

Ilza Kowol

# Lage der katholischen Medien in Polen

Unterschiedliche Entwicklungen in den 90er Jahren

## Vorbemerkungen

In der beinahe 39 Millionen Einwohner zählenden Republik Polen bekennen sich 35 Millionen Menschen zur römisch-katholischen Religion. Die zweitgrößte Kirche ist die russisch-orthodoxe, der etwa 550.000 Bürger angehören. An dritter Stelle steht die evangelische Kirche mit etwa 90.000 Mitgliedern. Die übrigen Religionsgemeinschaften sind noch kleiner. Dazu muß gesagt werden, daß in Polen keine Kirchensteuern gezahlt werden.

Es wird im Lande im allgemeinen nicht so viel Presse gelesen wie zum Beispiel in Deutschland, und sie wird in der Regel am Zeitungskiosk oder - im Falle der Kirchenpresse - auch in der Kirche gekauft. Das Abonnement ist relativ schwach entwickelt und hat im Lande keine Tradition. Es wurde bisher keine genaue, breit angelegte Situationsanalyse der gesamten katholischen Presse in Polen durchgeführt, auch Inhaltsanalysen dieser Presse gibt es nicht. Bisher leistete sich nur eine Kirchenzeitung - die erfolgreichste ('Gosc Niedzielny' in Kattowitz) - eine Leserbefragung. In Bezug auf den Inhalt gibt es zahlreiche Aussagen sowohl seitens der Leser als auch der kirchlichen Medienarbeiter und Bischöfe. Das alles trägt mit dazu bei, daß man keine detaillierten Angaben über die Lage der katholischen Medien in Polen machen kann.

## Struktur der katholischen Medien

### Presse

Der stellvertretende Vorsitzender der Kommission für die Medien der Sozialen Kommunikation in der Polnischen Bischofskonferenz, Bischof Jan Chrapek, zog nach fünf Jahren Transformationsprozeß in den polnischen Medien Bilanz und kam auf den folgenden Besitzstand der Presse der katholischen Kirche:<sup>1</sup>

- 1 Tageszeitung
- 10 Wochenblätter
- 11 Zweiwochenblätter

<sup>1</sup> Chrapek, Jan: Pięćdziesiąt lat transformacji radia katolickiego w Polsce (1989-1994), in: A. Slomkowska (Hg.), Pięćdziesiąt lat transformacji mediów, Warszawa 1995, S.62.

78 Monatsschriften

24 Zweimonatsschriften

65 Vierteljahresschriften

14 Halbjahresschriften

48 Jahresschriften

Die Gesamtauflage der katholischen Presse, die von Bistümern, Klöstern und katholischen Laien herausgegeben wird, schätzt Bischof Adam Lepa auf etwa 1,2 Millionen Exemplare<sup>2</sup>, das ist etwa die einmalige Auflage der Frauenzeitschrift *Pani Domu* (Axel Springer Polska Sp.z o.o.). Die Westverlage, die nach 1989 in Polen Einzug hielten, interessierten sich für alle möglichen Titel, auch für die ehemaligen Organe der kommunistischen Partei, aber nur ganz wenig für die katholische Presse.

Gleich nach dem Umbruch von 1989, dem Wegfall der strengen staatlichen Maßnahmen im Bereich der Medien und der Zensur, war es eine dringende Aufgabe der Kirche, eine katholische Tageszeitung herauszugeben. Der Primas der katholischen Kirche, Kardinal Józef Glemp, setzte sich persönlich dafür ein, aber erst im Januar 1993 gelang es ‚Slowo. Dziennik Katolicki‘ auf den Markt zu bringen (auf der obigen Liste von Bischof Chrapek auf dem ersten Platz). Diese Entscheidung des Primas war für viele Gläubigen der katholischen Kirche eine große Überraschung, um so mehr, als die Vorgängerin der neuen katholischen Tageszeitung, die Tageszeitung ‚Slowo Powszechnie‘, ein Sprachrohr einer vorher regimetreuen katholischen Gruppe war, nämlich PAX. Dieser Versuch, auf den Medienmarkt eine katholische Tageszeitung zu etablieren, scheiterte. Ursprünglich auf 120.000 Exemplare Auflage berechnet, fand die Zeitung Ende 1996 nur noch 8.000 Käufer. Im Frühjahr 1997 ist die Tageszeitung in eine Wochenzeitung umgewandelt worden, aber auch das brachte keine Wirkung, und noch im selben Jahr wurde sie ganz eingestellt. Dieser gescheiterte Versuch entmutigte die Kirche jedoch nicht. Gleich danach wurden erneute Initiativen gestartet, eine neue Tageszeitung auf den Markt zu bringen.

Von den zehn von Bischof Chrapek angeführten Wochenblättern haben eigentlich nur zwei Bistumsblätter Erfolge zu verzeichnen<sup>3</sup>, die Wochenzeitungen:

‚Gosc Niedzielny‘ - 208.000 Exemplare Auflage, herausgegeben vom Kattowitzer Erzbischof, aber dank der zwölf Diözesanbeilagen, die in den Diözesen in Süd-, Zentral- und sogar Nordpolen erscheinen, von überregionaler Bedeutung.

<sup>2</sup> Lepa, Adam: Prasa katolicka w Polsce - szansa i zagrożenia, in: A. Slomkowska, Pieciolecie ..., S. 173.

<sup>3</sup> Gierula, Marian/Jachimowski, Marek (Hg.): Slaski Przegląd Medioznawczy, Katowice, 1996.

„Niedziela“ – 200.000 Exemplare Auflage, herausgegeben vom Bistum Tschenstochau, ebenfalls von überregionaler Bedeutung. Die 13 regionalen Beilagen erscheinen in Diözesen in Süd- und Ostpolen.

Die beiden Bistumsblätter, die heute gebietsweise im Konkurrenzverhältnis stehen, haben den Anschluß an die neue Entwicklung in den Medien nach 1989 unter den Bedingungen der Marktwirtschaft nicht verpasst, haben eine feste Gruppe von Stammlesern und konnten nach einer kurzen Krise Anfang der 90er Jahre ihre alten Leser zurück- und neue dazugewinnen.

Alle übrigen katholischen Zeitschriften erreichen nur geringe Auflagen.

Keine neuen Leser konnte die Krakauer überregionale katholische Wochenzeitung „Tygodnik Powszechny“ dazugewinnen. Diese von den kommunistischen Machthabern geduldete anspruchsvolle oppositionelle Wochenschrift verlor nach dem Umbruch von 1989 ihre Sonderrolle als Wochenzeitung der Opposition und eine Menge Leser, obwohl sie als eine der wenigen katholischen Blätter Unterstützung seitens eines Auslandsverlages, der französischen Verlegergruppe „Bayard Presse“ und „Publications de la Vie Catholique“ und des Verlags „Ouest France“ bekam und obwohl sie weiterhin ganz hervorragende und namhafte Mitarbeiter hat.

Ein wichtiges Anliegen der katholischen Kirche in Polen war nach dem Umbruch, außer einer Tageszeitung auch noch ein populäres Familienmagazin, in der Art von „Famiglia cristiana“, auf den Markt zu bringen. Nach langen Vorbereitungen erschien im Herbst 1996 das Monatsmagazin „Familia“ mit dem Untertitel „Moderne Katholische Familie“. Der Verleger (die Breslauer Phoenix-Press-Media GmbH) hoffte, „Familia“ bald zum Massenblatt mit einer Auflage von über einer Million Exemplare machen zu können. „Familia“ hatte die Akzeptanz der Kirche, unterschied sich wesentlich von der herkömmlichen katholischen Presse und nicht so sehr von den übrigen säkularen Zeitschriften, aber Leser fand sie trotzdem nicht. Nach einigen Monaten wurde auch ihr Erscheinen eingestellt.

Damit könnte man die Vorstellung der katholischen Print-Medien in Polen eigentlich abschließen, denn die anderen Blätter – darunter auch sehr niveauvolle – erscheinen in kleinen Auflagen und haben keinen größeren Einfluß auf das katholische Leben im Lande; sie spielen auch kaum eine Rolle in der kirchlichen Kommunikation, ganz zu schweigen von der Kommunikation zwischen der Kirche und denen, die ihr fernstehen.

In den 90er Jahren kam aber noch etwas neues zum Vorschein. Nachdem die Kontrolle des Staates über die Medien weggefallen ist und die neuen Techniken billiger und zugänglicher wurden, entwickelte sich die kirchliche Kommunikation auf der niedrigsten Ebene, in den Kirchen-

gemeinden. Es wird geschätzt, daß im ganzen Lande etwa eintausend Gemeindebriefe erscheinen, meistens in Oberschlesien, wo diese Art von Druckerzeugnissen schon vor dem zweiten Weltkrieg bekannt war.

Die Lage der katholischen Presse ist zwar nicht sehr erfreulich, aber ziemlich stabil und außer einer neuen katholischen Tageszeitung sind in der katholischen Zeitungslandschaft weitere gravierende Änderungen kaum zu erwarten. Dynamischer als die Druckmedien entwickelten sich in den 90er Jahren die katholischen elektronischen Medien.

### *Rundfunk*

Während es im Falle der katholischen Presse nach 1989 nur um eine Fortsetzung ging - sie war bereits auf dem Markt und brauchte nicht einmal privatisiert werden, so wie die säkulare Presse - ging es im Bereich des Rundfunks um einen echten Neuanfang. Den ersten Zugang zu den elektronischen Medien verschaffte der katholischen Kirche im Jahre 1980 die Gewerkschaft ‚Solidarnosc‘. Seit dieser Zeit wird im staatlichen Hörfunk der Sonntagsgottesdienst übertragen. Das mußte in der ganzen Dekade der 80er Jahre ausreichen.

Erst im Mai 1989 - noch vor den ersten Parlamentswahlen mit der Beteiligung der Opposition - verabschiedete das Parlament das Gesetz über das Verhältnis des Staates zur katholischen Kirche. Es räumte der Kirche Zugang zu den staatlichen Rundfunkprogrammen ein und erteilte ihr das Recht, eigene Hörfunksender zu betreiben. Die katholische Kirche bekam im damaligen staatlichen Rundfunk Sendezeiten zugeteilt, über die sie auch noch heute - im schon öffentlich-rechtlichen Rundfunk - verfügt: drei Stunden wöchentlich im Hörfunk und zweieinhalb Stunden im Fernsehen.

Im Jahre 1993 trat das neue Rundfunkgesetz in Kraft. Dieses Gesetz führte in Polen eine duale Rundfunkordnung ein; neben den öffentlich-rechtlichen Anstalten wurden auch private Programmanbieter zugelassen. Dieses Gesetz enthält die damals viel diskutierten Passagen über das Respektieren der „christlichen Werte“ in den Rundfunkprogrammen, die sowohl die öffentlich-rechtlichen als auch die kommerziellen Programme zu berücksichtigen haben.

Der auf Grund des Rundfunkgesetzes gebildete Rundfunkrat begann bald mit der Lizenzverteilung an private Programmanbieter. Ende 1995 verfügten fast alle der 39 Diözesen in Polen über eigene Hörfunkstationen. Der Besitzstand der katholischen Kirche: 46 Hörfunkstationen in den Diözesen, das überregionale ‚Radio Maryja‘, zwei Hörfunkstationen der Klöster (Tschenstochau und Niepokalanów) und eine lokale Fernsehstation (Telewizja Niepokalanów).<sup>4</sup>

In den katholischen Rundfunkstationen ist alles in Bewegung. Ende

1997 kam es einer Konsolidierung der 15 stärksten Hörfunkstationen, die sich zu einem Netz ‚Plus‘ zusammenschlossen, um sich auf diese Weise besser dem kommerziellen Hörfunkmarkt anzupassen und zu einer echten Alternative für die säkularen Radiostationen zu werden. Die Kosten dieser Initiative tragen die amerikanische und die polnische Bischofskonferenz. Eigentümer der Gesellschaft ‚Plus‘ sind die Diözesen, deren Hörfunkstationen das Netz bilden. Die meisten Anteile hat die Danziger („Radio Plus“) und die Gleiwitzer Diözese („Radio Puls“). „Radio Maryja“ blieb außerhalb des Netzes.

Die katholische lokale Fernsehstation der Provinzkurie der Franziskaner in Niepokalanów ‚Telewizja Niepokalanów‘ sendet ihr Programm seit Januar 1996. Die Franziskaner bewarben sich zwar ursprünglich um die Lizenz für ein landesweites Fernsehprogramm, da sie aber keinen den Rundfunkrat überzeugenden Finanzierungsplan vorlegen konnten - ihre Fernsehstation sollte durch Spenden finanziert werden - wurden ihnen nur lokale Frequenzen zugeteilt, zunächst für Niepokalanów, später auch in Krakau, Lodz und Opoln. In Aussicht wurden ihnen auch Frequenzen in Warschau gestellt. Die Franziskaner verzichteten aber nicht darauf, in Zukunft ein gesamtpolnisches katholisches Fernsehprogramm ausstrahlen zu wollen und sie werden bei ihren Bestrebungen vom Primas Glemp unterstützt.

## Inhalte der katholischen Medien

Es gibt zwar keine Inhaltsanalysen der katholischen Medien, aber es gibt zahlreiche Äußerungen von Vertretern der Kirche sowie von Lesern, Hörern und Zuschauern zu den Inhalten dieser Medien, und es gibt Einschaltquoten.

Allein die Auflagen der Presse zeugen davon, daß ihre Inhalte bei der Bevölkerung kaum ankommen. Der Medienbischof Jan Chrapek bedauert sehr, daß die katholische Presse heute die Sprache der säkularen Medien spricht. Es sei nicht gut, daß jede Diözese, jedes Kloster oder jede Pfarchie eine eigene Zeitung haben will. Die Stärke der katholischen Presse sollte in ihrer Qualität und Tiefe liegen, um mit der säkularen Presse konkurrieren zu können. Er drückt sein Bedauern aus, daß manche katholischen Medien für sich in Anspruch nehmen zu entscheiden, wer „ein echter Pole“ sei.<sup>5</sup>

Das niedrige Niveau der meisten katholischen Blätter beklagt der Chefredakteur der erfolgreichsten Bistumszeitung ‚Gosc Niedzielny‘,

<sup>4</sup> Chrapek, Jan: Pieciolecie ..., S. 60-70.

<sup>5</sup> Chrapek, Jan: "Moze to jest mój blad ...", in: W drodze, Heft 8 1995, S. 48-55.

Stanislaw Tkocz. Pfarrer Tkocz kennt als Insider gut die Situation in der katholischen Presse und ihren Verlagen und bedauert, daß sie innerlich zerstritten seien, was nicht nur ihrem Ansehen schade, sondern auch eine sinnvolle Zusammenarbeit zwischen den Medien unmöglich mache. Er übt auch Kritik am Vertrieb dieser Presse. Die Pfarrer werden verpflichtet, eine gewisse Zahl der Blätter zu kaufen und zu vertreiben. Das sei der beste Weg – so Pfarrer Tkocz –, den Gläubigen die Lust an dieser Presse zu nehmen.<sup>6</sup>

Medienwissenschaftler der Schlesischen Universität Kattowitz führten eine Repräsentativumfrage unter den Lesern von ‚Gosc Niedzielny‘ durch. Über 1.000 Rückmeldungen sind von den Rezipienten gekommen. Aus den Ergebnissen dieser Untersuchung geht hervor, daß über 50 Prozent der Leser das Bistumsblatt seit vielen Jahren lesen. Fast die Hälfte der Leser schätzt es hoch ein. Wenig Akzeptanz fanden bei den Lesern das wöchentliche Fernsehprogramm, die Werbung und die unterhaltenden Teile des Blatts. Die Leser wünschen sich dagegen mehr Beiträge über den christlichen Glauben, die Kirche und ihre Geschichte.<sup>7</sup> ‚Gosc Niedzielny‘ hält sich fern von der Politik und nimmt – im Gegensatz zu vielen anderen katholischen Medien – an den politischen Auseinandersetzungen im Lande nicht teil.

Mehr Erfolge als die Presse haben unter der Bevölkerung die katholischen Hörfunkanstalten zu verzeichnen. Manche von ihnen erreichen in ihren Sendegebieten viele Hörer und sind heute vom Markt nicht mehr wegzudenken.

Die katholischen Radiostationen lassen sich am besten nach der Art ihrer Finanzierung einordnen, zumal es eine deutliche Abhängigkeit gibt zwischen der Finanzierung dieser Stationen und ihrem Programm. M. Loskot vom Katholischen ‚Radio Puls‘ in Gleiwitz führte eine Klassifizierung dieser Radios durch.<sup>8</sup>

Zur ersten Gruppe gehören die Hörfunkstationen, die sich selbst finanzieren. Die Werbung ist ihre einzige Einnahmequelle, und subventioniert werden sie nur sporadisch. Ihr Programm besteht aus Popmusik und schneller Information. Es ist nach M. Loskot ein Kuchen mit Rosinen, wobei die Rosinen die kleinen publizistischen Darstellungsformen sind, auch zu religiösen Themen und auch Gebete. Alle diese Stationen senden rund um die Uhr.

<sup>6</sup> Tkocz, Stanislaw: Meandry prasy katolickiej, in: W drodze, Heft 8 1996, S. 13-24.

<sup>7</sup> (SAG): "Gosc Niedzielny" w oczach naszych czytelników. Podsumowanie ankiety, in: Gosc Niedzielny, Nr. 42, 1997.

