fede. In: „L'Osservatore Romano" 123: 1983, Nr. 94 vom 24. April, S. 1.

Ansprache des Papstes an die Direktoren und Journalisten der Tageszeitung „La Croix" anläßlich des 100jährigen Bestehens.

Original: Französisch

Deutscher Text in der deutschen Wochenausgabe des „L'Osservatore Romano" 13: 1983, Nr. 20 v. 20. Mai, S. 5.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:31
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

CHRONIK

AFRIKA

GHANA

Der „Christian Messenger", evangelische Zeitschrift in Accra, hat zum 100jährigen Bestehen im März 1983 ein Symposium über die Aufgaben kirchlicher Presse veranstaltet. Der Direktor der Journalistenschule der Universität Legon, Paul Ansah, betonte bei dieser Gelegenheit in seinem Festbeitrag die Bedeutung kirchlicher Presse zur Erhaltung und Verteidigung der Menschenrechte. Es sei Aufgabe des christlichen Journalisten, so Ansah, gegen die Ungerechtigkeit, die Unterdrückung und Tyrannei zu kämpfen. Dies gelte auch im heutigen Ghana, das von Spannungen und Schwierigkeiten in der Anwendung der Menschenrechte heimgesucht werde.

KENYA

CEPACS, Gesamtafrikanisches Komitee für Soziale Kommunikation des Symposiums der Bischofskonferenzen von Afrika und Madagaskar (SECAM) hat im Januar 1983 in Nairobi allgemeine Fragen der Kommunikation und der Planung katholischer Rundfunkarbeit in Afrika besprochen; als Grundlage dafür dienten u. a. über 200 Fragebogen, die von verschiedenen Verantwortlichen des Kontinentes beantwortet wurden.

Die Bedeutung einheimischer traditioneller Kommunikationssysteme hat der Leiter des lutherischen „Kommunikation für Entwicklung"-Projektes aus dem Sudan und Kamerun, Dr. Donald K. Smith, bei einer dreitägigen Konsultation in Limuru unterstrichen.

Africa Church Information Service (ACIS), kirchlicher Nachrichtendienst in Nairobi, hat Anfang 1983 unter seinen Abonnenten eine Fragebogenaktion durchgeführt, die die Grundlage für eine Evaluation des Dienstes bilden soll.

MADAGASKAR

„Lakroan'i Madagasikara", katholische Wochenzeitung in Madagaskar seit 1927, hat im vergangenen Jahr 1982 ihre Auflage von 6 000 auf 13 000 Exemplare steigern können; die zweite katholische Zeitschrift mit nationaler Verbreitung, „Isika Mianakavy", hat monatlich eine Auflage von 20 000 Exemplaren.

MALAWI

Eine dreitägige Arbeitstagung für Priesterkandidaten hat der Leiter der nationalen Kommunikationsabteilung der Bischofskonferenz, P. Benedict Chimenya, vom 28. Februar bis 2. März 1983 im Kachebere Priesterseminar in Mchinji veranstaltet. Den zur Eröffnung versammelten 87 Seminaristen erklärte P. Chimenya, daß die Ausbildung für die Medien fester Bestandteil der Priesterausbildung sein solle. Im Seminar besteht unter den Seminaristen ein Kommunikations-Club, der von einem der Professoren des Seminars betreut wird. Ein ähnlicher Kurs wurde auch vom 21.—23. März 1983 im Priesterseminar in Zomba veranstaltet.

Im diözesanen Pastoralzentrum von Ulongwe (Diözese Mangochi) wurde mit der Eröffnung des Zentrums am 8. Dezember 1982 auch eine eigene diözesane Medien- und Kommunikationsstelle eingerichtet, die über ein Studio und Filmprojektoren verfügt.

MAURITIUS

„La Vie Catholique", katholische Wochenzeitung in Port Louis, hat nach 53jährigem Bestehen Anfang 1983 eine neue Unterkunft bezogen, der auch eine Druckerei angeschlossen ist. Die Einsegnung der neuen Gebäude und Einrichtungen nahm der Diözesanbischof, Msgr. Margeot, am 30. Dezember 1982 vor.

MOSAMBIK

Kirchenführer der wichtigsten Religionen des Landes, Moslems, Katholiken, Protestanten und Hindus, haben Anfang 1983 in einem von Präsident Samora Moses Machel geleiteten Gespräch u. a. auch den Zugang zu den Massenmedien gefordert. Im Laufe des Gespräches wies der Präsident dabei auch auf die Rolle katholischer Medien in der Kolo-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:31
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

nialzeit hin, wie etwa Radio Pax in Beira, die die Interessen der Portugiesen vertreten hätten.

