

BERICHTE

Veränderte Verlagslandschaft - Buchverlage: Fusionen und Kooperationen

Auch wenn der »medienpolitische Urknall«, der mit Beginn des Jahres 1984 das Ende der leicht überschaubaren bundesrepublikanischen Rundfunklandschaft kennzeichnete, inzwischen längst Historie ist, hat die teilweise heftige Diskussion um die Zulassung von Rundfunkveranstaltungen privater Programmanbieter neben dem von den öffentlich-rechtlich verfaßten Rundfunkanstalten angebotenen Hörfunk und Fernsehen nur wenig nachgelassen. Von umwälzenden Veränderungen und in ihrem Ausmaß kaum abschätzbaren Folgen für die bestehende Medienlandschaft, gar für eine über Jahrhunderte gewachsene kulturelle Landschaft ist da die Rede. Resonanz ist beinahe jeder Meinungsäußerung sicher.

Verglichen damit sind die Veränderungen der bundesdeutschen Medienlandschaft auf dem Buchverlags-Sektor, etwas während des letzten Jahrzehnts, aber auch in den davorliegenden Jahren, nahezu »unter Ausschuß der Öffentlichkeit« erfolgt. Das Publikum hat von diesen Vorgängen wenig Notiz genommen. Hier wurde überhört, was aufmerksame Beobachter der Buchverlags-Szene seit geraumer Zeit beklagten: die zunehmende Anbindung bislang selbständiger Verlage an Großunternehmen. Und ungehört blieb auch die scharfe Kritik, daß die Verlage das herausragend Literarische zu wenig förderten, statt dessen das Streben nach Profit in den Mittelpunkt stellten. Daß die Konzentrationsbewegungen in der Buchverlags-Szene diese Entwicklung eher förderten als sie hemmten, erkannte schon der 1963 verstorbene Verleger Kurt Wolff. Im Blick auf die Fusionswelle, die damals ihren ersten Höhepunkt erreichte, formulierte er bereits: »Man wird im allgemeinen feststellen müssen, daß die Bücher der großen Autoren nicht bei den Monster-Unternehmungen erschienen sind und literarisch wichtige Bewegungen von kleinen Firmen, das heißt von individuellen Verlegern, getragen und entwickelt wurden«. Das Schlagwort von einer Verödung der Verlagslandschaft machte bald die Runde.

Ohne Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben und auch nicht als historische Aufarbeitung konzipiert, wird hier lediglich eine tour d'horizont unternommen, einige Verflechtungen, Fusionen und Kooperationen der gegenwärtigen Buchverlags-Landschaft näher zu bezeichnen, ergänzt durch ein paar Hinweise auf vermutete oder auch offen zutage liegende Gründe, weshalb es zu solchen Zusammenschlüssen gekommen ist.

Unter dem Dach des Mediengiganten Bertelsmann sind insgesamt rund 250 Unternehmen vereinigt. Das von Carl Bertelsmann 1835 im westfälischen Gütersloh als Verlag mit deutlich christlicher Prägung gegründete Unternehmen erlebte seinen großen Aufschwung nach dem Zweiten Weltkrieg mit dem Auf- und Ausbau des Buchclub-Geschäfts. Im Inland sind dies der Lesering, der Europaring, der Schallplattening und der Deutsche Bildungskreis, die von Gütersloh aus betrieben werden. Hinzu kommen noch die EBG Buch & Musik, wie die Europäische Bildungsgemeinschaft in Kornwestheim neuerdings firmiert, und die Deutsche Buch-Gemeinschaft in Darmstadt, an der das Haus Bertelsmann seit Beginn der siebziger Jahre mit 50 Prozent beteiligt ist.¹

Zu den Buchverlagen der Bertelsmann-Gruppe gehören unter anderem der auf Taschenbuchproduktion spezialisierte Wilhelm Goldmann Verlag, der Anfang der zwanziger Jahre in Leipzig gegründet wurde und heute seinen Sitz in München hat, und der Blanvalet Verlag (München), ein inzwischen fünfzig Jahre altes Unternehmen. Beteiligt ist Bertelsmann auch an dem Berliner Wolf Jobst Siedler Verlag, der politische, kulturgeschichtliche und geistesgeschichtliche Sachbücher und Reihenwerke publiziert.

Mit Bertelsmann in scharfer Konkurrenz liegt die Verlagsgruppe von Holtzbrinck, die ihren Hauptsitz in Stuttgart hat. Auch zu ihr gehören inzwischen mehrere Dutzend Unternehmen der Medienbranche, neben Buchgemeinschaften (Deutscher Bücherbund) auch Buchverlage, wie der vor hundert Jahren in Berlin gegründete S. Fischer Verlag, der heute in Frankfurt am Main ansässig ist, und der diesem angegliederte Wolfgang Krüger Verlag. Zu den Neuerwerbungen von Holtzbrinck in jüngerer Zeit zählt auch der weit über die Grenzen der Bundesrepublik hinaus bekannte Rowohlt Verlag, dem der zuvor übernommene Rainer Wunderlich Verlag, Tübingen, angefügt wurde. Darüber hinaus gibt es natürlich noch eine Vielzahl von Beteiligungen an anderen Verlagsunternehmen, so zum Beispiel am Münchener Kindler Verlag.²

Die Gründe, weshalb manch renommiertes Verlagshaus mit einem der großen Unternehmen kooperiert oder gar seine Selbständigkeit ganz aufgibt, sind sehr unterschiedlich. Gar nicht so selten ist von Bedeutung, daß der Verlagsinhaber, der seinem Unternehmen ein unverwechselbares Profil gegeben hat, keinen geeigneten Nachfolger für die Leitung seines Hauses findet. Eine solche Situation bestand beispielsweise 1980 bei der Droemerschens Verlagsanstalt Th. Knauer Nachf., als Willy Droemer seinen kurz nach der Jahrhundertwende in Berlin gegründeten Verlag an die Holtzbrinck-Gruppe verkaufte. Ähnlich war es, als der Salzburger Residenz Verlag Anfang 1984 von dem im Besitz der Republik Österreich befindlichen österreichischen Bundesverlag in Wien übernommen wurde. »Unabhängig von Alter und Gesundheit des Verlegers«, so Residenz-Verleger Wolfgang Schaffler, sollte ein Weg gefunden werden, den Bestand des Unternehmens zu sichern.

Aber nicht nur Bertelsmann und Holtzbrinck haben ihre beherrschende Stellung auf dem deutschen Buchmarkt durch den Erwerb anderer Verlage ausgeweitet, auch andere Verlagshäuser haben ihre Positionen durch Zusammenschlüsse zu festigen versucht. Eine der aufsehenerregendsten Fusionen der letzten Jahre war das Zusammengehen der beiden großen Lexikon-Verlage F. A. Brockhaus in Wiesbaden und des Bibliographischen Instituts mit Sitz in Mannheim Mitte 1984. Mit den Namen »Brockhaus« und »Meyer« stehen diese beiden Verlagshäuser für eine über 150jährige Lexikon-Tradition in Deutschland. Als einen der Gründe für einen Zusammenschluß nannten Brockhaus und Bibliographisches Institut (im Branchenjargon kurz BI genannt), daß der erforderliche Aufwand für den Einsatz neuer Informationstechniken heute von Unternehmen dieser Größenordnung allein nicht mehr erbracht werden kann. Zudem ist der Markt in der Bundesrepublik insbesondere für Großlexika sehr eng geworden, da weite Teile der Bevölkerung das praktikable und preiswerte Taschenbuch-Lexikon vorziehen.³

Nicht alle Zusammenschlüsse erregen beim Publikum gleichermaßen Aufmerksamkeit, für den Markt sind sie aber dennoch von großer Bedeutung. Und gelegentlich kommen sie auch Unternehmen zugute, die zuvor wirtschaftlich ungünstige Ergebnisse erzielten. Dafür ist der Manesse Verlag (Conzett & Huber, Zürich) ein eindrucksvolles Beispiel. Nach der Übernahme dieses Verlages durch die Deutsche Verlags-Anstalt in Stuttgart Anfang 1983 konnte Manesse ein respektables Umsatzplus vorweisen. Ob sich eine solche Entwicklung bei der Fusion der Ullstein-Buchverlage mit der Verlagsgruppe Langen-

Müller/Herbig für die einzelnen Programmbereiche ebenfalls einstellt, muß abgewartet werden.

Eine weitere Veränderung in der Buchverlags-Landschaft hat 1984 die Zusammenarbeit des Otto Maier Verlag in Ravensburg und des Kalenderverlags Heye ergeben. Der Heye Verlag will die technischen Möglichkeiten des europaweit führenden Herstellers von Spielen, Kinder- und Jugendbüchern sowie Taschenbüchern nutzen, während sich den Ravensburgern die Chance des Einstiegs in das Kalendergeschäft bietet.

Zu einem inzwischen kaum noch zu übersehenden Medienriesen hat sich auch die Ludwigshafener Rheinpfalz-Gruppe entwickelt, die seit 1981 ein deutliches Engagement im Buchbereich betreibt, zunächst durch eine Beteiligung über die zu ihr gehörende Pfälzische Verlagsanstalt Landau am Bibliographischen Institut und nun an der neuen BI/Brockhaus-AG, später dann durch die Übernahme fast sämtlicher Anteile an der Benziger AG (Zürich/Einsiedeln).

Bemerkenswert ist auch die Ausweitung der Verlagsaktivitäten des Bestseller-Autors und Verlegers Heinz G. Kosalik. Sein Hestia Verlag (Bayreuth) übernahm Mitte 1983 den Diana Verlag in Zürich und mit Beginn des Jahres 1984 den traditionsreichen Wiener Paul Neff Verlag.

Zu den jüngsten Veränderungen in der Buchverlags-Szene hat der Erwerb der Mehrheitssanteile an dem Wiener Paul Zsolnay Verlag durch Ernst Leonhard, den geschäftsführenden Gesellschafter der Deutschen Buch-Gemeinschaft und Inhaber der Buchdruckerei und Binderei May & Co., geführt, mit dem er seit vielen Jahren im Lizenzbereich eng kooperiert.

Einer der Gründe für die nun schon über viele Jahre anhaltende Konzentrationsbewegung innerhalb der Verlagsbranche ist sicherlich dadurch gegeben, daß kleinere Unternehmen im Rahmen des sich ständig verschärfenden Wettbewerbs von ihrer finanziellen Ausstattung her nicht in der Lage sind, der wachsenden Konkurrenz auf dem Markt standzuhalten. So ergibt sich gelegentlich geradezu zwangsläufig die Situation, sich größeren Partnern anschließen zu müssen, wenn nicht der Weg in Richtung Kleinverlag gewählt wird, dem es dann allerdings häufig verwehrt ist, beim Publikum bereits bekannte und hohe Auflagen garantierende Autoren unter Vertrag zu nehmen, da sie sich mit ihren Werken bei Großverlegern besser aufgehoben fühlen, zumal diese die entsprechenden Geldmittel für die Werbung aufbringen können und so für hohe Absatzzahlen sorgen, die wiederum den Erlös für den Buchautor steigern. Daß damit trotz aller gegenteiliger Beteuerungen häufig eine Abnahme der Vielfalt der unterschiedlichen Buchproduktionen einhergeht, ist zwar beklagenswert, in der gegenwärtigen Situation zunächst aber einmal als Faktum hinzunehmen - wenngleich keineswegs als unabänderliche Gegebenheit anzusehen.⁴

Eine gewisse Verarmung der deutschsprachigen Verlagslandschaft ist in den zurückliegenden Jahren auch aufgrund von Konkursen entstanden, die durch fehlende Finanzen und/oder Mängel in den Führungspositionen, gelegentlich auch durch eklatante Falsch einschätzungen des Marktes ausgelöst wurden. Zu Unternehmen, die in die Pleite gerieten, gehörten beispielsweise der Wiener Fritz Molden Verlag, der überwiegend schöngeistige Literatur publizierte, und der im norddeutschen Oldenburg ansässige Stalling Verlag (gegründet 1789) mit seinen renommierten Büchern für Kinder und über maritime Themen.

Die Bestrebungen der verschiedenen Buchverlage, sich durch Konzentration der Kräfte gegen kaum oder nur schwer kalkulierbare äußere Einflüsse zu wappnen und so die Grundlagen für langfristige Unternehmenssicherungen herbeizuführen, beschränkten

sich im deutschsprachigen Raum bislang im wesentlichen auf Zusammenschlüsse inländischer Verlagsunternehmen. Um so mehr Aufmerksamkeit erregte deshalb das Engagement des international t\$\$tigen Medienunternehmens Gutenberghus Group,⁵ als es Mitte 1985 den Franz Schneider Verlag, M\$\$nchen, erwarb.

Franz Schneider, dessen Verlag zu den Marktf\$\$hrern auf dem Jugendbuchsektor z\$\$hlt, hatte, da sich keine Nachfolgeregelung aus der Familie ergab, 1984 die Leitung seines Unternehmens dem mit F\$\$hrungsaufgaben und dem internationalen Verlagsgesch\$\$ft bestens vertrauten Gert Frederking - zuvor unter anderem bei Molden und Goldmann t\$\$tig - als gesch\$\$ftsf\$\$hrendem Verleger \$\$bergeben. Damit schien der in anderen F\$\$llen oft praktizierte Verkauf des Verlages und sein Aufgehen in einer gr\$\$oeren Einheit ausgeschlossen. Man konnte zu der Meinung gelangen, da\$\$ hier ein Weg gefunden worden war, sich den Problemen zu stellen, die die f\$\$r Jugendbuchverlage teilweise schwierige Marktsituation mit sich gebracht hat, indem ein J\$\$ngerer mit neuen Ideen einen neuen Aufbruch wagte. Aber diese Einsch\$\$tzung trog, denn kaum ein Jahr sp\$\$ter erfolgte dann doch der Verkauf an die Kopenhagener Gutenberghus Group, wodurch sich sowohl f\$\$r Schneider als auch f\$\$r das d\$\$nische Unternehmen aufgrund der vielf\$\$ltigen internationalen Kontakte erfolgsversprechende Zukunftsperspektiven erdffnen. Ob allerdings auch hier wieder die Beteuerungen, keine Kurs\$\$nderungen in der Programmarbeit des renommierten Jugendbuchverlages vorzunehmen, Bestand haben, mu\$\$ sich erst noch erweisen⁶.

Wie dieser grobe und keineswegs vollst\$\$ndige \$\$berblick \$\$ber verschiedenartigste Formen des Zusammengehens von Verlagen mit zum Teil ganz unterschiedlichen Buchprogrammen deutlich macht, sind in der bundesdeutschen Verlagslandschaft in den zur\$\$ckliegenden Jahren bemerkenswerte Ver\$\$nderungen eingetreten, mit im Einzelfall nicht unerheblichen Auswirkungen auf die Buchproduktion. Viele der von den Grooen der Branche \$\$bernommenen Verlagsh\$\$user haben dabei nicht selten ihre bisherigen Buchprogramme nach den Ma\$\$st\$\$ben der »Monster-Unternehmen« ausgerichtet.

Die Gefahr ist tats\$\$chlich nicht gering, da\$\$ eine fortschreitende Konzentration im Verlagswesen zu einer Verodung der Buchverlags-Landschaft f\$\$hren kann. Die Leidtragenden w\$\$rden in jedem Fall die Literaturliebhaber sein. Zwar w\$\$rden sie auch weiterhin eine j\$\$hrlich steigende Flut von Neuerscheinungen auf dem B\$\$chermarkt erleben, f\$\$r die Kulturpessimisten wohl schon heute das Etikett 'schnell verk\$\$ufliche und hohe Erl\$\$se garantierende Druckerzeugnisse' bereithalten, aber das literarisch Wertvolle k\$\$nnte darin leicht untergehen, weil es nicht so gef\$\$rdert wird, wie es ihm eigentlich zukommt. Auf keinen Fall ist aber zu \$\$bersehen, da\$\$ trotz aller Konzentrationsbewegungen noch immer eine auoerordentlich grooere Anzahl von Verlagen ihre Selbst\$\$ndigkeit bewahrt hat und literarisch wichtige Titel mit zum Teil erheblichem Aufwand auf den Markt bringt.

Walter Gauer (K\$\$ln)

Anmerkungen

1 Bertelsmann hat das Club-Gesch\$\$ft auch auf das Ausland ausgedehnt. Nachdem 1962 die Arbeit in Spanien mit einem Buchclub aufgenommen worden war, folgten weitere Aktivitt\$\$ten unter anderem in Portugal, Italien und in den Niederlanden sowie in \$\$bersee. Das Flugschiff der ausl\$\$ndischen Bertelsmann-Club-Unternehmen ist in Frankreich der gr\$\$oeste Buchclub: France Loisirs mit rund 4,5 Millionen Mitgliedern; Filialen werden in Belgien, Kanada und der Schweiz unterhalten.

2 Ende 1985 hat die Verlagsgruppe von Holtzbrinck ihre Verlagsaktivitt\$\$ten auch in die USA ausgedehnt. Von dem US-amerikanischen Medienkonzern CBS wurde von dessen Konzernt\$\$chtern der auf Belletristik und Sachbuchproduktion spezialisierte Verlag Holt erworben. Das Bertelsmann-Engagement in den USA reicht bereits in die siebziger Jahre zur\$\$ck. Damals wurde das New Yorker Verlagshaus Bantam Books erworben.