<sup>8</sup> Loskot, Michał: Różnorodność programowa a status ekonomiczny rozgłośni katolickich w Polsce, in: J. Kantyka/M. Jachimowski, Transformacja radia w Polsce i na świecie (1990-1995), S. 217-219.

Die zweite Gruppe der Hörfunkstationen finanziert sich zur Hälfte durch die Werbung, zur Hälfte werden sie subventioniert. Sie arbeiten mit den lokalen Behörden und Institutionen eng zusammen. Die Musik dominiert nicht in diesen Programmen, die viele Gebete enthalten, wie z.B. den Radio-Rosenkranz.

Ohne Werbung sendet die dritte und größte Gruppe der diözesanen Radiostationen, die zur Gänze subventioniert werden. Ihr Programm hat einen rein religiösen Charakter mit relativ wenig Musik. Ihre Mitarbeiter sind keine professionellen Journalisten und arbeiten ehrenamtlich. Zu dieser Gruppe gehört auch die überdiözesane Hörfunkstation ‚Radio Maryja‘ in Thorn, die in der polnischen katholischen Rundfunklandschaft eine Sonderrolle einnimmt, die ein soziologisches Phänomen und ein kirchliches Problem ist.

Der Verband der Katholischen Hörfunkstationen ‚VOX‘ koordiniert ihre Zusammenarbeit und ist Vermittler zwischen den Stationen und der ‚Katholischen Informationsagentur‘.

‚Radio Maryja‘ ist das größte, erfolgreichste und mächtigste katholische Medium im heutigen Polen, das etwa 5 Millionen Hörer, d.h. 14 Prozent der Bevölkerung im Alter über 15 Jahren erreicht. Somit nimmt es, der Hörerzahl nach, den fünften Platz unter den landesweiten privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunkstationen in Polen ein.<sup>9</sup> Über den Satelliten findet das Radio auch Hörer im Ausland. Inhaber der Hörfunkstation ist der Redemptoristen-Orden, Leiter des Senders der Redemptorist Pater Tadeusz Rydzyk. Unter den Hörern von ‚Radio Maryja‘ sind vor allem ältere Menschen mit Grundschulausbildung, Rentner, Hausfrauen und Arbeitslose, also Menschen, die infolge des Transformationsprozesses der polnischen Gesellschaft orientierungslos wurden, denen die anderen Medien nichts zu bieten haben und die sich selbst überlassen sind.

‚Radio Maryja‘ finanziert sich ausschließlich durch Spenden aus dem In- und Ausland und sendet keine Werbung. Seine Mitarbeiter sind keine professionellen Journalisten. Über die Hälfte der Sendezeit nehmen Gebete ein. Es ist ein interaktives Radio, das in seinem Programm auch die tägliche, zweistündige Sendereihe ‚Unbeendete Gespräche‘ hat, in der sich die Hörer telefonisch zu Wort melden können. Eben diese Talksendung, in der auch obskure Meinungen zum Ausdruck kommen, ist die Ursache der großen Kontroversen um das Radio von Pater Rydzyk innerhalb der katholischen Kirche. In den ‚Unbeendeten Gesprächen‘ werden nämlich vor allem tagespolitische Themen von extremen Positionen aus behandelt.

<sup>9</sup> Subotic, Malgorzata: Alleluja! - i do przodu, in: Rzeczpospolita, Nr. 113, 1997.

„Radio Maryja“, das in den Pfarreien in ganz Polen hunderte von Büros und die sog. „Familien von Radio Maria“ unterhält, kann sehr schnell sehr große politische Protestaktionen seiner Hörer organisieren. Die Hörer schreiben Protestbriefe u.a. an das Oberste Gericht, organisieren Proteste vor den Büros der Sejm-Abgeordneten und verschiedenen Ämtern, sammeln Spenden für die Rettung der Danziger Werft – die „Wiege der Solidarnosc“, kämpfen lautstark um neue Frequenzen für ihr Radio und sind auf vielfache andere Weise aktiv. Pater Rydzyk und sein Radio haben große Pläne, u.a. wollen sie Anteile an der Danziger Werft kaufen; es wird an der Herausgabe einer neuen katholischen Tageszeitung und an einem überdiözesanen katholischen Fernsehprogramm gearbeitet.

„Radio Maryja“ schaltet sich regelmäßig in den Wahlkampf ein und scheut sich nicht vor Verleumdungen auch katholischer Kandidaten. So war es etwa bei den Präsidentschaftswahlen von 1995. Damals sahen sich die Vertreter der katholischen Kirche gezwungen, eine Erklärung abzugeben, in der zu lesen war, das Radio kompromittiere die Kirche, verbreite Lügen und verunglimpfe manche Kandidaten für das Präsidentenamt.

Vor den letzten Parlamentswahlen im Herbst 1997 wurden drei Bischöfe beauftragt,<sup>10</sup> mit Pater Rydzyk zu sprechen und ihn zu mehr Distanz zur Politik zu bewegen. Vergebens: „Radio Maryja“ kreierte weiterhin Politiker, unterstützte seine Kandidaten im Wahlkampf und verhalf seinen Anhängern zum Platz im Parlament. Somit wurde das Radio, das z.Zt. etwa 20 Vertreter im Parlament hat, zur politischen Kraft in Polen. In enger Verbindung mit dem Radio arbeitet das „Institut für Nationale Bildung des Radio Maryja“, das der europäischen Integration sehr kritisch gegenüber steht und den Beitritt Polens in die EU entschieden ablehnt.

Der Generalsekretär der Polnischen Bischofskonferenz, Bischof Tadeusz Pieronek, wird nicht müde zu wiederholen, daß „Radio Maryja“ nicht die offizielle Stimme der katholischen Kirche in Polen und sein Mitarbeiter in Rom keine offizielle Stimme des Vatikans sei. Bei der 292. Tagung der Bischofskonferenz am 27./28. November 1997 in Tschenstochau wurde abermals das Problem „Radio Maryja“ behandelt.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Gmyz, Cezary: Radio Maryja upomniane, in: Zycie, Nr.199, 1997.

<sup>11</sup> Bei der Sitzung der Bischofskonferenz diskutierten die Bischöfe den Brief des Primas an den Vorgesetzten von Pater Rydzyk, den Provinzial des Redemptoristen-Ordens in Polen, Pater Edward Nocun. Primas Glemp würdigt in dem drei Seiten langen Brief die Verdienste Rydzyks und seines Radios beim Evangelisierungswerk; sehr vorsichtig kritisiert er gleichzeitig die Insubordination und die Politisierung des Radios und bittet den Provinzial, er möge die Mitarbeiter des Radios in Obhut

Das Programm von ‚Telewizja Niepokalanów‘ - seit 1996 auf Sendung - ist wenig abwechslungsreich und bestand im ersten Jahr aus nur einem Sendeblock, der zweimal täglich die ganze Woche durch ausgestrahlt wurde. Bis ‚Telewizja Niepokalanów‘ ein eigenes katholisches gesamt-polnisches Programm ausstrahlen wird, werden noch eine Zeitlang die „Fenster“ mit katholischen Sendungen im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen ausreichen müssen.

## Differenzen innerhalb der katholischen Medien

Die katholische Presse war bis 1989 zwar nicht quantitativ, aber qualitativ ein wichtiger Bestandteil der Medienlandschaft Polens und eine echte Alternative zur säkularen Pressewelt. Sie bildete nämlich damals ein Forum für die Opposition unterschiedlichster Couleur und übernahm damit zwangsweise eine politische Funktion. Von dieser politischen Funktion konnten sich nach dem Umbruch von 1989 manche katholischen Kreise, sowohl unter den Laien als auch unter dem Klerus, nicht verabschieden.

Zu Beginn der 90er Jahre machte die Kirchenpresse, nach den für sie ziemlich guten - trotz Restriktionen - 80er Jahren, eine Krise durch. Sie hatte mehrere Gründe. Vor allem begann in den säkularen Medien der Privatisierungsprozeß und eine sprunghafte Modernisierung der Medien, mit der die katholischen Medien nicht Schritt halten konnten.

Hinzu kam das Problem mit den Mitarbeitern: Viele namhafte Publizisten, die früher aus politischen Gründen in der offiziellen Presse nicht arbeiten durften oder wollten und eine Zuflucht in der katholischen Presse fanden, verließen diese nach dem politischen Umbruch, nach der Abschaffung der Zensur und der Gründung des freien Medienmarktes rasch wieder. Das war für die katholische Presse ein großer Verlust, den sie noch immer nicht überwunden hat.

Nach 1989 zerfiel schließlich die vom katholischen Klerus stark unterstützte oppositionelle Gewerkschaft ‚Solidarnosc‘ in eine Reihe

nehmen, „damit keine Fehler entstehen, ganz einfach aus menschlicher Übermüdung“. Das Radio hätte sich dem Einfluß des Bischofs, des Provinzials und der Bischofskonferenz entzogen und verselbständigt. Rydzyk dürfe für sich, trotz großer Popularität, keine Sonderrechte fordern und sich nicht über das Recht stellen. Die Kirche dürfe keine Haßgefühle schüren. „Wer nicht mit uns, ist gegen uns“, sei kein evangelisches Prinzip - schreibt Glemp an den Provinzial. Dieser gab daraufhin eine Erklärung ab, in der er seinen Mitbruder Pater Rydzyk seiner „brüderlichen Solidarität“ versicherte.

kleiner Parteien und Gruppierungen von der rechten bis zur linken Seite des politischen Spektrums. Auf der rechten Seite entstanden mehrere christliche Parteien und Gruppierungen, die miteinander zerstritten waren und Verbündete suchten und sie auch in den katholischen Medien, unter dem Klerus und manchen Bischöfen fanden.

In der zweiten Hälfte der 90er Jahre sind die katholischen Medien so unterschiedlich wie die christlichen Gruppierungen im Lande. Der eigenartige Pluralismus in den katholischen Medien bezieht sich jedoch kaum auf die Glaubensfragen und die kirchliche Lehre, sondern vielmehr auf die politischen Einstellungen, Sympathien und Haltungen ihrer Macher und Rezipienten.

Der polnische Katholizismus reicht von einem stark national geprägten Volkskatholizismus bis hin zu einem offenen und universalen Kirchenverständnis. Der national geprägte Katholizismus resultiert aus der polnischen Geschichte, in der die katholische Kirche als Institution lange Zeit eine Sonderstellung unter der Bevölkerung einnahm, in der das Schlagwort „Pole gleich Katholik“ aufkommen konnte. Manche Kreise der katholischen Kirche halten noch heute an den alten Denkmustern fest und können sich von dieser Sonderrolle nicht trennen. Nach wie vor ist der Patriotismus ein wichtiges Merkmal des polnischen Katholizismus, der eigentlich am Patriotismus gemessen wird.

Die Auseinandersetzungen zwischen den einzelnen politischen Gruppierungen auf der rechten Seite des politischen Spektrums werden auf die Medien übertragen. Indem die universal geprägten katholischen Medien zu den national ausgerichteten Distanz wahren, greifen die letzteren ihre Gegenspieler scharf an und werfen ihnen mangelnden Patriotismus, fremde Abstammung, Freimaurertum u.ä. vor. Die Spannbreite der kirchlichen bzw. katholischen Medien reicht also von der anspruchsvollen Krakauer Wochenzeitung ‚Tygodnik Powszechny‘, herausgegeben von katholischen Laien, die von ihren Gegnern abschätzig auch als Laienlinke oder Katholinke bezeichnet werden, über die Kattowitzer Diözesanwochenzeitung ‚Gosc Niedzielny‘, die sich politisch kaum engagiert, bis hin zum rechtsnationalen ‚Radio Maryja‘ des Redemptoristen Pater Rydzik in Thorn.

Der Landesrat der Katholischen Laien sah sich gezwungen, eine Erklärung zum Stand der katholischen Medien unter dem Titel „Ein geteiltes Haus kann nicht überdauern“ zu veröffentlichen.<sup>12</sup> „Es ist schädlich“, schreiben sie, „wenn manche katholischen Medien negative Meinungen über die anderen katholischen Medien äußern. (...) Man muß

<sup>12</sup> „Krajowa Rada Katolików Świeckich“ oświadczenie „Dom podzielony nie ostoi się“, in: Tygodnik Powszechny, Nr 26, 1997.

alles unternehmen, um im Namen der christlichen Nächstenliebe und in Eintracht mit dem journalistischen Ethik-Kodex allen kritisierten Personen und Institutionen das Recht auf Replik und Antwort auf die Vorwürfe zu geben, am besten gleich, während der Sendung, der Diskussion in der Redaktion, im Hörfunk oder Fernsehen. Man muß die Lügen richtigstellen und das Unrecht wiedergutmachen, kritisieren darf man nur böse Worte und Taten. In den katholischen Medien darf man nie auch nur eine Spur von Feindschaft gegen die anderen aufkommen lassen (...) Kein Blatt und keine Hörfunkstation darf für sich das Monopol auf ‚echten Katholizismus‘ reklamieren.“

Es bleibt zu hoffen, daß mit der Stärkung der demokratischen Strukturen in Polen auch die Streitkultur steigen wird und die Kontroversen besonders in der katholischen Gemeinschaft gemäßiger ausgetragen werden.

## Evangelische Publizistik in Polen

Nachdem die Schranken für die Medien 1989 gefallen waren, hat neben der katholischen Kirche auch die kleine evangelische (sechs Diözesen in Polen) die neuen Entwicklungsmöglichkeiten wahrgenommen.

Vor 1989 durften die kleineren Kirchen, die Mitglieder des ‚Polnischen Ökumenischen Rats‘, jeweils nur eine Zeitschrift und fünf Bücher jährlich veröffentlichen. Die wichtigste Rolle spielt in der evangelischen Publizistik nach wie vor die Zweiwochenschrift ‚Zwiastun‘, die eine überregionale Bedeutung hat, aber vor allem Leser in der Region Bielitz-Teschen findet, der Hochburg der polnischen Protestanten. Die evangelische Bevölkerung lebt hier gebietsweise in der Mehrheit. Die Auflage dieser Zweiwochenschrift beträgt etwa 20.000 Exemplare. Ab und zu erscheinen in den Pfarreien Gemeindeblätter. Außerdem tragen zu Kommunikation unter der evangelischen Bevölkerung noch zwei neue Monatsschriften und eine Vierteljahresschrift bei.

In den 90er Jahren bekommt die evangelische Kirche alle paar Wochen (abwechselnd mit den anderen kleinen Kirchen) Zugang zu den Programmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, aber sehr lange mußte sie auf die Frequenzen für ihr erstes eigene Hörfunk-programm warten. Erst seit Herbst 1997 ist das evangelische ‚Radio CCM‘, das ökumenisch ausgerichtet ist, in Teschen auf Sendung. Früher als das evangelische Radio war auch hier ‚Radio Maryja‘ zu empfangen.

## Anhang: Zehn Regeln des Zeitungsredigierens

Formuliert für den eigenen Gebrauch von der Redaktion der Kattowitzer Kirchenzeitung „Gosc Niedzielny“

1. Macht kein Diözesanblatt nur für die Kirchenhierarchie, sondern für den Durchschnittsleser.
2. Schreibt über die Probleme der Menschen und nicht über Themen, die euch Probleme ersparen! Die Welt darf man nicht nur vom Schreibtisch aus betrachten.
3. Behandelt die von euch redigierte Zeitung wie ein ästhetisches Werk, das die Aufmerksamkeit auch durch seine Schönheit heranziehen wird; dann wird sie zum Gegenstand des Interesses.
4. Die Kirche, auch die alte, sollen junge Autoren über das Prisma ihrer Meinungen und Ansichten interpretieren. Das gibt ebenfalls den älteren Menschen Hoffnung, daß die Kirche auch noch morgen bestehen und sich entwickeln wird.
5. Macht keine Zeitung, in der nur die Redaktion die Verwirklichung ihrer eigenen Probleme, Ansichten und Interessen wiederfindet! Ein geschlossener Kreis von Menschen, die immer recht haben, kann mit dem Redigieren einer solchen Zeitung zufrieden sein, es wird aber ihre Lebensdauer einschränken.
6. Meidet Urteile und Meinungen, die nicht durch eine sachliche Argumentation unterstützt werden können! Das sichert Glaubwürdigkeit.
7. Bei der Veröffentlichung solcher oder anderer Urteile, laßt euch nicht nur von der Gerechtigkeit, sondern auch von der Liebe leiten; äußert euch mehr im Geiste des Evangeliums und nicht in einem aggressiven Ton.
8. Man darf als Erfolg ansehen, wenn eure Zeitung auch Menschen erreicht, die fern der Kirche stehen, die vielleicht durch ihr Prisma eine Institution in ihr erblicken, die Glauben, Hoffnung und Liebe weckt.
9. Verschönert auf euren Spalten nicht die Kirche, macht sie durch eure Hofberichterstattung nicht bunter. In euren Berichten, Kommentaren oder Meinungen laßt euch vom Realismus voller Hoffnung und nicht vom Wunschdenken leiten.
10. Schließlich - macht nicht nur eine Zeitung zum Lesen, sondern eine Zeitung mit vielen Vorschlägen zum Leben. Nur dann, wenn man ohne eure Zeitung nicht mehr leben kann, erfüllt ihr eure Mission.