NIGERIA

„Independent", katholische Wochenzeitung in Ibadan, hat am 7. Februar 1983 sein Erscheinen eingestellt, dann aber mit seiner Ausgabe Nr. 1 094 am 20. März 1983 einen neuen Anfang gemacht, der vor allem durch die Hilfe des Bischofs von Ibadan, Msgr. Felix Job, möglich wurde. Die Einstellung des Blattes im Februar war allgemein bedauert worden. Bereits von 1960—1973 war „Independent" eine Veröffentlichung der Diözese Ibadan; später war die Zeitschrift Veröffentlichung der Kirchenprovinz und zuletzt nationale Wochenzeitung. Die finanziellen Schwierigkeiten des Blattes sind auch jetzt noch nicht voll behoben.

OBERVOLTA

Beim 8. Panafrikanischen Filmfestival in Ouagadougou (Fespaco), Februar '83, hat die internationale Katholische Filmorganisation OCIC ihren Preis dem Film „Wend Kuuni" von Gaston Kabore (Obervolta) verliehen. Der neugeschaffene Kurzfilmpreis der OCIC ging an „Le Certificat D'Indigence" von Moussa Yoro Bathily (Senegal).

RUANDA

„Hobe", katholische Kinderzeitschrift in Kigali, hatte Ende 1982 eine Auflage von 103 500 Exemplaren. Die Zeitschrift dürfte damit die größte Kinderzeitschrift Afrikas sein. Die ebenfalls in Kigali vierzehntägig erscheinende katholische Zeitschrift „Kinyamateka", die im September 1982 50 Jahre bestand, mußte einen Auflagenrückgang um 3 000 Exemplare, von 15 000 auf 12 000, hinnehmen.

SÜDAFRIKA

Zwei Dokumente der südafrikanischen katholischen Bischofskonferenz wurden Anfang 1983 von der Regierung mit dem Bann belegt: dabei ging es um einen offenen Brief über die Apartheid in Südafrika vom 7. Januar 1983, der an mögliche polnische Emigranten geschickt und von der südafrikanischen Regierung als ein unerwünschtes Dokument bezeichnet wurde. Das zweite Dokument war ein Bericht der Bischofskonferenz über Namibia vom Mai 1982, der am 14. Januar 1983 mit dem Bann belegt wurde. Es war das erste Mal, daß ein Gesamtbericht der Bischofskonferenz auf diese Weise von der Regierung unterdrückt wurde.

Ein Fernsehstudio wurde am 1. Februar 1983 im St. Johannes Vianney Seminar durch den Apostolischen Delegaten in Südafrika, Erzbischof Edward Cassidy, während einer Vollversammlung der südafrikanischen Bischofskonferenz eröffnet. Leiter des Studios ist P. Bonaventura Hinwood.

TOGO

„Mediapro, Mensuel Catholique D'Information et de Formation aux Medias" heißt eine neue Zeitschrift, die seit Juli 1982 in Lomé erscheint. Sie wird vom Büro für Massenmedien der Bischofskonferenz herausgegeben und von Abbé N'Danu-Alipui Kondo verantwortet.

UGANDA

Eine Druckerei wurde dem diözesanen Kommunikationszentrum von Moroto in Karamoja Anfang 1983 angegliedert. Das bereits seit 1981 im Aufbau befindliche Presseunternehmen unter der Leitung von P. Jose Flores veröffentlicht bereits seit 1974 die lokale Zeitschrift „Etoil Yok" (Unsere Stimme); dem Diözesanzentrum ist auch eine Rundfunkabteilung angeschlossen.

ZAIRE

„Service d'Images Catholiques Africains" (S.I.C.A.), 1966 in Kinshasa gegründetes audio-visuelles Zentrum, wurde nach dem plötzlichen Tod seines Direktors P. Frans Bom cicm (10. 8. 1982) von der Editions Saint Paul Afrique (EPA) der Paulistenpatres übernommen.

AMERIKA

BRASILIEN

Die katholischen Rundfunksender Nord-Ost Brasiliens strahlen mehrmals täglich dreiminütige Bibelsendungen unter dem Titel „Die Bibel, Gott mit dem Volk" aus, welche die Hörer zum Lesen und Betrachten der Bibel veranlassen sollen.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:31
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Ein Festival Missionarischer Musik wurde am 30. April 1983 von den Päpstlichen Missionswerken des Landes in Curitiba veranstaltet.

CHILE

Auf „La Voz de la Costa", katholischer Hörfunksender in Osorno, wurde Mitte Mai 1983 ein Anschlag verübt. Der Sender war bereits 1977 durch einen ähnlichen Anschlag zerstört worden.

KUBA

Eine Liste verbotener katholischer Zeitschriften, die von der Einfuhr ausgeschlossen sind, hat die kubanische Regierung Anfang 1983 den kirchlichen Behörden übergeben. Dabei handelt es sich vor allem um Zeitschriften spanischer Sprache, aber auch um die französischsprachige Revue „Croissance des Jeunes Nations" des Verlages „Publications de la Vie catholique" in Paris.