3 Neben dem neuen Unternehmen Brockhaus/BI sind noch zwei weitere potente Produzenten und Anbieter auf dem bundesdeutschen Lexikon-Markt: Bertelsmann und Herder. Der j\$\$ngste dieses nun zum Trio geschrumpf-

ten Quartetts ist Bertelsmann. Im Hause Bertelsmann in Gütersloh begann man Anfang der fünfziger Jahre mit dem Aufbau der Lexikon-Arbeit und konnte 1953 den ersten Band eines mehrbändigen Lexikons auf den Markt bringen. Inzwischen gehört Bertelsmann zu einem der Marktführer der Branche. Die Lexika aus dem Freiburger Verlagshaus Herder können gegenüber Bertelsmann auf eine rund hundert Jahre längere Geschichte und Lexikon-Erfahrung zurückblicken. »Herders Conversations-Lexikon« erschien in erster Auflage zu Beginn der fünfziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts. Dieses damals in fünf Bänden erschienene Werk, dem bis heute viele Auflagen in erweiterter Form gefolgt sind, war bewußt als weltanschaulicher Typ eines Konversationslexikons konzipiert. Elemente christlicher Kultur, speziell katholischer Ausprägung, fanden hier stärkere Berücksichtigung als im »Brockhaus« oder »Meyer«.

4 Die hier aufgeführten Fusionen, Kooperationen und so weiter beziehen sich alle auf Verlage, die überwiegend Belletristik und Sachbücher produzieren. Die Konzentrationsbewegungen betreffen aber auch Wissenschafts-, Schulbuch- und Fachverlage. Zu verweisen ist in diesem Zusammenhang zum Beispiel auf die Übernahme des in Schwierigkeiten geratenen Baseler Birkhäuser Verlages (gegründet 1879) im vergangenen Jahr durch den wissenschaftlichen Springer-Verlag, auf die Verflechtungen der Verlagsgruppe Cornelsen, Velhagen & Klasing (Berlin/Bielefeld) und der Verlagsgruppe Schwann-Bagel (Düsseldorf) und an die Expansionsbestrebungen der Verlagsgesellschaft Rudolf Müller in Köln.

5 Die Kopenhagener Gutenberghus Group nimmt die wirtschaftlichen Interessen der Egmont H. Petersen Stiftung wahr, die Mittel für wohltätige Zwecke bereitstellt.

6 Aufgrund unüberbrückbarer Gegensätze zwischen ihm und der Konzernleitung ist Gert Frederking Ende August 1986 aus dem Unternehmen ausgeschieden.

Der reisende Papst: Ist das Medium die Botschaft?

Es ist überall dasselbe Ritual. Die Flugzeugtür öffnet sich, der Papst tritt mit großer Geste heraus. Er küßt den Boden des Gastlandes. Irgendwann folgt dann das unvermeidliche Bad in der Menge: ein Papst zum Anfassen. Obwohl man sich mittlerweile an diese Bilder gewöhnt hat, ist alles das, was da geschieht, doch von einem unerhörten Neuigkeitswert. Ob es nur das ist, darüber streiten sich die Geister. Für die einen ist es ein Abdriften in leere Repräsentanz und Showbusiness, für andere wiederum gleich der Beginn einer neuen Ära und eines neuen päpstlichen Selbstverständnisses. Auf jeden Fall sind die Reisen des Papstes ein Medienereignis erster Ordnung. Dutzende von Fernsehkameras folgen dem Papst auf Schritt und Tritt und bannen jede seiner Gesten. So wird eine Veranstaltung, der ohnehin schon Hunderttausende beiwohnen, noch einmal multipliziert und in die Wohnungen von Millionen von Menschen übersetzt.

Der italienischen Zweimonatsschrift »Mass Media« (Ausgabe Nr. 1, Januar/Februar 1986) kommt das Verdienst zu, den vielfältigen Aspekten einer solchen Veröffentlichung des Papstamtes nachgegangen zu sein. Denn in der Tat sind die Reisen des Papstes nicht nur eine Frage, die ins Terrain der Pastoraltheologie fällt. In ihnen scheint sich auch kommunikationstheoretisch ein Paradigmenwechsel anzudeuten. In »Mass Media« haben es acht Autoren auf 60 Seiten unternommen, diese Annahme zu überprüfen. Dabei sind Studien ganz unterschiedlichen Charakters und unterschiedlicher Gewichtigkeit herausgekommen, die hier teils kursorisch, teils ausführlicher dargestellt werden sollen.

Der Herausgeber Gino Agnese weist zunächst darauf hin, daß nicht erst Johannes Paul II. ein reisender Papst sei. Es ist bereits ein wenig aus dem Bewußtsein geschwunden, daß auch Paul VI. immerhin neun kürzere Reisen unternommen hatte. Mit Johannes Paul II. ist allerdings erstmals die Idee der päpstlichen *stabilitas* in Frage gestellt. »Der Papst ist traditionellerweise das feste Zentrum der Kirche, der beständige Bezugspunkt des Glau-

bens, der Fixstern und das höchste Tribunal der kontroversen Theologien. Und er ist ein Souverän.« (3). Sprechenden Ausdruck findet diese Ikonographie des Papstamtes im Symbol der Kathedrale. Ein Papst, der sich während eines Großteils des Jahres örtlich nicht im Zentrum, sondern an der Peripherie befindet, muß Irritationen auslösen.

Allerdings kann er sich auf die Praxis Jesu berufen, der »un uomo sempre in viaggio« (4) war und erst auf Golgotha Ruhe fand. Jesus ist immer in Bewegung, die Leute müssen ihm folgen, um ihn zu hören. Darf man sich von dem neuen Bild eines reisenden Papstes »eine neue Weise, den Glauben zu leben, die der antiken näher ist« (4), erhoffen?

Luigi Accattoli, Journalist und »Vatikanspezialist« des Corriere della Sera, erfüllt im wesentlichen die Aufgabe eines Chronisten. Er untersucht in einer klaren Übersicht die päpstlichen Reisen, wie sie sich als Kommunikationsereignis darstellen. »Kommunikation« meint hier weniger den Aspekt des Reisens als Instrument der innerkirchlichen Begegnung, als vielmehr einer Gelegenheit zur öffentlichen Präsentation des Wesens der katholischen Kirche. Insofern fragt Accattoli nach den Rezeptionsmodalitäten der öffentlichen Meinung. Der Papst, der nach eigenen Worten bereit ist, überall hin zu reisen, hat in seinen bisher 28 Auslandsreisen (gesehen vom Erscheinungsdatum »Mass Media« her) fast alle wichtigen Länder dieser Erde bereist, sofern sie nicht durch ein politisches Veto die Tore geschlossen hielten. Der Papst versteht seinen Auftrag als eine einzige unermüdete Missionsreise, deren Verkündigungsfeld die ganze Welt ist. Accattoli erweist sich nun in der Zusammenfassung der Papstreisen als ein aufmerksamer Beobachter. Schlaglichtartig hält er sprechende Eindrücke und Momente fest, die den »Wojtyla-Effekt« und den »massappeal« des Papstes belegen. Zum Schluß seiner Ausführungen geht er auf das stets gleichbleibende Ritual, die Routine und die daraus resultierende Müdigkeit und Kritik der publizistischen Beobachter ein. Von Rom aus gesehen haben die Reisen unvermeidlicherweise den Charakter der Wiederholung. Sieht man diese Reisen aber mit den Augen derer, die den Papst empfangen, so gewinnen sie immer neue Einmaligkeit. Nicht nur dem Umfang, sondern auch dem Gewicht nach ist der Beitrag von Derrick de Kerckhove herausragend zu nennen. Aus der Schule Marshall McLuhans kommend, lehrt er heute an der Universität von Toronto. Dem Essay stellt er ein Zitat seines Lehrers voran: »... Der Papst als Bürokrat ist obsolet. Aber als 'Darsteller' ist er wichtiger denn je.« Diesen Satz versucht de Kerckhove zu beweisen und kommt dabei zu dem Schluß, daß die kommunikative Rolle, die Papst Johannes Paul II. spielt, von unersetzlichem Wert für die Menschheit als Ganzes ist: »Heute ist der römische Papst eine der wenigen Personen, die sich einer planetarischen Identität rühmen können. Vielleicht die einzige.« (44). Der Papst (oder besser: das Bild, das es von ihm gibt) gehört keiner physischen Nation an; er hat eine spirituelle Bedeutung. Er demonstriert und macht spürbar, daß die Menschheit, bei aller kulturellen und sozialen Verschiedenheit, eine Einheit ist. Diese Bedeutung kommt dem Papst nur durch und mittels der elektronischen Medien zu, auf deren Tastatur der Möglichkeiten er meisterhaft zu spielen weiß.

Eine kleine Anekdote rückt ins Licht, wie sehr die elektronischen Medien die Welt der Kommunikation verändert haben; de Kerckhove schildert eine persönliche Beobachtung. In Mailand ist er Zeuge einer Kundgebung mit dem Papst. Der Papst erscheint auf dem Balkon eines Hauses und spricht zu den Menschen. Ein Stück entfernt von dieser Szene hat sich eine Gruppe von Menschen vor einem Fernsehgerät versammelt. Sie folgen der »HiFi«-Wiedergabe der Papstkundgebung, ziehen es also mithin vor, das Bild statt der lebenden Person zu betrachten, die ein paar Meter weiter zu sehen und zu hören wäre. Es gibt also in irgendeiner Weise »mehr« zu sehen, wenn der Papst in der elektronischen Ver-

mittlung auftritt. Dieses Plus interessiert de Kerckhove. Warum ist die Bildschirmpräsenz des Papstes »realer« als die reale?

Die Antwort von de Kerckhove: Der Papst »ist eine Person und gleichzeitig eine kollektive Ikone« (25), ein Mythos, in dem sich viele private, öffentliche, persönliche, soziale und spirituelle Elemente versammeln. Dieser Charakter transzendiert die rein physische Präsenz. Der Überhang aber scheint im Medium Fernsehen auf. Hier hat der Papst nicht nur einen physischen Körper, sondern einen »copo bionico«, wie de Kerckhove formuliert: »Im Fernsehen wird ein Mensch 'bionisch', er hat eine Ausdehnung, die so weit reicht wie die Fernsehbilder.« (25).

Die modernen Medien haben das menschliche Leben in tiefgreifender Weise verändert. Davon ist auch der Bereich der Religion nicht verschont geblieben. »Im Horizont des elektronischen Zeitalters identifiziert man die religiöse Kommunikation nicht mehr mit geschriebenen Botschaften und Enzykliken, wohl aber ist es angebracht, die eigene Präsenz mit größtmöglicher Unmittelbarkeit - um nicht zu sagen Intimität - anzubieten, und mit seiner Botschaft an den neueröffneten Möglichkeiten durch die Medien teilzunehmen.« (25). Obwohl durch die Vermittlungskraft des Fernsehens im Grunde genommen niemand mehr zu reisen bräuchte, zwingen die Medien paradoxerweise die Träger öffentlicher Macht zu eben diesem anachronistischen Tun, damit sie ihre Mission erfüllen können. Es geht um die Unmittelbarkeit und Intimität, die anders nicht zu erlangen ist.

Wenn der Papst im Fernsehen erscheint, umgibt ihn eine »elektronische Aura«, eine Art Omnipräsenz, eine wunderbare Bildvermehrung. Der Papst ist nicht nur bei den Leuten, die er besucht, er ist bei allen gewissermaßen im Haus, die am Mediengeschehen teilnehmen. Diese elektronische Aura erinnert in vielem an die Aureole der mittelalterlichen Heiligen. Auch sie war in erster Linie ein Zeichen der Auserwählung. Wie der Heiligenschein, so kommt auch die elektronische Aura nicht jedermann zu, der gerade vor Kamera und Mikrofon gerät. Sie ist ein modernes Symbol für eine kollektive Erwartung. Der Papst als Träger dieser Aura nimmt - indem er sich auf den Mythos und das Spiel der Medien einläßt - die Chance wahr, eine spirituelle Botschaft durch seine Person sinnlich wahrnehmbar zu machen und damit zu verkündigen.

Diese eher grundsätzlichen Erwägungen vertieft de Kerckhove nun, indem er sie anwendet und fragt: Worin besteht denn die Chance für den Papst konkret? Dazu weist er auf den Zustand einer getrennten Christenheit hin, der nach wie vor eine übergreifende Identität fehlt. De Kerckhove bezieht sich auf die These einer Reihe von Wissenschaftlern (McLuhan/Eisenstein, u. a.), wonach das Ereignis der Reformation in einer engen Beziehung zur Erfindung des Buchdrucks zu sehen ist. Die Römische Kirche war - dieser These zufolge - zur Zeit der Reformation eine unpersonale und uniforme Bürokratie. Bis zur Erfindung des Buchdrucks wurde die religiöse Kommunikation durch die kleine Gruppe jener gesichert, die zu schreiben und zu lesen verstanden und dem Volk die Botschaft aus Rom verkünden konnten. Die Botschaft entsprang einer nicht weiter zu diskutierenden Autorität, sie war zu »hören« und in der Haltung des »Gehorsams« entgegenzunehmen.

Mit der Erfindung des Buchdrucks wuchs die Zahl der Leser. Der Zuwachs von Lesenden bedeutete auch einen Zuwachs von Interpreten und damit möglichen Dissidenten und Protestanten. »So war es eine der ersten Wirkungen der Erfindung Gutenbergs, daß sich die Kirche in zwei Funktionen aufteilte: die der katholischen 'Hörer' und die der reformatorischen 'Interpreten'.« (28) Indem allerdings die »Alphabeten« mit Hilfe des Buchdrucks das Evangelium in einer nie gekannten Dichte verbreiteten, förderten sie damit paradoxerweise einen ganz anderen Prozeß. Das gedruckte und weitgehend von der mündlichen Weiter-

gabe losgelöste Wort wurde zu einer Materie des reinen Denkens, das Christentum mithin in noch forcierterer Weise zu einer Buchreligion. »Der christliche Glaube begab sich sehr schnell in den Rachen des Buches und vom Herzen in den Geist.« (29) Die Römische Kirche wurde durch den unerwünschten Zuwachs freier Interpreten dazu gezwungen, in einem gegenreformatorischen Prozeß ihre Autorität zu festigen und zu verteidigen. Das ist cum grano salis die Situation, unter der die christliche Kirche bis heute stand.

Nach Ansicht van de Kerckhove scheint sich nun durch besondere Umstände eine neue Situation zu ergeben. Seine Mutmaßungen faßt er in der provokanten Kapitelüberschrift »Wiedervereinigung der Kirche: Ökumenismus via Elektronik« (29) zusammen. Was ist damit gemeint? Papst Johannes Paul II. ist der erste Papst, der die volle Bedeutung der Medien verstanden hat und sich ihrer bedient, um seine physische Präsenz zu integrieren und auszudehnen, soweit es mit diesen Mitteln möglich ist. Der Papst reist nicht, um einer begrenzten Anzahl von Menschen direkt begegnen zu können, sondern um dank der suggestiven Kraft der Medien die größtmögliche Anzahl von Menschen zu bewegen. Dabei existiert zwischen dem Papst und den Medien eine Art von Symbiose. Die Medien sind jederzeit auf der Suche nach den mythischen Bildern, den sinnlichen Sensationen. Sie wissen, daß sie mit dem Papst das größte nur mögliche Spektakulum haben können, das denkbar ist. »Wohin er geht, spielt er die Rolle des Löwen.« (31) Die Medien können auf den Papst nicht verzichten, und der Papst kann auf die Medien nicht verzichten.

Auch in seiner theoretischen Auseinandersetzung mit der Wirklichkeit des Mediums Fernsehen verzichtet der Papst weitgehend auf das allfällige kulturkritische Lamento. Er sieht in ihm vielmehr eine bedeutende Möglichkeit spiritueller Kommunikation. »Diese Tatsache hat eine enorme Bedeutung; es wäre der erste Papst, der eine Revolution erkennt in dem Augenblick, in dem sie geschieht; während die Kirche aus einem mißverstandenen Konservatismus heraus bis jetzt immer den Zug verpaßt und jedesmal in eine Katastrophe hineingeriet ... wie zur Zeit der Reformation.« (32)

Der Papst sieht also im Fernsehen eine spirituelle Chance, um das verlorene Gleichgewicht zwischen Materialismus und einem spirituellen Wertdenken wiederherzustellen. Dieses Medium wird von Menschen benutzt, die sozusagen erneut zu Analphabeten geworden sind, denen man in der Sprache der Bilder etwas sagen muß, weil sie in der Bedeutung der Worte nicht mehr zugänglich sind. Eben diese Bilder weiß der Papst zu schaffen. Das Fernsehen, das auch die geringste menschliche Regung in Großaufnahme festhält, zeigt einen Papst ganz von der menschlichen Seite. Wenn er auf eine Gruppe von Menschen zugeht, suggeriert das Fernsehen auch ein persönliches Zugehen auf den Zuschauer. »Für ein Publikum, das immer weniger gewohnt ist, die Bedeutung der Worte zu entziffern, ist der Papst 'in persona' alles.« (33f.) So ist der Papst vielleicht auch weniger wirksam durch das, was er sagt, als durch das, was er ist.

So kann de Kerckhove zusammenfassen: »Dank einer Anzahl von Faktoren, worunter ihre tausendjährige Existenz, ihre Ausdehnung über den ganzen Erdkreis und heute ihre dynamische Repräsentation im Fernsehen fallen, ist die Römische Kirche - ungeachtet einiger lokaler separatistischer Tendenzen - universal wie sonst kein säkularer oder spiritueller Organismus. Im Gegensatz zu anderen Religionen und Kulturen bietet die Kirche Roms auch Elemente der Identifikation für die reformierten Kirchen, im Sinne eines von christlicher Brüderschaft getragenen moderaten Ökumenismus. Deren Haupt, der Papst, inkarniert das Christentum in seiner kollektiven Identität, in seiner alten und vollkommenen Gestalt.« (35). In diesem Sinn ist der Papst in einer Zeit der zerbrechenden Herrschaft des Buches eine neue Manifestation in Richtung Einheit. Durch seine Gesten und Zeichen übt er auf Glaubende und Nichtglaubende eine unmittelbare ökumenische Wirkung aus.