Hans Peter  
Gohla

## The Temptation

Radio Maria in Italien und Radio Maryja in Polen

Is it a success story or not? I personally think that one could quietly admit that it is a success. Look at the numbers only: 1.6 million Italians tune in to that radio station each day for at least a period of two hours. There is a huge team of more than 2,500 voluntary collaborators who assist a small team of about ten oder twelve full-time people to produce a 24-hour programme, and keep the station running. The secret of the programme is the straight focus on the target group and the vast number of constant supporters. Since 1987, „Radio Maria“ transmits programmes for the faithful in Italy: the rosary, meditation, transmissions of the Holy Mass, etc. Without any doubt the listeners identify themselves with the programme and the content. And most interesting: since advertising is not welcome in „Radio Maria“, there are 180,000-200,000 loyal supporters who contribute with their donations towards the maintenance and running costs, and also assist with similar projects in other parts of the world, for instance in Africa and Latin America.

Another success story could be written about „Radio Maria“ in another Catholic country in Europe - in Poland. In that country a few years ago, the Redemptorist Father, Tadeuz Rydzyk, started a similar „Radio Maryja“, according to the Italian example. In the beginning, „Radio Maryja“ certainly received support from the mother station in Italy, but according to our information, this relationship has decreased, or no longer exists. The audience of „Radio Maryja“ in Poland is greater than that of its so-called sister in Italy. One estimates that between 10 %- 15 % of the Polish population are regular listeners of „Radio Maryja“. This means that the station is the largest Catholic radio in Poland. But it also reaches far outside the country since „Radio Maryja“ uses satellite segments.

Information about „Radio Maryja“ reaches us normally when there are conflicts between Father Rydzyk and some Bishops or politicians and other social groups of the society. With his insinuations that Polish politicians are Free Masons or Jews, and his rejection of European pluralism and the secularized value system in the Western World, Tadeuz Rydzyk often creates trouble, and some of the Polish Bishops feel obliged to strongly criticise his political naïveté. But not a few Polish Bishops seem to see in „Radio Maryja“ a valuable instrument of evangelization. Polish catholic journalists say it is only a radio station for those who already believe, and can only be called a kind of 'confirmation radio' which has little value at all in the process of communicating the Good News to those who are seekers.

Since quite some countries in Africa and Latin America have opened their air-waves for private radio stations, there are new possibilities for the Church. Also „Radio Maria“ is trying to climb on the band-wagon and offer its good service to dioceses and Bishops' Conferences to install their own stations. According to our knowledge, stations of „Radio Maria-type“ do exist in around 20 countries. For many Bishops the temptation is great. Because the people of radio Maria offer equipment, a good amount of prefabricated programmes and of course the training of personnel. But those who toy with the idea should be aware that: Whose bread I eat, his song I sing ... We have just heard from Father Victor Sunderaj, the General Secretary of UNDA, that some responsables of „Radio Maria“ in Africa have threatened with re-possession of the equipment if performance proves to be unsatisfactory. My advice would therefore be, to really look very carefully into this matter and to be cautious.

*(Aus: Mediaforum 4/1997)*

# Kirchliche Medienarbeit in Mittel- und Osteuropa

Eine Übersicht nach Ländern

*Die kirchliche Medienarbeit in den einzelnen Ländern Mittel- und Osteuropas weist nach wie vor ein unterschiedliches Bild auf. Manche Entwicklungen sind weithin unbekannt. Communicatio Socialis hat bereits mehrfach über die allgemeine Situation sowie über die Entwicklung in Ungarn und Polen (siehe auch den Text von Ilza Kowol in diesem Heft) berichtet. Als Ergänzung veröffentlichen wir eine Situationsdarstellung kirchlicher Medienarbeit in anderen Ländern Mittel- und Osteuropas, wie sie aus einer größeren Zusammenstellung des Direktors von ‚steyl-medien‘, Anton Täubl, München, von 1997 hervorgeht. ‚steyl-medien‘ führt insbesondere im Hinblick auf den Einsatz audiovisueller Medien im Bereich der Pastoral zahlreiche Fachtagungen für Mittel- und Osteuropa durch und fördert dort die Entwicklung dieser Arbeit ideell und materiell. Weitere Auskünfte und Kontakte speziell über diese audiovisuelle Arbeit sind beim Verfasser (Anton Täubl, Koordinator der Aktions-Gruppe ‚Pastoral-Media‘ und Direktor von steil-medien, Cimbrenstr 102, 81377 München) zu erhalten.*

Blickt man auf Reaktion und Verhalten der katholischen Kirche in Mittel- und Osteuropa im letzten Jahrzehnt im Bereich der sozialen Kommunikation, so zeichnen sich drei Etappen ab, die jeweils charakteristische Aspekte aufweisen.

Die **erste Phase**, die sich noch unter der marxistisch-leninistischen Herrschaft bemerkbar machte und nach der meist friedlichen „Revolution“ vollends zum Ausbruch kam, war geprägt von Aufbruchstimmung, Gefühlen der Freiheit und Erleichterung, von Enthusiasmus und dem Zusammenhalt aller gesellschaftlichen Gruppen. Im gemeinsamen Kampf gegen das totalitäre System und im Bemühen um die Überwindung der kommunistischen Ideologie, waren sich alle oppositionellen Kräfte zunächst einig. Viel Beachtung wurde den Auftritten von Papst Johannes Paul II. bei seinen Pastoralreisen in den Osten geschenkt; und ebenso den internationalen christlichen Jugendtreffen von Breslau, Prag, Tschenschtochau und Budapest, die von Taizé aus organisiert worden sind. Im Radio gab es viele pastorale Stimmen zu hören und im Fernsehen waren viele Bischofshüte zu sehen. Nach Jahrzehnten der Mißachtung und eines verordneten Atheismus gab es im kirchlichen Bereich einen großen Nachholbedarf an Selbstdarstellung und Selbstbehauptung.

Doch schon bald zeigten sich erste Risse in dieser Einigkeit. In einer

**zweiten Phase**, die zum Teil noch anhält, machte sich allmählich Ernüchterung breit. Alte Rivalitäten zwischen den Gruppen der Gesellschaft um Macht und Einfluß brachen auf, neue Interessenkonflikte kamen hinzu. Bei manchen, vor allem freigeistlichen und antiklerikalen sowie nichtkatholischen Minderheiten, machte sich sogar Angst breit, die katholische Kirche könnte zu stark werden und die Gesellschaft dominieren - auch im Sinne einer Klerikalisierung des öffentlichen Lebens. Und die Versuchung der Kirche, Positionen einzunehmen und zu ihrem Vorteil Einfluß auszuüben, nicht zuletzt mit Hilfe ihrer internationalen Kontakte und der finanziellen Unterstützung von außen, ist auch nicht ganz von der Hand zu weisen. Dieser Phase der Etablierung und Selbstbehauptung und einer nüchternen Einschätzung des Stellenwertes der Kirche in einer pluralistischen Gesellschaft mit postkommunistischen Nachwehen entspricht eigentlich eine Kommunikation der Aufklärung und Information, des Dialogs und der Toleranz.

In der **dritten Phase**, die allmählich immer weiteren kirchlichen Kreisen bewußt wird, stellt sich zunehmend eine nüchterne Sicht der realen Situation der Kirche ein. Dabei treten das eigene Versagen in der Vergangenheit sowie die Schwächen und Grenzen in der Gegenwart ebenso zutage wie die Chancen und Möglichkeiten, christliche Kultur und den Glauben an Jesus Christus für das Individuum wie für die Gesellschaft insgesamt fruchtbar zu machen. Die Kirche wird sich ihrer eigenen Möglichkeiten, ihrer personellen Grenzen und organisatorischen Defizite bewußt. Sie erlebt sich als Teil einer pluralistischen Gesellschaft voller Probleme im politischen, sozialen, erzieherischen und kulturellen Bereich. Diesen Erkenntnissen und Erfahrungen entspricht im Kommunikationsbereich eine zunehmende Beschäftigung mit kritischen und kontrovers diskutierten Fragen und bislang unaufgearbeiteten Problemen, bis hin zum Aufgreifen „heißer Eisen“. Erst allmählich entwickelt sich im kirchlichen Informations- und Kommunikationsbereich ein Dialog zwischen Kirche und Welt, zwischen den verschiedenen kulturellen und politischen Gruppierungen, der sich den wirklichen Problemen stellt.

## Bulgarien

Die Mehrheit der Christen gehört der orthodoxen Kirche an (ca. 87%). Diese ist in ihrer 1000jährigen Geschichte seit 1992 erstmals in zwei Lager gespalten: 2 Patriarchen (Maxim und Pimen), 2 Synoden und 2 Kirchenordnungen. Es gibt daneben römisch-katholische Diözesen und ein griechisch-katholisches Bistum. Insgesamt leben in Bulgarien etwa 75.000 Katholiken, weniger als 1% der Gesamtbevölkerung von 8,7 Mio. Einwohnern.

Im Januar 1992 ist in Bukarest eine zweite katholische Kirchenzeitung unter dem Namen 'Istina-Veritas' (Wahrheit) erschienen; sie ist als klassisches Diözesanblatt für weite Kreise der Bevölkerung konzipiert. Im September 1991 kam bereits das eher intellektuell ausgerichtete katholische Blatt ‚Abagar‘ heraus, das seinen Kurs als überregionale christliche Zeitung für Religion, Kultur und Gesellschaft beibehalten hat und durch die birituelle Bischofskonferenz Bulgariens unterstützt wird. Die Kirchen haben Sendezeit im Fernsehen erhalten. Der Video-Film über das Taizé-Treffen der Jugend 1993/94 in München ‚Auf der Suche‘ (steyl-Medien, München) wurde z.B. im Fernsehen gezeigt.

## Kroatien

Das Land ist christlich geprägt: Etwa 75% der 21,8 Mio. Einwohner sind katholisch. Es gibt 10 Bistümer. Die Kirche genießt volle Freiheit, sieht jedoch Gefahren in der durch die von der rechtsgerichteten Regierung geförderte enge Verbindungen von Nation und Kirche. Viele Serben haben während des (Bürger-)Krieges die (kroatische) Krajina verlassen; ein Teil Kroatiens (Slawonien/Syrmien) ist noch von Serbien besetzt.

Nach einem Bericht besuchen etwa 70% der Kinder und Jugendlichen den Religionsunterricht. In Kroatien sind 1.650 ReligionslehrerInnen tätig: 450 Laien, 4000 Ordensschwestern, 800 Priester. Sie beklagen den Mangel an brauchbaren audiovisuellen Medien. Die Verantwortlichen in den Bistümern tun zu wenig für Förderung kirchlicher Medienarbeit; andere Probleme (Krieg, Flüchtlinge, allgemeine Seelsorge usw.) schieben sich in den Vordergrund. Lediglich das Katechetische Institut der Diözese Djakovo setzt sich gezielt für die AV-Medien ein.

Radio und Fernsehen sind offen für die Zusammenarbeit mit kirchlichen Stellen. Es gibt zwei kirchliche Senderbeauftragte beim Fernsehen, die sich um eine theologische Betreuung bei der Herstellung kirchlicher Programme kümmern. Im Hörfunk gibt es viele Sendungen: Wort zum Tag, Gute-Nacht-Sendungen am Samstag für Kinder mit Geschichten zum Sonntagsevangelium, Übertragung von Gottesdiensten usw. Auch andere „private“ kommerzielle lokale Radio- und Fernsehstationen bringen kirchliche Sendungen und übertragen Gottesdienste. „Radio Maria“, ein katholischer Hörfunksender, strahlt demnächst aus.

## Litauen – Estland – Lettland

In Litauen stellen Katholiken mit etwa 81% die Mehrheit der Bevölkerung von ca. 3,7 Mio. Einwohnern. Es gibt 6 Diözesen. Darüber

hinaus gibt es protestantische (eher im Westen) und orthodoxe Minderheiten (eher im Osten).

Die Mehrheit der etwa 1,5 Mio. Esten ist evangelisch-lutherisch. Eine Minderheit, vor allem in Estland lebender Russen, gehört der orthodoxen Kirche an. Nur weniger als ein halbes Prozent der Esten, etwa 3.000, sind katholisch; sie werden vom Apostolischen Nuntius für das Baltikum betreut, der seinen Sitz in Vilnius/Wilna hat.

Etwa 20% der ca. 2,6 Mio. Einwohner Lettlands bezeichnen sich als katholisch; sie verteilen sich auf inzwischen 4 Bistümer. Gut 55% der Bevölkerung sind evangelisch-lutherisch und etwa 9% sind orthodox.

Mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu kämpfen haben praktisch alle 9 katholischen Blätter in Litauen, vor allem die beiden kirchlichen Zeitungen ‚Kataliku Pasaulis‘ (Katholische Welt), die jetzt monatlich (früher 14tägig) erscheint und sich an ein breites Publikum wendet; und ‚Naujasis Dienorvdis‘ (Neue Tagesmitte), eine anspruchsvolle Wochenzeitung. Mit wirtschaftlichem Erfolg arbeitet dagegen die kirchliche Druckerei Kaisiadorys. Der litauische katholische Radiosender ‚Kleines Studio‘ (Mazooji Studijj), der zweimal täglich einen Beitrag ausstrahlt, hat inzwischen einen festen Platz im öffentlichen Bewußtsein errungen. Auch das staatliche Fernsehen bringt wöchentlich eine Stunde religiöses Programm. Inzwischen wurden die Katechetischen Zentren in den 6 Diözesen, die Religionspädagogische Abteilung an der Pädagogischen Hochschule in Vilnius und die beiden Priesterseminare in Vilnius und Kaunas mit den nötigsten audiovisuellen Geräten ausgestattet. steylmedien hat der Litauischen Interdiözesanen Katechetischen Kommission vor allem Diareihen, aber auch einige Tonbilder und Videokassetten zur Verfügung gestellt. Eine eigene Medienproduktion gibt es in Litauen noch nicht.

In Lettland erscheint eine kirchliche Monatzeitung ‚Katolu Dzeive‘ in etwa 12.000 Exemplaren und ein Jahreskalender ‚Katolu Kalendars‘, der teilweise einem Schematismus (kirchliches Anschriften-Verzeichnis) gleicht. Inzwischen sind auch einige Schulbücher und andere religiöse Broschüren erschienen.

Aus Estland liegen keine Informationen über die Situation der kirchlichen Medienarbeit vor.

## Rumänien

Unter einer überwiegend orthodoxen Bevölkerung (80% von fast 20 Mio. Einwohnern) bilden die Katholiken (Rumänen und Angehörige der deutschen und ungarischen Minderheit) mit gut 10% eine Minderheit in

Rumänien. Es gibt 6 römisch-katholische und 5 griechisch-katholische Diözesen. Neben Orthodoxen und Katholiken gibt es auch Evangelisch-Reformierte (meist Ungarn) und Lutheraner (meist Deutsche). In Rumänien ist die römisch-katholische Kirche betroffen vom Konflikt zwischen den verschiedenen Volksgruppen.

Die kirchliche Medienarbeit in Rumänien leidet nach wie vor an akutem Geldmangel und an der fehlenden Infrastruktur technischer, organisatorischer und personeller Art. In Cluj/Klausenburg wurde 1993 eine kirchliche Druckerei in Betrieb genommen. ‚Keresztes Szo‘ ist mit einer Auflage von rund 9.000 Exemplaren eine Monatszeitschrift für gebildete Schichten; ‚Vasarnap‘ (Sonntag) ist eine Kirchenzeitung, die wöchentlich in einer Auflage von 22.000 Stück erscheint und sich an ein breites Publikum wendet. Einige kleinere Veröffentlichungen für verschiedene Adressatengruppen kommen hinzu. In Bukarest arbeitet eine kleine Katholische Nachrichten-Agentur, und es gibt auch eine Medienbeauftragte (Anca Berlogea) bei der Bischofskonferenz für Hörfunk, Fernsehen und audiovisuelle Medien.

## Rußland

Katholische Christen bilden eine verschwindende Minderheit innerhalb der Gesamtbevölkerung, die nach 70 Jahren antichristlicher Sowjetherrschaft entweder atheistisch ist oder einer Vielzahl nichtchristlicher bzw. christlicher Religionsgemeinschaften angehört, unter denen die russisch-orthodoxe Kirche natürlich an erster Stelle steht. Die Katholiken stammen vorwiegend aus den deutschen, litauischen, polnischen und ukrainischen Minderheiten in Rußland. Die ca. 3 Mio. Katholiken wohnen in weit verstreuten Gemeinden. In Moskau gibt es bislang nicht nur 3 katholische Kirchen/Gemeinden, sondern auch ein Priesterseminar (neben Sankt Petersburg/Leningrad). Es gibt in der Russischen Föderation Apostolische Administraturen: für den europäischen Teil in Moskau und für Sibirien bzw. für den asiatischen Teil in Nowosibirsk.

Die kirchliche Medienarbeit steht erst am Anfang. Einige Pfarrer arbeiten mit selbsthergestellten Dias, andere haben ein paar Videokassetten aus dem Ausland. Radiosendungen sind inzwischen in geringem Umfang möglich; das Fernsehen bringt noch keine regelmäßigen Sendungen über die katholische Kirche in Rußland. Der Pfarrer von Krasnojarsk, Sibirien, hat 1994 eine Kirchenzeitung für das Bistum Nowosibirsk gegründet; sie hat eine Auflage von 1.000 Exemplaren, die auf 1.500 Stück aufgestockt werden soll. Der Redakteur der Zeitschrift ist zugleich beim örtlichen Hörfunk und Fernsehen tätig: Radio- und Videoprogram-

me von ‚Blagovest/CRTN‘ (Christian Radio Television Network) aus Weißrußland können für das örtliche Programm übernommen werden.