GUYANA

„Catholic Standard", katholische Zeitschrift in Georgetown, hat Ende Januar 1983 einen Verleumdungsprozeß verloren, der gegen das Blatt vom Vizepräsidenten des Landes, Hamilton Green, angestrengt wurde. Nach dem Urteil des Gerichts sollen Redakteur und Drucker des Blattes eine Strafe von ca. 20 000 Guyana $ und einen Schadenersatz von 10 000 $ zahlen, weil sie über eine Beteiligung des Vizepräsidenten an Streiks berichtet hatten. Seit 1979 war dies der fünfte Verleumdungsprozeß, der von Regierungsmitgliedern gegen das katholische Blatt angestrengt wurde (vgl. auch CS 15: 1982, 69; 16: 1983, 81).

KANADA

Die Kommunikationskommission der kanadischen Bischofskonferenz hat Anfang 1983 in einem Fernschreiben an den Präsidenten des kanadischen Rundfunks (CRTC) ihre Unterstützung zur Einrichtung einer freiwilligen Selbstkontrolle der Fernsehanstalten und aller anderen Bemühungen zur Eindämmung der Pornographie zugesagt.

KOLUMBIEN

Das Sekretariat der Bischofskonferenz hat vom 24.—29. April 1983 in Bogotá ein Treffen der in der Kommunikation arbeitenden Katholiken veranstaltet, das sich vor allem der Vertiefung der Lehren der Kirche im Bereich der Kommunikation widmete. Weiter standen pastorale Überlegungen und Prioritäten kirchlicher Kommunikationsarbeit auf dem Programm der viertägigen Konferenz.

NICARAGUA

Die Ausstrahlung der Ostersonntagsmesse 1983 aus der Kirche St. Anna in Managua wurde von der Regierung verboten, nachdem sich der Hauptzelebrant, Erzbischof Miguel Obando Bravo, geweigert hatte, das Manuskript seiner Predigt vor dem Gottesdienst den Behörden vorzulegen.

VENEZUELA

„Television Andina de Merida" heißt ein neuer katholischer Fernsehsender, dessen Arbeit in Räumen des Erzbischöflichen Palastes von Merida im Frühjahr 1983 begonnen hat. Die Station verfügt über ein Studio, zwei Produktionsräume und die entsprechenden technischen Einrichtungen. Der Sender strahlt seine Programme jeweils abends an fünf Tagen der Woche aus und widmet sich vor allem pastoralen und evangelistischen Aufgaben.

VEREINIGTE STAATEN

„Ecumedia News Service", ökumenischer Nachrichtendienst in New York, hat am 7. März 1983 mit der Ausstrahlung seiner Dienste über Satellit begonnen; diese Maßnahme wurde durch eine entsprechende Zusammenarbeit mit dem „Catholic Telecommunications Network of America" (CTNA) (vgl. CS 16: 1983, 82) möglich.

„Spirituality in 80s", ein Kabelfernsehprogramm für die Fastenzeit 1983 in der Diözese Providence, wurde von einer Gruppe angegriffen, die sich „Fidelity Forum" nennt. Sie begründet ihre Beanstandungen u. a. mit der Tatsache, daß die Fernsehreihe auch Interviews mit P. Daniel Berrigan sowie mit Hans Küng und Edward Schillebeeckx enthalte. Der Bischof der Diözese, Msgr. Louis E. Gelineau, betonte am 8. März 1983, daß er die Sendereihe für angemessen halte und lehnte es ab, die Mitglieder des „Fidelity Forum" zu empfangen. Der Bischof ist auch Vorsitzender des „Catholic Telecommunications Network of America".

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:31
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ASIEN

HONGKONG

Der Filmverleih des „Joint Lutheran Communication Committee (JLCC) in Hongkong verzeichnet für das Jahr 1982 eine Steigerung der Verleihtägigkeit um 30 Prozent. 27 16mm Filme des Verleihs wurden insgesamt 544mal ausgeliehen. Im selben Berichtsjahr produzierte die Gruppe zwei neue Filme unter den Titeln „By Path" und „The Dawn of Northern Thailand". Die auch vom selben Zentrum produzierten vier Hörfunksendereihen erbrachten zusammen 1 750 Hörerbriefe.

INDIEN

Das „Xavier Institute of Communications" in Bombay hat vom 11. bis 19. April und vom 21. bis 29. April 1983 Einführungskurse in den Bereich der Massenkommunikation für Seminaristen aus Priesterseminarien sowie für Priester und Ordensleute durchgeführt. Die Kurse enthielten auch praktische Übungen für journalistische Arbeit.

„Community and Low cost media" war Thema einer zehntägigen Fortbildungsveranstaltung in Mangalore, die vom „Canara Communications Centre" des Bistums für 18 Personen veranstaltet und Anfang März 1983 von Bischof Basil D'Souza von Mangalore eröffnet wurde.

Einen regionalen Kommunikationskurs für kirchliche Interessenten aus Tamil Nadu hat das regionale Kommunikationszentrum der Bischofskonferenz in Madras vom 26. Januar bis zum 17. Februar 1983 durchgeführt. Der Kurs beschäftigte sich mit grundlegenden Formen der Kommunikation und vor allem mit dem Sachbereich audiovisueller Mittel und Katechese.