Diese These wird nicht unwidersprochen bleiben, und de Kerckhove setzt sich selbst im weiteren Fortgang seines Beitrages (den wir hier nicht weiterverfolgen wollen) mit verschiedenen Einwänden auseinander. So behandelt er unter anderem auch die Frage, ob die Verkündigung des Evangeliums unter diesen Bedingungen nicht zum Spektakel verkommt.

Der verhältnismäßig kurze Beitrag von Victor Alexandre heißt »Kurzes Inventar der Bilder«. Alexandre versucht, das Phänomen des reisenden Papstes in den Topoi »Seßhaftigkeit« und »Nomadismus« zu begreifen.

Ein anderer Beitrag, von Rocco Buttiglione, verdient Aufmerksamkeit, weil er neben Erkenntnissen, die deutlich aus der McLuhan-Schule kommen, Ansätze der Narrativen Theologie verarbeitet. Die Frage ist hier einmal mehr: Wie kann der Glaube nach dem Paradigmenwechsel vom Buchstaben zum Bild beim modernen Menschen anknüpfen? Durch die elektronische Multiplikation des Papstes in seiner Begegnung mit Menschen der verschiedensten Kulturkreise ist eine neue Repräsentanz des Christlichen entstanden, die wieder in Bildern und Zeichen redet. Diese Vermittlung knüpft an die Praxis Jesu und des Evangeliums an. Das Christentum ist ein Ereignis oder zumindest die Erzählung eines Ereignisses. Damals wie heute haben die Verkünder des Evangeliums mit den Schriftgelehrten zu tun. Diese meinen, der Glaube sei in erster Instanz eine Lehre oder Moral. Der Papst verhilft dem Evangelium zu Wirksamkeit in unserer Zeit, indes er es als eine Begegnung vermittelt. Buttiglione setzt sich auch mit dem Einwand auseinander: »Sie sehen ihn und jubeln ihm zu. Aber sie hören ihn nicht.« Auch Jesus konnte nicht alle ihm begegnenden Menschen zu unmittelbarer Gefolgschaft bewegen. »Der Papst bietet die Möglichkeit zu einer Begegnung an und pflanzt einen Samen in das Bewußtsein. Die Zukunft dieses Samens hängt ab von der Freiheit der Person und ihrer Geschichte und auch der anderen Begegnungen, die folgen werden. Wenn er einer christlichen Gemeinschaft begegnet, Priestern, Männern und Frauen, die fähig sind, die Entwicklung dieses Samens zu fördern ... wird er auch fähig werden, die moralischen und intellektuellen Konsequenzen zu tragen.« (55)

Das Heft enthält zwei weitere Beiträge, ein Interview mit dem Kommunikationswissenschaftler Abraham Moles und einen Kommentar des Kaliforniers Percy H. Tannenbaum, der gewissermaßen als außenstehender Beobachter spricht.

Aus »Communicatio Socialis« wird außerdem auszugsweise der Beitrag von Giso Deussen über eine »anthropologische Wende« in der kirchlichen Soziallehre zur Massenkommunikation in italienischer Übersetzung nachgedruckt (18: 1985, 94 - 116).

Bernhard Meuser (Aachen)

Internationale Christliche Fernsehwoche 1986

Rund 240 Drehbuchautoren, Regisseure, Produzenten und Programmverantwortliche aus 21 Ländern trafen sich vom 8. - 14. Juni 1986 zur 9. Internationalen Christlichen Fernsehwoche von UNDA und WACC in Mainz. Das Zweite Deutsche Fernsehen stellte sein Kongreßzentrum und seine Organisation zur Verfügung, um den Teilnehmern die Bewältigung des Mammutprogramms zu ermöglichen. Denn neben 40 TV-Sendungen mit einer

Laufzeit von etwa 24 Stunden gab es noch zehn Beiträge außer Konkurrenz, fünf Empfänge, Morgenmeditationen, Besichtigungen, einen ökumenischen Gottesdienst, eine Diskussion mit Neil Postman und ein Abschiedsfest durchzustehen, bevor am Samstag im Schloß Herrnsheim bei Worms der Jurybericht verlesen und die Fernsehpreise vergeben wurden.

Masse statt Klasse? Die fünfköpfige internationale Jury unter dem Vorsitz von Frau Prof. Dr. Catharina Halkes von der Universität Nijmegen stellte in ihrem Abschlußbericht fest, »daß laufende Programme der letzten drei Jahre in mehreren Ländern mehr interessante und relevante Sendungen enthielten, als der Wettbewerb erkennen ließ. Die Mitglieder der Jury fragten sich bisweilen, wo finden wir die großen zeitgenössischen Themen (zum Beispiel der internationale Frieden, die Atomwaffenfrage, die Rechte der Frauen, die Lage der Minderheiten überall auf der Welt, die schweren Umweltprobleme unserer Zeit)? Diese Themen waren unterrepräsentiert.«

Was bekamen nun die Teilnehmer zu sehen? Es waren fast alle Programmformen vertreten, die man sich denken kann: Dokumentation, Meditationssendungen, Fernsehspiele, Musikprogramme, Gottesdienste, Interviews, Kindersendungen undsoweiter. Dies erschwerte dem Betrachter den kritischen Vergleich, da die Vorführungen bunt gemischt waren. Sehr häufig beschäftigten sich die Programme mit der Situation in der »Dritten Welt«. Selten nur wurden die eigenen gesellschaftlichen Verhältnisse reflektiert. Auffällige und außergewöhnliche, ja fast »exotische« Personen und Geschichten wurden bevorzugt, das Alltägliche und Normale der Menschen wurde kaum gezeigt. Auch hier zeigte sich, daß das Fernsehen von Sensationen lebt und daß es sehr schwer ist, die Wirklichkeit interessant darzustellen. Die Jury kritisierte in ihrem Bericht, daß bei etlichen Beiträgen der professionelle Standard unterschritten sei: »Nicht wenige Sendungen im Wettbewerb verraten eine ungenügende Berücksichtigung der Spezifik des Fernsehens als eines visuellen Mediums mit bewegten Bildern. Sie sind wortlastig und sie zeigen zu wenig von dem, wovon sie eben nur sprechen.«

Trotz dieser negativen Anmerkungen wurden fünf Beiträge mit dem Fernsehpreis der Internationalen Christlichen Fernsehwoche ausgezeichnet und drei Programme lobend erwähnt. In den Begründungen wurde deutlich, wo die Jury inhaltliche und formale Schwerpunkte setzte und was für sie ein »christliches« oder »religiöses« Fernsehen bedeutet. Deshalb die Entscheidungen der Jury im Wortlaut:

SANNE (Teil 3) IKON - Television, Niederlande:

»Sanne« ist ein mit einfachen finanziellen und technischen Mitteln (Video) produziertes Fernsehspiel. Es widmet sich auf eindrückliche Weise einem politischen Konflikt, der zugleich ein persönlicher ist. Die Stationierung von Atomwaffen und der Protest dagegen sind Anlaß für Menschen verschiedenen Alters und Standpunktes darüber zu streiten, welche Mittel der Auseinandersetzung in der Demokratie legitim und effektiv sind. Dieser Streit reicht tief in die Gesellschaft der einzelnen Familien hinein. Hier sind zum Beispiel eine Mutter und eine Tochter betroffen. Das Fernsehspiel stellt den Konflikt spannend und in großer Offenheit und Glaubwürdigkeit dar, so daß die Meinungen, Verhaltensweisen und Motive von Menschen besser zu verstehen sind. Hervorzuheben ist vor allem das exzellente Schauspiel in den Rollen der jugendlichen Protagonisten.

MOEDER VAN EEN GROOT GEZIN - KRO - Television, Niederlande:

Die Jury war tief bewegt von dem Film »Moeder van een groot gezin«, der von der KRO-Television der Niederlande produziert wurde. Das Programm hat authentischen und ehrlichen Charakter. Wir sind davon überzeugt, daß viele Eheleute und besonders verheiratete

te Frauen in den gezeigten Gesprächen ihre persönliche Geschichte und den Einsatz für eigenes christliches Gewissen, das sie selbst verantworten können, wiederfinden. (Thema des Beitrags: Familienplanung, verantwortete Elternschaft und Kirche. d. Verf.) Diesen Prozeß fanden wir am Ende des Film symbolisiert: Die Türen zum Baptisterium schlossen sich langsam.

ONE MORE RIVER - Scottish Television plc:

»One more river« erzählt die Geschichte einer starken christlichen Persönlichkeit, einer Frau, die sehr erfolgreich darin war, in einem lebenslangen Versuch mit anderen Menschen unter schwierigsten Umständen die christliche Botschaft wahrzumachen. Die Geschichte verbindet Vergangenheit und Gegenwart - sie wird in einer informativen, bewegenden Weise dargeboten. Obwohl »One more river« eine sehr ernste Sendung ist, hat sie doch einen hohen Unterhaltungswert. Die Jury sieht »One more river« als eine hervorragende Dokumentation auch für ein breites Publikum an.

SHADOWLANDS (EVERYMAN - SERIE) - British Broadcasting Corporation (BBC):

Die brillante Darstellung der Schauspieler, das gehaltvolle, aber klug bemessene Drehbuch, die vorzügliche Realisierung der Schauplätze und der Spiel-Zeit und viele bewegende Augenblicke dürften dafür sorgen, daß die Botschaft des Stückes von sehr vielen Menschen unterschiedlicher Herkunft und unterschiedlichen Zugangs leicht und richtig verstanden werden kann: Leben ohne Liebe ist kein Leben. Selbst der Tod zerstört die Liebe nicht. Der Protagonist, der Autor Lewis, unternimmt auf einem dramatischen Weg den Versuch, die Liebe zu retten. »Shadowlands« gibt ein Beispiel für eine Fernsehserie, die Amüsement und Erkenntnis verbindet. Dieser Beitrag der BBC wurde von den Teilnehmern der Fernsehwoche mit großer Mehrheit als bestes Programm gewählt.

WHERE THE POPE IS A COMMUNIST AND THE BISHOP IS A GUERRILLA - Radio Telefís Ireann (RTE), Irland:

Das von der Radharc Film produzierte Programm wurde ausgestrahlt von RTE. Es zeigt die erschreckende Wahrheit über die Grausamkeiten, die in Guatemala von der US-amerikanisch unterstützten Regierung verübt wurden. Die Informationen haben eine große Glaubwürdigkeit. Sie sind aus dem Inneren des unterdrückten Landes zusammengetragen worden - die Journalisten haben nicht die Gefahren gescheut, die mit ihren Recherchen verbunden waren; das hieß für sie, oft im Verborgenen zu drehen. Der Preis geht an eine Produktion, die das Medium Fernsehen im Dienste der Armen und Unterdrückten zu gründlicher kritischer Information nutzt.

Folgende Filme wurden von der Jury »lobend erwähnt«:

GOLGATHA 1985 - Hessischer Rundfunk:

In der Beobachtung armer hungernder Menschen, die auf den Müllbergen brasilianischer Millionenstädte suchen, was sie zum Leben brauchen, gewinnt die Sendung ihre bittere Anschauung für eine Meditation darüber, was unser reiches Leben hier mit dem armen Leben dort zu tun hat. Bilder und Symbole in dieser Sendung betreffen uns in hohem Maße.

HEIMWÄRTS - MÜNCHNER FREIHEIT (2. Folge) - Zweites Deutsches Fernsehen:

Das Fernsehspiel »Heimwärts« ist Teil einer Fernsehserie, die mit Spielmitteln die Geschichte von Menschen erzählt, die als sogenannte Nichtseßhafte am Rande der Gesellschaft leben. Die ehrende Erwähnung gilt einem Programm, das sich mit Kenntnis und

Sensibilität des Schicksals von Menschen annimmt, die zu ihrem Elend auch noch feindselige Vorurteile der 'normalen' Mehrheit ertragen müssen.

THE HEART HAS ITS REASON - Channel Four TV, Großbritannien:

Mit der Ehrung möchte die Jury aufmerksam machen auf die Lage von Menschen, die als geistig und körperlich Behinderte an der Teilnahme am gesellschaftlichen Leben beeinträchtigt sind. Bilder von diesen Menschen sind häufig deprimierend und erschreckend. Hier zeigt sich nun, daß die Kranken nicht nur ihre menschliche Würde behalten, sondern daß ihr Leben auch Wärme, Heiterkeit und Schönheit haben kann, wenn - wie in der gezeigten Umgebung - Menschenfreundlichkeit und Sensibilität gelten.

Obwohl man schwer sagen kann, was ein »religiöses« Programm ist, hat die Jury einige Kriterien genannt: Die Sendungen sollen den »wirklichen«, alltäglichen Menschen zeigen, dessen ganz persönliche Lebensgeschichte mit der Geschichte der Gesellschaft verknüpft ist. Die politischen Konflikte sind auch immer persönliche Konflikte, die den einzelnen betreffen und damit auch andere, nämlich den Zuschauer, betroffen machen können. All das, was den Menschen betrifft, hat eine religiöse Dimension; und wenn diese Betroffenheit in der Darstellung zum Ausdruck kommt, kann man von einem »religiösen« Beitrag sprechen. Da das Fernsehen ein Medium ist, das sich an alle richtet, sollen sich auch die christlichen Programme an ein breites Publikum wenden. Besonders für ein jüngeres Publikum sollte ein Angebot gemacht werden. Die Jury empfiehlt die Ausschreibung eines eigenen Fernsehpreises für christliche Kinder- und Jugendprogramme.

In der Darstellung sollen Offenheit, Ehrlichkeit und Menschenfreundlichkeit sichtbar werden. Propaganda und Agitation sind keine Mittel, um die christliche Botschaft zu verkünden. Der Mainzer Bischof Dr. Karl Lehmann betonte in seiner Ansprache beim ökumenischen Gottesdienst der Fernsehwoche in Oppenheim: »Gottes Wort in Menschenmund darf nicht laut, besserwässerlich und aufdringlich sein. Christen dürfen zwar mahnen, aber nicht drohen. Sie sollen in ihrer Rede durchaus findig sein, aber nicht Fallstricke legen und geradezu über die Ohren hauen. Sie sollen rundherum überzeugen, aber nicht schwatzend überreden. Christliche Rede darf nicht den Tricks reißerischer Werbung und indoktrinierender Agitation verfallen, aber sie soll stets einladend und in diesem Sinne werbend sein.«

Eine Woche lang waren 240 Experten für religiöse Fernsehprogramme in Mainz. Welche Auswirkungen kann dies haben für die Gestaltung zukünftiger Sendungen? Es gab viele Anregungen gerade von Seiten der Jury. Was zu kurz kam, war das fachliche Gespräch zwischen den Autoren, Filmemachern und Produzenten. Die Masse der Veranstaltungen ließ kaum Zeit, sich intensiv darüber zu unterhalten, wie die christliche Botschaft in der heutigen Zeit durch das Fernsehen vermittelt werden könnte. Man sah viele mehr oder weniger gute Beispiele, aber die Reflektion darüber fand keinen organisatorischen Rahmen. Und ob über die Verleihung von Preisen neue Mitdenker und Mitarbeiter gefunden werden, mag bezweifelt werden; denn von der Fernsehwoche und der Verleihung der Fernsehpreise nahm kaum jemand Notiz. Die Öffentlichkeit blieb ausgeschlossen, die 240 Experten tagten praktisch hinter verschlossenen Türen auf dem entlegenen Lerchenberg.

Vielleicht ist dies ein Bild für den heutigen Zustand des »religiösen« oder »christlichen« Fernsehens: doch etwas abgehoben von dem, was die Menschen wirklich betrifft. In Deutschland sind wir etwas verwöhnt, denn die Programme unserer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten liegen zum Glück über dem gezeigten internationalen Standard.

Michael Helfer (Mainz)

Katholische Medienwerkstatt Dortmund

Das Telefon schrillt und an der Tür klingelt es, im Medienraum laufen die Recorder heiß und im Gruppenzimmer wird ein neues Projekt diskutiert - kurz: Ein ganz normaler Tag in der Silberstraße 32, dem Sitz der Katholischen Medienwerkstatt Dortmund. Seit Januar 1985 ist hier die Anlaufstelle Nummer eins für Dortmunds Katholiken, die Fernsehen und Hörfunk nicht nur als konsumierbare Fertigangebote ansehen, und selbst aktiv werden wollen. Die Gemeinde, die sich beim Diplom-Sozialwissenschaftler und Leiter der Einrichtung, Michael Thiemeyer täglich einfindet, um das jüngste Gemeindefest auf Video zu bannen, Aufzeichnungen eines Kirchenchores zu organisieren, Mitschnitte von herausragenden Messen für Alte und Kranke zu kopieren oder einfach mal für einen gemütlichen Plausch bei der nicht wegzudenkenden Tasse Kaffee, ist zahlreich. Und nach dem Motto »Unmögliches wird sofort erledigt, Wunder dauern etwas länger« hat Michael Thiemeyer stets ein offenes Ohr für alle Anliegen seiner Besucher, so daß ihm seine ständige Verfügbarkeit und Einsatzbereitschaft häufig genug eine 60-Stunden-Woche bescheren.