## Slowakische Republik

Von etwa 5,8 Mio. Einwohnern in der Slowakei bekennt sich der überwiegende Teil zum Katholizismus. Sie leben in 6 Diözesen. Die Beteiligung am kirchlichen Leben ist stark; es gibt auch zahlreiche geistliche Berufe. Protestantische und orthodoxe Christen bilden regional zum Teil bedeutsame Minderheiten.

Es gibt Gruppen, die in Hörfunk und Fernsehen, aber auch in den katechetischen Zentren des Landes arbeiten, einschließlich einer Arbeitsstelle für die Ungarisch sprechenden BürgerInnen. Eine besondere Rolle in der Kirche der Slowakei spielen die beiden Medienzentren ‚Video Studio Gorazd‘ (Jozef Sedlak) in Krakovany und ‚Lux-Communication‘ in Bratislava (Gabriel Kralik).

Es gibt einen Medienbeauftragten der Slowakischen Bischofskonferenz: Pfr. Juraj Drobny. Die Bischofskonferenz wünscht aber, daß sich geeignete Laien für die Medienarbeit einsetzen; sie erhalten Unterstützung von der Amtskirche. Im öffentlichen, staatlich beeinflussten und privaten Fernsehen wird viel ausgestrahlt, vor allem billige Serien aus den USA. Viele RedakteurInnen in den öffentlichen und privaten Rundfunkanstalten haben mit Religion und Kirche nichts zu tun. Es gibt aber kirchliche Sendungen im öffentlichen, von den Parteien beeinflussten Fernsehen. In der Kirchenredaktion arbeiten derzeit 3 Leute, die mit wenig Geld 100 Stunden Programm im Jahr machen müssen. Es gibt Sendungen für Kinder („Quelle“) und junge Leute (mit viel Musik); zweimal im Monat gibt es ein ‚Geistliches Wort‘ und einmal ein ‚Biblisches Wörterbuch‘ sowie die Übertragung eines Gottesdienstes; auch finden regelmäßig Diskussion über religiöse Fragen statt.

## Slowenien

Neben kleineren muslimischen und griechisch-katholischen Gruppen leben fast 90% römisch-katholische Christen unter den 2 Mio. Einwohnern. Sie sind auf die Diözesen Laibach/Ljubljana und Marburg/Maribor und Koper verteilt. Das Verhältnis zum Staat erweist sich allerdings nach wie vor als schwierig, vor allem in bezug auf den Religionsunterricht in den öffentlichen Schulen und die Rückgabe des Kirchenbesitzes.

In Slowenien gibt es derzeit 3 nationale öffentliche und 2 private

TV-Sender; ebenso 10 große und einige kleinere lokale Hörfunkstationen. Es gibt genug Zeit für religiöse Programme. Es gibt einen Medienbeauftragten bei der Slowenischen Bischofskonferenz, auch die Slowenische Vereinigung der Ordensgemeinschaften hat einen Beauftragten für die Mittel der sozialen Kommunikation. ‚Druzina‘ (Freundschaft) heißt die Kirchenzeitung für Slowenien. Eine der beliebtesten Jugendzeitschriften Sloweniens mit einer erstaunlichen Auflage um 100.000 Exemplaren ist ‚Ognjisce‘ (Feuerstelle), die in Koper erscheint. Die Jesuiten arbeiten mit Computer-Programmen und beteiligen sich auch am ‚Internet‘. Die Salesianer produzieren und vertreiben Dias und Videokassetten, darunter auch einige Titel von steyl-medien (Firma ‚Save‘, Ljubljana); rund 700 Pfarreien zählen zu den Kunden. An der Theologischen Fakultät in Ljubljana werden Medien- und Kommunikationskurse angeboten.

## Tschechische Republik

Unter den 10,7 Mio. Einwohner gibt es rund 20% Katholiken. Davon entfallen auf die 2 Bistümer im mährischen Teil (Brünn und Olmütz) rund drei Viertel; in den 5 böhmischen Diözesen lebt dagegen nur ein Viertel. Neben kleineren, vorwiegend protestantischen Religionsgemeinschaften bezeichnet sich ein großer Teil der Bevölkerung als „ohne religiöse Veranlagung“ (38%) oder als Atheisten (21,5%).

Neben dem im böhmischen Teil der Republik erscheinenden Wochenblatt ‚Katholicky Tydenik‘, das sich immer wieder mit dem gegenwärtigen religiösen und säkularen Leben auseinandersetzt, erscheint im mährischen Teil, in Olmütz, die zweite kirchliche Wochenzeitung ‚Svetlo‘ (Licht). Der Verlag ‚Concordia-Pax‘, Prag, hat einige Diareihen und Tonbilder von Calig-impuls-studio und steyl-medien übernommen und vertreibt sie. Es gibt rudimentäre kirchliche Medienstrukturen in Tschechien. Die Gruppen und Organisationen arbeiten aber noch weitgehend für sich. Es mangelt an Koordination und an Kooperation im kirchlichen Medienbereich.

## Ukraine

Etwa 11% der Bevölkerung bekennt sich zum katholischen Glauben. Es gibt 4 römisch-katholische und 7 griechisch-katholische Diözesen. In der West-Ukraine liegt der Schwerpunkt der griechisch-katholischen Kirche; die Ost-Ukraine ist stärker von der russisch-orthodoxen Kirche geprägt

(hier leben etwa 22% Russen). Es gibt Probleme im Zusammenleben der Völkerschaften und Religionsgemeinschaften.

In der Ukraine müssen Strukturen für die kirchliche Medienarbeit noch geschaffen werden; es gibt bislang nur vereinzelte, unkoordinierte Aktionen. Die katholische Kirche hat jetzt die Möglichkeit, sich auch über Radio und Fernsehen zu äußern, vor allem in den privaten kommerziellen Kanälen. Die orthodoxe und die katholische Kirche beteiligen sich mit Sendungen am regionalen Fernsehen in Odessa. Sie bieten kirchlich-theologische Nachrichten, Information, Berichte und Dokumentationen.

### **Weißrußland**

Es gibt 3 römisch-katholische Bistümer (Grodno, Minsk und Pinsk), in denen wohl zwischen 700.000 und 1,5 Mio. Katholiken leben sowie eine griechisch-katholische Gemeinde mit rund 5.000 Mitgliedern. Katholiken sind auf jeden Fall in der Minderheit. Die Mehrzahl der Gläubigen gehört der orthodoxen Kirche an.

Im staatlichen Fernsehen wird der Kirche eine Stunde Sendezeit pro Woche gewährt. In Baranovitsch arbeitet auch der von ‚Lumen 2000‘ aufgebaute und jetzt von ‚Kirche in Not‘ unterstützte Sender ‚Blagovest‘; ein Steyler Missionar baut gerade eine Radio-Station auf und möchte sie mit Programmen über Satellit versorgen. Es ergeben sich zunehmend Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit privaten kommerziellen Sendern.

Ludger Verst

## Runder Tisch „Qualitätsfernsehen für Kinder“

Eine Programminitiative der Kirchen

Die Idee kam von der Katholischen Rundfunkarbeit Deutschlands. Deren Jahrestagung im März 1995 in Köln stand unter dem Thema ‚Was Kinder fernsehen ... - Kinderprogramme auf dem Prüfstand‘. Die große Resonanz aus dem kirchlichen und außerkirchlichen TV-Bereich hatte offenbar zwei Gründe: Zum einen waren von Beginn an Grundschülerinnen und Grundschüler an der Gestaltung des Programms beteiligt, zum anderen waren Kinderprogramm-Redakteurinnen und -Redakteure öffentlich-rechtlicher und kommerzieller Sender zu Programmpräsentationen und -kommentierungen eingeladen.

Gezeigt wurden speziell für Kinder produzierte Sendungen, aber auch Sendungen aus dem Erwachsenenprogramm, die Kinder interessieren und ihnen Themen und Inhalte anbieten, die ihren Bedürfnissen und Fragestellungen entgegenkommen. Gezeigt wurde bedenkliches, zum Verwechseln ähnliches Animations-Einerlei, das in der Aneinanderreihung von Versatzstücken kaum noch zusammenhängende Erzählstränge entdecken ließ.

Die Teilnehmerschaft der Fachtagung diskutierte daraufhin die präsentierten Qualitätsniveaus und stellte fest, daß auch die Experten weitgehend auf mehr oder weniger plausible, individuelle Wert- und Geschmacksurteile ohne Objektivitätsanspruch angewiesen waren. Als folgerichtig erwies sich im Fortlauf der Fachtagung die kirchliche Option, möglichst bald eine bundesweite Qualitätsoffensive zu starten, wie sie dann sechs Monate später im September 1995 mit der Einrichtung eines Runden Tisches ‚Qualitätsfernsehen für Kinder‘ eingelöst wurde.

Inzwischen sind fast zweieinhalb Jahre vergangen. Bis Ende 1997 wurden in sieben Expertenrunden die Sachebenen der Programmherstellung, -finanzierung, -politik und des Programmarktes ausgiebig diskutiert. Es gibt hinsichtlich einer Verständigung über angemessene Qualitätsprodukte im Fernsehen längst kein risikoloses Produzieren mehr. Mit der Interdependenz der Funktionsbereiche steigt ihre Differenzierung. Programmproduktions- und Arbeitszusammenhänge sind aufgrund der Globalisierung der Programmärkte und Politikszenerarien immer weniger von einzelnen Expertenkreisen zu beeinflussen.

## Die beteiligten Partner

Mit dem Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik konnte bereits im Sommer 1995 ein Partner gefunden werden, der das programmpolitische Anliegen einer dezidierten Qualitätsdiskussion im Kinderfernsehbereich voll mitzutragen bereit war. Evangelische und katholische Kirche gemeinsam koordinieren und moderieren seither ein programmpolitisches Forum, zu dem in regelmäßigen Abständen Vertreterinnen und Vertreter öffentlich-rechtlicher und privat-wirtschaftlicher Sender (einerseits: WDR, SFB, ZDF, seit 1997 auch der Kinderkanal, andererseits: RTL, SAT.1, ProSieben, Nickelodeon, RTL 2 und Super RTL), von Landesmedienanstalten (Bayerische Landeszentrale für Neue Medien/BLM sowie Landesanstalt für Rundfunk NW/LfR), Jugendschutzbeauftragte, Medienpädagoginnen und -pädagogen sowie Vertreterinnen und Vertreter des Deutschen Kinderschutzbundes, der deutschen UNICEF- und UNESCO-Kommission, der Stiftung ‚Jugend forscht‘, des ‚Prix Jeunesse‘ und des Deutschen Kinder-Film & Fernseh-Festivals ‚Goldener Spatz‘ zusammenkommen. Zudem sind am Runden Tisch Medieninstitutionen wie der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT), die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK), das Adolf-Grimme-Institut (agi), der Förderverein Deutscher Kinderfilm, das Institut Jugend-Film-Fernsehen (JFF) und das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beteiligt. Der Runde Tisch ‚Qualitätsfernsehen für Kinder‘ ist der Versuch einer Initiierung von Prozessen der Koppelung und Verschränkung produktionseller, politischer und medienpädagogischer Kompetenzen als gleichrangiger Teil-professionalitäten. Die Kirchen werten die diagnostizierten Integrationsdefizite als einen grundsätzlichen Bedarf an verantwortungsethischer Großorientierung, um die alltägliche Programmpraxis nach Anzeichen für zukunftsweisende Qualitätslösungen abzusuchen (Grundsätzlichere Ausführungen zum Motivationshintergrund dieser kirchlichen Initiative finden sich in meinem Aufsatz: „Runder Tisch ‚Qualitätsfernsehen für Kinder‘“. In: J. von Gottberg, L. Mikos, D. Wiedemann (Hrsg), *Kinder an die Fernbedienung. Konzepte und Kontroversen zum Kinderfilm und Kinderfernsehen*, Berlin 1997, S. 273–281, bes. 273–275).

Die ersten Zusammenkünfte zum Runden Tisch waren von der Erarbeitung einer gemeinsamen Diskussions- und Beobachtungsgrundlage geprägt, von der aus eine angemessene Formulierung programmlicher Vielfalts- und Qualitätskriterien überhaupt erst ermöglicht würde. Die Expertenrunde reflektierte zunächst den Aspekt der Vielfalt von Kindheit und kindlicher Entwicklung in den verschiedenen sozialen, kulturel-

len und medialen Kontexten. Begriffe wie *Fernsehkindheit* oder *Medienkindheit* signalisieren ja die Teilnahme der Kinder am gesellschaftlichen und kulturellen Wandel selbst. Bestimmte Niveaus der Medienentwicklung - Stichworte hierfür sind Multimedia oder Mediamix - bringen zusehends unterscheidbare Kindergenerationen hervor. Kinder aller Altersgruppen nehmen das Unterhaltungs-, Informations- und Bildungsangebot des Fernsehens selbstverständlich und regelmäßig wahr. Das läßt aber nicht den Rückschluß zu, daß Kinder von sich aus hinreichende Fähigkeiten besitzen, die vielfältigen Medieneindrücke zu verarbeiten. Im Gegenteil: Angesichts der zunehmenden Programmangebote - es gibt pro Woche allein 900 Stunden für Kinder produziertes Fernsehprogramm - sind Kinder stärker auf Unterstützung durch unmittelbare Kommunikationspartner und entwicklungsgemäße mediale Angebote angewiesen. Für Erziehende, aber auch für Programmverantwortliche bedeutet dies, sich mit den Bedürfnissen der Kinder und den spezifischen Rezeptionsformen und -bedingungen auseinanderzusetzen, um ihnen dann Angebote zu machen, die sie bei ihrer Medienaneignung sowie in der Entwicklung ihrer Persönlichkeit zu unterstützen vermögen.

In den ersten drei Sitzungen des Runden Tisches ergab sich eine breit angelegte kontroverse Diskussion im Hinblick auf die (meßbare?) Orientierungsfunktion des Fernsehens und die Notwendigkeit, Kindern mit Qualitätssendungen konkrete Orientierungshilfen zu bieten. Die Expertinnen und Experten entwickelten schließlich einen argumentativen Bezugsrahmen für die Qualitätsdebatte, der die (medien-)soziologischen Koordinaten ‚Risikogesellschaft‘, ‚Individualisierung‘, ‚Mediatisierung‘ und ‚Kinderkultur‘ grundsätzlich mit einbezieht. Hängt doch das Arbeitsvorhaben eines solchen medienkulturellen Forums entscheidend davon ab, wie Produzenten und Senderverantwortliche, Medienpädagogen und Kulturinstitutionen zu einer gemeinsamen Lesart der Situation der Kinder und des Kinderfernsehens in Deutschland gelangen. Es zeigt sich: Wer Medienkindheit heute zuverlässig beschreiben und Kinderprogramme zeitgemäß produzieren will, kann weder nur entlang der klassischen Kategorien Alter, Geschlecht, soziale Herkunft und regionales Umfeld differenzieren, noch sich nur auf Produktionsbedingungen, Reichweiten sowie Finanzierbarkeit der Programme beschränken. Er muß vielmehr zwischen kulturellen und ökonomischen Interessen vermitteln, er muß die ästhetischen und produktionellen Kriterien von Kinderprogrammen berücksichtigen, die sich zur Bewältigung der medien- und kulturindustriellen Gesamtsituation anbieten.

## Die Thesen des Runden Tisches ‚Qualitätsfernsehen für Kinder‘

Die Arbeitsergebnisse der Expertengespräche wurden der Fachöffentlichkeit im November 1996 vom 4. Runden Tisch in Form eines Thesen- und Konsenspapiers vorgestellt:

Fernsehen spielt im Alltag der Heranwachsenden, für ihre Entwicklung, Lebensorientierung und Daseinsbewältigung eine maßgebliche Rolle. Kindheit ist heute mediatisierte Kindheit in einer unübersichtlichen Welt. Den Programmverantwortlichen, aber auch den gesellschaftlichen Gruppen, Eltern, Erziehern und Politikern kommt daher im Blick auf das Fernsehen besondere Verantwortung zu. Das Kinderprogramm in Deutschland bedarf angesichts erkennbarer Programmentwicklungen sowie neuer technologischer Verbreitungs- und Nutzungsmöglichkeiten einer übergreifenden, fördernden Initiative.

Die am Runden Tisch beteiligten Sender, Produzenten, Gruppen, Verbände und Kirchen fordern daher dazu auf, Kinderprogramme durch die Einhaltung vereinbarter Standards zu fördern, sie kontinuierlich und öffentlich zu diskutieren und zu Vielfalt und Qualität zu ermutigen.