Die Bedeutung der Presse war Thema eines Symposiums, welches zum Pressemonat Februar am 20. Februar 1983 in der Halle der St. Thomas Kirche in Neu Delhi vom diözesanen Kommunikationszentrum veranstaltet wurde.

„Lute" heißt ein Pfarrblatt, das seit dem 14. Februar 1983 in der Sanathnagar Pfarrei in Hyderabad veröffentlicht und für 10 Paise verkauft wird. Die von Salesianern geleitete Pfarre hat 2 500 Mitglieder.

Die „Ranajitram Medaille", höchste Auszeichnung für Gujarati Literatur, wurde dem aus Spanien stammenden Jesuiten P. Carlos G. Valles am 26. Februar 1983 in Ahmedabad verliehen.

Die Jahresversammlung der katholischen Rundfunk- und Filmorganisation Unda und OCIC fand vom 6. bis 8. April 1983 im Amruthavani Kommunikationszentrum in Secunderabad statt. In seiner Begrüßungsansprache forderte Erzbischof Arulappa von Hyderabad ein größeres Engagement der Kirche im Bereich der Kommunikation.

JAPAN

„Lutheran Communications in Asia", LUCIA, heißt eine neue Regionalorganisation lutherischer Kommunikationsarbeit, die aus dem Zusammenschluß des bisherigen Kommunikationsausschusses chinesischer Lutherischer Kirchen (CLCCC, Taiwan) und des Lutherischen Kommunikationsbüros in Tokio (LOC) entstand und dessen Koordinationsausschuß am 19. und 20. Januar 1983 in Tokio tagte, wo er die Richtlinien des neuen Unternehmens billigte. LUCIA soll der Förderung der Kommunikationsaktivitäten der Lutheraner in ganz Asien dienen.

MACAO

„Cineteatro Macao", diözesanes Film- und Theaterzentrum, welches seit dem 1. Juni 1982 als kommerzielles Unternehmen betrieben wird, konnte in den ersten neun Monaten seines Bestehens einen großen Erfolg verbuchen: 69 000 Erwachsene und 24 000 Kinder besuchten allein den Film E. T., der an 48 Tagen gezeigt wurde. Demnächst soll das Theater mit einer Anlage für 3-D Filme ausgestattet werden. Von den Einnahmen des Unternehmens werden auch andere Aktivitäten des diözesanen Kommunikationszentrums finanziert. Anfang 1983 hat man außerdem mit einem „Cine-Video Club" begonnen, dem neben Einzelmitgliedern bereits 20 Schulen angehören.

PHILIPPINEN

Die „Catholic Mass Media Awards 1983", 1977 gestiftete Preise der Erzdiözese Manila für Film, Fernsehen, Hörfunk, Presse und

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:31
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Werbung, wurden durch Kardinal Jaime Sin am 28. Februar 1983 verliehen. Ein besonderer Preis wurde 1983 u. a. der Communications Foundation for Asia, Manila, für die Produktion von Musikkassetten mit Texten und Musik für philippinische Gastarbeiter in den Ölförderstaaten verliehen.

Radio Veritas, katholischer Sender in Manila mit einem nationalen Programm und einem Dienst für Asien, hat nach einer Meldung von UCA-News ein monatliches Defizit von 65 000 Pesos. Der inzwischen zum Weihbischof von Manila ernannte Generaldirektor des Senders, Msgr. Teodoro Buhain, hat an die Bischöfe appelliert, den Sender zu unterstützen, dessen Budget im Jahre 1982 um 40% gekürzt worden sei.

Beim 2. Manila International Film Festival wurde der Preis der katholischen Filmorganisation OCIC dem thailändischen Film „Sons of the North East" zuerkannt. Die Verleihung des Preises durch Kardinal Sin von Manila fand am 4. Februar 1983 statt. Der Film wurde wegen seiner Darstellung der Menschenrechte in Familie und Gesellschaft ausgezeichnet. Die Vorführung pornographischer Filme in allgemeinen Filmtheatern während des Festivals wurde von Kardinal Sin in vier verschiedenen Ansprachen scharf kritisiert und verurteilt.

SRI LANKA

Ein Kurs für Photojournalismus wurde am 27. Februar 1983 von der katholischen Pressevereinigung des Landes, UCIP-Sri Lanka, in Colombo abgeschlossen. Der zweimonatige Kurs war von 14 jungen Bildjournalisten verschiedener Presseorgane des Landes besucht worden, die bei der Schlußfeier in Colombo ihre Zertifikate aus der Hand von Douglas Liyanage, dem Sekretär im Staatsministerium der Regierung erhielten.

Die Publizistische Kommission der Bischofskonferenz hat im Rahmen einer Neuordnung der Verantwortlichkeiten auf der Bischofskonferenz am 12. und 14. April 1983 in Colombo als neuen Vorsitzenden Bischof T. Savundaranayagam (Mannar) erhalten. Sein Stellvertreter wurde Bischof Vianney Fernando (Kandy). Die Kommission stand bisher unter der Leitung von Weihbischof Oswald Gomis, der auch Vorsitzender der Publizistischen Kommission der Föderation der asiatischen Bischofskonferenzen (FABC) ist.