Ihre Entstehung hat die Katholische Medienwerkstatt im Grunde genommen dem Kabelpilotprojekt in Dortmund mit seiner Einrichtung »Offener Kanal« zu verdanken; doch längst schon ist ihre Bedeutung von diesem »Geburtshelfer« losgelöst, hat sich die Einrichtung eine eigene Legitimation geschaffen. Zwei gleichberechtigte Aufgabenbereiche kennzeichnen die Arbeit: Einerseits geht es um Produktionen für das Bürgermedium Offener Kanal, andererseits ist ein wichtiges Ziel die Verbesserung der Kommunikation im Nahbereich. Insbesondere in den Gemeinden der Ruhrgebietsstadt soll dieses Ziel durch sinnvollen Einsatz von Audio- und Videoproduktionen erreicht werden.

So betreibt die Katholische Medienwerkstatt auch nicht Öffentlichkeitsarbeit für die Kirche durch eine Art »Verlautbarungsjournalismus« im Offenen Kanal, sondern durch die Unterstützung der Katholiken vor Ort, die ihre eigenen Anliegen selbst mittels Video zum Ausdruck bringen wollen.

Gut 100 Menschen sind es pro Woche, die das Angebot in der Silberstraße nutzen, um entweder die Geheimnisse der Videoarbeit in einem ganz individuell zugeschnittenen Kursus kennenzulernen oder aber auch schon selbständig größere Produktionen zu bewältigen. Sie alle verbindet zumindest das eine: Der Wunsch, das Medium Video kennenzulernen, um es möglicherweise für die eigenen Zwecke einzusetzen. Darüber hinaus kennzeichnet ein hohes Maß an Toleranz das Publikum. Unabhängig von Altersunterschieden und Einstellungen, und unbeschadet der Konfession versteht man sich in der Medienwerkstatt, in der der Taufschein nicht als Eintrittskarte gilt.

Eines der wesentlichen Ziele Thiemeyers ist es, die Medienwerkstatt auch als Begegnungszentrum für die Menschen zu gestalten. Die Räumlichkeiten kommen dem entgegen: In der 90 Quadratmeter großen Dreizimmerwohnung mitten in der Dortmunder Innenstadt ist gleichzeitig Platz für Produktionen, Diskussionen und Planungen und auch für gemütliche Plauderrunden. Denn, auch wenn es oft genug hoch her geht, gehört es für den Leiter zu der »katholischen Komponente« seiner Arbeit, stets Zeit für die Menschen und ihre persönlichen Anliegen zu haben, denn an seiner Arbeit hängt oft mehr als ein Videofilm.

Dieses Konzept hat sich bewährt. Die Atmosphäre in der Medienwerkstatt ist nahezu familiär, die Leitung unkonventionell und die Geräteausleihe unbürokratisch. Viele der unterschiedlichen Gruppen kennen sich untereinander und springen gegenseitig bei etwaigen Engpässen auch schon einmal in die Bresche. Überdies haben die Nutzer bisher auch

ein hohes Maß an Verantwortungsbereitschaft bewiesen. Trotz der hohen Auslastung der vorhandenen Geräte mußten bisher noch keine Verluste durch Unachtsamkeit beklagt werden, lediglich die üblichen Verschleißerscheinungen schlagen bei den Reparaturen zu Buche. Die unbürokratische Ausleihpraxis hat auch zu einem hohen Maße an Kooperation untereinander geführt: Anlagen werden zum Beispiel an Wochenenden von Gruppe zu Gruppe weitergereicht. So ist es garantiert, daß kein Leerlauf für die Geräte entsteht, sondern eine optimale Auslastung gewährleistet ist.

Mangelnde Auslastung ist es auch keinesfalls, die Werkstattleiter Michael Thiemeyer bei seinen Geräten Sorge bereiten könnte, eher stünde eine Aufstockung der Ausrüstung auf dem Wunschzettel. Das zeigt, daß sich die Entscheidung der Katholischen Kirche, Geräte aus dem Konsumerbereich für die Medienwerkstatt zu wählen, bewährt hat. Im Vergleich zu den sieben anderen vergleichbaren Einrichtungen im Dortmunder Kabelpilotprojekt, die durchweg auf semiprofessioneller Basis arbeiten, liegt die Katholische Kirche mit ihrem Investitionsaufwand von etwa 60.000,- DM zwar am unteren Ende der Skala, doch wird hier trotz des Einsatzes verhältnismäßig geringer finanzieller Mittel durchaus effektive Arbeit geleistet.

Die Entscheidung für den Konsumerbereich erklärt sich durch die Zerteilung des Aufgabenbereiches insbesondere im Hinblick auf die Videoarbeit in den Gemeinden. So stehen den Nutzern also drei tragbare VHS-Aufnahmeeinheiten, zwei tragbare Kontrollmonitore, ein großer Lichtsatz (drei Scheinwerfer à 1000 Watt), ein kleiner Lichtsatz (drei Scheinwerfer 300 à Watt mit Tageslichtfiltern) und zwei Vorführmonitore zum externen Gebrauch zur Verfügung. Stationär in der Silberstraße 32 ist ein VHS-Schnittplatz, bestehend aus einer Schnittsteuereinheit und zwei großen Profirecordern, vorhanden.

Darüber hinaus ist auch das notwendige Zubehör wie zum Beispiel Mikrophone, Stative, Schnelladegeräte für Akkus et cetera verfügbar. Zusätzlich existieren für Audioproduktionen zwei »Uher-Report« Aufnahmegeräte, ebenfalls mit dem entsprechenden Zubehör. Durch die Entscheidung für den Konsumerbereich ist die leichte Handhabung all dieser Geräte auch für ungeübte Produzenten gewährleistet, so daß eigene Produktionen nicht durch technische Probleme blockiert werden.

Dementsprechend finden sich auch bei den Nutzern keine reinen »Videofreaks«, denen es lediglich um komplizierte technische Spielereien zu tun ist; das Publikum repräsentiert vielmehr einen bunten Querschnitt durch Dortmunds katholische Bevölkerung. Jugendgruppen wie zum Beispiel von der »Deutschen Pfadfinderschaft Sankt Georg«, Mitglieder der Seniorenvereinigung »Graue Panther«, Angehörige von Pfarrgemeinderäten oder der »Katholischen Arbeitnehmer Bewegung« sowie auch »Funktionäre« der Kirche oder einfach aktive Gemeindemitglieder pflegen hier eine gut funktionierende Gemeinschaft.

Die vielen unterschiedlichen Gruppen haben auch bereits eine ansehnliche Zahl an Beiträgen produziert: Da wurde in »Szenen aus dem Leben eines Arbeitslosen« die Situation der Menschen außerhalb des Berufslebens aufgegriffen, »Leistung mein Leben« beleuchtete die Lage von Schulabgängern und »Azubis« nach der Lehre, Sonderschüler schilderten in einem Film ihre Probleme und in einem anderen Beitrag stellten sich Bewohnerinnen der Frauenhäuser des »Sozialdienst Katholischer Frauen« der Kamera. Darüber hinaus existieren schon zahlreiche Dokumentationen über das Gemeindeleben. Hier haben ein bunter Karnevalsabend und eine Ferienfreizeit ebenso wie die Darbietungen eines Kirchenchores oder eine Autowaschaktion ihren Platz. Und das Repertoire der Dortmunder ist damit noch lange nicht erschöpft. Derzeit produzieren Mitarbeiterinnen der »Katholischen Mädchen Sozialarbeit« einen Beitrag über die Arbeit der Bahnhofsmission. Projekte mit

diversen Schulklassen werden von Michael Thiemeyer betreut und auch das Kinderheim Sankt Elisabeth zählt zu den Arbeitsgebieten des Leiters.

Insgesamt haben von den circa 60 katholischen Gemeinden in Dortmund 35 die Medienwerkstatt schon stark in Anspruch genommen - das Ziel, die Kommunikation im Nahbereich zu fördern, scheint also einen gewaltigen Schritt nähergerückt.

Aus dieser Nutzerstruktur erklärt sich auch, daß lange nicht alle Beiträge der Gruppen im Offenen Kanal via Kabel gesendet wurden. Insbesondere die gemeindeinternen Dokumentationen fanden bei den Vorführungen in den betreffenden Gemeinden ein großes Publikum; der Offene Kanal bleibt demgegenüber zwar nicht unbeachtet, rückt allerdings in den Hintergrund. Dennoch brauchen die Produzenten über Zuschauerangel nicht zu klagen; sowohl der Diözesanrat als auch der Dortmunder Videotag sicherten ihnen bisher ein breites Forum.

Ein weiteres Ziel hat der Werkstattleiter Michael Thiemeyer durch seine unkonventionelle Leitung der Einrichtung schon erreicht: Die Nutzer fühlen sich in der Silberstraße 32 nicht als reine Gäste, sondern sie haben die Einrichtung ein Stück weit als die Ihre begriffen. Dies äußert sich wie beschrieben in dem hohen Maß an Kooperation und Verantwortungsbewußtsein.

Seit Mai 1986 beschränkt sich die Zusammenarbeit nicht mehr auf eine formlose Gruppe. - Es wurde der »Kreis der Freunde der Katholischen Medienwerkstatt« gegründet. Dies dokumentiert die hohe Bedeutung, die die Nutzer dieser Einrichtung zumessen. Gut die Hälfte der Besucher zählen sich zu diesem Kreis und wollen ihn zum Erfahrungsaustausch, zum weiteren gegenseitigen Kennenlernen, zur Initiierung neuer Projekte und als Fonds gegenseitiger Hilfsmöglichkeiten nutzen. Thiemeyer selbst ist nur »Gast«. Der Anstoß kam von den »Freunden« selber. Sie haben dementsprechend auch die gesamte Organisation des Kreises übernommen.

In dem Kreis der Freunde wird auch für verschiedene Arbeitsgruppen geworben, die Interessen jenseits von Video und Audio vereinen. Denn die Medienwerkstatt versteht sich nicht nur als Ort für die sogenannten »Neuen Medien«, sondern auch die konventionellen Medien wie Theater, Schrift und Foto haben hier ihren Platz. Dementsprechend existiert bereits eine Schriftstellergruppe; ein kleines Theaterensemble hat sich zusammengefunden, eine Foto-AG nahm die Arbeit auf und eine Computer-AG beschäftigt sich mit dem sinnvollen Umgang mit Computern.

Erste Erfolge sind aus diesen Reihen bereits zu verzeichnen: So entstand mittels Computer so mancher Vorspann für die Beiträge und auch die erste Nummer der Werkstattzeitung, derzeit allerdings noch ohne Namen, liegt vor.

Was Ende 1984/Anfang 1985 quasi formlos begonnen hat, hat sich mittlerweile zu einer Art »Dortmunder Modell« gemausert, das nicht nur die Mitarbeiter der Katholischen Medienwerkstatt Berlin bei ihrem jüngsten Besuch in der Ruhrgebietsstadt als beispielhaft bezeichneten. Auch für die zahlreichen Nutzer ist die Katholische Medienwerkstatt jetzt schon aus Dortmund einfach nicht mehr wegzudenken, - eine Konzeption hat sich bewährt. Und so ist Leiter Michael Thiemeyer mittlerweile auch ein vielbeschäftigter Referent auf Fachtagungen innerhalb und außerhalb der Stadt; er vermittelt einer interessierten Zuhörerschaft die Arbeitsweisen und Ziele dieser Einrichtung. Das »Dortmunder Modell« macht Schule - hoffentlich.

Katrin Schowanek, Dortmund

Eine neue Publizistik-Buchreihe in Lateinamerika

Eine neue Buchreihe mit Werken zur Kommunikation in Lateinamerika haben die kontinentalen katholischen Fachorganisationen in Zusammenarbeit mit der Weltvereinigung für christliche Kommunikation (WACC) im Herbst 1985 in Lateinamerika begonnen. Die katholische Filmorganisation OCIC-AL, die katholische Rundfunkorganisation UNDA-AL und die Lateinamerikasektion der katholischen Presseunion UCLAP veröffentlichen gemeinsam diese Reihe unter dem Namen »Comunicacion« beim Verlag »Ediciones Paulinas« der Pauliner Patres in Buenos Aires. Ebenfalls beteiligt ist das Forschungszentrum der Jesuiten in London, das »Centre for the Study of Communication and Culture« (CSCC). Inzwischen sind die ersten vier Bände der Reihe - mit einem einheitlichen Umschlagdesign in gelb-rot - erschienen, von denen vor allem Band eins und Band drei von besonderem Gewicht sein dürften.

»Comunicacion grupal liberadora«

Die erste Veröffentlichung der Reihe wurde von Jesuitenpater José Martínez Terrero geschrieben und trägt den Titel: »Comunicacion grupal liberadora«. Sie ist die erste umfassende Darstellung des Phänomens der Gruppenmedien in Lateinamerika. Bekanntlich wurden gerade die Medien der Gruppenkommunikation aus dem kirchlichen Gebrauch in Lateinamerika entwickelt, wo sie inzwischen eine wichtige Methode der Kommunikation sind. In diesem Buch haben wir nun zum ersten Mal eine Gesamtdarstellung, in der nicht nur die Erfahrungen und das geschichtliche Werden dieser Methoden und ihrer Mittel dargestellt werden, sondern auch der Prozeß, die Theorie und die Pädagogik dieser sogenannten Gruppenmedien beschrieben werden. Ihre Rolle für den Befreiungsprozeß der Menschen Lateinamerikas wird dabei besonders herausgestellt. Mit Recht sagt José Martínez Terrero, daß die Gruppenmedien der Sache nach alt, zur Strukturveränderung der Gesellschaft gebraucht, aber neu sind. Es handelt sich um ein Phänomen, das sich aus der Praxis entwickelt hat und welches der Praxis dient. Dabei spielen die Kommunikation zwischen den Personen die entscheidende Rolle und nicht die Massenmedien (S. 70). In der befreienden Gruppenkommunikation sieht Martínez Terrero drei Elemente beziehungsweise Prozesse, die sich gegenseitig durchdringen: der Prozeß der Kommunikation, der dynamische Gruppenprozeß und der Prozeß der Befreiung (S. 195). Es ist natürlich klar, daß eine solche neue Kommunikation auch eine neue Kommunikationspädagogik verlangt, welche sich zum Beispiel in der Schulung der »Animadores« auswirken muß. Dafür und weitere Fragen ist natürlich nicht nur die Praxis allein maßgebend. Die Forschung findet hier viele und schwere Fragen und Bereiche, die bisher kaum - wenn überhaupt - bearbeitet worden sind. Es ist das Verdienst dieses ersten Bandes der neuen lateinamerikanischen Reihe und seines Verfassers aus Venezuela, hier einen Grund gelegt zu haben, der auch für weitere Studien und Erfahrungen tragbar sein müßte. Jedenfalls kann niemand, der sich ernsthaft mit der Gruppenkommunikation beschäftigen will, an diesem Buch vorbeigehen. Gelegentlich hätte man sich in der Darstellung eine weniger klassenkämpferische Sprache gewünscht, die der Verfasser bei der Qualität seiner Darstellung gar nicht nötig hätte. Auch hätte das Buch eine bessere Redaktion verdient, bei der zum Beispiel die Anmerkungen nicht in Text und Fußnoten verstreut, sondern einheitlich wiedergegeben worden wären.

Kirchliche Dokumente zur Kommunikation in Lateinamerika

Der dritte Band der neuen Reihe hat eine ähnlich grundlegende Bedeutung wie das Buch über die befreiende Gruppenkommunikation. Er enthält, von Bruno Spoletini herausgegeben, eine umfassende Sammlung von Dokumenten der lateinamerikanischen Kirche zu

Fragen und Themenbereichen der Kommunikation. Dabei handelt es sich um eine ganze Reihe von Texten, die bisher nur in kleinen Gruppen von Fachleuten bekannt oder zugänglich waren. Andererseits dürfte es wohl kaum einen Kontinent geben, in dem nach dem Zweiten Vatikanischen Konzil von kirchlichen Gruppen, aber auch von Kirchenversammlungen von Medellin bis Puebla so häufig über die Kommunikation der Kirche diskutiert und studiert wurde, als in Lateinamerika. Diese Sammlung ist ein lebendiger Beweis für dieses Phänomen.

In dem vorliegenden Buch sind die Dokumente - beginnend mit der Rolle der sozialen Kommunikation bei der gesamtkontinentalen Bischofskonferenz, Celam - geschichtlich geordnet. Diese geschichtlichen Gruppierungen haben die folgenden bezeichnenden Überschriften: Die soziale Kommunikation vor dem Wechsel (1960-1969) - Die soziale Kommunikation vor der Befreiung (1970-1974) - Die soziale Kommunikation vor neuen Situationen (1975-1979) - Die soziale Kommunikation vor neuen Erwartungen der 80er Jahre. In diesem Dokumentenband fehlen die Texte der Vorbereitungskonferenzen und der Kontinentalkonferenz der Päpstlichen Kommission für Soziale Kommunikation - unmittelbar nach der Veröffentlichung der Pastoralinstruktion »Communio et Progressio« - 1972 in Ekuador ebenso wenig, wie die Dokumente des Embú Treffens (Brasilien) zur neuen Weltinformations- und Kommunikationsordnung. Sämtliche Texte werden eingeführt und bibliographisch belegt. Nur besonders umfangreiche Texte, wie etwa die Celam-Veröffentlichung zu einer Theologie der Kommunikation, welche selbst fast ein Buch ist, werden nicht nachgedruckt, sondern nur bibliographisch belegt. Ein ausführliches Sachverzeichnis erhöht zusätzlich den Wert des Buches.

Das zweite Buch der neuen Serie ist eine spanische Version des bereits in englischer Sprache vorliegenden Werkes von Cees Hamelink (vergleiche CS 17:1984, 270f.) zur Kulturautonomie. Der populären und alternativen Kommunikation Brasiliens ist Band vier der Reihe gewidmet. Hier berichten verschiedene Autoren über ihre Erfahrungen und grundsätzliche Überlegungen zur Rolle populärer und alternativer Kommunikationsmöglichkeiten in der Zeit zwischen 1964 bis 1983. Die Veröffentlichung ist ein Beleg für die Kraft und die Möglichkeiten der Kommunikation des Volkes gegenüber staatlicher Macht und Unterdrückung.