Sie vereinbaren folgende Thesen zum Kinderfernsehen:

1. Kinder haben einen Anspruch auf qualitativ hochwertige Fernsehprogramme, die den professionellen und ästhetischen Standards anderer Programme entsprechen.
2. Kinderprogramme bieten eine Vielfalt von Genres, Formaten und Inhalten. Sie bereiten diese in Kindern angemessener dramaturgischer Form auf und ermöglichen Innovation und Originalität.
3. Kinderprogramme unterhalten und informieren. Sie nehmen die Bedürfnisse und Erwartungen, Hoffnungen und Neugier der Kinder auf. Sie berücksichtigen die Erfahrungen und Erlebnisse der Kinder und bieten ihnen Orientierungshilfen. Sie geben ihnen Raum für eigene Gefühle, machen ihnen Mut, vermitteln Stärke und helfen ihnen, sich altersgerecht zu entwickeln.
4. Kinderprogramme nehmen die Fragen, Themen und Interessen von Kindern ernst. Sie berücksichtigen alters- und geschlechtsspezifische Unterschiede, fördern das Bewußtsein der Kinder für die eigene Lebenswelt und für fremde Kulturen und unterstützen deren Wertschätzung.
5. Kinderprogramme brauchen verlässliche Sendezeiten. Die Platzierung der Programme muß altersangemessen und für Kinder leicht auffindbar sein.
6. Kinderprogramme erfordern eine gute finanzielle Ausstattung sowie qualifizierte Programmmitarbeiterinnen und -mitarbeiter. Dies setzt unterschiedliche Formen der Finanzierung voraus.

Die vorgelegten Thesen zum Kinderfernsehen markieren ein wichtiges Etappenziel auf dem Weg zu einer Institutionalisierung vereinbarter Qualitätsstandards im Bereich (deutschsprachiger) Kinderprogramme im Fernsehen. Sie haben die Bedeutung eines Forderungskatalogs und verstehen sich als selbstverpflichtendes Programm in den jeweiligen Arbeitsbereichen. Der Thesenkatalog umfaßt weitreichende Ziele. Sie liefern eine Krieriologie mit dem Vorteil eines faktisches Konsenses über die hiesige duale Rundfunklandschaft hinaus. Als solche bieten die Thesen Orientierungspunkte für Programmqualität im Kinderfernsehen.

Darüber hinaus hat der Thesenkatalog die weitere Arbeit des Expertengremiums deutlich strukturiert. So wurden 1997 Arbeitsschwerpunkte behandelt, die verschiedene Optionen des Thesenkatalogs aufgegriffen und durch Hinzuziehung entsprechender Experten konkretisiert haben.

### **Methode: Expertendiskurse**

Der 5. Runde Tisch richtete sich im April 1997 im Rahmen des Deutschen Kinder-Film & Fernseh-Festivals ‚Goldener Spatz‘ in Gera in einem offenen Hearing an zirka 40 Produzentinnen und Produzenten aus dem Bereich des Kinderfilms und -fernsehens. In vorbereiteten Statements wurden Hauptprobleme der Programmproduktion und -finanzierung vorgestellt. Im Mittelpunkt der Anhörung standen Fragen der öffentlichen Förderung von Kinderprogrammen, der Zulassung von Sponsoring und Produktwerbung, der Einflußnahme auf Vermarktungsstrategien sowie eine Diskussion über Klassifizierungs- und Kodierungssysteme für Kinderprogramme. Zentrale Anliegen der Produzenten waren dabei unter anderem die Bündelung von Förderanstrengungen durch verlässliche Absprachen zwischen Produzenten, Sendern, Verleihfirmen und Marketingexperten sowie die Bereitstellung ausreichend finanzieller Mittel über standortpolitische Interessen hinaus. Klassifizierungs- und Kodierungssysteme für Kindersendungen wurden insgesamt als wenig effektiv bezeichnet, da der Programmarkt praktisch keine räumlichen und technischen Limitationen mehr kenne. Qualifizierungsansprüche müßten vielmehr fester Bestandteil eines gesellschaftlich legitimierten und sanktionierten Selbstverständnisses werden.

Der 6. Runde Tisch erörterte im September 1997 in Hamburg in einem Gespräch mit Vertreterinnen und Vertretern der Programmpresse Präsentation und Bewertung von Kinderprogrammen in Fernsehzeitschriften (GONG, TV Hören und Sehen, HÖRZU etc.) und beschäftigte sich im Anschluß mit der Formulierung konkreter Förderungsoptionen. Deutlich wurde in der Diskussion, daß es zunehmend schwieriger wird,

aus der Fülle des Angebots das herauszufiltern, was Kindern tatsächlich empfohlen werden kann. Hinzu kommt der Umstand, daß für die unterschiedlichen Entwicklungsstufen von Kindern und Jugendlichen nur sehr vage Altersempfehlungen gegeben werden können. Einig waren sich die Beteiligten darin, daß innovative, unterhaltende und lehrreiche Angebote eine Empfehlung in der jeweiligen Altersklasse verdienten. „Die Beteiligten waren sich schließlich darin einig, daß eine wie auch immer geartete Wertung oder Altersempfehlung die Eltern nicht von der Verantwortung befreie, selbst zu entscheiden, was ihre Kinder sehen dürften und was nicht - wenn Eltern denn überhaupt noch einen Einfluß auf den Fernsehkonsum ihres Nachwuchses haben.“ (FUNK-Korrespondenz Nr. 40 vom 02.10.97, S. 20) Immerhin verfügen 50% der über Zehnjährigen mittlerweile über einen eigenen Fernseher. Das Problem sei daher, diejenigen zu erreichen, die es tatsächlich nötig haben. Vorgestellt wurde in diesem Zusammenhang die Publikation „Flimmo“, das Konzept einer Programmberatung, das neben Eltern und Erziehern auch den Vertretern der Programmpresse zusätzliche altersrelevante Informationen liefern soll.

Die 7. Expertenrunde fand im Dezember 1997 im Vorfeld des Welt-Kinder-Fernsehtags (14. Dezember) in Köln statt. In Kooperation mit UNICEF-Deutschland und unter Bezugnahme auf die UN-Konvention über die Rechte des Kindes wurde ein Fragen- und Kriterienkatalog erarbeitet, der „das Recht der Kinder auf freie Meinungsäußerung, Information und Gehör“ mit Hilfe der Breitenwirkung des Mediums Fernsehen nachhaltig fördern will. Vereinbart wurde eine (medien-)politische Offensive Kinderfernsehen, mit deren Hilfe das öffentliche Bewußtsein für die Interessen und Probleme der Kinder geschärft, deren Lebenssituation verbessert und Kinder im Medium selber stärker zu Wort kommen sollen. Die medienpolitische Offensive wird 1998 darauf ausgerichtet sein, die Interessen und Rechte der Kinder in den Rundfunkräten und Landesmedienanstalten (noch) deutlicher zu vertreten und politische Entscheidungsträger und Programmverantwortliche für ein Kinderfernsehprogramm zu gewinnen, das die Themen der Kinder auch in Sendungen für Erwachsene aufgreift und Kinder als Zuschauerschaft zu den Hauptsendezeitzeiten der Vollprogramme - insbesondere am Wochenende und am Hauptabend - angemessen berücksichtigt.

## Der weitere Weg

Die Kirchen sind gebeten worden, ihre Moderatorenrolle auch weiterhin wahrzunehmen. Sie sehen darin die Chance, nachhaltig medienkulturelle und programmpolitische Impulse zu liefern, um eine effiziente Form

gemeinsamer Programmverantwortung von Eltern, Pädagogen und Programmachern zu etablieren und - am Ende - fest zu institutionalisieren. Kinderfernsehen muß etwas kosten, weil seine Zielgruppe kostbar ist. Insofern setzen die kirchlichen Moderatoren auf eine weitere Qualitätskooperative in Sachen Kinderfernsehen. Im ersten Halbjahr 1998 soll mit der Publikation „Programmdebatte Kinderfernsehen“ ein Programmbericht zur Lage des Kinderfernsehens in Deutschland vorgelegt werden, der eine dreijährige Bestandsaufnahme und Programmbeurteilung vorerst abschließen soll. Dann wird die Arbeit der Expertinnen und Experten am Runden Tisch in eine neue und entscheidende Phase treten. Schon jetzt ist absehbar, daß der Erfolg des Runden Tisches zusehends mit der Erwartung politischer Lobbyarbeit verbunden ist, bei der das Eintreten für Programmqualität und praktische Fördermaßnahmen als gleichrangige Engagements gesehen werden. Die Kirchen werden sich neben ihrer Rolle als Moderatoren in der Kinder-TV-Debatte als Anwälte für eine profilierte Kinderkultur erweisen müssen. Dies wird nur gelingen können, wenn die Ergebnisse der Expertengespräche zum Bestandteil einer breit angelegten Diskussion werden, weit über die Wahrnehmung einer dezidierten Fachöffentlichkeit hinaus.

## Viel Lärm um „Nichts Heiliges“

Erste TV-Serie über Priester in den USA

Zum erstenmal ist in den USA eine Soap opera für das Fernsehen mit drei katholischen Priestern als Hauptfiguren und Problemen aus dem kirchlichen Leben in einer Großstadtpfarrei als Hauptinhalt produziert worden. Unter dem Titel „Nothing Sacred“ (Nichts Heiliges) läuft die vom Fernsehnetzwerk ABC in Auftrag gegebene Hollywood-Produktion seit Herbst 1997 wöchentlich einmal abends zur Prime Time, der wegen der Werbung begehrten Hauptsendezeit. Die Serie hat unter den amerikanischen Katholiken und in der katholischen Kirche heftige Kontroversen hervorgerufen und die Frage der gesamten katholischen Film- und Fernsehbewertung in den USA derart aufgeworfen, daß die Publizistische Bischofskommission sich auf ihrer ersten Sitzung 1998 ausführlich mit dem Thema beschäftigen wird.

Lange Zeit ist in den amerikanischen Fernsehserien jeglicher religiöser Aspekt bewußt ausgespart worden, um eine Verletzung der Gefühle der in den USA zahlreichen Denominationen, deren Proteste und sich dann anschließende mögliche Stornierungen von Werbeaufträgen zu vermeiden. Außerdem sollte der Verkauf der Serien in andere Kontinente dadurch erleichtert oder überhaupt erst ermöglicht werden, daß keine religiösen und kirchlichen Dinge auftauchen, die auf Unverständnis oder Ablehnung stoßen können. Das ging soweit, daß in den Erfolgsserien „Dallas“ und „Dynasty“ (bei uns „Denver-Clan“) nie ein religiöses Symbol auftauchte.

Nachdem in den 90er Jahren jedoch auch andere, vorher ausgesparte oder tabuisierte Themen wie Homosexualität, Vergewaltigung und sexueller Mißbrauch von Kindern in Soap operas aufgenommen wurden (wobei die Serie „Roseanne“ bahnbrechend war), griffen die Serienproduzenten 1997 erstmals ein in mehrfacher Hinsicht heikles und brisantes Sujet auf: die Rolle katholischer Priester und das Leben im katholischen Milieu. Heikel u.a., weil nicht nur alle Tabuthemen wie Zölibat, Priestertum für Frauen, Sexualmoral einbezogen werden mußten, sondern immer noch starke anti-katholische Strömungen in den USA vorhanden sind, andererseits eine Solidarität aller Denominationen untereinander gegenüber anti-religiösen Mediendarstellungen herrscht.

## Protest oder Stillschweigen?

Die Hollywood-Produzenten waren sich von Anfang an klar darüber, welche heißen Eisen sie mit „Nothing Sacred“ anpacken würden, sahen darin offensichtlich jedoch auch eine große Werbemöglichkeit. Nicht ohne Hintergedanken an öffentliche Kontroversen, die der Einschaltquote - und damit dem Werbegeschäft - dienen würden, hatte der Produzent das Manuskript der Pilotsendung frühzeitig an die Medienzentrale der Erzdiözese Los Angeles geschickt. Vor allem Kardinal Mahony ist seit Jahren um einen engen Kontakt mit der dortigen Film- und Fernsehindustrie bemüht. Und ohne eine Stellungnahme abzuwarten, hatten die Hersteller in ihrem Info-Material für die neue Serie werbewirksam mitgeteilt, daß die Kirche die Sendung „reviewed“ habe, was einerseits nur „gesehen“ heißt, andererseits aber auch „geprüft“.

Umgehend wandte sich der Direktor der erzbischöflichen Medienzentrale gegen diese „Täuschung der Öffentlichkeit“. Das Manuskript der Pilotsendung sei „negative reviewed“ worden, weil darin nicht nur Unrichtigkeiten über die Glaubenslehre und das kirchliche Leben vorkämen, sondern auch mehrere anstößige, beleidigende und verletzende Dialoge. Als Verstoß gegen die Lehre mußte z.B. angesehen werden, wenn in der Pilotfolge der Hauptdarsteller, Father Ray (der Schauspieler Kevin Anderson als jugendlicher Schönling und Hitzkopf), einem sterbenden Jugendlichen, der Selbstmord begangen hat, die letzte Ölung spendet. Als beleidigend mußte es vom sakramentalen und disziplinarischen Standpunkt aus angesehen werden, wenn der Ortsbischof eine auf Tonband aufgenommene, von Father Ray abgenommene Beichte „überprüft“. Und als Verstöße in beide Richtungen mußte die Art und Weise gelten, in der Father Ray in einem harten Dialog mit seinem älteren Amtskollegen, Father Leo, etwa über Zweifel an der Sinnhaftigkeit von alltäglichen Bittgebeten streitet.

Noch bevor die Pilotsendung ausgestrahlt wurde, ging die „Katholische Liga für religiöse und bürgerliche Rechte“ auf die Barrikaden. Die Liga hat sich insbesondere dem Kampf gegen alles Anti-Katholische verschrieben und setzt im Bereich Film und Fernsehen die konservative Rolle der früheren „Legion of Decency“ fort, deren Filmbewertung in das offizielle Film- und Rundfunk-Büro der Bischofskonferenz übergegangen ist. Die Vizepräsidentin, Bernadette Brady, bezeichnete die Serie vorab als „sehr, sehr negatives Porträt“ des (katholischen) Priestertums und urteilte: „Sie (die Hollywood-Produzenten) ziehen Heiliges in den Schmutz.“ Die Liga rief offiziell alle Katholiken zum Boykott auf, weil es sich um einen „Frontalangriff auf den römischen Katholizismus“ handele. Und Liga-Präsident William Donohue witterte sogar Methode hinter der

Fernsehpolitik des Netzwerkes ABC, denn es gehört inzwischen dem Disney-Konzern, der wiederum durch eine eigene Filmgesellschaft den Film „The Priest“ produziert hat, in dem das Sexualleben eines irischen Priesters „verletzend für Katholiken“ dargestellt wurde.

Die Liga fand Unterstützung bei einzelnen Bischöfen, aber auch Organisationen anderer religiöser Denominationen wie Protestanten, Juden und Muslime schlossen sich dem Boykottaufruf an, weil sie immer gegen jegliche Verunglimpfung des Glaubens ankämpfen. Die US-Bischöfskonferenz verhielt sich jedoch vorsichtiger. Medienbischof Thomas J. Costello verschickte an alle Bischöfe ein Memorandum, in dem er ihnen empfahl, „öffentlichen Protest“ zu vermeiden, nicht zuletzt deshalb, weil man sich damit zum Handlanger der Werbestrategien der Hollywood-Produzenten mache. Die meisten Bischöfe hielten sich daran, und auch in den Bistumszeitungen wurde „Nothing Sacred“ totgeschwiegen. Führt diese TV-Priesterserie in den USA verspätet zu einem Vorgang und einer Erfahrung wie hierzulande mit der „Sünderin“?

### Hollywood-Produktion mit üblicher Hyper-Realität

Totschweigen konnte und kann in einer offenen und kommunikationsüberladenen Gesellschaft nicht lange gut gehen. Zum Start der Serie hatte die Produktionsgesellschaft zudem ein weiteres getan, um auf „Nothing Sacred“ aufmerksam zu machen. In ihrem Pressematerial charakterisierte sie Father Ray als einen Priester, der in der Spannung zwischen seinen hohen Zielen und seinen inneren Wünschen in einer Gemeinde lebt, „in der sprichwörtlich jede Sünde begangen wird“. Und die Fernsehzeitschrift „Entertainment weekly“ kündigte den Hauptdarsteller an als einen „respektlosen Priester, der die Existenz Gottes infrage stellt, Lust in seinem Herzen verspürt und die Seele der Menschen berührt.“ Durch die säkularen Medien wurde also alles publik, und die Schweigetaktik erwies sich als ein Fehlschlag.

Schnell setzte sich auch bei den Bischöfen die Erkenntnis durch, daß Informieren und Argumentieren die einzige Möglichkeit sind, solchen Problemen zu begegnen, wobei letztlich jeder selbst sein Urteil fällen muß. So ließ etwa der Generalvikar des Erzbistums Indiana seine Diözesanen wissen, daß es sich wohl nicht um eine gute Serie über „das reiche und oft komplizierte Leben amerikanischer Katholiken“ handele, sondern um eine typische Hollywood-Produktion. Damit solche Filme publikumswirksam seien, müßte vereinfacht, übertrieben und auch Religiöses „verweltlicht“ werden. Das könne zu einer verzerrten und falschen Sicht führen, so wie in anderen Soap operas auch, etwa im Ärztemilieu oder in Wirtschaftsunternehmen.