TAIWAN

Ein Marketing-Seminar für christliche Verlage fand Ende Januar 1983 in Taipei mit 29 Teilnehmern aus 12 asiatischen Ländern statt. Das Seminar wurde von der asiatisch-pazifischen Region der Weltvereinigung für christliche Kommunikation (WACC) veranstaltet. Kevin F. Engel, einer der Dozenten des Seminars, forderte von den christlichen Verlagen, daß sie auch finanziell von Zuschüssen aus Europa unabhängig werden sollten.

Ein Medienkurs für Seminaristen und Ordensleute wurde vom 22. bis 26. Februar 1983 vom „Kuangchi Program Service" in Taipei veranstaltet. Der Kurs ist Teil eines dreijährigen Medienausbildungsprogrammes, das in Zusammenarbeit mit der Theologischen Fakultät der Fu Jen Universität durchgeführt wird.

Der nationale OCIC Filmpreis 1982, die goldene Fackel, wurde am 21. Januar 1983 dem Film „Life Story" verliehen.

THAILAND

Ein „Catholic News and Information Center of Thailand (CNICT)" wurde am 29. Januar 1983 von Bischof George Phimphisan, dem Vorsitzenden der Publizistischen Kommission der nationalen Bischofskonferenz in Bangkok, eröffnet. Koordinatoren des Zentrums sind Chainarong Montienvichienchai und Sr. Rachel Sirikornkul spc.

Eine vierseitige Beilage zur Eröffnung des Heiligen Jahres der Erlösung wurde am 23. März 1983 von der Tageszeitung „Siam Rath" in Bangkok veröffentlicht.

Das erste in Thailand gedruckte Buch war nach den Forschungen des thailändischen Historikers Manich Jumsai ein katholischer Katechismus, der 1796 hergestellt wurde.

Unda Thailand, katholische Rundfunkorganisation, wurde am 9. März 1983 vom nationalen Jugendbüro des Ministerpräsidenten gebeten, das beste Hör- und Sehfunkprogramm für Jugendliche 1983 herauszufinden.

Zwei Fernsehprogramme für die Karwoche 1983 konnten nicht gesendet werden, weil eine „Buddhism Protection Group" die katholische Kirche mehrfach öffentlich und in

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:31
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Presseorganen angegriffen hatte und ihr vorwarf, die nationale Religion des Landes zu zerstören. Die Regierung hat Zeitungen und Rundfunkstationen angewiesen, von der Veröffentlichung religiöser Beiträge abzusehen, um keine Unruhe unter der Bevölkerung zu stiften.

EUROPA

DEUTSCHLAND

Der Katholische Journalistenpreis 1983 wurde an fünf Journalisten verliehen. Der Hauptpreis ging zu gleichen Teilen an Dietmar Grieser (Stadt Gottes, Wien), Werner Hamerski (WDR, Köln), Günter Höver (ZDF, Mainz bzw. Tellux, München). Den Preis für junge Autoren erhielten Hubertus Büker (Kirchenbote, Osnabrück) und Carola Wedel (SFB, Berlin). Die Preisverleihung fand am 10. Mai 1983 in München statt. Insgesamt hatten sich für den Preis 1983 51 Journalisten beworben.

„Hiltruper Monatshefte", Zeitschrift der Herz Jesu Missionare, bestand im Januar 1983 100 Jahre. Die seit 1975 alle zwei Monate erscheinende Veröffentlichung hat eine Auflage von 15 200 Exemplaren.

„Die „Münchener Katholische Kirchenzeitung" beging am 26. September 1982 ihr 75jähriges Bestehen.

„Publik-Forum", von der „Leserinitiative Publik" herausgegebene Zeitschrift, überschritt Anfang November 1982 die Auflage von 20 000 Exemplaren.

Gegen *„Der Sonntag"*, Wochenzeitung der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche Sachsens in Dresden, ist nach einer epd Meldung vom 28. Januar 1983 für die damals jüngste Ausgabe ein Auslieferungsverbot wegen eines Kindergedichtes verhängt worden. Die rund 40 000 Exemplare der Zeitschrift wurden eingestampft und eine „korrigierte" neue Ausgabe gedruckt.

„Die Kirchenzeitung als Spiegel des Bistums" lautet der Titel einer Erklärung des Diözesanrates der Katholiken im Erzbistum Köln, die im Frühjahr 1983 in Bad Honnef veröffentlicht wurde. Darin wird u. a. „der Abdruck von Leserbriefen in der Kirchenpresse" als ein „wichtiger Beitrag zum Dialog der einzelnen Katholiken und kirchlichen Gruppen eines Bistums untereinander" bezeichnet. Die Erklärung bezieht sich auf Auseinandersetzungen, zu denen es wegen der Veröffentlichung von Leserbriefen zum Thema der Wiederverheiratung Geschiedener gekommen war.