Franz-Josef Eilers (St. Augustin)

Bibliographie:

- José Martínez Terrero: *Comunicacion grupal liberadora*. Buenos Aires: Ediciones Paulinas 1986. 280 Seiten.
Cees Hamelink: *Hacia una autonomia cultural en las comunicaciones mundiales*. Buenos Aires: Ediciones Paulinas 1985. 175 Seiten.
Benito Spoletini: *Comunicacion e Iglesia Latinoamericana*. Buenos Aires: Ediciones Paulinas 1985. 232 Seiten.
Regina Festa y otros: *Comunicacion popular y alternativa*. Buenos Aires: Ediciones Paulinas 1986. 198 Seiten.
Die Anschrift der Ediciones Paulinas: Avda. San Martín 4350, 1602 Florida (Buenos Aires), Argentinien.

DOKUMENTATION

Forderungen an eine Medienpolitik und Medienpädagogik aus der Sicht von Kindertageseinrichtungen

Am 16. Mai 1986 hat der Zentralverband katholischer Kindergärten und Kinderhorte Deutschlands ein »Positionspapier« mit »Forderungen an eine Medienpolitik und Medienpädagogik« vorgelegt. Angesichts der Innovation neuer Medien, der fortschreitenden Kommerzialisierung und der in Entwicklung befindlichen Mediengesetze werden mutiges medienpolitisches Handeln und präzise und eindeutige Programmgrundsätze gefordert, die familien- und jugendpolitischen Bedenken standhalten können. Das Positionspapier skizziert die Folgen einer Angebotsausweitung für Vorschul- und Schulkinder und beleuchtet die Veränderungen der Inhalte und die Rolle der Kinder als Werbeadressaten, ohne in einer bloß defensiven Haltung zu verharren: die Autoren plädieren für die Produktion von kindergeeigneten Medienangeboten und - auf der Basis der verwirklichten medienpolitischen Forderungen - für eine »kompensierende Medienpädagogik«.

CS dokumentiert das »Positionspapier« in vollem Wortlaut:

Positionspapier des Zentralverbandes katholischer Kindergärten und Kinderhorte Deutschlands e.V. (März 1986)

Die gegenwärtige Medienentwicklung und die daraus für die Medienpädagogik erwachsenden Probleme und Aufgaben stellen auch für die außerfamiliale Erziehung und Bildung in Tageseinrichtungen für Kinder (Krippen, Kindergärten, Schülerhorte) eine zunehmende Herausforderung dar. Diese kristallisiert sich insbesondere in der Übertragung von immer mehr medienpädagogischen Anliegen in den Aufgabenkanon von Krippen, Kindergärten und Horten.

Der Vorstand des Zentralverbandes versucht mit den nachstehenden Ausführungen einen Standort in einschlägigen Medienfragen zu fixieren. Im Vordergrund stehen dabei sowohl medienpolitisch wie auch medienpädagogisch aufzugreifende Konsequenzen und Forderungen für ein den Kindern gemäßes Medienangebot.

1. Gegenstand und Terminologie

Die gegenwärtige Medienentwicklung wird zumeist mit dem Etikett »Neue Medien« versehen. Diese Titulierung ist zu all-

gemein, diffus und unpräzise. Sie erschwert sogar die Auseinandersetzung und die Möglichkeit zur Verständigung, die Entwicklung von Positionen und Perspektiven in Sachen Medienentwicklung, Medienauswirkungen, Medienpolitik und Medienpädagogik.

Es wird deshalb für die Diskussion hier und anderswo folgende Sprachregelung vorgeschlagen:

* AV-Medien; dazu zählen Fernsehen, Video, Kino; Bildplatten; Hörfunk; Schallplatten, einschl. CD und Toncassetten;

* elektronisches Spielzeug; dazu zählen »hard- und software« mit dem primären Ziel der Unterhaltung, z.B. Videospiele;

* Computer; dazu zählen »hard- und software« mit dem primären Ziel des Lernens und des Erwerbs »informationstechnischer Bildung« (»Computer literacy«), z.B. PC.

Inzwischen existiert bereits eine »hard-ware«, die multifunktionell verwendbar ist, d.h. sie kann mit Zusatzgeräten und entsprechender »soft-ware« z.B. sowohl als AV-Medium wie auch als elektronisches Spielzeug oder als Computer genutzt werden.

In den nachfolgenden Ausführungen sollen die Bereiche »elektronisches Spielzeug« und »Computer« bzw. deren Auswirkungen und Konsequenzen für Kinder nicht weiter verfolgt werden. Auch der Bereich der gegenwärtigen und zukünftigen Kommunikationstechniken und Datenvermittlung (BTX, Datendienste, I(S)DN,BFN) sowie deren mögliche Auswirkungen auf Familien (z.B. »elektronische Heimarbeit«) sollen hier außen vor bleiben.

Im Mittelpunkt dieses Papiers stehen allein die AV-Medien und die mit ihrer Entwicklung verbundenen medienpolitischen und medienpädagogischen Probleme und Schlußfolgerungen im Hinblick auf die Kinder im Alter zwischen 0 und 12 Jahren.

2. Probleme der Angebotsausweitung im AV-Bereich

a. Erscheinungsformen der Angebotsausweitung

Als deutlichstes Merkmal der gegenwärtigen Medienentwicklung kann die Angebotsausweitung der AV-Medien, insbesondere des Fernseh- und Videoangebots bezeichnet werden:

In vier Kabelpilotprojekten (Ludwigshafen, München, Dortmund, Berlin) werden neue Übermittlungstechniken sowie neue Angebotsformen (z.B. private Programmanbieter, Beteiligung gesellschaftlicher Gruppen und Institutionen) erprobt. Durch Änderung medienrechtlicher Grundlagen werden diese Angebote in den betreffenden Ländern z.T. schon vor Ablauf der Pilotphase versuchsübergreifend in weitere Kabelnetze eingespeist (z.B. Rheinland-Pfalz).

Eine für die hier interessierende Zielgruppe jedoch bedeutsamere Angebotsauswei-

tung ist mit der über Satellit und via Kabel erfolgende Verteilung neuer Programme gegeben; so werden z. Zt. über den ECS I (European Communication Satellite) in die Kopfstationen von Kabelnetzen aller Bundesländer in- und ausländische, z. T. von privaten Anbietern hergestellte Programme in unterschiedlicher Zahl eingespeist (z. B. TV 5, RTL plus, Sat Television, musicbox, 3 SAT, Sat 1 - je nach Lizenz zur Einspeisung im einzelnen Bundesland).

Die Verteilung und Einspeisung neuer und weiterer Programme (»soft-ware«) stehen unmittelbar bevor bzw. sind in Vorbereitung (z. B. pay tv des »Teleclub«, »eins plus« der ARD, dtsch.-sprachige »music-box«, III. Programme von WDR, BR; ital.-sprachiges Programm von RAI u.a.m.). Insbesondere die Vergabe und Nutzung weiterer »hard-ware«-Kapazitäten auf Kommunikationsatelliten (Intelsat V, Deutscher Fernmeldesatellit) bzw. auf dem (direkt sendenden/empfangbaren)TV-Satelliten lassen in absehbarer Zeit eine Programmvermehrung größeren Ausmaßes erwarten.

Die weitere Entwicklung hängt u.a. davon ab, ob die Bundesländer sich doch noch auf entsprechende rechtliche Voraussetzungen (z.B. Staatsvertrag) einigen können, die z. T. neu geschaffenen Landesmediengesetze/Rundfunkgesetze bzw. die Lizenzvergabe der Länder eine Einspeisung der Programme in die Kabelnetze zulassen, die technischen Voraussetzungen für den Empfang solcher Programme gegeben sind (z.B. kabeltauglicher Fernsehapparat, geeignete und taugliche Parabolantennen für Kopfstationen vorhanden sind usw.) u.v.a.m.

b. Konsequenzen der Angebotsausweitung für Kinder

Die medienpädagogische Relevanz der nur kurz skizzierten Angebotsausweitung resultiert nicht aus der faktisk gegebenen und noch zu erwartenden größeren Anzahl der Fernseh-Programme als solcher. Es ist zuallererst die mit der Ausweitung zumeist

einhergehende zeitliche Ausdehnung dieser Medienangebote, was für Kinder, ihre Eltern und für Tageseinrichtungen Probleme schafft:

Die Programmausweitung, d. h. die Bereitstellung neuer Programme ist nämlich zugleich durch eine nicht unbeträchtliche Erweiterung der Sendezeiten gekennzeichnet; hier spielt vor allem der frühere Sendebeginn am Nachmittag eine bedeutende Rolle (Sendebeginn von SAT 1 an Werktagen: 13.30 Uhr; s.a. »Vormittagsfernsehen« von ARD/ZDF). Und eben dieser Tatbestand führt nachweislich bei jenen Personengruppen zu einem vermehrten Medienkonsum, die über disponible Zeitbudgets verfügen.¹ Dazu gehören auch und vor allem Kinder im vorschulischen und schulischen Alter; wenn die Nachmittagsangebote im Kindergarten und Hort z. B. wegen zu hoher Elternbeiträge, wegen fehlender Platzangebote oder wegen nicht bedarfsdeckender Öffnungszeiten nicht genutzt werden (können), erweitern sich noch diese Zeitbudgets.

Zusätzlich gilt es zu bedenken, daß parallel zur Ausweitung der Fernseh-Sendezeiten mit der in Haushalten immer mehr verfügbaren Videotechnik zusätzliche Möglichkeiten zur »individuellen Programmgestaltung« (Programm-Mitschnitt, Cassetten-Ausleihe) gegeben und damit ein weiterer Beitrag zur zeitlichen Ausdehnung der Mediennutzung eröffnet ist.

Nicht ganz so problematisch scheint dagegen zu sein die Programmausweitung und vermehrte Mediennutzung im Bereich der Schallplatten und Toncassetten (z. B. Walkman); dieser insbesondere bei schulaltrigen Kindern beliebte Mediensektor weist allem Anschein nach eine überaus häufige Verflechtung von medialer und personaler Kommunikation auf.²

Unabhängig vom medienpolitischen Standort, den man zur Gesamtproblematik der gegenwärtigen Medienentwicklung einnehmen mag, muß die mit der Medienexpansion implizierte Ausweitung der Sende-

zeiten bzw. des Medienkonsums im Fernseh- und Videobereich aus familien- und jugendpolitischer Sicht wie auch aus entwicklungspsychologischer und sozialisationstheoretischer Perspektive als bedenklich bezeichnet werden. Alle medienpädagogischen Bemühungen erfahren dort ihre Grenzen, wo medienpolitisch, z. B. durch Begrenzung der Sendezeiten insbesondere am Nachmittag, nicht ein Rahmen für Medienangebote und -nutzungsmöglichkeiten geschaffen wird. Der Vorstand des Zentralverbandes katholischer Kindergärten und Kinderhorte Deutschlands e.V. fordert deshalb von allen Verantwortlichen ein entschiedenes medienpolitisches Handeln in dieser Frage.

3. Probleme der Kommerzialisierung der Medienangebote

a. Erscheinungsformen der Kommerzialisierung

Im Moment ist zwar die Kosten- und Finanzierungsentwicklung im Medienbereich noch nicht abzusehen (z. B. welche Betriebsgebühren und Produktionskosten langfristig für die privaten und öffentlich-rechtlichen Programm-Anbieter anfallen; welche zusätzlichen Anschluß-, Nutzungs- und Geräte-Mietgebühren auf den Mediennutzer zukommen; ob und welche Investitionskosten die Post an die Programm-Anbieter bzw. -nutzer abwälzt). Unbeschadet dieser für die Medienentwicklung entscheidenden Fragen werden sich jedoch für die privaten Programm-Anbieter die hohen Investitions- und die laufenden Produktionskosten nur dann amortisieren, wenn sie in großem Umfang ihre Sendungen mit Werbung bestücken, d. h. finanzieren können. Dieser Sachverhalt wird im übrigen auch den Ausschlag dafür geben, welche und wieviele Programm-Anbieter im zu erwartenden Verdrängungswettbewerb und Konkurrenzdruck am Markt werden bleiben und sich dort werden durchsetzen können.

Der Verkauf von Werbung bzw. der zur Verteilung anstehende »Werbekuchen« wa-

ren nicht nur für Anbieter aus dem Bereich der traditionell Werbung verkaufenden print-Medien (z.B. Zeitungsverlage) das ausschlaggebende Motiv für das Engagement im Rundfunk-Bereich; auch aus fast allen anderen Wirtschaftszweigen (z.B. Produktion, Handel; Medienkonzerne) sind Firmen zu Anbietern geworden, weil die private Veranstaltung von Fernsehen im Prinzip viele Formen der eigenen Produktwerbung (z.B. Werbesendungen, product placement) eröffnet und sich das »neue« Medium auch filmwirtschaftlich nutzen läßt (z.B. privat entrichtete Entgelte für pay tv, Verkauf von Medien-Ressourcen und Kompetenzen).

Die Akquisition von Werbung und der Verkauf entsprechender Sendeminuten korrespondieren - neben anderen Faktoren wie der Zahl der Fernsehgeräte oder den Quoten der Kabelanschlüsse - insbesondere mit den telemetrisch ermittelten Einschalt- und Zuschauerquoten. Wie vielfache Erfahrungen nicht zuletzt aus dem Ausland nachweisen, zeitigt dieser Sachverhalt in mehrfacher Hinsicht gravierende Auswirkungen auf die Inhaltsseite des Programms (z.B. Gestaltung der Integration der Werbung in das Programm, Umfang der Werbung; Gestaltung von zuschauerintensiven Programminhalten und Medienverbundsystemen). Vom ökonomischen Primat wird langfristig auch die Vertriebspolitik beeinflusst werden, weil die über bespielte Videocassetten und pay tv eingespielten Einnahmen aus der Filmauswertung die Bereiche »Kino« und »Fernsehen« bald übertreffen werden.³

b. Konsequenzen der Kommerzialisierung für Kinder

Die Veränderung der Inhaltsseite des Fernseh-Angebotes zeichnet sich zum einen dadurch aus, daß vermehrt hoch akzeptierte Unterhaltungssendungen als Zuschauermagneten in das Programm eingebaut werden, die zusätzlich in ihrer dramaturgischen Gestaltung einen formgerechten Zuschnitt für den Einbau von Werbespots erhalten. Statt Informations-

Bildungs-, Kultursendungen oder auch guter Kinderfilme werden reizintensive »Reißer« (action-Filme, Gewaltdarstellungen) und (häufig im Ausland billig produzierte) Fortsetzungsgeschichten und Serien die Programme dominieren. Sie erhöhen die Einschaltquoten und locken eine größere Zahl von Zuschauern, mithin von Kindern, vor den Bildschirm, was wiederum die Preise der Werbeminuten, die Nachfrage nach Ausstrahlung von Werbespots usw. erhöht.

Allem Anschein nach verändert sich auch in den Programmen der öffentlich-rechtlichen Anstalten das Verhältnis von Unterhaltung zu Information, seit in den Programmen der privaten Anbieter durch entsprechende Angebotsgestaltung Zuschauer angezogen werden sollen (s. Popularisierung der Programme, Ausdünnung kultureller Inhalte, Rückgang an Eigenproduktionen).

Zum zweiten wird, nicht zuletzt weil die fernsehenden Kinder als Adressat von Werbung und als potentielle Käufer und Konsumenten gesehen werden, der in den Programmen untergebrachte Umfang an Werbung zu Zeiten, wo Kinder besonders häufig fernsehen, noch zunehmen. Selbst die Sonntage sollen nicht mehr werbefrei bleiben. Und die (sich neben den Rundfunkgebühren auch über Werbung finanzierenden) öffentlich-rechtlichen Anstalten werden, um den Abfluß von Werbung an die »attraktiveren« und zuschauerintensiveren Programme zu verhindern, sich diesem Trend anpassen (»Luxemburgisierung« der Programme).⁴

Die Kommerzialisierung der Programme zeitigt einen weiteren, dritten Aspekt, der die Frage der Medienwirkung i.e.S. verläßt: Zentrale Rollen, Identifikationsfiguren, Requisiten usw. aus Sendungen und Sendereihen werden - gleichsam in einem »Medienverbund« - zugleich und parallel als Spielzeug, als Tapeten- oder T-Shirt-Aufdruck, in Geschichten über Tonträger usw. angeboten. In einer dergestalt aufge-

bauten »Kinderkultur« stützen sich Medienkonsum und Warenkonsum bei Kindern gegenseitig, werden Kinder primär unter dem Gesichtspunkt des Käufers und Konsumenten angesprochen.⁵

Es ist sicherlich nicht möglich, mit Mitteln der Medienpolitik in die Mechanismen des herrschenden Wirtschaftssystems zu intervenieren. Der Vorstand des Zentralverbandes katholischer Kindergärten und Kinderhorte fordert aber im Interesse der Kinder ein mutiges medienpolitisches Handeln durch klare und eindeutige Fixierung von Programmgrundsätzen in den Mediengesetzen der Länder, die zum einen die Werbung quantitativ begrenzen, die zu Sendezeiten, wo Kinder überwiegend fernsehen, werbefreie Sendungen verlangen, und die schließlich die Grundsätze des Jugendschutzes ohne Abstriche wiedergeben. Ohne Vorgabe und Realisierung dieser medienpolitischen Forderungen bleiben medienpädagogische Optionen und Postulate unglaubwürdig und für die Tageseinrichtungen für Kinder nicht realisierbar.