Ebenso gelassen und differenziert äußerte sich der Leiter des Film- und Rundfunkbüros der US-Bischöfskonferenz, Henry Herx. In der Serie, so schrieb er in einer Besprechung, werde der Priester „vermenschlicht“ und als jemand gezeigt, der „wie wir alle“ um seinen Glauben ringt, seine Zweifel hat, in Versuchung geführt wird, aber auch Träume und Vorstellungen hat, wie er seine Seelsorge an den bedrängten Menschen ausüben kann. Nicht alles sei glaubwürdig in der Serie, aber jetzt dürfe sich niemand mehr beschweren, daß zur Hauptsendezeit im Fernsehen keine kirchlichen Themen vorkämen. Herx ging nicht soweit wie das Jesuitenmagazin „America“, das „Nothing Sacred“ als „die beste Fernsehproduktion“ über das Leben amerikanischer Katholiken bezeichnete.

In der Auseinandersetzung über das Priesterbild auf dem Bildschirm haben mehrere katholische Filmexperten auf dessen Wandel im Laufe der Zeit hingewiesen. So rief der Präsident der Paulist Pictures frühere Filme in Erinnerung, etwa „Going my way“ und „The bells of St. Mary's“ aus 1944, in denen Bing Crosby den Father O'Malley spielte: „ein netter Mann, aber nicht sehr tiefgehend“. Auch Father Flanagan, gespielt von Spencer Tracy, sei in „Boys Town“ (1938) zwar lebensnäher gewesen, aber eine „Art künstlicher Übervater“. Heute werde der Priester nicht mehr als Supermann dargestellt, sondern als jemand, der mitten im Leben steht.

Henry Herx wies darauf hin, daß vor dem Zweiten Weltkrieg (als es noch kein Fernsehen gab), der Film für ein Massenpublikum produziert wurde und deshalb Priester und Rabbis mit großem Respekt verkörpert wurden. Zusätzlich habe der Hollywood-Produktions-Code der frühen 30er Jahre genaue Vorschriften für Priesterrollen enthalten. Nach dem Zweiten Weltkrieg habe das Fernsehen den Film ersetzt als Heimkino. Zusätzlich seien manche Tabus der früheren Filmproduktionen gebrochen worden, als 1968 ein neuer, liberaler Produktions-Code erstellt und die offizielle Filmbewertung eingeführt worden sei. Dadurch hätte sich auch das Priesterbild von einer Idealgestalt zum „normalen“ Menschen verändert.

## Statt Medienschelte Kontakte herstellen

Nach der Ausstrahlung der ersten Folgen ist die öffentliche Diskussion etwas abgeebbt, während die innerkirchliche weitergeht. Allerdings ist die Zahl der radikalen Kritiker geringer geworden, nachdem sich zeigte, daß „Nothing Sacred“ nicht als ausgesprochen anti-kirchlich bezeichnet werden kann. Zwar geht die inhaltliche Tendenz in Richtung auf eine liberale Glaubenshaltung, doch aktuelle kirchliche Themen werden

ernsthaft behandelt. In der äußeren Darstellung wird sogar bewußt ein konservatives Bild gezeichnet, wohl auch weil es sich, wie Kritiker bemerken, farbiger ins Bild setzen läßt. Die Priester tragen das traditionelle Habit, die Kirchenfarben für Feste und Traueranlässe stimmen, viele Kerzen brennen, christliche Symbole, Statuen, Gold- und Silberverzierungen, Weihrauch - das gemütvolle Dekor beherrscht die Szene. Alte Gebete werden rezitiert, lateinische Hymnen gesungen: katholisches Leben, wie es im amerikanischen Alltag tatsächlich vorkommt. Und den „liberalen“ theologischen Positionen des Father Ray stehen die gefestigten und gesicherten Positionen zweier älterer Kollegen gegenüber. In einer Szene antwortet Father Ray einer jungen Frau, die ihn um Rat über eine Abtreibung fragt, daß sie nach ihrem Gewissen entscheiden müsse. Father Leo bringt später die offizielle Haltung der Kirche zur Sprache und wundert sich, als er mitbekommt, wie der junge Priester andererseits einen Grundbesitzer wegen seiner unsozialen Haltung kritisiert: „Warum kann er diesem sagen, was richtig ist, und der schwangeren Frau nicht?“

Die Kritiker, vor allem in der Katholischen Liga, zeigten Genugtuung darüber, daß die ersten Folgen nur eine niedrige Sehbeteiligung hatten. Die erste Folge erreichte Platz 54 unter 109 Abendprogrammen, die zweite hatte nur 7% Quote gegenüber der gleichzeitig ausgestrahlten, sehr beliebten Serie „Friends“ mit 32%. Als außerdem aufgrund der vielen anfänglichen Proteste vier Hauptwerbeträger ihre Verträge gekündigt hatten, hofften die Gegner der Serie, sie werde schon aus wirtschaftlichen Gründen nicht lange überleben. Doch diese Spekulationen erwiesen sich als trügerisch, denn nach der Ausstrahlung der Hälfte der zunächst produzierten 13 Folgen teilte ABC mit, daß weitere neun Folgen hergestellt werden und man hoffe, mit einer günstigeren Sendezeit mehr Zuschauer und mehr Werbeeinnahmen zu erzielen. Die Katholische Liga hat mit ihren Protesten also wenig bewirkt, zumal die Kirchenzeitung von Los Angeles die Serie inzwischen insgesamt positiv beurteilte.

Als eine Konsequenz aus der kontroversen Diskussion hat der Direktor des Kommunikationszentrums an der St. Louis University, Father Paul Duffy, zu engeren Kontakten mit den Film- und Fernsehchaffenden gemahnt. Wenn die Kirche im Fernsehen kritisch dargestellt werde, setze auf katholischer Seite direkt eine heftige Medienschelte ein. Die Film- und Fernsehleute in Hollywood lebten aber im allgemeinen fern von jeder religiösen Praxis und in Unkenntnis über kirchliche und religiöse Dimensionen. Daher sollten mehr als bisher Kontakte und Kooperationen mit ihnen gesucht werden, denn viele von ihnen seien dafür sogar dankbar.

Wenn sich die Medienkommission der US-Bischofskonferenz auf ihrer ersten Sitzung 1998 ausführlich mit „Nothing Sacred“ befaßt, wird es wohl zu keiner weiteren Verurteilung der Serie kommen. Greg Erlandson,

Chefredakteur der Wochenzeitung ‚Our Sunday Visitor‘ und Laienberater der Medienkommission, hat in seiner Zeitung folgendes Fazit gezogen: „In den vergangenen Wochen haben die Amerikaner Gelegenheit gehabt, ein Erwachsenen-Drama zu sehen, daß über Gott und Gebet und Seelenrettung spricht, über Glauben und Zweifel, über die Nöte der Armen und die Schmerzen einer Abtreibung. Sie haben eine Show gesehen, die in sakrale Verbrämung eingetaucht ist und die sich nicht scheut, in ernsthaften Diskussionen das Wort ‚Christus‘ zu gebrauchen.“ Und ironisch fügt Erlandson an: „Wenn ‚Nothing Sacred‘ schließlich gestorben ist, wird sein Sendeplatz wieder von der moralischen Banalität der (Serien) ‚Friends‘, der Sentimentalität von ‚Touched by an Angel‘ und der schmierigen Blödheit von ‚Soul Man‘ eingenommen. Ich bitte um Entschuldigung, Father Ray, ich werde Dich vermissen ...“

## Mit Ironie und Humor

Zwei Beispiele von Selbstkritik im eigenen Sender

*Kritik an Programmen oder Programmachern des eigenen Senders ist im deutschen Rundfunk selten. In Amerika sind ironische Seitenhiebe oder ernsthafte Auseinandersetzungen an Fernsehen und Rundfunk gang und gäbe. Jetzt sind im Westdeutschen Rundfunk zwei unterschiedliche Beiträge gesendet worden, die in diese Richtung gingen.*

*Im ersten Beitrag wurden die Ehe-Verhältnisse in der Serie „Lindenstraße“ untersucht und mit ‚O-Ton‘ belegt. Die Autorin hat die inhaltliche Aussage für uns zusammengefaßt.*

*Der zweite Beitrag wurde in der Reihe U (Unterhaltung)-Punkt gesendet, in dem verschiedene Autoren regelmäßig Alltagserlebnisse aufs Korn nehmen.*

Walli Müller

### **Bis daß der Tod (oder der Richter) uns scheidet**

Wenn in der „Lindenstraße“ geheiratet wird, ist die Katastrophe vorprogrammiert

Ein lauwarmer Frühlingstag im Mai 1952: Strahlend schreitet das nicht mehr ganz so junge Paar aus dem Standesamt Traunstein. Sie, Else, ist 30, er, Egon, drei Jahre jünger. Kurz vor Kriegsende haben sich die beiden kennengelernt und ineinander verliebt. Vielleicht wären Else und Egon Kling miteinander glücklich geworden - wenn sie nicht ausgerechnet in die Münchner „Lindenstraße“ gezogen wären ... Damit ist klar: Es handelt sich um die fiktive Lebensgeschichte zweier Serienfiguren. Doch die lange Laufzeit der „Lindenstraße“ hat ihre Bewohner zu Nachbarn gemacht; regelmäßige Zuschauer kennen die Serienfiguren besser als die Leute, die wirklich nebenan wohnen. Und so wissen Eingeweihte, daß Else ihrem Egon seit der Hochzeit an jenem schönen Mai-Morgen jeden Tag einen guten Scheidungsgrund geliefert hat: Krankhafte Tratschsucht, chronische Neugier und Bosheit höchsten Grades. Eines Tages hatte es Egon satt, mit dem Hausdrachen der Serie verheiratet zu sein und reichte die Scheidung ein. Nach 45 Jahren Ehe sind Else und Egon Kling seit Folge 623 am 9. November 1997 geschiedene Leute. Auch die langjährigste Serien-Ehe der „Lindenstraße“ ist damit zerbrochen - wie soviele vor ihr. „Ehe-Glück“ scheint in der „Lindenstraße“ ein Fremdwort zu sein.

Die Demontage der Familienidylle begann ausgerechnet in der „Heiligen Familie“ der „Lindenstraße“, der einst so glücklichen, von Mutter Helga mit Spiegeleiern hochgepepelten Familie Beimer. Anfangs saß die ganze Familie harmonisch zusammen im Wohnzimmer und musizierte: Tochter Marion an der Flöte, Sohn Benny am Cello, Vater Hans an der Gitarre und der jüngste Sprößling, Klaus auf Mamas Schoß. Natürlich gab's auch mal Probleme: Die Tochter unglücklich verliebt; der große Sohn an allem interessiert, nur nicht an der Schule; Klein-Klaus mit Masern im Bett ... Aber solange die Familie zusammenhielt, war das alles leicht zu bewältigen. Und die Familie hielt zusammen - bis Hans Beimer in Folge 147 am 25. September 1988 im Treppenhaus über Anna Ziegler stolperte und das als klaren Wink des Schicksals begriff. Erster Kuß, langes Ehedrama mit Helga, schließlich die Scheidung am 1. September 1991 und ein paar Monate später die Hochzeit mit Anna. Das Fernseh-Publikum war schlichtweg entsetzt - was vor allem Hans Beimer-Darsteller Joachim Hermann Luger bis in sein Privatleben hinein zu spüren bekam: „Die Leute waren damals so sauer, daß sie am liebsten mit faulen Eiern nach mir geworfen hätten. Sie riefen hinter mir her: ‚Ah, da kommt er ja, der Ehebrecher.‘“ Mittlerweile ist Hans Beimer in der Serie schon viel länger mit Anna verheiratet, als er es mit Helga war (von den 18 Ehe-Jahren vor Serienstart abgesehen), und trotzdem wird er noch oft gefragt: „Werden Sie zu Helga zurückkehren?“ Schuld an dem Beimer-schen Ehe-Debakel ist übrigens kein anderer als Joachim Hermann Luger selbst: „Die ganze Geschichte ist aus einer Idee von mir entstanden. Ich sagte, laßt doch den braven Beimer mal ‚nen Seitensprung machen. Der muß doch auch mal in die Midlifecrisis kommen.“

Ein Vorschlag mit verheerenden Folgen! Seit Hans Beimers Fehltritt geht es rapide bergab mit der ehelichen Treue in der „Lindenstraße“. Die traurige Bilanz nach nunmehr 11 Jahren Serie: Von 16 Eheschließungen seit Folge 1 im Jahr 1986 haben ganze fünf noch Bestand (Hans Beimer/Anna Ziegler; Helga Beimer/Erich Schiller; Tanja Schildknecht/Dr. Dressler; Boris Ecker/Valerie Zenker; Carsten Flöter/Theo Klages). Drei Paare sind geschieden (Bertha/Gottlieb Griese; Beate Flöter/Vasily Sarikakis; vermutlich auch das Ehepaar Kronemayer, das unbekannt verzo-gen ist, sich aber in der Serie nie ausstehen konnte), zwei leben in Trennung (Gabi/Andi Zenker; Olaf/Mary Kling), und in sechs Fällen ist mindestens ein Partner gestorben (Elisabeth Dressler, Henny/Franz Schildknecht; Benno Zimmermann; Amelie von der Marwitz/Ernst-Hugo von Salen-Priesnitz; Claudia Kling; Enrico Pavarotti). Die Ehe scheint den Lindenstraßlern wahrlich schlecht zu bekommen ...

Nimmt man die bei Serienbeginn bereits bestehenden Ehen dazu, sieht's noch katastrophaler aus: Auch die Beimers und Klings sind ja

mittlerweile geschieden, Dr. Dresslers Ehe mit Tanja Schildknecht ist schon der dritte Versuch. Olaf Kling hat sogar schon drei Frauen vergrault - zum Teil mit üblen Folgen: Während Ex-Frau Nummer 1, Inge, die wir nie kennenlernen durften, hoffentlich glücklich in Regensburg lebt, war Olaf mit Zweitfrau Claudia am Ende so verkracht, daß sie blind vor Zorn in ein Auto lief. Ehe Nummer 3 mit Mary - ohnehin nur eine Scheinehe, um die Nigerianerin vor der Abschiebung zu bewahren - endete nicht weniger tragisch: Mary verliebte sich in den griechischen Lokalbesitzer Vasily Sarikakis, wurde von ihm schwanger und verließ Olaf, der daraufhin durch hinterhältige Machenschaften Mary's Abschiebung nach Nigeria veranlaßte. Zurück blieb ein verzweifelter Vasily, fassungslos der Allmacht der Drehbuchschreiberinnen ausgeliefert, die ihm wahrlich übel mitspielen. Aber da ist er nicht die einzige Figur in der „Lindenstraße“.

Nehmen wir Dr. Dressler: Von der ersten Frau geschieden, fing er mit Elisabeth Flöter noch einmal von vorne an. Grausames Ende: Elisabeth stirbt bei einem Verkehrsunfall. Und noch einmal versuchte Dr. Dressler sein Glück, diesmal mit der 37 Jahre (!) jüngeren Tanja Schildknecht. Daß sie ihn früher oder später betrügen würde, ahnte der Zuschauer, doch es kam noch ungeheuerlicher: Sie verließ ihn wegen ihrer frisch entdeckten Liebe zu einer Frau ...

Aber das ist noch gar nichts gegen das Schicksal von Eva-Maria Sperling. Einst glücklich verheiratet mit Kurt Sperling, mußte sie eines Tages mit der Tatsache fertig werden, daß ihr Mann ein Verhältnis mit Iffi Zenker, der Freundin seines eigenen Sohnes Momo hatte. Und das, obwohl Iffi und Momo bereits ein gemeinsames Kind hatten ...

Wenn in Wirklichkeit heute jede dritte Ehe geschieden wird, in der „Lindenstraße“ ist jeder Bewohner allein bald dreimal geschieden. Wer alle Probleme dieser Welt in eine einzige Fernsehserie verfrachten will, läuft zwangsläufig Gefahr, eine Hyperrealität zu schaffen, die mit dem wirklichen Leben nicht mehr viel zu tun hat. Die „Lindenstraße“ ist sozusagen das Konzentrat, das „Persil megapearls“ unter den Serien, so ergiebig wie früher zehn Kilo „Weißer Riese“ ...

Natürlich: Es gibt es auch glückliche Beziehungen. Amelie von Marwitz hatte mit über 80 Ernst-Hugo von Salen-Priesnitz kennengelernt: ihr fünfter Mann und ihre große Liebe. Leider litt der Gute unter einem Gehirntumor - und so wählten beide einen schaurig romantischen Freitod - vereint bis ins Serien-Grab. Ein glückliches Paar einfach leben zu lassen, das scheint dem Gesetz dieser Serie zu widersprechen. Schon sehen wir Erich Schiller hinter Helga Beimers Rücken mit einer mysteriösen Dame Kaviar schlemmen. Und ganz heimlich wünschen wir uns: Hans, kehr' doch bitte endlich zu Deiner Helga zurück ...

Fritz Eckenga

## „Fußball-Schponsering“

Baumarktprofi Kaltenbecher in U-Punkt auf WDR2-Westzeit

Guten Tag. Mein Name ist Peter-Hans Kaltenbecher. Als Leiter einer führenden Filiale einer namhaften Baumarktkette im westlichen Westfalen, also östliches Ruhrgebiet, was aufs selbe rauskommt, möchte ich sozusagen einmal aus professioneller Perspektive eine Stellung beziehen zum Problem der Unterbrechung von Werbesendungen im Fernsehen durch sogenannte Fußballmoderatoren.

Was soll ich dazu sagen?! Ich muß es ja wissen, bin ich als Baumarkt ja selber in eigener Person ein Unterstützer des Fußballs in finanzieller Hinsicht mit einer Werbung zu meinen Gunsten. Und zwar schponserere ich nämlich seit langem meinen Herzensverein, die Sportsfreunde Blaugelb Kirchlohe 08 mit dem Schriftzug meines Unternehmens auf den Trikots der 1. Mannschaft. Eine Truppe, die meine Philosophie von der unermüdlichen Dienstleistung am Kunden wie keine andere zweite auf dem Fußballplatz umsetzt: ‚Über den Kampf zum Spiel finden. Bis zum Umfallen - auch wenn nix mehr geht!‘ Und meistens geht ja nix - die Jungen würden zur Zeit gegen den Abstieg spielen - wenn man aus der Kreisliga C noch absteigen könnte.

Wie gesagt, ich unterstütze diese Einstellung mit meinen finanziellen Mitteln, auch wenn der Reklameeffekt sich in engen Grenzen hält - bei durchschnittlich 12 zahlenden Zuschauern - und davon sind noch 4 Rentner im nicht mehr heimwerkfähigen Alter.

Aber gerade deswegen bin ich ja so angewidert von den modernen Machenschaften im sogenannten *großen* Fußball, der ja neuerdings an acht Tagen in der Woche im Fernsehen stattfindet. Das heißt: angeblich findet er dort statt. Aber ich sehe ihn nicht. Stattdessen sehe ich immer diese aus allen Körperöffnungen grinsenden Beckmänner, die sich von einem offensichtlich in Applaudierlabors gezüchteten Publikum abfeiern lassen. Stampfend und trampelnd kommen die Beckmänner und Wontorras und finden sich toll. Und wieso? Weil sie -wie zum Beispiel dieser Johannes B. Kerner - dieses Bärchen, dieses Gummi-Bärchen, dieser Gelatine-Kerner „den Männersport Fußball für die weiblichen Zuschauer attraktiv gemacht haben“. Tja, meine Damen, mit diesem Typ würden Sie rein statistisch gerne mal - ja was denn? Was essen gehen? Was denn? Was ganz Weiches? Gummibärchen? Aber Vorsicht - hinterher wollen sie immer Applaus haben. Sonst werden sie traurig. Und dann machen sie immer alles ganz naß. Ja so sind sie, diese tollen Typen. Stehen vor Kameras rum und sagen „gleich bei Ran“ und dann kommt Applaus und

dann kommt Werbung. Und dann kommt Applaus, weil gerade Werbung war und dann sagen sie „ein wahnsinniges Spiel“ und dann kommt Applaus und dann kommt angeblich ein Film mit Fußball. Aber das ist nicht wichtig. Das ist sogar ganz unwichtig. Wichtig sind die Bärchen. Diese Applauschmarotzer.

Es ist widerlich. Das hat mit Fußball nix zu tun. Überhaupt nix. Dann doch lieber Kreisliga C mit Sportsfreunde Blaugelb Kirchlohe 08. Da steht kein Kerner in der Gegend rum und da gibt's auch so gut wie keinen Applaus. Wofür auch? Allenfalls für die unaufdringliche Werbung für meinen Baumarkt. Den dann aber völlig zurecht. Immer für Sie da!

Matthias Kopp

## „Mit Literatur Erfahrung machen!“

Zum zehnten Mal: Katholischer Kinder- und Jugendbuchpreis

Mit dem zehnten Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreis ist der amerikanische Schriftsteller Robert Cormier für seinen Roman "Nur eine Kleinigkeit"<sup>1</sup> ausgezeichnet worden. Bereits am 5. November des letzten Jahres konnte der Trierer Bischof und Vorsitzende der Publizistischen Kommission, Hermann Josef Spital, den mit 15.000 DM dotierten Preis der Deutschen Bischofskonferenz verleihen. Ein Teil des Geldes ging an die Übersetzerin Cornelia Krutz-Arnold.

Der Roman beschreibt die Konfliktsituation des elfjährigen Henry. Dieser soll das Dorfmodell eines verwirrten alten Juden zerstören. Henry bekommt für den Auftrag seines Arbeitgebers, den Ladenbesitzer Mr. Hairston, eine Belohnung: Dem verstorbenen Bruder des jungen Henry will Hairston ein Grabmal stiften, außerdem kann Henry nach vollbrachter Tat seinen Arbeitsplatz behalten. Die innere Auseinandersetzung des Jungen grenzt an ein Höchstmaß psychischer Belastung. Henry läßt sich in ein fast undurchsichtiges Geflecht von Schuld verstricken. Mit inneren Konflikten und der ganzen Fülle menschlicher Ohnmacht dringt er in die Werkstatt ein, um den Auftrag von Mr. Hairston durchzuführen. Während Henry einen Hammer über das Modell hält, springt für wenige Augenblicke eine Ratte über das Miniaturdorf. Der Schreck fährt Henry in die Glieder, der Hammer fällt, das Modell wird zum Trümmerhaufen. In seinem Wissen, was er wem zerstört hat, weist der Junge den Lohn für die Tat zurück. Henry sucht seinen Frieden und die Erlösung von der Schuld in der Bitte des Vater-unser-Gebetes: „Und erlöse uns von dem Bösen.“ In der komplexen Thematik, die Cormier dicht und spannend erzählt, geht es um die Manipulation eines guten Menschen. Der Verführer - Mr. Hairston - ist bemüht, dem Jungen deutlich zu machen, daß die Zerstörung des Miniaturdorfes „nur eine Kleinigkeit“ sei.

Die Jury des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises unter ihrem Vorsitzenden, dem Bamberger Weihbischof Werner Radspieler, hält das Preisbuch 1997 für eine Schnittmenge anderer empfohlener Bücher.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Robert Cormier, Nur eine Kleinigkeit (Verlag Sauerländer, Aarau-Frankfurt/M.-Salzburg 1995).

<sup>2</sup> Die Empfehlungsliste wird herausgegeben von der Zentralstelle Medien, Preisgekrönte und empfohlene Bücher 1979 bis 1997 (= Arbeitshilfen Nr. 137, Bonn 1997). - Eine ausführliche Besprechung der Empfehlungsliste u.a. bei Rudolf Kiendl,

In der Begründung der Jury heißt es, daß die erzählte Novelle den Leser in den jugendlichen Helden versetze und ihn so „die seelische Spannung und Erschütterung miterleben läßt. Die Frage der Verstrickung in Schuld wird eindringlich vermittelt. Und der Leser ist aufgerufen, am Ende die Einsicht des jungen Henry mitzuvollziehen, der die Kraft findet, Gott um Vergebung für sich und den Ladenbesitzer zu bitten“.<sup>3</sup> Das Buch habe die Jury beeindruckt, „weil es von der literarischen Qualität wie auch von der religiösen Substanz her ein Titel ist, der den Intentionen des Preises genau entspricht“.<sup>4</sup> Nach dem geltenden Statut zum Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreis sollen mit diesem „herausragende Arbeiten auf dem Gebiet der Kinder- und Jugendliteratur“ ausgezeichnet werden, „die beispielhaft und altersgemäß religiöse Erfahrungen vermitteln, Glaubenswissen erschließen und christliche Lebenshaltungen verdeutlichen“.<sup>5</sup>

Robert Cormier wurde am 17. Januar 1925 in der Kleinstadt Leominster in Massachusetts/USA geboren. Als Kind besuchte er eine katholische Privatschule. Der Autor sagt von sich selbst, er habe immer Schriftsteller werden wollen: „Ich kann mich an keine Zeit erinnern, wo ich nicht versucht habe, etwas zu Papier zu bringen.“<sup>6</sup> Als Journalist arbeitete Cormier fast 30 Jahre, unter anderem für die Organe „Worcester Telegram and Gazette“ und den „Fitchburg Sentinel“. Seit 1979 ist er hauptberuflich als Schriftsteller tätig. Cormier ist praktizierender Katholik, der sich besonders mit ethischen Fragen beschäftigt. Immer wieder tauchen in seinen Büchern Probleme um die Allgegenwart des Bösen, den Mißbrauch von Macht und Autorität und die Verführbarkeit des Menschen auf. Primär ist sein Blick auf die Schattenseite der menschli-

Literatur im Gespräch. Der Katholische Kinder- und Jugendbuchpreis 1997, in: St. Michaelsbund Bücherei aktuell (2/1997) 14-25. Zur Aktualität des Preises vgl. ferner Gertie Wagerer, Das religiöse Kinderbuch - Engführungen, Defizite, neue Dimensionen. Überlegungen angesichts der Verleihung des Dt. Kath. Kinderbuchpreises, in: Tausend und ein Buch (5/1997) 32-37.

<sup>3</sup> Werner Radspieler, Bericht des Vorsitzenden der Jury des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises anlässlich der Verleihung am 5. November 1997, in: Akten der Geschäftsführung des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises 1997 (Bonn 1997) 8f.

<sup>4</sup> Ebd., 9.

<sup>5</sup> Statut „Katholischer Kinder- und Jugendbuchpreis“ der Deutschen Bischofskonferenz, das in der geltenden Fassung von der Publizistischen Kommission am 22.02.1995 verabschiedet und vom Ständigen Rat der Deutschen Bischofskonferenz mit Wirkung vom 01.11.1995 in Kraft gesetzt worden ist.

<sup>6</sup> Vgl. Presseunterlagen der Zentralstelle Medien zum Preisträger 1997, in: Akten der Geschäftsführung des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises 1997 (Bonn 1997).

chen Natur gerichtet, wobei er aber das Wertebewußtsein des einzelnen schärfen möchte. Grundsätzlich sind die Werke Cormiers so angelegt, daß das „Happy End“ nicht stattfindet und der Leser mit prinzipiellen Fragen an sich selbst entlassen wird.

Während der Preisverleihung erinnerte Bischof Spital an die Fähigkeit, mit Literatur Erfahrungen zu machen. Nach seiner Auffassung sei das „Erfahrungen machen“ kein passives Geschehen. Erfahrungen müsse man sich erarbeiten und erwerben: „Und dieser Prozeß des Erarbeitens und Erwerbens von Erfahrungen ist ein wesentlicher Teil der Verantwortung, die man für sein Leben und die Gesellschaft, in der man lebt, trägt. Ob ich ... Erfahrungen mache oder nicht, ist nicht meinem Belieben überlassen. Wer sich dieser Mühe entzieht, verweigert einer wesentlichen Dimension die Verantwortung für sein Leben und für seine Welt.“<sup>7</sup> Der Leser müsse sich dann allerdings fragen lassen, auf welche Weise er befähigt werde, mit Literatur Erfahrungen zu machen. Spital versucht, diesen Bereich von Georges Bernanos Doppelroman „Der Betrug“ - „Die Freude“ und Matthias Manders Roman „Der Kasuar“ aus zu erörtern. Dabei zeigt er auf, daß es notwendig sei, Erfahrungen dem anderen mitzuteilen: „Damit sind diese Erfahrungen zwar für andere ein Stück weit zugänglich; aber solche Mitteilungen können die eigene Erfahrung keineswegs ersetzen. Daß ich Erfahrungen, die ich gemacht habe, anderen mitteile, hat letztlich den Sinn, meine Zuhörer zu ermutigen, selber Erfahrungen zu machen.“<sup>8</sup> Bei diesem Reifungs- und Entwicklungsprozeß warnt Spital davor, daß in einer Mediengesellschaft, die zur Überinformation tendiere, die Fähigkeit, aus Literatur Erfahrungen zu machen, zurückgedrängt werde. Spitals Appell: „Ein Mensch, der seine Erfahrungen verarbeitet und integriert, wird immer mehr zu einer profilierten Person; er hebt sich aus der mehr oder weniger gesichtslosen Masse heraus und gewinnt ein eigenes Gesicht. Er kann von dem, was er erfahren hat, mit einer Kompetenz reden, die sich aus sich selbst erweist und darum schwerlich bestritten werden kann.“<sup>9</sup> Das Aneignen von Erfahrungen geschieht nach Auffassung Spitals in verschiedenen Schritten, die von der Wahrnehmung bis zur Überwindung von Unsicherheiten und der Verinnerlichung sowie einem damit verbundenen Vergewisserungsvorgang reichen.<sup>10</sup> Diese Möglichkeit, Erfahrung zu machen, sieht Spital

<sup>7</sup> Hermann Josef Spital, Über die Fähigkeit mit Literatur Erfahrungen zu machen. Vortrag anlässlich der Verleihung des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises 1997 (Bonn 1997) 2f.

<sup>8</sup> Ebd., 6.

<sup>9</sup> Ebd., 10.

<sup>10</sup> Vgl. Hermann Josef Spital, Gott läßt sich erfahren. Über die Weitergabe des Glaubens (Trier-Graz 1995) 25f.

besonders im Preisbuch von Robert Cormier verwirklicht. Für Kinder sei dort in verständlicher Weise die Abschattung zwischen Gut und Böse und die Armseligkeit eines Menschen dargestellt. Die von der Romanfigur Henry gemachte Erfahrung könne der Leser auf sich als für sein Leben bestimmend übertragen.<sup>11</sup>

*(Im nächsten Heft folgt ein Artikel über Entstehung und Rolle des Kinder- und Jugendbuchpreises.)*

<sup>11</sup> Vgl. ders., *Fähigkeit mit Literatur*, 9.

Jerzy Turowicz, der Chefredakteur der Krakauer katholischen Wochenzeitung *Tygodnik Powszechny*, vollendete am 10. Dezember 1997 sein 85. Lebensjahr. 1912 in Krakau in einer liberal-konservativen Richterfamilie geboren, studierte er zunächst Maschinenbau an der Lemberger Technischen Universität und dann Geschichte und Philosophie an der Krakauer Universität. Als Mitglied eines katholischen Studentenverbandes und Publizist katholischer Presse nahm er in den 30er Jahren an den Kongressen der PAX ROMANA teil.

Jerzy Turowicz, dessen zwei Brüder Priester sind, wurde früh von den Ideen der französischen Personalisten Emmanuel Mounier und Jacques Maritain sowie der Zeitschrift *Esprit* beeinflusst.

Im Frühjahr 1945 gehörte Jerzy Turowicz zu den Mitbegründern der Wochenzeitung *Tygodnik Powszechny*, wurde bald ihr Chefredakteur und hat diese Funktion bis heute inne, also über ein halbes Jahrhundert lang. Er prägte das Blatt, und es ist untrennbar mit seiner Person verbunden. Die Gründung von *Tygodnik Powszechny* unterstützte damals der Krakauer Metropolit, Fürst Adam Sapiecha. In der über 53 Jahre langen Geschichte wurde die Wochenzeitung zweimal suspendiert: nach dem Tod Stalins im Jahre 1953 und nach der Ausrufung des Kriegsrechts in Polen im Dezember 1981.

Zu den Redaktionsmitgliedern und freien Mitarbeitern der Wochenzeitung gehörten viele namhafte, nicht nur polnische und katholische Intellektuelle. *Tygodnik Powszechny* propagierte einen vertieften und offenen Katholizismus. Das führte immer wieder zu Spannungen zwischen der Kirchenhierarchie und der Redaktion. Jerzy Turowicz war nämlich kein Freund des polnischen traditionellen Volkskatholizismus, dem die Primasse – auch Primas Stefan Wyszyński – Vorschub leisteten. Der Kreis um *Tygodnik Powszechny* begrüßte die Reformen des Zweiten Vatikanischen Konzils, die in Polen keinen Anklang fanden. Jerzy Turowicz vermißt bis heute in Polen den Geist dieses Konzils.

Die Krakauer Wochenzeitung wird oft als die einzige oppositionelle Zeitung „diesseits der Elbe“ (von Polen aus gesehen) bezeichnet. Sie begleitete die wechselvolle Entwicklung im Polen der Nachkriegszeit und trug schließlich maßgeblich zum Systemwechsel im Jahre 1989 bei. Jerzy Turowicz nahm im Frühjahr 1989 auch an den Gesprächen am *Runden Tisch* teil, die den friedlichen Umbruch in Polen einleiteten.

*Tygodnik Powszechny* war stets die Wochenzeitung der Intelligenz-

schicht, der besser ausgebildeten katholischen Elite des Landes. Ihre beste Zeit waren die 80er Jahre, als sie 100.000 Exemplare Auflage erreichte, was für ein Blatt von hohem intellektuellen Niveau und mit langen philosophischen Beiträgen gar nicht so wenig ist. Nach dem Umbruch von 1989 verlor *Tygodnik Powszechny* ihre Monopolstellung; u.a. auch dem neu gewonnenen Pluralismus in den Medien ist es zuzuschreiben, daß *Tygodnik Powszechny* heute nur noch in einer Auflage von 35.000 Exemplaren erscheint.

Nach Schätzungen von Jerzy Turowicz teilen etwa 25% der katholischen Bevölkerung und des Klerus in Polen die Meinung von *Tygodnik Powszechny*. In den 90er Jahren lehnt er den Triumphalismus und den Integrismus mancher Gremien der Kirche in Polen ab. In den Zeiten des allgemeinen Verfalls der Autoritäten gehört Jerzy Turowicz zu den wenigen, die an ihren Ansehen nichts einbüßen mußten.

## AFRIKA

### Burkina Faso

Das erste *Festival für christliche Videos* hat Anfang März 1998 in Ougadougou stattgefunden. Unter dem Thema „Religious Video and African Tradition“ diente es zur Information und zum Austausch von Videos über die Glaubensverbreitung.

### Südafrika

Die UCIP soll sich verstärkt um die *Journalistenausbildung* in Afrika kümmern. Diese Bitte richteten Bischöfe aus mehreren afrikanischen Staaten an UCIP-Präsident Dr. Günther Mees und Generalsekretär Joseph Chittilappilly. Beide nahmen auf Einladung der Bischofskonferenz von Afrika und Madagaskar an deren 11. Vollversammlung in Midrand in Südafrika teil.

## ASIEN

### China

Im Bischofshaus der Diözese Shenyang ist *eine öffentliche Bücherei* mit religiöser Literatur eröffnet worden, die regen Zuspruch auch bei Nichtkatholiken findet. Ordensschwwestern wollen die Bücher auch auf dem Land ausleihen.

## Indien

Im Technischen Don Bosco Institute in Neu Dehli haben 27 Studenten aus ganz Indien den 9. *Kursus für integrierte Kommunikation* begonnen. Im Mittelpunkt der 100tägigen Ausbildung stehen pastorale Kommunikation, Videoproduktion und kulturelle Medien. Die Kurse werden von UNDA/OCIC, der Indischen Katholischen Presse, der Indischen Bischofskonferenz und dem Nationalinstitut für soziale Kommunikation durchgeführt.

Unter dem Titel „*Media Matters*“ erscheint monatlich ein neues Magazin für Medienerziehung und soziale Kommunikation in Neu Dehli. Redakteur ist der Präsident von OCIC-Asien und akademischer Direktor des Nationalen Instituts für Kommunikation, P. Dr. Jacob Scampickal SJ.

In Bangalore ist das neue Gebäude für den *Südasiatischen religiösen Nachrichtendienst* (SAR) eingeweiht worden. Es ist benannt nach dem Jesuiten John Barret, der in den 60er Jahren die Katholische Nachrichtenagentur CNI gründete, aus der SAR hervorgegangen ist.

## Indonesien

Mit großem Erfolg führt das katholische Audiovisuelle Studio Puskat in Jogjakarta zweimonatlich

ge Kurse für Fernsehmitarbeiter in Indonesien durch. Über 130 Mitarbeiter von zwei der fünf großen kommerziellen Fernsehstationen haben bereits eine Ausbildung durchlaufen.

### Libanon

Unter dem Thema ‚Information: Ethik und Freiheit‘ hat die UCIP zum ersten Mal im Nahen Osten eine Tagung veranstaltet. Zu dem einwöchigen Bildungsprogramm in der libanesischen Hauptstadt Beirut kamen 73 Teilnehmer aus 40 Ländern zusammen. Für die UCIP zeichnet sich die Gründung einer Region Naher Osten auf dem im September 1998 in Paris stattfindenden Kongreß ab.

### Malaysia

Die Regierung hat die Genehmigung für die *Ausstrahlung von religiösen Sendungen* über den staatlichen Rundfunk und das Fernsehen erteilt, allerdings nicht für Glaubensverkündigung, sondern eine bessere soziale Entwicklung.

Ein Gebäude für das *Cahaya-suara Kommunikationszentrum* ist in Kuala Lumpur eröffnet worden. Es soll das Kommunikationsapostolat, das vor dreißig Jahren begonnen wurde, in der Erzdiözese Malaysia-Singapur-Brunei weiter verstärken.

### Philippinen

Die philippinische Föderation der katholischen Rundfunkmitarbeiter

(PFCB) hat in Manila einen Verkaufszweig *Media Services* eröffnet. Gleichzeitig wurde der Medienverbund *Catholic Media Network* (CMN) gegründet, in dem vier Fernsehsender der Föderation sowie 46 katholische AM/FM-Rundfunksender zusammenarbeiten.

Eine Erfahrungsaustausch und der *Entwicklung neuer Medienstrategien* für die Verkündigung diente in der Nähe von Manila ein Treffen der mit Kommunikation befaßten Salesianer in Südasien. Zur Eröffnung sprach P. Prof. Dr. Franz-Josef Eilers svd, Generalsekretär der Medienkommission der ostasiatischen Bischofskonferenz FABC-OSC, über „Kirche und soziale Kommunikation in Asien“.

*Neun katholische Autoren* wurden für ihren Beitrag zur Evangelisierung durch Print-Medien vom Präsidenten des Asiatischen Katholischen Verlegerverbandes, Kardinal Sin, Erzbischof von Manila, mit dem „Award of Recognition“ ausgezeichnet.

### Südkorea

Das theologische Seminar an der Hanil-Universität von Chonju führen einen *ersten internationalen Workshop* über „Globalisierung und elektronische Kommunikation in Glaubensgemeinschaften“ durch, zu dem der Weltrat der Kirchen und der Weltverband für Christliche Kommunikation eingeladen hatten.

## Thailand

Die Konsequenzen für die Medien, die sich aus dem neuen Weg, „in Asien Kirche zu sein“ ergeben, wurden auf dem *zweiten Bishops' meet* der FABC-OSC vom 24. bis 28. November 1997 in der Nähe von Bangkok besprochen. In einem Ergebnispapier legten die Vorsitzenden und Sekretäre der Medienkommissionen von 12 ostasiatischen Ländern und einem Beobachter aus Vietnam Richtlinien für die Medienarbeit fest. Sie beziehen sich auf die Glaubensgemeinschaft in einer partizipatorischen, Zeugnis ablegenden, Dialog führenden und prophetischen Kirche. Auf der Tagung wurden 18 Medienmitarbeiter mit dem katholischen Thai Media Award ausgezeichnet.

## Vietnam

*Die englischsprachige Regierungszeitung „Vietnam News“* berichtete erstmals über die Jahresversammlung der Bischofskonferenz im Oktober 1997. Die Bischöfe statteten dem Vizepräsidenten Vietnams einen Besuch ab, bei dem er ihnen versicherte, daß der neue Ministerpräsident, Pan Van Kai, die Religionsfreiheit unterstütze.

## NORD- UND MITTELAMERIKA

### Kuba

*Die Unterdrückung der Presse- und Meinungsfreiheit* auf Kuba hat die

Interamerikanische Pressevereinigung SIP beklagt. Seit April 1997 seien 24 unabhängige Journalisten verurteilt, neun ins Gefängnis geworfen und sieben Opfer öffentlicher Denunziation geworden, teilte die SIP bei ihrer Vollversammlung im mexikanischen Guadlajara mit. Die Unterdrückung habe sich „in jüngster Zeit auch auf die katholische Kirche ausgedehnt“. Wenige Monate vor dem Papstbesuch auf Kuba sei der Ankauf von Computern, Fax- und Fotokopiergeräten durch die Kirche schärfsten Beschränkungen unterworfen worden, so die SIP.

### Mexiko

Die Vereinigung mexikanischer Eltern hat einen Kampf gegen *Gewalt im Fernsehen* gegen die zwei größten Fernsehgesellschaften gewonnen. Nach Monate dauernden Auseinandersetzungen stoppten die beiden Fernsehgesellschaften Televisa und Azteca TV zwei Serien, die von den Eltern als höchst gewalttätig verurteilt worden waren. In den beiden Sendungen, „Nackte Stadt“ und „Outlaw“, wurden mit Hilfe versteckter Kameras Szenen aus Mexiko-Stadt gezeigt; dabei ging es vor allem um Mord, Raub, Prostitution und Vergewaltigung.

### USA

*Catholic Online* in Kalifornien will weltweit jedem Katholiken Zugang zur e-mail ermöglichen. Vor-

aussetzung ist ein Internetanschluß. Auskünfte erteilt UNDA USA (4400 Shakertown Rd, Dayton OH 45430).

Die Medienkommission der US-Bischöfskonferenz hat eine Erklärung über die Behandlung religiöser und kirchlicher Themen im *Internet* herausgegeben (DOKUMENTATION im nächsten Heft).

Die US-amerikanischen *Internet-Provider* wollen Kinderpornographie auf ihren Datennetzen künftig stärker bekämpfen. Wie US-Vizepräsident Al Gore in Washington mitteilte, hat die Online-Industrie beschlossen, entsprechende Angebote umgehend zu entfernen und den Behörden zur Kenntnis zu bringen. Die Provider, die der Vereinbarung zugestimmt haben, decken rund 95 Prozent der privaten Internetanschlüsse ab.

## EUROPA

### Belgien

Die holländischsprachige belgische katholische *Nachrichtenagentur* ‚CIP Vlaanderen‘ stellte zum Jahresende 1997 ihren Betrieb ein, weil religiöse Informationen in den belgischen Zeitungen einen immer geringeren Stellenwert hatten und kirchliche Stellen dazu übergegangen sind, selbst die Redaktionen mit Nachrichten zu bedienen. Auf der holländischsprachigen Internet-Seite der bel-

gischen Kirche (<http://www.ker-net.be>) ist zum Jahresbeginn 1998 ein neuer Informationsdienst aufgebaut worden. Die Nachrichtenagentur CIP war vor 53 Jahren von den katholischen Zeitungen Belgiens gegründet worden. 1991 wurde CIP in eine frankophone Redaktion in Brüssel und eine holländischsprachige Sektion in Antwerpen aufgeteilt. Die französischsprachige Agentur ist nicht in Frage gestellt, da die katholischen frankophonen Zeitungen CIP weiter unterstützen.

Die Katholische Weltunion der Presse (UCIP) hat mit einem Festgottesdienst unter Leitung von Kardinal Godfried Danneels im belgischen Mechelen ihr *70jähriges Bestehen* gefeiert. Gleichzeitig beging der Verband auch das 10jährige Bestehen des „Internationalen Kontaktnetzes junger Journalisten“, das 1987 ins Leben gerufen wurde. Die UCIP wurde in Mechelen gegründet.

### Deutschland

*Der Bundesverband* Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) will spätestens zum Jahr 2000 nach Berlin umziehen. Das beschloß die BDZV-Delegiertenversammlung im Herbst 1997 in Goslar.

Katholische Journalisten haben in Ludwigshafen einen *Förderverein* des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) gegründet. Die erste ordentliche Mitgliederversammlung wählte

den Ausbildungsbeauftragten des Bayerischen Rundfunks, Ludwig Maaßen, für drei Jahre zum Vereinsvorsitzenden. Ziel des Vereins ist unter anderem die Beschaffung von Geldern zur Erweiterung von Angebot und Ausstattung des ifp. Außerdem soll durch die neue Einrichtung der Kontakt unter den ifp-Absolventen verstärkt werden. Der Verein mit Sitz in München hat bislang 70 Mitglieder.

Vertreter der Filmbranche und der katholischen Kirche haben in Köln das *50jährige Bestehen der Zeitschrift „film-dienst“* gefeiert. Der Vorsitzende der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz, der Trierer Bischof Hermann Josef Spital, würdigte „fünf Jahrzehnte konstruktiver Kritik“ und sprach von einer „Erfolgsgeschichte“ der katholischen Zeitschrift. Zugleich sei das Medium auch ein hervorragendes Beispiel für die gesellschaftliche Verantwortung von Laien in der Kirche.

Unter dem Titel *Blickpunkt Lateinamerika* gibt Adveniat künftig ein Magazin heraus. Das viermal jährlich erscheinende Heft berichtet aktuell über die Arbeit von Adveniat. Es kann kostenlos bei dem Hilfswerk angefordert werden.

Der Katholische Deutsche Frauenbund (KDFB) in Bayern bringt seit 1998 ein eigenes monatliches *Mitgliedermagazin* mit einer Auflage von 180.000 Exem-

plaren heraus. Das durchgängig vierfarbige Magazin mit dem Titel ‚KDFB engagiert‘ soll pro Ausgabe 48 Seiten haben und elfmal im Jahr herauskommen. Für dieses Projekt hat sich der Frauenbund in Bayern vom Augsburgener Weltbild-Verlag getrennt, dessen Zeitschrift ‚Frau im Leben‘ bislang allen KDFB-Mitgliedern mit einer Beilage als Verbandsblatt zugeht.

Der amerikanische Autor und Journalist Robert Cormier hat den *Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreis 1997* erhalten. Ausgezeichnet wurde der Jugendroman ‚Nur eine Kleinigkeit‘, der die Verführung eines Jungen zum Bösen thematisiert (siehe BERICHT).

## Italien

Der private katholische Radiosender ‚Radio Maria‘ ist in Italien im Aufwind. Bei der nationalen Quotenermittlung im Herbst 1997 erreichte der Sender einen Hörerzuwachs von 18,5 Prozent. Mit einer statistischen täglichen Hörerzahl von knapp 1,9 Millionen liegt der Sender damit auf Platz neun der beliebtesten nationalen Radiosender. ‚Radio Maria‘ wurde 1990 aus einigen lokalen Vorläufern zu einem landesweiten Anbieter ausgebaut. Mit einem Netz von 170 Sendestationen erreicht es auch entlegene ländliche Bereiche (siehe BERICHT).

Die Päpstliche Salesianeruniversität in Rom ist von der Deutsche Welle (Köln/Berlin) mit ei-

ner *Satellitenempfangsanlage* ausgestattet worden.

## Österreich

Der Weg für die *Radio-Pläne* der Erzdiözese Wien ist seit Mitte November 1997 frei: Die zuständige Regionalradiobehörde hat dem Antrag der Diözese auf eine eigene Lokalrundfunk-Lizenz für 'Radio Stephandsdom', das nach Angaben seiner Initiatoren kein „gehetztes Programm“ ausstrahlen will, stattgegeben. Als Erstinvestition für die Aufbauphase des Senders sind seitens der Erzdiözese bis zu 430.000 Mark veranschlagt.

*Österreichs älteste Wochenzeitung*, 'präsent' mußte ihr Erscheinen einstellen. Als Gründe nennt der Innsbrucker 'Tyrolia Verlag' ungenügende Abonnentenzahlen und zu hohe Kosten. Das 1892 von dem Brixener Prälaten Ämillian Schöpfer gegründete Blatt hieß zuerst 'Tiroler Volksbote'.

## Schweiz

Im Zuge der *Pressekonzentration* ist die St. Gallener Tageszeitung 'Die Ostschweiz', eines der letzten katholisch orientierten Blätter, eingestellt worden, wie vorher bereits das 'Baseler Volksblatt', das 'Aargauer Volksblatt' und 'Vaterland'. Vorerst nur ein schwacher Trost ist da die Meldung, daß die Genfer katholische Tageszeitung 'Le Courier' durch Leserspenden in Höhe von

300.000 Schweizer Franken gerettet werden und sogar mit 1.300 neuen Abonnenten ihre Auflage auf 7.300 steigern konnte. Angesichts steigender Kosten und sinkender Werbeeinnahmen stellt sich aber auch der 'Courier' auf neue wirtschaftliche Probleme ein.

*Die neue katholische Jugendzeitschrift* 'Lenz' in der Schweiz, die sich an junge Erwachsene richtete, hat ihr Erscheinen eingestellt. Nach nur zehn Monaten warf der Trägerverein 'Leute: Jugend mischt mit' (LJMIT) das Handtuch. Mangelnde Unterstützung durch die Kirche nannte *Lenz*-Redakteur Mats Staub als Grund für die Anfang November 1997 im LJMIT getroffene Entscheidung. Hingegen erhob der Schweizer „Jugendbischof“ Martin Gächter den Vorwurf, die 'Lenz'-Redaktion habe es offenbar nicht verstanden, mit den aktiven katholischen Jugendgruppen zusammenzuarbeiten. Das Schicksal des Blattes war besiegelt, nachdem die Jugendverbände und die Jugendseelsorger beschlossen hatten, 1998 eine eigene Zeitschrift herauszugeben.

Unter der Bezeichnung 'Shalom Channel Europe' (SCE) soll im April 1998 ein *jüdisches Fernsehprogramm* für Europa starten. Anlaß sei das 50jährige Bestehen des Staates Israel, wie die 'Jüdische Rundschau' in Basel berichtete. Das Fernsehen soll über Satellit und Kabel zu empfangen

sein. Das Programm soll in Französisch, Hebräisch und Englisch ausgestrahlt werden. Offen war noch, ob der Sitz des neuen Senders Paris oder Genf sein werde.

### Spanien

Die Region Europa der UCIP veranstaltet im September 1998 ihre *dritte Konferenz*, die der katholischen Kinder- und Jugendpresse gewidmet ist. Das Treffen steht unter dem Thema ‚Wie soll der Glaube in der katholischen Kinder- und Jugendpresse verkündigt werden?‘ und findet vom 17. bis 20. September in der spanischen Hauptstadt Madrid statt.

### Ungarn

*P. Dr. Laszlo Lukacs*, Pressesprecher der Ungarischen Bischofskonferenz, ist vom Vatikan mit

Wirkung vom 1. Januar 1998 für drei Jahre zum neuen Geistlichen Assistenten der Katholischen Weltunion der Presse (UCIP) ernannt worden. Er trat die Nachfolge von Msgr. P. Owens F. Campion (USA) an.

### Vatikan

*Papst Johannes Paul II.* hat die Medien aufgerufen, aktiv zu einer gerechteren Einschätzung und größeren Offenheit gegenüber den Probleme der Einwanderer und Flüchtlinge beizutragen. Die Medien hätten die Möglichkeit, Vorurteile abzubauen, aber auch Abschottung und Feindseligkeit zu fördern, die einer gerechten Integration im Wege stehen, betonte er in seiner Botschaft zum „Tag des Migranten 1998“.