„die weltmission", Zeitschrift des Evangelischen Missionswerkes in Hamburg, ist am 1. Februar 1983 in neuer Gestaltung als Zweimonatsillustrierte mit einer Startauflage von 60 000 Exemplaren erschienen.

„Frieden und Friedensbewegung" waren Thema der Jahrestagung 1983 der Katholischen Rundfunkarbeit, die am 1. und 2. Februar 1983 in München stattfand.

Ein Gottesdienst zur Eröffnung des Lutherjahres auf der Wartburg wurde am 4. Mai 1983 von der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland (ARD) und dem staatlichen Fernsehen der DDR direkt übertragen.

Das Zweite Programm des DDR-Fernsehens hat am 26. Februar 1983 eine kirchliche Fernsehsendung unter dem Titel „Die Entdeckung des Dr. Martin Luther" ausgestrahlt. Zum Lutherjahr sind außer den seit 1978 gestatteten sechs kirchlichen Fernsehbeiträgen pro Jahr drei zusätzliche 25-Minuten-Sendungen versprochen worden.

Das Studio des Katholischen Rundfunkdienstes (KRD) für das Kabelversuchsprojekt Ludwigshafen wurde am 28. April 1983 von Bischof Georg Moser, dem Vorsitzenden der Publizistischen Kommission der Bischofskonferenz, eingeweiht.

Bei den 33. Internationalen Filmfestspielen in Berlin hat sich Weihbischof Leo Schwarz (Trier), Mitglied der Publizistischen Kommission der Bischofskonferenz, für eine größere Offenheit gegenüber dem Filmschaffen in Ländern der Dritten Welt ausgesprochen. — Der Preis der internationalen katholischen Filmorganisation OCIC ging an „Der stille Ozean" von Xaver Schwarzenberg, und der Preis für den Forum-Film an die indische Produktion „Das Auge" von Utpalendu Chakraborty. Empfehlungen erhielten Roberto Farias „Vorwärts Brasilien" (Brasilien) und „In der Sache ‚King of Prussia' " von Emil de Antonios (USA). In einer eigenen Erklärung wurde außerdem die „konstante

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:31
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Qualität der Filme von Eric Rohmer, Margarethe von Trotta und Chris Marker hingewiesen. Die Internationale Evangelische Filmorganisation Interfilm verlieh ihren Otto Dibelius Preis an „Eine Saison in Hakkari" von Erden Kiral (Türkei) und an „Das ganze Leben" von Bruno Moll (Schweiz).

Gegen die Bildschirmtext Gebührenordnung, die der Postverwaltungsrat am 21. März 1983 beschlossen hat, wurde bereits vorher von der „Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz" mit Schreiben vom 15. März 1983 protestiert. Auch die evangelische Kirche und andere Organisationen haben sich dem Protest angeschlossen, weil nach ihrer Meinung die vorgesehenen nicht-gewerblichen Angebote ohne einen Gebührenrabatt nicht produzierbar sind.

Das Zentralkomitee der Deutschen Katholiken überlegte nach Angaben von Generalsekretär Friedrich Kronenberg Anfang Mai 1983 die Einladung sachkundiger Mitglieder und Berater zu einer eingehenden Beratung über die neuen Medien. Unter den Mitgliedern des Zentralkomitees wächst nach seinen Worten das Gefühl, daß die katholischen Laien bei der Entwicklung der neuen Medien nicht genügend präsent sind.

FRANKREICH

„La Croix", katholische Tageszeitung in Paris, bestand im März 1983 100 Jahre. Die Zeitung hat zu diesem Zeitpunkt ihr Erscheinungsbild geändert, um dem Leser noch mehr zu helfen, die Substanz der Nachrichten und Hintergründe der Geschehnisse besser zu erfassen. Die bereits 1880 als Wochenblatt gegründete Zeitung erscheint seit 1883 täglich. Etwa 600 Angestellte und Leser des Blattes wurden am 23. April 1983 bei einer Jubiläumswallfahrt von Papst Johannes Paul II. im Vatikan (s. dort) empfangen.

„Informations Catholiques Internationales", katholische Monatsschrift in Paris, hat mit ihrer Ausgabe vom April 1983 nach 30 Jahren ihr Erscheinen eingestellt. Als Nachfolgezeitschrift erscheint seit Mai 1983 im selben Verlag die Zeitschrift „L'Actualité Religieuse dans le Monde". Die neue Publikation versteht sich als ökumenische Publikation mit dem Anspruch umfassender Information über religiöse Geschehnisse in der Welt.

GROSSBRITANNIEN

Die Weltvereinigung für Christliche Kommunikation (WACC) erhielt mit Beginn des Jahres 1983 eine neue Struktur. Die Zentrale in London hat jetzt vier Abteilungen: 1. Department of Project Development (DPD) unter der Leitung von Dr. Albert D. Manuel. 2. Department of Education and Animation (DEA) unter der Leitung von Ramon Orellana, 3. Department of Research and Planning (DRP) unter der Leitung von Neville D. Jayaweera und 4. Department of Interpretation and Information (DII) unter der Leitung von Dr. Michael Traber. Generalsekretär der Vereinigung ist weiterhin Dr. Hans W. Florin.