4. Verbesserung der AV-Medienangebote für Kinder und ihre medienpädagogische Umsetzung

Die Produktion guter Medienangebote für Kinder, insbesondere von guten informierenden wie auch unterhaltenden Kinderfilmen, kann nicht allein durch Programmgrundsätze für den Rundfunk, wie sie oben skizziert sind, gewährleistet werden. Sie müssen flankiert werden durch finanzielle Unterstützung der Produktion, des Vertriebs und des Abspiels von Kinderfilmen sowohl im kommerziellen wie auch im nicht-gewerblichen Bereich.

Die heute für den kommerziellen Bereich vorliegenden Förderungssysteme für den Kinderfilm auf Bundes- und Länderebene sind unzureichend. Vorschläge zur Verbesserung einer finanziellen Stützung der Produktion, des Vertriebs und des Abspiels von Kinderfilmen im kommerziellen Bereich liegen vor.⁶

Die Dringlichkeit dieser Forderungen ist gerade auch durch den im Rahmen der Novellierung der Jugendschutz-Gesetze eingeräumten Kinobesuch für Kinder unter 6 Jahren nochmals deutlich geworden. Als bedenklich ist auch die im Zuge der novellierten Jugendschutz-Gesetze vollzogene Änderung der Ausleihmöglichkeiten (Rückgang der für Kinder und Jugendliche zugänglichen

Videotheken) in kommerziellen Videotheken anzusehen, zumal öffentliche Büchereien noch zu selten über einschlägige Videoangebote verfügen.

Über Kooperationsverträge zwischen privaten/öffentlichen Fernsehanstalten und privaten Film-Produzenten und -Verleihern und andere Maßnahmen könnte ein verbessertes Kinderfilmangebot geschaffen und so zugleich das Programmangebot auch im Fernseh- und Videobereich für Kinder qualitativ gestützt werden.

Desgleichen haben auch die Produzenten (Lizenznehmer) und Verleiher von Kinderfilmen im nicht-gewerblichen Bereich ihre Anstrengungen im Hinblick auf eine quantitativ ausreichende Bereitstellung und Verteilung/Ausleihe von qualitativ guten Kinderfilmen zu verstärken. Der Zentralverband katholischer Kindergärten und Kinderhorte möchte sich deshalb im Rahmen seiner Möglichkeiten auch weiterhin auf diesem Felde engagieren.

Ohne medienpädagogische Umsetzung bleiben selbst gute oder verbesserte Medienangebote ohne Wirkung und Konsequenz. Dieser Aufgabe stellt sich die Medienpädagogik als »offensive« Medienpädagogik. Erzieher in Tageseinrichtungen für Kinder benötigen Hilfen und Hinweise zur Nutzung von solchen Filmangeboten im Rundfunk und im Kino (auch in Verbindung mit der Videotechnik), aber auch zur Nutzung von Angeboten aus dem nicht-gewerblichen Bereich. Auch hier beabsichtigt der Zentralverband katholischer Kindergärten und Kinderhorte über sein bisheriges Engagement hinaus zusammen

mit den Diözesan-Caritasverbänden und anderen (kirchlichen) Stellen durch Informationsmaterialien und Fortbildungsveranstaltungen die medienpädagogische Umsetzung guter Kinderfilmangebote zu befördern.⁷

5. Notwendigkeiten und Möglichkeiten einer »kompensierenden« Medienpädagogik

Nur, wenn die oben genannten, in erster Linie medienpolitisch umzusetzenden Forderungen eingelöst und realisiert werden,⁸ kann die Medienpädagogik im Sinne einer »kompensierenden« oder »defensiven« Medienpädagogik, z.B. in den Tageseinrichtungen für Kinder, jene Elemente von »Erfahrungen aus zweiter Hand« aufgreifen und aufarbeiten, die keinen förderlichen Einfluß auf die Entwicklung der Kinder ausüben. Sollte das quantitative und qualitative Ausmaß der Medieneinflüsse - so wie skizziert - ohne politische Regelung bleiben, dürften die Möglichkeiten einer Schadensbegrenzung für die »kompensierende« Medienpädagogik gering sein und letztlich hoffnungslos und vergebens bleiben.

Der Zentralverband katholischer Kindergärten und Kinderhorte Deutschlands e.V. hat sich zusammen mit anderen Stellen (Diözesan-Caritasverbände, kirchliche Medienstellen usw.) auf dem Felde der »kompensierenden« Medienpädagogik immer engagiert und wird dies weiterhin im Rahmen seiner Möglichkeiten tun - durch Fortbildung, durch Arbeitshilfen, durch Informationen usw.⁹

6. Lernen durch Erfahrung in Tageseinrichtungen für Kinder - »Erfahrung aus zweiter Hand«: eine Alternative!

Die Medienentwicklung läßt sich - bei realistischer Einschätzung der Lage - nicht durch pädagogische Erörterungen und Entscheidungen steuern. Die Pädagogik befindet sich diesbezüglich in einer eindeutigen »Nachlauf-Situation«. Und die Medien gehören heute unzweifelbar zur Lebenssituation und zu den Erfahrungen der

Kinder. Deshalb sind die Fachkräfte und alle Verantwortlichen in Krippe, Kindergarten und Hort auch bereit, in ihre konzeptionellen Überlegungen und in ihre pädagogische Praxis diese Fragen und Probleme aufzunehmen. Dabei wird nicht mehr, wie häufig in der Vergangenheit, ein medienfeindliches Konzept der pädagogischen Arbeit befürwortet und eine nur »defensive/kompensierende« Medienpädagogik praktiziert, sondern der durchaus auch pädagogische Wert von unterhaltenden und von informierenden Medien-Sendungen für Kinder im Sinne einer »offensiven« Medienpolitik erkannt und entsprechend umgesetzt.

Gleichwohl bleibt auf der Grundlage bisheriger entwicklungspsychologischer und sozialisatorischer Paradigmen die Notwendigkeit bestehen, daß es vielfältige Möglichkeiten und Gelegenheiten geben muß, wo an Kindern interessierte und engagierte Erwachsene mit Kindern zusammenleben (können); denn nur aus solchen personal-dialogischen Interaktionen können Kinder jene sprachlichen, kognitiven, emotionalen und interaktiven Fähigkeiten herauslösen, d.h. erlernen, die sie als Grundlagen für ihre gelingende Identitätsentwicklung benötigen. Und dieser Grundsatz gilt umso mehr, je jünger die Kinder sind. Wenn schon eine vielfältige differenzierte und komplexe Gesellschaft ihre Wirklichkeit sich häufig nur noch über Medien vermitteln, mithin sich nur noch als »Erfahrung« aus zweiter Hand an Kinder weitergeben kann, dann ist an diesem Vorgang aus pädagogischer Sicht vor allem problematisch, daß die dabei geschaffenen Medien-Kind-Interaktionen einen monologischen Charakter haben.¹⁰

Deshalb fordert der Zentralverband katholischer Kindergärten und Kinderhorte Deutschlands e.V., daß die gegenwärtige Mittelbereitstellung für medienpädagogische Aufgaben, weil die »Medien« eben heute Konjunktur haben, nicht zu Lasten gesellschaftlicher Investitionen in den quantitativ und qualitativ gesicherten Er-

halt und in die Verbesserung von Tageseinrichtungen für Kinder, von guten Spielplätzen usw. geht. Jede Medienpädagogik kann nur so gut sein wie die Pädagogik im Gesamten. Wenn an der letzteren gespart wird, dann verliert auch die erstere ihre Glaubwürdigkeit.

Anmerkungen

1 Belege und weitere Hinweise zum Gesamtzusammenhang u.a. in Karl-Heinz Hochwald, *Neue Medien - Auswirkungen in Familie und Erziehung. Literaturstudie zum Diskussionsstand in Wissenschaft und Politik.* (Eigenverlag Comenius-Institut) Münster 1983, insbes. S. 39 ff., S. 93 ff.; vgl. auch Arbeitsgemeinschaft Jugendhilfe (Hrsg.), *Jugend und NEUE MEDIEN - Hilfe vor dem Bildschirm.* (Eigenverlag) Bonn 1984.

2 Diese These vertritt z.B. Heinz Hengst, *Tendenzen der Liquidierung von Kindheit.* In: ders., *Kindheit als Fiktion.* Ffm. 1981, S. 11-72.

3 Vgl. Klaus von Bismarck/Günter Gaus/Alexander Kluge/Ferdinand Sieger, *Industrialisierung des Bewußtseins.* München 1985, S. 142 ff.

4 Vgl. Hinweise im Hochwald a.a.O.; Rudolf A.M. Mayer, *Medienumwelten im Wandel. Aspekte sozialer und individueller Auswirkungen der alten und neuen Medien.* (DJI Forschungsbericht) München 1984.

5 Vgl. Klaus Jensen/Jan-Uwe Rogge, *Der Medienmarkt für Kinder in der Bundesrepublik Deutschland.* Tübingen 1980; Klaus Dieter Lenzen, *Kinderkultur - die sanfte Anpassung.* Ffm. 1978.

6 So z.B. in der Stellungnahme des Fördervereins Deutscher Kinderfilm e.V., abgedruckt in: *Kinder- und Jugendfilmzentrum in der Bundesrepublik Deutschland* (Hrsg.), *10 Jahre Internationales Kinderfilm-Festival in Ffm. Remscheid 1985,* S. 177-185.

7 So z.B. durch Mithilfe in der Ausarbeitung von einschlägigen Arbeitshilfen; z.B. Jürgen Barthelmes u.a., *Medienpädagogische Materialien.* (4 Bde.) München 1983; Reihe »medienpraxis« (Hrsg. Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz); Themenheft »Welt des Kindes« 2/1985; dort weitere Hinweise, Informationen und Tips zur Medienpädagogik.

8 Siehe dazu auch Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz (Hrsg.), *Medienpolitische Grundpositionen.* (Materialien zur Medienpolitik 5) Bonn 1985.

9 Siehe Anmerkung 7.

10 Vgl. Ursula Peukert, *Interaktive Kompetenz und Identität. Zum Vorgang sozialen Lernens im Vorschulalter.* Düsseldorf 1979; Lothar Krappmann, *Die Kinder im Schulalter: Zur psychischen Entwicklung der Schulkinder und die Anforderungen an die Pädagogik.* In: Rudi Briel/Heribert Mörsberger, *Kinder brauchen Horte, Frbg.* 1984, S. 71-88; Karl W. Bauer/Heinz Hengst, *Wirklichkeit aus zweiter Hand.* Reinbek 1980.

Mindestanforderungen für die Übertragung von Gottesdiensten im Rundfunk

Die Verdoppelung der Sonntagsgottesdienstübertragungen im ZDF haben die Diskussion um Grenzen, Recht und Form dieses Tuns neu entfacht. Dr. Peter Düsterfeld, Leiter der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz, hat in der FUNK-Korrespondenz Nr. 23/6. Juni 1986 eine Reihe von Mindestanforderungen zusammengestellt, die wir nachfolgend im vollen Wortlaut dokumentieren:

1. Übertragungen von Gottesdiensten, insbesondere von Eucharistiefeiern, in Hörfunk und Fernsehen betreffen den innersten Lebensvollzug der katholischen Kirche. Daher entscheidet die Kirche selbst über den Zweck der Übertragung und deren sinnvolle Reichweite. Die Zuständigkeit für Gestaltung und Auswahl des Übertragungsortes sowie der beim Gottesdienst mitwirkenden Personen liegt allein bei den verantwortlichen kirchlichen Stellen, d. h. letztlich beim Ortsbischof.

2. Die authentische Verbreitung von liturgischen Handlungen durch Rundfunkübertragungen wird durch die Ortsbischöfe autorisiert. Im Auftrag der im Sendegebiet zuständigen Diözesanbischöfe und im Rahmen ihrer Weisungen ist der von ihnen ernannte Senderbeauftragte diesen für Inhalt und Gestaltung der übertragenen Gottesdienste verantwortlich (vgl. CIC, can. 772 §2). Gottesdienstübertragungen bedürfen demnach der Zustimmung des für Senderort und Ausstrahlungsgebiet zuständigen Ortsbischofs; diese wird beantragt und vermittelt über den zuständigen kirchlichen Rundfunkbeauftragten.

3. Gottesdienste, insbesondere Eucharistiefeiern, dürfen nur live und nur vollständig übertragen werden. Diese Übertragungen sind kein Ersatz für solche Meßfeiern, die die Gläubigen in räumlicher Gegenwart mitfeiern. Die Gleichzeitigkeit dient dem vorrangig pastoralen Zweck jeder Gottes-

dienstübertragung, daß Gläubige sich in geistig-geistlicher Weise der feiernden Ortsgemeinde verbinden können. Daher ist auch das Abspielen von Mitschnitten von Gottesdiensten auf Ton- oder Bildträgern vor einer Öffentlichkeit nicht statthaft.

4. Gottesdienste dürfen nicht ausschließlich oder vornehmlich zu kulturellen, historischen oder repräsentativen Zwecken übertragen werden. Die Anlässe für Gottesdienstübertragungen bietet der liturgische Kalender, insbesondere die Sonn- und Feiertage. Andere besondere Anlässe sind im Blick auf eine eventuelle Übertragung in Hörfunk und Fernsehen daraufhin zu überprüfen, ob sie (a) in einem inneren Zusammenhang mit dem Kirchenjahr stehen oder ob sie (b) für das Glaubensleben der jeweiligen Ortsgemeinde eine besondere Bedeutung haben. Für die Verbreitung solcher spezieller »Anlaßgottesdienste« ist entscheidend, ob sie eine geistig-geistliche Verbindung mit der feiernden Gemeinde, auch als Teil der universalen Kirche, herzustellen vermögen.

5. Die zu übertragenden Gottesdienste sind nach den geltenden liturgischen Vorschriften zu gestalten. Die Übertragung muß sich auf die einzelnen liturgischen Elemente der Feier konzentrieren und darf nicht davon ablenken. Zur würdigen Darstellungsweise gehört auch die besondere Rücksichtnahme der Mitarbeiter des Rundfunks bei der Übertragung auf die feiernde Gemeinde. Die Aufnahme sollte den Charakter des Gottesdienstes und die Sammlung der Gemeinde nicht über Gebühr beeinträchtigen.

6. Es dürfen nur Gottesdienste übertragen werden, die mit einer Gemeinde gefeiert werden. Die Gottesdienste sollen in ihrer Gestaltung auch die Zuschauer/Zuhörer berücksichtigen und ihnen Kontakte zur

Gemeinde ermöglichen (z.B. durch Angabe einer Kontaktadresse). Zeitgleiche Übertragungen von katholischen Gottesdiensten in konkurrierenden Fernseh- bzw. Hörfunkprogrammen sind zu vermeiden.

7. Übertragungen von Gottesdiensten in Hörfunk und Fernsehen werden nur dann

ihrem pastoralen Sinn gerecht, wenn sie von religiös-kirchlichen Sendungen ergänzt und begleitet werden, die das gesamte Leben der Kirche darzustellen versuchen.

Publizistik im deutschen Teilkirchenrecht

Im Teilkirchenrecht für den Bereich der Deutschen Bischofskonferenz, welches in Ergänzung des neuen Kirchenrechts am 1. August 1986 in Kraft tritt, befassen sich zwei Abschnitte mit der kirchlichen Arbeit im Hör- und Sehfunk, die wir nachfolgend dokumentieren. Es handelt sich um die Punkte 6 und 7 des neuen Teilkirchenrechtes, wie es unter anderem im Amtsblatt »Kirchlicher Anzeiger für die Diözese Aachen« (56:1986, Nr. 7 vom 15. Juli) veröffentlicht wurde.

6. Verbreitung der christlichen Lehre in Hörfunk und Fernsehen (Partikularnorm zu c. 772 §2 CIC)

1. Die authentische Verbreitung der christlichen Lehre in Hörfunk und Fernsehen ist vom kirchlichen Lehramt, wahrgenommen durch den zuständigen Diözesanbischof, autorisiert und geschieht durch die Übertragung von liturgischen Handlungen, Wortverkündigung und Darlegung der katholischen Glaubens- und Sittenlehre sowie durch die Darstellung des lebendigen Glaubensvollzugs.

Der kirchliche Senderbeauftragte verantwortet die Auswahl der Personen, die an vorgenannten Sendungen mitwirken, im Einvernehmen mit dem am Wohnort des Mitwirkenden zuständigen Diözesanbeauftragten. Die an der Lehrverkündigung Mitwirkenden müssen über eine ausreichende fachliche Qualifikation verfügen und eine entsprechende kirchenamtliche Beauftragung besitzen.

2. Unbeschadet der rechtlichen Gesamtverantwortung durch die Leitung der Sendeanstalt ist der kirchliche Senderbeauftragte im Auftrag der im Sendegebiet zuständigen Diözesanbischöfe und im Rahmen ihrer Weisungen diesen für Inhalt und Gestaltung dieser Sendungen und Programme verantwortlich.

3. Die Genehmigung für die Übertragung von liturgischen Handlungen erteilt der für

den Übertragungsort zuständige Diözesanbischof.

4. Meßfeiern dürfen nur live und nur vollständig übertragen werden; sie sind kein Ersatz für solche Meßfeiern, die von den Gläubigen in räumlicher Gegenwart mitzufeiern sind.

5. Die geltenden liturgischen Vorschriften sind einzuhalten; für eine würdige Darstellungsweise ist bei der Übertragung insbesondere von Gottesdiensten Sorge zu tragen.

6. Bei redaktionell verantworteten Sendungen über religiös kirchliche Themen, insbesondere wenn darin die Darlegungen der katholischen Glaubens- und Sittenlehre erfolgt, ist der Senderbeauftragte gehalten, den verantwortlichen Redakteur hinsichtlich der Auswahl und des Inhalts zu beraten.

7. Mitwirkung von Klerikern und Ordensleuten bei Sendungen zur Glaubens- und Sittenlehre in Hörfunk und Fernsehen (Partikularnorm zu c. 831 §2 CIC)

1. Bei Sendungen im Hörfunk und Fernsehen, die die katholische Glaubens- und Sittenlehre betreffen, dürfen Kleriker und Ordensleute, die über eine ausreichende fachliche Qualifikation verfügen und die entsprechende kirchenamtliche Beauftragung besitzen, mitwirken, sofern nicht der für sie oder der für den Sendeort zuständige Diözesanbischof im Einzelfall anders bestimmt.

2. Kleriker und Ordensleute müssen in Fernsehsendungen als solche erkennbar sein.

Dokumentationshinweise

Directorio Liturgico para la Retransmission de las Misas por Radio y Television. Aprobado por las Comisiones Episcopales de Liturgia y de Medios de Comunicación Social.

In: Notitiae. Commentarii ad nuntia et studia re liturgica editi cura Congregationis pro Cultu Divino. Vatik. Vol. 22(1986) Num. 6 (239), 405 - 415

Johannes Paul II.: Contribuire alla crescita della persona e della società. In: »L'Osservatore Romano« 126 v. 27.6.1986

Ansprache an die Delegation des belgischen katholischen Journalistenverbandes.

Original: Französisch

AFRIKA

GABUN

Die Programmleiter und verantwortlichen Redakteure der religiösen Sender trafen sich Anfang Februar 1986 unter der Leitung des Generalsekretärs der SENAM (National Service of Catholic Media) zu einer Arbeitssitzung, bei der es um die Erarbeitung von Radiosendungen und um Gottesdienstübertragungen ging.

SÜDAFRIKA

Gegen die verzerrte Medienberichterstattung regierungsfreundlicher südafrikanischer Presse- und Fernsehorganisationen im Fall des verhafteten Priesters Smangalis Mkhathwa, protestierten am 20. Mai die Bischöfe Südafrikas. Der Sekretär der südafrikanischen Bischofskonferenz war wegen angeblichen Waffenbesitzes verhaftet worden.

Zwelakhe Sisulu, der Herausgeber von »New Nation«, wurde Ende Juni in Johannesburg verhaftet. »New Nation« war im Februar dieses Jahres von der katholischen Bischofskonferenz »Südliches Afrika« gegründet worden, um der schwarzen Bevölkerung eine publizistische Stimme zu verleihen. Seit der Verhaftung Sisulus versuchten die Bischöfe alle legalen Möglichkeiten auszuschöpfen, um von der Regierung in Pretoria die Freilassung Sisulus zu erwirken. Mitte Juli wurde Sisulu auf Anordnung des Obersten Gerichtshofes von Natal wieder auf freien Fuß gesetzt.

AMERIKA

BOLIVIEN

Der Radiosender »Tarija« in Sucre an der bolivianisch-argentinischen Grenze wurde am 8. Juli 1986 durch einen Bombenanschlag sehr schwer beschädigt. Der von Jesuiten betriebene Sender hatte sich in den vergangenen Jahren vor allem durch seine soziale Ausrichtung, seinen Einsatz für die Alphabetisierung und seinen Einsatz für die Rechte der Landarbeiter hervorgetan. Bereits im vergangenen Jahr war Radio »Tarija« Ziel eines Bombenanschlages. Dem neuerlichen Attentat ging eine Serie einschlägiger Drohungen voraus. Der Bombenanschlag vom 8. Juli hat einen Schaden von 150.000 Dollar angerichtet und die Übertragungsanlagen und die Antenne total zerstört. Der bolivianische Innenminister hat verspro-

chen, alles zur Aufklärung der Tat erforderliche zu unternehmen.

BRASILIEN

»Agencia Ecueménica de Noticias« heißt eine neue ökumenische Nachrichtenagentur, die seit März 1986 in Sao Paulo wöchentlich ein 20seitiges Nachrichtenbulletin erstellt. AGEN will Nachrichten über das Leben der lateinamerikanischen Kirche und das christliche Engagement in Sozial- und Menschenrechtsbewegungen vermitteln. Die Nachrichtenagentur arbeitet aufgrund einer Initiative von 35 kirchlichen Publikationen und erscheint in portugiesischer Sprache. Die Finanzierung des Projektes ist noch nicht endgültig gesichert. Die Adresse: AGEN, Av. Higienópolis, 983 CEP 01238, Sao Paulo SP.

KOLUMBIEN

Ein lateinamerikanisches Treffen zur Förderung von Mitarbeitern in der Medienpastoral fand im Mai 1986 in Bogota statt. Organisiert wurde das Treffen von der Abteilung für Soziale Kommunikation (DECOS) des Rates der lateinamerikanischen Bischofskonferenz (CELAM). Teilnehmer waren Mons. Darío Castrillon Hoyos, Generalsekretär des CELAM, Mons. Ovidio Pérez Morales, Präsident von DECOS, neun weitere Bischöfe und etwa dreißig eingeladene Gäste aus verschiedenen lateinamerikanischen Ländern. Besonderer Anlaß des Treffens war die Präsentation eines 321seitigen Arbeitsbuches für die Arbeit mit sozialen Kommunikationsmitteln.

Rebellen der Bewegung »M-19« haben während des Papstbesuches in Kolumbien zweimal eine Liveübertragung einer Zeremonie mit dem Papst gestört. Nachdem in der Sendung vom 2. Juli 1986 Bild und Ton ausgefallen waren, hörten die Zuschauer die Stimme eines jungen Mannes, der den Papst grüßte und ihm Erfolg bei seinem Papstbesuch wünschte. Zuvor hatte der Mann erklärt, daß er der »M-19« angehöre. Wenig später wurde die Übertragung ein zweites Mal gestört. Diesmal forderte der anonyme Guerillasprecher den Papst auf, aus christlicher Sicht über die ungerechte Situation Lateinamerikas und das Recht der dortigen Menschen auf ein würdiges Leben nachzudenken.

PARAGUAY

Das Wiedereinreiseverbot für den spanischen Priester Javier Arancon, das die Regierung des Generals Alfredo Stroessner im Juni ausgesprochen hatte, ist nach Ansicht der paraguayischen Franziskanerminorenprovinz »willkürlich und ungerecht«. Javier Arancon ist Direktor des katholischen Radiosenders »Charitas«, der sich bemüht, eine Stimme derer zu sein, die keine Stimme haben. Trotz des Verbotes der Wiedereinreise von Pater Arancon setzt der Sender seine Arbeit fort.

USA

Das »Marquette University's College of Journalism« in Milwaukee beging im Juni 1986 seinen 75. Geburtstag. Unter anderem fand ein eintägiger Kongreß statt, der unter dem Thema stand »Auf dem Sprung ins 21ste Jahrhundert: Optionen für katholische Medien«. Zu Gast war auch Erzbischof John P. Foley, der Präsident der Päpstlichen Kommission für soziale Kommunikationsmittel.

»*El Chicago Catolico*« heißt eine Publikation, die seit Anfang 1986 für die 85 spanischsprechenden Pfarreien der Diözese Chicago in einer Auflage von 20.000 Exemplaren erscheint. »El Chicago Catolico« ist keine bloße Übersetzung von »The Chicago Catholic«. Das Blatt enthält eigene Beiträge zu Themen, die besonders die spanischsprechenden Katholiken interessieren.

Zur Finanzierung einer neuen Satzsausrüstung für den »Vermont Catholic Tribune« startete die Bistumszeitung der Diözese Burlington (flächenidentisch mit dem Bundesstaat Vermont) eine fund-raising-Kampagne, bei der in kurzer Zeit etwa 25.000 Dollar an Spendengeldern zusammenkamen; 31.000 Dollar müssen finanziert werden. »The Vermont Catholic Tribune« erscheint zweiwöchentlich mit einer Auflage von 22.000 Exemplaren.

Den 75. Jahrestag ihrer Gründung beging in Columbus im Bundesstaat Ohio der katholische Presseverband der Vereinigten Staaten. Der zu diesem Anlaß stattfindende Kongreß wurde mit einer Festansprache durch den amerikanischen Präsidenten des Komitees für die sozialen Kommunikationsmittel, Weihbischof Anthony Bosco, am 7. Juni beendet.

Eine Erklärung zum »Recht der Kirche auf die freie Ausübung ihres Dienstes« hat am 3. Juli 1986 die Bischofskonferenz der Vereinigten Staaten an die Adresse der sandinistischen Regierung in Nicaragua gerichtet. Darin unterstützt man den Wunsch des nicaraguensischen Priesters Bismarck Carballo, wieder in sein Heimatland einreisen zu dürfen. Bismarck Carballo galt als Sprachrohr der Erzdiözese Managua und

war außerdem Direktor des Senders »Radio Catolica«, der im Januar 1986 durch die Sandinisten geschlossen worden war. Nach Ansicht des Sprechers der amerikanischen Bischofskonferenz, Daniel Hoye, sei die Feindseligkeit gegen Pater Carballo offenkundig gegen den Erzbischof Miguel Obando y Bravo selbst und die gesamte Kirche Nicaraguas gerichtet.

Eine eigene Fernsehstation betreibt seit dem 31. Dezember 1984 die Diözese von Tucson in Arizona: KDTU. KDTU verfügt über eigene Studios und Sendeanlagen. Das Programm möchte eine Alternative zum üblichen Fernsehprogramm sein. Es soll ein Programm für die ganze Familie sein. Außerdem strebt man an, auf unterhaltende Weise menschliche Werte zu vermitteln.

ASIEN

BANGLADESH

Ein medienkundliches Seminar im Rahmen der katechistischen Ausbildung konnte im Juni 1986 in Dhaka durchgeführt werden. Träger der Veranstaltung war das Christliche Kommunikationszentrum in Dhaka, das unterstützt wurde durch ein Team aus Manila/Philippinen.

Indien

Einen nationalen Filmpreis für den besten Film zur Rolle der Frau in der indischen Gesellschaft hat der Präsident der indischen Republik Giani Zail Singh am 13. Juni 1986 in Delhi dem vom katholischen »Streevani«-Institut, Pune, produzierten Film »Bai« verliehen. In dem 30minütigen farbigen Dokumentarfilm spielen Dalit-Frauen ihr Leben und ihre Probleme als Frauen der indischen Gesellschaft. Der Streifen wurde aufgrund wissenschaftlicher Forschungen des von dem jüngsten aus Indien ausgewiesenen P. Dr. Engelbert Zeitler svd gegründeten Forschungsinstituts »Streevani« produziert. »Streevani« (»Stimme der Frau«) ist als Forschungsinstitut dem religionswissenschaftlichen Zentrum »Ishvani Kendra« (»Stimme Gottes«) der Steyler Missionare in Pune angeschlossen. Der Frauen-Dokumentationsfilm »Bai« konnte mit einer Beihilfe von Misereor produziert werden. Deswegen wird der mit 20.000 Rupees dotierte Filmpreis auch Misereor zur Verfügung gestellt. Es ist das erste Mal, daß sich die katholische Kirche Indiens auf diese Weise mit der Rolle und den Problemen der indischen Frau auseinandergesetzt hat. Der Film wurde ursprünglich in der Marathi-Sprache produziert, wird aber für jede Übertragung in einer der anderen 14 offiziellen Sprachen Indiens aufgrund des Filmpreises einen staatlichen Zuschuß von jeweils 10.000 Rs. erhalten. Das »Streevani/Ishvani Kendra« Institut in Pune plant, seine Forschung in mindestens acht Büchern zu veröffentlichen, die auch in Frauenprogramme von Kollegien und Universitäten des Landes eingespeist werden sollen.

INDONESIEN

Einen einwöchigen Grundkurs »Journalismus« veranstaltete die Diözese Bandung vom 18. - 25. Mai 1986. Teilnehmer des Kurses, der im Zusammenhang mit dem Weltkommunikationstag stand, waren 60 katholische Universitätsstudenten.

JAPAN

Einen Telefonseelsorgedienst haben in Tokio Schwestern von der Ordensgemeinschaft »Töchter des heiligen Paulus« ins Leben gerufen. Rund um die Uhr können sich Christen wie Nichtchristen mit ihren Fragen und Problemen dieser Einrichtung bedienen. Außer dem Gesprächsangebot bieten die Schwestern über Telefon auch Meditationstexte und Informationen über das Leben der katholischen Kirche in Japan an.

PAKISTAN

Zum Sekretär der nationalen Kommission für die sozialen Kommunikationsmittel wurde im Juni 1986 Lawrence Saldanha bestellt, der zuvor als Herausgeber der Zeitschriften »Catholic News« und »Catholic Naqib« fungierte.

PHILIPPINEN

Präsidentin Corazon Aquino und andere führende Persönlichkeiten des Landes haben die Bevölkerung der Philippinen im Juni 1986 aufgerufen, für die Wiedererrichtung von »Radio Veritas« zu spenden. Der katholische Sender hatte eine führende Rolle beim Sturz von Fernando Marcos gespielt. Anhänger des Diktators zerstörten die Sendeanlagen so weitgehend, daß für die Reparaturarbeiten etwa 2,3 Millionen Dollar benötigt werden.

SRI LANKA

Eine Seminar über die »New World Information and Communication Order« (NWICO) der Unesco fand vom 28. Februar bis 5. März 1986 in der Hauptstadt Colombo statt. Das Seminar, das von der CCA (Christian Conference of Asia) organisiert wurde, war offen für Teilnehmer aus Indonesien, Bangladesch, Indien, Pakistan, Singapur und Sri Lanka. Dabei ging es um die Demokratie der Kommunikation, die durch die ungerechte Kommunikationsstruktur zwischen den Ländern der entwickelten und unterentwickelten Welt korrumpiert ist. Die alternative Informationsordnung der Unesco ist gegen den einseitigen Besitz und die einseitige Handhabung der Information gerichtet. Sie bildete die Grundlage einer neuen Bewußtseinsbildung für die Teilnehmer des Seminars.

SÜDKOREA

Für die Freiheit der Presse hat sich nachdrücklich Kardinal Kim von Seoul ausgesprochen. Der Kardinal, der sich zur Zeit sehr stark um Frieden und Ausgleich zwischen den politischen Fronten bemüht, bemerkte

in einer Fernsehendereihe, die vom 12. - 24. Mai 1986 ausgestrahlt wurde, die Freiheit der Presse sei ein noch dringenderes Gebot als die anstehende Verfassungsreform.

EUROPA

DEUTSCHLAND

Der Präsident der Päpstlichen Kommission für Soziale Kommunikationsmittel, Erzbischof John P. Foley, hat vom 7. - 11. Juli 1986 die Bundesrepublik Deutschland besucht, um sich über die Medienarbeit kirchlicher Stellen zu informieren.

Wissenschaftliche Untersuchungen über die Wirkungen von Filmen auf Kinder und Jugendliche haben am 8. April 1986 die katholischen Vertreter bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) gefordert. Vor allem die Veränderungen in der Altersbegrenzung des Kinobesuchs für Kinder durch das neue Jugendschutzgesetz mache solche Untersuchungen nötig.

Der katholische Journalistenpreis 1986 wurde in Würzburg durch Bischof Paul-Werner Scheele verliehen. Der seit 1975 bestehende Preis wird alljährlich für herausragende Leistungen auf dem Gebiet der katholischen Publizistik verliehen. Gestiftet wurde er von der Deutschen Bischofskonferenz. Die Preisträger 1986 waren: Günther Geisler, Wiesbaden; Dietrich Treffert, Bonn; Eva Groskinsky, Augsburg; Bernd Schoch, München.

Eine der Wahrheit verpflichtete Berichterstattung forderte das Zentralkomitee der Katholiken Deutschlands in einer am 14. Juli veröffentlichten Stellungnahme zur bevorstehenden Wahlkampfzeit. Ausdrücklich appellierte das ZdK an die Journalisten, allen Versuchungen zu widerstehen, ihre Nachrichten, Berichte und Kommentare aus politischen und anderen Gründen zu manipulieren. Das ZdK beklagte darüber hinaus die Tatsache, daß alles Negative »nachrichten- und bildträchtiger« zu sein scheine als das normale Leben.

Das 27. Deutsch-französische Publizistentreffen fand vom 19. - 22. Juni 1986 in Berlin statt. Das Treffen stand unter dem Thema »Der Christ und die Ausländerfrage«. Die christlichen Publizisten informierten sich außerdem über die Lage der geteilten Stadt und die Arbeit der katholischen Kirche Berlins, die in besonderer Weise auch eine »Rundfunk«-Kirche ist. Am Ende des Treffens fand ein Meinungsaustausch über kirchliche und gesellschaftliche Entwicklungen in Frankreich und Deutschland statt.

Forderungen an die Medienpolitik stellte ein im Mai 1986 erschienenes Papier des Zentralverbandes katholischer Kindergärten und Kinderhorte Deutschlands. Der Verband erwartet vor allem eindeutig formulierte Programmgrundsätze, die Werbung quantitativ begrenzen und die Richtlinien des Jugendschutzes beachten (siehe auch DOKUMENTATION in diesem Heft).

Die Jahresversammlung der Arbeitsgemeinschaft katholischer Presse (AKP) fand am 25. und 26. Juni 1986 in Würzburg statt. Dabei wurde deutlich, daß die Auflage der Bistums-, Sonntags- und Seniorenpresse sowie die Magazine der AKP-Verlage im Vorjahr um 94.000 Exemplare zurückgegangen ist. Wie der Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft, Dr. Günther Mees, betonte, könne eine Lösung der Probleme nicht in einer verstärkten Anpassung an die Regenbogenpresse bestehen. Vielmehr müßten die katholischen Presseorgane noch stärker als bisher die »katholische Flagge« zeigen. Als »Fachorgane für katholische Haltung« und »sinnvolles Leben in der Welt« hätten sie durchaus eine Chance auf dem Markt.

»*Glauben und Lernen*« heißt eine Zeitschrift für theologische Urteilsbildung, die seit Mai 1986 im Verlag Vandenhoeck + Ruprecht erscheint. Das erste Heft der Göttinger Halbjahresschrift ist dem Thema »Gebot« gewidmet.

Der »*Rheinische Merkur/Christ und Welt*« erscheint seit dem 4. Juli 1986 in einem größeren, dem sogenannten »nordischen« Format. Die katholische Wochenzeitung wird nun nicht mehr in Koblenz, sondern in Kettwig bei Essen im Offsetdruckverfahren hergestellt.

Der *Umfang an religiös-kirchlichen Sendungen* des Deutschlandfunks ist auch nach der Programmreform vom 14. April 1986 gleichgeblieben: Der Deutschlandfunk sendet zweieinhalb Stunden Kirchliches pro Woche. Nach Auskunft des Senders hätten gerade religiöse Sendungen eine überdurchschnittlich hohe Resonanz unter den zehn Millionen DLF-Hörern.

Die Deutsche Welle wird zukünftig Gottesdienstübertragungen ausstrahlen. Ab dem 5. Oktober 1986 soll an jedem Sonntag ein katholischer oder evangelischer Gottesdienst, den die Deutsche Welle live vom Deutschlandfunk übernimmt, europaweit ausgestrahlt werden. An den höchsten kirchlichen Feiertagen sollen sie auch für die Zielgebiete des Deutschen Programms in Afrika, Asien sowie Nord- und Südamerika übernommen werden.

Mit selbstgestalteten Programmbeiträgen werden die katholische und die evangelische Kirche beim ersten privaten Hörfunkprogramm des Landes Niedersachsen

sen (ffn = Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG) vertreten sein, das ab dem 1. Januar 1987 ausgestrahlt wird. Damit entsprechen die Veranstalter dem niedersächsischen Landesrundfunkgesetz, worin sie verpflichtet werden, »den Kirchen und anderen in Niedersachsen bestehenden öffentlich-rechtlichen Religionsgemeinschaften angemessene Sendezeiten für die Übertragung gottesdienstlicher Handlungen und Feierlichkeiten sowie sonstiger religiöser Sendungen einzuräumen«.

Um die Einbeziehung von Zuschauern in TV-Meßfeiern ging es bei einem im Juni 1986 stattgefundenen Fachgespräch der katholischen Akademie in Trier. Achtzehn Theologen und Medienfachleute kamen zu der Überzeugung, daß eine solche direkte Einbeziehung der Fernsehzuschauer »theologisch legitim« und »pastoral sinnvoll« sei.

Die neunte Internationale Christliche Fernsehwoche fand vom 8. - 14. Juni 1986 in Mainz statt. Verantwortlich zeichneten für die Veranstaltung die Weltorganisationen für christliche Kommunikation UNDA (katholisch) und WACC (evangelisch). Die fünfköpfige Jury unter Vorsitz der feministischen Theologin Katharina Halkes (Nijmegen) zeichnete dabei fünf der vierzig im Programm gezeigten Produktionen aus. Gleich doppelt prämiert wurde »Shadowland«, die Liebesgeschichte des Schriftstellers C. S. Lewis und seiner krebserkrankten Frau. Neben dem offiziellen Preis erhielt dieses Fernsehspiel auch den »Preis der Teilnehmer des Festivals«.

Die Familienverbände Nordrhein-Westfalens haben sich in einem am 13. Juli 1986 erschienenen Positionspapier »Familie und Fernsehen« kritisch mit der Programmgestaltung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens auseinandergesetzt. Werblich orientierte Programme, die für Kinder gänzlich ungeeignet seien, würden qualifizierte Kinderprogramme mehr und mehr in den Hintergrund drängen. Die Familienverbände fordern die Ausstrahlung »qualitativ hochwertiger Kindersendungen« zu gängigen Tageszeiten, so daß Kinder vor dem Bildschirm sitzen dürfen.

Die katholische Landesarbeitsgemeinschaft Jugendschutz hat auf Anfrage der Landesregierung von Nordrhein-Westfalen eine Stellungnahme zum Referentenentwurf für das neue Landesmediengesetz abgegeben. In dem Papier, das am 8. Juli veröffentlicht wurde, spricht sich die Landesarbeitsgemeinschaft dafür aus, die Verpflichtung auf den Schutz von Kindern und Jugendlichen in die Programmgrundsätze des Landesmediengesetzes aufzunehmen, eine Verpflichtung zum Angebot von Kinder- und Jugendsendungen zu integrieren, die Prüfpflicht der Veranstalter unter Jugendschutzgesichtspunkten einzubeziehen, einen Jugendschutzbeauftragten zu bestellen und Werbung, die sich an Kinder wendet, zu verbieten.

Die Gründung einer Arbeitsgemeinschaft »Neue Medien und katholische Kirche in Bayern« hat der Beauftragte der Bayrischen Bischofskonferenz für die »Neuen Medien«, Prälät Berthold Lutz am 10. April 1986 angeregt.

Eine Christliche Medien GmbH hat das charismatisch orientierte Jugend-, Missions- und Sozialwerk Altensteig (JMS) gegründet. In eigenen Fernseh- und Tonstudios im Gesamtwert von 5,5 Millionen Mark sollen christliche Programme für das private Kabel- und Satellitenfernsehen, aber auch für die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten produziert werden. Das JMS will auch Mitarbeiter für die Medienarbeit ausbilden und eine spezielle Betreuung für die von den Sendungen Angesprochenen organisieren.

FINNLAND

Ihre Medienarbeit will die Evangelisch-Lutherische Kirche Finnlands verstärken. So soll das Informationszentrum personell ausgebaut werden, so daß man in der Lage ist, Gemeinden bei der Erstellung lokaler Rundfunkprogramme zu unterstützen. Außerdem sollen die öffentlichen Medien des Landes mit kirchlicher Information versorgt, und Gottesdienste für das finnische Fernsehen produziert werden.

FRANKREICH

Zwei Filme mit religiöser Thematik wurden in Cannes preisgekrönt. Bei den Internationalen Filmfestspielen im Mai 1986 erhielt der Film »Mission« von Roland Joffé (Hauptdarsteller: Robert de Niro und Jeremy Irons) die »Goldene Palme«. Die historische Filmgeschichte, die im ausgehenden 18. Jahrhundert an der Grenze zwischen Paraguay und Argentinien spielt, läßt zahlreiche Bezugnahmen auf die Gegenwart Lateinamerikas zu. Den Spezialpreis der Juroren erhielt der Film »Therese« von Alain Cavalier. Er erzählt vom Leben und der Berufung der heiligen Therese vom Kinde Jesu. Der Preis der ökumenischen Jury ging an den Film »Das Opfer« von Andrzej Tarkowski.

Ein internationaler Markt für religiöse Videos ist für den 12. - 14. November in Chantilly, in der Nähe von Paris geplant. Während dreier Tage sollen Produzenten und Benutzer religiös orientierter Videoarbeiten das eingereichte Material sichten können. Der Markt soll Möglichkeiten zu Kontakt und Zusammenarbeit eröffnen. Die Veranstaltung wird von UNDA-Europa und der WACC unterstützt.

»Jugend und Medien« hieß das Thema des Nationalkongresses von Chretiens-Medias (die französische Abteilung der UNDA) am 8. und 9. März 1986 in Lille. Die Delegierten befaßten sich in Vorträgen, audiovisuellen Präsentationen und Statements ausgiebig und teilweise sehr kontrovers mit der Materie.

GROSSBRITANNIEN

»The Universe«, die größte katholische Wochenzeitung in Großbritannien, wurde im April 1986 an die Bischofskonferenz des Landes verkauft. Die Zeitung mit einer Auflage von 125.000 Exemplaren gehörte der »Trinity International Group«. Neuer Eigentümer wurde der von der Bischofskonferenz eingerichtete »Catholic Media Trust«, der mehrere Bischöfe, ein Parlamentarier, ein Journalist sowie einige Ordensleute und Laien angehören. Mit dem Aufkauf soll gewährleistet bleiben, daß »The Universe« in katholischen Händen bleibt.

ITALIEN

»Die postindustrielle Gesellschaft als Informationsgesellschaft« lautete das Thema des 10. nationalen Fortbildungskurses für Beschäftigte in den Bereichen von Kultur und Pastoral. Der Kurs, der vom 29. Juni - 5. Juli in Fiera di Primiero (Provinz Trient) stattfand, wurde gemeinschaftlich organisiert durch den Verband der katholischen Filmschaffenden (ACEC) und den nationalen italienischen Filmverband (ANCCI).

Zur 36. Pastoralen Werkwoche trafen sich im Juni 1986 über 450 pastorale Mitarbeiter — Priester, Ordensleute und Laien — in Assisi. Die Woche stand unter dem Thema: »Zu wem sprechen wir heute? Kommunikation und Kommunion in der Pfarrei«. Organisiert wurde das Treffen von COP (Centro di Orientamento Pastorale). Zu Themen aus dem Grenzbereich von Kommunikation und Theologie sprachen die Professoren Gerardo Cardaropoli, Carlo Buzzetti (»Jesus Christus, der vollkommene Kommunikator und die Verpflichtung der Christen«) und Gianfranco Garancini.

Ein Dokumentationszentrum für katholische Druckerzeugnisse hat sich aufgrund der Initiative einer Gruppe von Journalisten in Mailand gebildet. Gesammelt werden Zeitungen, Zeitschriften, Verlautbarungen, Akten und Dokumente, die von christlichem Geist geprägt sind. Das Zentrum bittet um Einsendungen an die Adresse: »Centro Documentazione Stampa Cattolica«, Piazza De Angeli 3 — 20146 Milano.

Zum ersten internationalen Treffen der katholischen Lokalpresse in Europa und Amerika trafen sich im Juni 1986 in San Miniato in der Toscana Pressevertreter von Diözesanzeitungen aus Italien, Frankreich, der Schweiz, Deutschland, Österreich, Spanien und den Vereinigten Staaten. Das Treffen stand unter dem Thema »Die katholische Presse und die lokale Kommunikation in Europa und Nordamerika«. Bei dem Erfahrungsaustausch trat die gemeinsame Aufgabe deutlich hervor: den Glauben und das kirchliche Leben auf dem Hintergrund einer ständig mehr säkularisierten Welt zu vermitteln. Weiterhin sprach man über redaktionelle Strukturen, technologische Fortentwicklungen im Medienbereich, Auflagenentwicklungen, Marketing und über Möglichkeiten einer Zusammenarbeit.

NIEDERLANDE

Eine Evangelisationskampagne über Satellit plant der amerikanische Baptistenprediger Billy Graham für das Jahr 1988. Graham erklärte auf der am 30. Juli 1986 zu Ende gegangenen Zweiten Internationalen Konferenz für reisende Evangelisten in Amsterdam seinen Plan, eine Vortragsreise über Satellit gleichzeitig in 150 Länder der Erde übertragen zu lassen.

SPANIEN

Einen Intensivkurs über soziale Kommunikationsmittel hat die Kommission für Medien und soziale Kommunikationsmittel der Bischöfe sowie die UCIP-Spanien vom 30. Juni - 19. Juli 1986 in Valle de los Caños organisiert. Man betrachtete die Medien unter dem Gesichtspunkt möglicher Instrumente der Evangelisation.

UNGARN

Die ungarische katholische Nachrichtenagentur »Magyar Kurir«, die seit 1909 besteht und die derzeit einzige katholische Nachrichtenagentur im Ostblock ist, darf seit dem 1. April 1986 eine Ausgabe in deutscher und französischer Sprache herausbringen.

Die ungarische katholische Kirchenzeitung »Uj Ember« (Neuer Mensch) konnte in den letzten 15 Jahren bis 1986 eine Auflagensteigerung von 15.000 Exemplaren verzeichnen.

VATIKANSTADT

Papst Johannes Paul II. empfing am 19. April 1986 zum ersten Mal eine Gruppe sowjetischer Journalisten zu einem Gespräch. Der Papst unterstrich in russischer Sprache die Bedeutung der Schlußakte von Helsinki und betonte »kulturelle und menschliche Begegnungen als wesentlichen Beitrag zum Frieden«. Die Begegnung wurde von den russischen Pressevertretern als »außergewöhnlich« bezeichnet.

Zum 15. Jahrestag von »Communio et Progressio« zog der Präsident der Päpstlichen Kommission für die sozialen Kommunikationsmittel, Erzbischof John Foley am 4. Juni 1986 in einem Interview eine kurze Bilanz. Unter anderem wies er darauf hin, daß es heute nahezu in allen Ländern Kommissionen für die sozialen Kommunikationsmittel gibt, die aus Bischöfen und Fachleuten zusammengesetzt sind. Evangelisation im weitesten Sinn sei das Ziel christlicher Medienarbeit. Dieser Auftrag könne sehr verschiedene Formen annehmen, die von der direkten Verkündigung der Botschaft bis hin zum Eintreten für die Menschenrechte reichen.

Papst Johannes Paul II. empfing am 19. Juni 1986 die Teilnehmer eines festlichen Kolloquiums zum 40. Jahrestag der Gründung der Krakauer Monatsschrift

»Znak«. Der Papst unterstrich in seiner Ansprache, daß »Znak« in den 40 Jahren seines Bestehens der christlichen Kultur Polens gedient habe, in dem sie Platz geboten habe für eine Begegnung mit den Strömungen modernen Denkens, die Zeugnisse von Autoren der christlichen Welt publiziert und ein kritisches Reflexionsniveau geboten habe. — Die Zeitschrift »Znak« (Das Zeichen) wurde vor 40 Jahren von einer Gruppe polnischer intellektueller Katholiken gegründet und blieb über die gesamte Zeit die intellektuelle Speerspitze des polnischen Katholizismus. Der breitgefächerte Themenkanon reicht von Theologie und Philosophie über die christliche Soziallehre bis hin zu Literatur und Kunst. Unter den Autoren rangierte auch der heutige Papst. Zweimal (von 1953-1957 und von 1981-1983) wurde »Znak« von der kommunistischen Autorität verboten. Heute hat »Znak« mit der kommunistischen Zensur zu kämpfen.

Papst Johannes Paul II. erklärte am 24. Mai 1986 vor den Teilnehmern einer Romfahrt zum 50jährigen Bestehen des Passauer Bistumsblattes, die verweltlichte Gesellschaft brauche eine neue Verkündigung, die den christlichen Glauben wirksam in das öffentliche Gespräch einbringe. Die Kirchenzeitung bezeichnete der Papst als ein »vorzügliches Mittel der sozialen Kommunikation innerhalb der eigenen Diözese«.

Zum 125jährigen Jubiläum des Osservatore Romano, am 1. Juli 1986 erschien ein 68seitiges Supplement mit der Originalwiedergabe interessanter Seiten aus der Geschichte des Blattes. Der Faszikel wird durch einen Brief des Papstes an Direktor Mario Agnese eröffnet, worin dieser den besonderen Wert des Osservatore Romano als Medium der Verlautbarungen des Heiligen Stuhles herausstellt. Die Abonnenten des Osservatore Romano erhielten das Supplement Mitte Juli kostenlos.

Papst Johannes Paul II. empfing am 26. Juli 1986 eine Delegation des Verbandes katholischer Journalisten aus Belgien, die alljährlich dem Papst eine besondere Gabe anbieten. Es handelt sich um eine Sammlung unter den Lesern der katholischen Presse. Das Geld ist bestimmt für die Opfer von Katastrophen und Kriegen, oder zur Unterstützung besonders armer Kirchen.

OZEANIEN

NEUSEELAND

Ein neues ökumenisches Monatsmagazin wird ab Anfang Juli 1986 in Neuseeland vertrieben. »Accent« möchte zu den wichtigsten gesellschaftlichen Fragen den christlichen Gesichtspunkt beisteuern und sich besonders den Beziehungen zwischen Kirche und Staat widmen.

Eine besondere Initiative zur Medienpädagogik unternahmen 1985 die katholischen Bischöfe Neuseelands. Durch ihr katholisches Kommunikationszentrum ließen sie »Media Matters«, ein besonders für die Erwachsenenbildung gedachtes, mehrstündiges Programm erstellen, in dem sie für den Umgang mit Massenmedien sensibilisieren wollen. Das Programm, für das Father James B. Lyons verantwortlich zeichnet, wird ergänzt durch begleitende Materialien und ein Trainingsprogramm für Kursleiter. Durch »Media Matters« sollen die Christen ermutigt werden, »die heutigen Medien zu begrüßen und in ihnen Möglichkeiten zu sehen, durch welche die Hoffnung des Evangeliums in jede menschliche Situation getragen werden könne...« (J. B. Lyons).

PAPUA/NEUGUINEA

Ein Preis für den »Christlichen Kommunikator des Jahres« wird alljährlich in Papua-Neuguinea aus Anlaß des Weltkommunikationstages vergeben. Am 11. Mai 1986 wurde »Lifeline«, eine wöchentliche Kolumne in den Zeitungen »Post Courier« und »Wantok« ausgezeichnet. »Lifeline« ist eine ökumenische Initiative zur Lebenshilfe und Lebensberatung, die über die reine Pressearbeit hinausgeht. Mit dem Preis sollte eine Person oder Institution ausgezeichnet werden, die durch die Medien einen besonders großen Einfluß auf die christliche Gesellschaft ausübt.