IRLAND

„The Word", illustriertes Monatsmagazin der Steyler Missionare, bestand im Februar 1983 30 Jahre. Die im März 1953 begonnene Zeitschrift wird auch heute noch von ihrem damaligen Mitbegründer Br. Paul Hurley redigiert.

ITALIEN

Zukunft und Gegenwart der Welt der Kommunikation war Thema des 12. Nationalkongresses der Pastoral der Sozialen Kommunikation, der von der Gesellschaft der Pauliner und ihren angeschlossenen Unternehmungen vom 5. bis 8. April in Ariccia bei Rom veranstaltet wurde.

„Das System der Sozialen Kommunikation, die Stadt und die Christen" war Thema der Diözesanversammlung der Kommunikationskommission des Bistums Rom, die vom 15. bis 17. April 1983 in der Aula Magna des Augustinianums, Rom, stattfand.

Kirche und Soziale Kommunikation heute standen im Mittelpunkt einer Diskussionsveranstaltung zum 20. Jahrestag des Vatikanischen Konzils am 28. April 1983 in der Päpstlichen Universität Gregoriana.

Viele unwahre Beschuldigungen in der Presse gegen die Kirche erschwerten es heute, ein guter Christ zu bleiben, sagte Papst Johannes Paul II. bei einem Pastoralbesuch in der Pfarre St. Johannes Maria Vianney im Süden Roms im Februar 1983.

Der „Athesia-Verlag" beging im Herbst 1982 sein 75jähriges Bestehen. In dem ursprünglich

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:31
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

durch die Preßvereine von Brixen und Bozen gegründeten Unternehmen erscheinen heute u. a. die Südtiroler Tageszeitung „Dolomiten" sowie das „Katholische Sonntagsblatt für die Diözese Bozen-Brixen".

„30 Giorni heißt eine neue Monatsschrift, die am 21. März 1983 bei den Salvatorianerpatres in Rom vorgestellt wurde. Die neue Zeitschrift des Unternehmens „Il Sabato" soll das internationale Leben der Kirche dokumentieren.

„Information ohne Seele, Journalismus in einer säkularisierten Welt", war Thema eines internationalen Kolloquiums, das Ende April in Mailand von der katholischen Vereinigung der Presse Italiens (UCSI) und der katholischen Tageszeitung „Avvenire" zur Vorbereitung des nationalen Eucharistischen Kongresses veranstaltet wurde.

Chancen und Möglichkeiten des Lokalrundfunks für die Verkündigung wurden Anfang März 1983 von einer Expertengruppe der katholischen Rundfunkorganisation Unda in Mailand unter dem Vorsitz von Don Ceriotti, dem Sekretär der Bischofskonferenz, beraten.

„Canale Roma" heißt das von der Radiotelevisione Italiana (RAI) für das Heilige Jahr eingerichtete Sonderprogramm, welches von 6 bis 24 Uhr täglich auf 100,3 KHz im Ultrakurzwellenbereich ausgestrahlt wird. Das Programm enthält neben Unterhaltungsmusik und Nachrichten in verschiedenen Sprachen auch wichtige Mitteilungen für Touristen und Verkehr.

Kino und neue Technologie waren Thema einer Veranstaltung der katholischen Vereinigung der Kinobesitzer (ACEC), die Mitte März 1983 in Rom stattfand.

JUGOSLAWIEN

„Licht des Wortes" heißt eine neue religiöse Zeitschrift, die seit Frühjahr 1983 von den beiden Franziskanerprovinzialaten für Bosnien und Herzegowina herausgegeben wird.

ÖSTERREICH

„Die Wende", katholische Jugendzeitschrift für die Landjugend, hat Ende 1982 nach 36jährigem Bestehen ihr Erscheinen eingestellt. Begründet wurde die Einstellung u. a. mit einem wachsenden Defizit und einer schwindenden Auflage.

Der Preis der Katholischen Filmarbeit 1982 wurde am 26. Februar 1983 in Wien dem italienischen Film „Drei Brüder" (Tre Fratelli) von Francesco Rosi zugesprochen. Der Preis wird jährlich einem Film zuerkannt, „der ein wesentliches Thema von ethischer, religiöser oder sozialer Relevanz in künstlerisch hochstehender Form gestaltet".

POLEN

„Misjonarz" heißt eine neue Missionszeitschrift, die von den Steyler Missionaren im Verbinum Verlag in Warschau seit Anfang 1983 herausgegeben wird. Das sechsmal jährlich erscheinende Blatt soll über die Missionsarbeit in aller Welt berichten.

Janusz Krupski, Herausgeber der katholischen Untergrundzeitschrift „Spotkania", wurde Ende Januar 1983 in Warschau von Beamten des Sicherheitsdienstes überfallen, entkleidet und mit Flüssigkeit übergossen, so daß er in ein Krankenhaus eingeliefert werden mußte.

PORTUGAL

Der Rat der Katholischen Weltunion der Presse (UCIP) tagte vom 16. bis 20. März 1983 in Lissabon, um u. a. den Weltkongreß der katholischen Presse 1983 vorzubereiten, der im Oktober 1983 in Dublin stattfindet.

SCHWEIZ

Ein Treffen der publizistischen Kommissionen der europäischen Bischofskonferenzen fand vom 18. bis 22. April 1983 in Bad Schönbrunn bei Zug statt (s. Bericht in diesem Heft).

Eine „Medienkommission der Bischofskonferenz" wurde bei der 179. ordentlichen Konferenz der Schweizer Bischöfe vom 28. Februar bis 2. März 1983 in Bad Schönbrunn gegründet. Sie ersetzt den seit 1969 bestehenden „Koordinationsausschuß für katholische Medienarbeit". Die neue Kommission erhielt ein zunächst auf zwei Jahre befristetes Statut. Sie soll etwa 20 Mitglieder haben und die katholische Medienarbeit in der Schweiz nach den Weisungen des Konzils und den Empfehlungen der diözesanen Synoden fördern.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:31
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

SOWJETUNION

Fünf orthodoxe Verleger religiöser Untergrundliteratur wurden nach einer Meldung der KNA am 6. Dezember 1982 in Moskau von einem Gericht wegen des angeblichen unerlaubten Verlegens religiöser Texte zu Strafen von drei bis vier Jahren Haft verurteilt. Die Namen der Verurteilten, von denen der Älteste 40 Jahre alt ist, sind: Vladimir Budarov, Viktor Burdarov Burfyug, Nikolai Blokhin, Alexander Sidoroy und Igor Kolyanow. Man nimmt an, daß die Verurteilten bereits im April 1982 verhaftet wurden und seitdem in Haft saßen.

VATIKANSTADT

Papst Johannes Paul II. hat am 14. Februar 1983 rund 700 Journalisten der katholischen Union der Presse Italiens in Audienz empfangen. Dabei bezeichnete er den Beruf des Journalisten als eine „Mission" für die Information und Bildung der öffentlichen Meinung.

Papst Johannes Paul II. hat am 23. April 1983 etwa 600 Verantwortliche und Leser der französischen katholischen Tageszeitung „La Croix" aus Anlaß des 100jährigen Bestehens der Tageszeitung in Audienz empfangen. Als Aufgabe des Journalisten bezeichnete es dabei der Papst u. a., ein möglichst objektives Bild der Realität menschlichen Lebens unter kulturellem, wirtschaftlichem, politischem, pädagogischem und religiösem Aspekt zu geben. Dazu brauche er die Kenntnis der fundamentalen Werte des Menschen und die Lehre des Evangeliums. Der Papst hob die Bedeutung der Information im allgemeinen, besonders aber auch die der religiösen Information hervor.

Prof. Federico Alessandrini, seit 1961 Vizedirektor des „L'Osservatore Romano" und von 1972 bis 1976 Direktor des Pressesaals des Heiligen Stuhls, ist am 2. Mai 1983 in Rom im Alter von fast 78 Jahren gestorben.

Die Päpstlichen Werke der Glaubensverbreitung (Propaganda) haben im Jahre 1982 insgesamt 1,41 Mill. US $ für den Sektor Massenmedien zur Verfügung gestellt, das sind 3.53% der außerordentlichen Ausgaben und 1.77% der gesamten Subsidien der Propaganda. Mit 710,050 $ erhielt Asien die höchste Unterstützung, gefolgt von Afrika mit 471.088 $.

OZEANIEN

NEUSEELAND

Das Nationale katholische Kommunikationszentrum in Wellington hat im Frühjahr 1983 mit einem Medienerziehungsprogramm begonnen, das von Sr. Patricia Stevenson geleitet wird. Durch das Erziehungsprogramm sollen das Bewußtsein über den Einfluß der Medien gestärkt, eine kritische Auseinandersetzung ermöglicht und die Möglichkeiten der neuen Medien bekannt gemacht werden. Dem Programm liegen Konsultationen an der Basis der Kirche aus den Jahren 1981 und 1982 zugrunde, die auf die Dringlichkeit einer entsprechenden Bewußtmachung der Sprache der neuen Medien hinwiesen.

PAPUA-NEUGUINEA

Die Druckerei von Word-Publishing, Verlagshaus der Zeitschriften „Wantok", „New Nation" und „Times of Papua-New Guinea", ist am 2. Dezember 1982 durch ein Feuer zerstört worden. Der Schaden wurde auf 1,6 Mill. US Dollar veranschlagt. Durch besondere Vereinbarungen und den schnellen Ersatz der verlorenen Maschinen konnte das regelmäßige Erscheinen der Zeitschriften trotz des Brandes gesichert werden. An der „Word" Verlagsgruppe sind außer der katholischen Kirche auch die Lutheraner, Anglikaner und Methodisten beteiligt.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1983-3-249, am 12.10.2024, 10:02:31
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb