

BERICHTE

Publizistische Erfahrungen in Brasilien - VERBO FILMES

Alternativen Medienproduktionen im audio-visuellen Bereich zu einer dauerhaften und wirksamen Arbeitsweise zu verhelfen, ist schwer. Für die Richtigkeit dieser Publizistenweisheit steht die Unzahl all jener Projekte, die nach anfänglichem Strohfeuerdasein außer gutgemeinten Ansätzen nichts mehr zu bieten haben.

Weit mehr als auf die (noch) wohlbehütete bundesrepublikanische Medienlandschaft ist dieser Sachverhalt auf brasilianische Umstände anzuwenden: Hereinspaziert in die knallig-bunte Zirkuswelt massenmedial vermittelter Illusionen, in die Vorstellungen des märkteschaffenden American Way of Life. Angesichts solch profitgerichteter Kommunikationsrealität ist sie ohne Zweifel als „alternativ“ zu bezeichnen, die kirchliche Medienproduktionsstätte Verbo Filmes in Sao Paulo. Spiritus rector des 1979 unter der Schirmherrschaft der Brasilianischen Bischofskonferenz aus der Taufe gehobenen Unternehmens ist der Steyler Missionar Pater Conrado Berning. Er war es, der durch seine jahrelange filmische Erfahrung dem Projekt richtungsweisende Leitlinien verlieh.

In seiner Pastoralarbeit war er unmittelbar konfrontiert mit den Unzulänglichkeiten, die sich ihm im Bereich didaktischer Hilfsmittel/Anschauungsmaterial darboten. Aus dieser Not eine Tugend machend, entstanden zusammen mit den von ihm damals betreuten brasilianischen Jugendgruppen die ersten Super-Acht-Filme. Zum Erfolg, der diesen Anfangsproduktionen zuteil wurde, kam sehr bald auch die Wertschätzung offizieller Kirchenkreise, die dem Filmemacher Berning daraufhin einen angemessenen Rahmen für sein weiteres filmisches Schaffen boten. Die finanzielle Initialzündung erhielt das Unternehmen von der Kongregation des Göttlichen Worts (SVD), der „Sociedade Propagadora Soverdi“, die mit der Anschaffung von Schneidetisch, Kameras und Tonbandgeräten erste professionelle Produktionen ermöglichte. Auch das deutsche Hilfswerk Adveniat unterstützte die Initiative. Daraufhin setzte ein kontinuierlicher Entwicklungsprozeß ein, der das Unternehmen Schritt für Schritt auf eine gesunde wirtschaftliche Basis stellte.

1. Das Unternehmenskonzept

Die gemeinnützig tätige Einrichtung Verbo Filmes produziert, reproduziert und vertreibt Filme, Videocassetten, Audiocassetten und Schallplatten, und das in der Regel zum Herstellungs- beziehungsweise Selbstkostenpreis. Die ausschließlich religiösen, edukativen und kulturfördernden Produkte können somit zu einem Preis angeboten werden, der auch noch für ärmere Basisgemeinden vertretbar ist. Fernziel der Bemühungen im Filmbereich ist der Kopienverkauf auf Regionalebene. Von da aus gingen die 16/8 mm-Rollen über Leihstellen an Gemeinden, Schulen und so weiter, eine unserem Bildstellensystem durchaus vergleichbare Vertriebsweise. Leider fehlt es den diözesan-

ähnlich strukturierten Regionen oftmals an den für Aufbau und Unterhalt solcher Stationen nötigen finanziellen Mitteln. Zudem bedarf es nicht selten der Sensibilisierung zuständiger Stellen für das Medium Film. Das mannigfaltige Interesse der einfachen Bevölkerung zeigt sich auf Reisen zu den meist im Hintergrund gelegenen Drehorten, auf denen Projektor und Filmbeispiele zum obligatorischen Reisegepäck gehören. Denkbar ist auch der Einsatz von Medienberatern, die Gemeinden über die jeweilige Verwendung von Kommunikationstechniken in der Pastoral aufklären und pädagogisch-didaktische Hilfen unterbreiten. Häufig ist es auch nur die vor Jahren durchgebrannte Projektorenlampe, die das einstmals bezuschußte Vorführgerät mitten unter den Sakristeistaub zwingt. Unter diesen Gesichtspunkten scheint es unerlässlich, Priesteramtskandidaten und interessierte Laien kommunikationstheoretisch und vor allem auch medienpraktisch auszubilden. Dieser Aufgabe hilft Verbo Filmes durch die Bereitstellung von Ausbildungs- und Praktikantenplätzen. Darüberhinaus finden Einführungskurse statt, die den Teilnehmern zum Beispiel das Zustandekommen einer Photographie erläutern.

2. Der dokumentarische Film

Für Produktionen in 35 mm steht bei Verbo Filmes eine Arriflex-Kamera BLI zur Verfügung. 16 mm-Filme werden mit einer Eclair gedreht. Die extremen Drehbedingungen des dokumentarischen Filmes stellen oft erhöhte Anforderungen an die Beleuchtung. In der Regel muß mit Batteriebetrieb aufgehellert werden, was im „Busch“ einen penibel ökonomischen Umgang mit Energie erfordert. Dazu gehört zwingend die genaue Abstimmung vor allem von Dämmerungs- und Nachtszenen, Bedingungen, bei denen ein Kobaltlampensystem wertvolle Dienste verrichtet. Besonders schwierig gestaltet sich der Nachschub von Filmrohmaterial. Da die hohe Kopienzahl die Verwendung von Farbumkehrfilm nicht rechtfertigt, ist man bei Verbo Filmes gezwungen, teureres Negativmaterial zu beschaffen, das allerdings in Brasilien als Importgut mit bis zu 400 % Einfuhrzöllen belegt ist. Ein Hauptteil der Produktionskosten entfällt auf Entwicklung und Kopierung. Beide Arbeitsgänge werden von einem in Sao Paulo ansässigen Laboratorium verrichtet, das aufgrund seiner Monopolstellung den Preis unverhältnismäßig in die Höhe treibt.

Die Drehbücher der Filme sind grundsätzlich auf nationale Verhältnisse abgestimmt. Nicht selten jedoch läßt sich auch ein internationales Interesse prognostizieren. In Europa, den USA und Japan ist es unter anderem die ethnographische Reichhaltigkeit der Filme, die englische, italienische und deutsche Bearbeitungen rechtfertigt. Die ersten Filmankäufe öffentlich-rechtlicher Fernsehanstalten lassen auch hierzulande auf eine Vervielfachung der Zuschauerzahlen hoffen. Im iberischen Sprachraum (Mittel- und Südamerika, Spanien, Portugal) wird die Kaufentscheidung vielfach von dem Wunsch geprägt, Filme bei der Werbung von Priester- und Ordensberufen einzusetzen. Originäre Zielgruppen bleiben jedoch die brasilianischen Basisgemeinden, denen die Filme als Grundlage für religiöse und sozialkritische Reflexionen dienen. Erweiterte Erörterung erfahren die Themenbereiche in Diskussionen, die sich an die Filmvorführungen anschließen.

3. Der biblische Zeichentrickfilm

Bei den Dritten Internationalen Stuttgarter Trickfilmtagen '86 war der religiöse Trickfilm nicht vertreten. Das für die Kinderkatechese hervorragend geeignete Medium gibt sich international unterrepräsentiert. Der gigantische Arbeitsaufwand und die damit

verbundenen hohen Lohnkosten lassen Trickfilmomänen in Ostblockstaaten und der Dritten Welt entstehen.

Verbo Filmes begann die ersten Zeichentrickexperimente 1984 mit den Aufnahmen zur 20-teiligen Serie „Geschichten aus der Bibel“. Bedingt durch das völlig unzureichende Equipment tauchten allerdings gravierende animationstechnische Hindernisse auf. Die aus dem Experiment gewonnenen Erfahrungen aber ermuntern zu Investitionen in diesem Sektor.

4. Die Tonbildserie

Nach wie vor populärstes Alternativmedium sind in Brasilien Dia-Ton-Bild-Shows. Ihre Erscheinungsweise als bis zu 40-bildrige Serie mit dramaturgisch aufbereiteter Kassette richtet sich in Inhalt und Stil nach der Aufnahmefähigkeit der Rezipienten. Besonders diesem Medium kommt es zu, komplexe theologische und sozialpolitische Sachverhalte einfach und verständlich darzustellen, ohne den Zuschauer zu langweilen. Der Grat, auf den sich der Redakteur mit solchen Prämissen begibt, ist schmal: zu leicht verliert sich die Darstellung in verharmlosende Banalitäten, sehr schnell übersteigt sie aber auch die Verständnisbereitschaft der einfachen Landbevölkerung. Der direkte Kontakt zwischen Empfänger und Redakteur wird somit unumgänglich. Das Produktionskonzept von Verbo Filmes schließt daher schon bei der redaktionellen Erarbeitung den „Mann vor Ort“ mit ein. Mit seinem Sachwissen und einer weitgehend ideologiefreien Sicht der Dinge wird auch der publizistisch Unerfahrene zum wertvollen Helfer und Mitarbeiter.

5. Das Hörspiel

127 katholische Radiostationen bereichern das Hörfunkangebot Brasiliens. Die Mehrzahl ist kommerziell ausgerichtet. Die journalistischen Aussagen dürfen den werbetreibenden Sponsoren, die das finanzielle Anstaltsrückgrat bilden, nicht widersprechen. Dieser circulus vitiosus erlaubt daher nur oberflächliche Unterhaltungsprogramme. Der Sender ist systembedingt direkt von den Zuhörerzahlen abhängig; denn ohne Zuhörer fehlen die Werbeaufträge. Trotzdem verbleibt ein beträchtliches Kontingent an religiös nutzbarer Sendezeit; denn auch damit lassen sich die tiefgläubigen Brasilianer an den Lautsprecher fesseln. Allabendlicher Renner im Mittelwellenbereich, der nahezu ausschließlich von der Landbevölkerung empfangen wird, war das traditionelle „Ave Maria“, das in der Regel von ortsansässigen Geistlichen gestaltet wird.

Bedauernswerterweise fehlt es der etablierten Sendeform oftmals an mediengerechtem Know-How. Abnehmende Hörerzahlen unterstreichen die Notwendigkeit, höhere publizistische Maßstäbe anzusetzen. Als Hilfestellung bietet Verbo Filmes 15-minütige zielgruppenspezifische Hörspielprogramme an, die sowohl an Radiostationen (1/4 Zoll-Studioband) als auch an Gemeinden (Audiocassetten) geliefert werden. Die aktuellen Inhalte werden von einer festen Theatergruppe eingespielt, mit Musik- und Toneffekten gemischt und mit gesprochenen Bibelzitaten belegt. Zusatzinformationen und Diskussionsanregungen bietet ein Begleitheft.

6. Die Schallplatte

Das 8-Kanal-Tonstudio (MCI) erlaubt außer Filmton-Nachbearbeitungen auch Aufnahmen von einfach arrangierten Schallplatten. Besonders stark ist die Nachfrage in Südamerika nach moderner U-Musik mit religiösen Inhalten. Nach 20 Jahren Militärdiktatur eröffnet sich jetzt für den Brasilianer auch der Zugang zu Liedern mit tiefergehenden, kritischen Texten. Zwar wird in der Nova Republica noch jeder Tonträger zensiert, doch haben sich die Spielräume für die Autoren etwas geweitet. Auch Verbo Filmes ist jetzt in der Lage, jedem religiösen Geschmack bis hin zu indianischer Folklore viel zu bieten. Für 1986 ist die Anschaffung einer Kassettenkopieranlage vorgesehen, mit der das Tonband auch manuell auf die benötigte Länge gekürzt werden kann.

7. Das Team von Verbo Filmes

Aus einem Ein-Mann-Betrieb ist in sechs Jahren ein Unternehmen mit 16 festen Mitarbeitern entstanden (ein Kameramann/Cutter, drei Journalisten, ein Photograph, zwei Verwaltungsangestellte, ein Tontechniker, ein Musiker, vier Zeichner, ein Schauspielregisseur, eine Telefonistin, eine Köchin). Der Großteil davon ist theologisch vorgebildet. Hinzu kommen je nach Bedarf freie Mitarbeiter (Theologen, Pädagogen, Schauspieler, Radiosprecher, Musiker). Das harmonische Betriebsklima ist von zum Teil bewundernswertem Idealismus getragen. Problematisch und damit symptomatisch für Brasilien ist zweifelsohne die Gesundheits- und Sozialversorgung der Angestellten. Eine interne Krankenversicherung soll darum die Hauptkosten abfangen.

Es macht ihr Spaß, der Mannschaft von Verbo Filmes; denn dahinter steckt ein gemeinsames Ziel: Brasilien mit und durch den Glauben zu einer besseren Zukunft zu verhelfen.

Harald Hackenberg (Sao Paulo/Münster)

Kommunikation als Pflichtfach im Priesterseminar

Seit Jahren gehört es fast zum guten Ton, bei Planungsüberlegungen zur Kommunikationsarbeit auf die Bedeutung einer entsprechenden Ausbildung zu verweisen. Ebenfalls seit Jahren liegt bei der römischen Kongregation für die Erziehung der Entwurf eines Dokumentes zur Kommunikationsausbildung in Priesterausbildungsstätten. Schon die Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“ von 1971 sagt eindeutig, daß „künftige Priester und Ordensleute, auch Ordensschwwestern . . . während ihrer Ausbildung mit der Rolle und Auswirkung dieser Medien in der menschlichen Gesellschaft vertraut gemacht und in den Gebrauch dieser Techniken eingewiesen“ werden müßten, weil sie sonst „völlig lebensfern und für ihr späteres Apostolat ungeeignet“ seien. Die Vermittlung dieser Kenntnisse – so wird in „*Communio et Progressio*“ weiter gefordert, müsse „integraler Bestandteil ihrer Ausbildung sein“¹. Wann aber kann man etwa bei der Heranbildung des Priesternachwuchses bei der Kommunikationsausbildung von einem „integralen Bestandteil“ sprechen? Genügt es hier, etwa im Laufe der philosophisch-theologischen Studienjahre einige Wochenenden, einige Tage oder gar Wochen der Kommunikationsschulung zu widmen? Genügt es hier, einige Praktika anzubieten, etwa für die Produktion audio-visueller Mittel oder ein Praktikum bei einer Rundfunkanstalt? Welchen Inhalt sollte eine solche Schulung als integralen Bestandteil haben und wie wäre er tatsächlich in die theologische Ausbildung zu integrieren? Für den Inhalt ist dann weiter zu fragen, ob es hier nur um die sogenannten Massenmedien geht, was offensichtlich der Text von „*Communio et Progressio*“ nahelegt, oder ob es hier auch um die interpersonale Kommunikation und andere, nicht massenmediale Gebiete geht? Wenn es keine menschliche Gesellschaft und keine Kultur ohne zwischenmenschliche Kommunikation gibt, wird man über die modernen technischen Medien hinaus wohl auch die interpersonale Kommunikation im weiteren Sinne, das heißt auch die nicht technisch-medial vermittelte Kommunikation ausführlich behandeln müssen, wie es etwa schon im Fach Homiletik vorgesehen ist. Für die Kulturen der sogenannten Dritten Welt hat dies deswegen eine zusätzliche Bedeutung, weil die sogenannte traditionelle Kommunikation dieser Kulturen auch heute noch die entscheidende Rolle im Zusammenhalt und den Abläufen dieser Gesellschaften spielt. Zudem wird man auch im kirchlichen Bereich nicht ungestraft moderne technische Kommunikationsmittel ohne An- und Einbindung in traditionelle Kommunikationsformen einfach überstülpen können. Dies gilt vor allem dann, wenn Kommunikationsmittel und Kommunikationsprozesse der pastoralen Arbeit der Kirche dienen sollen. Christlicher Glaube kann nicht leben ohne Kommunikation, denn „christlicher Glaube ist Kommunikation“². Bei allem theologischen und vor allem pastoralen Bemühen geht es letztlich um die Mitteilung der erlösenden Botschaft, aber „Glaube teilt nicht nur sich mit, sondern er ist lebendig daran interessiert, daß Menschen sich einander öffnen, sich mitteilen können; in einer ungestörten Kommunikationsfähigkeit und gelungenen Kommunikationswirksamkeit der Menschen liegt eine Zielvorstellung des Glaubens, der die Vollendung seiner selbst nicht nur in einem stummen Schauen, sondern in einer *Communio Sanctorum* weiß.“³

Wenn man die Kommunikationsaufgabe der Kirche in einer solchen Tiefe sieht, muß eine integrale Kommunikationsausbildung angehender Theologen und Pastoralarbeiter wohl mehr sein, als eine zufällige Aneinanderreihung von Kursen oder Praktika. Zusammen mit der Homiletik wird man versuchen müssen, im Laufe der Ausbildung den Gesamtbereich menschlicher Kommunikation abzudecken und in seiner ganzen

Bedeutung und Aufgabe für die spätere pastorale Arbeit deutlich zu machen. Nimmt man dies wirklich ernst, wird man an der Einführung von sozialer Kommunikation als Pflichtfach oder einer entsprechenden Ausweitung der möglicherweise schon als Pflichtfach bestehenden Homiletik zur Kommunikationswissenschaft oder Kommunikationspastoral nicht herum kommen. Natürlich wird man zusätzlich zu einer allgemeinen Grundausbildung und Einführung in die gesellschaftliche Kommunikation für jeden Studenten auch besondere Interessen und Veranlagungen berücksichtigen müssen. Wer für die eine oder andere Form der Kommunikationsmittel eine besondere Veranlagung hat, sollte sich schon während des Theologiestudiums über die Basisausbildung hinaus weiterbilden dürfen oder zumindest die Basis für eine spätere Sonderausbildung legen dürfen.⁴

Beispiel: Divine Word Seminary, Tagaytay, Philippinen

Das Divine Word Seminary in Tagaytay City auf den Philippinen dürfte zumindest in Asien das erste Priesterseminar mit Kommunikation als Pflichtfach für die Theologiestudenten sein. Alle Studenten des ersten theologischen Jahres müssen seit dem Schuljahr 1985/86 zusätzlich zur Homiletik die „Einführung in die gesellschaftliche Kommunikation“ als Pflichtfach wie jedes andere klassische theologische Fach belegen. Dies ist vor allem deswegen eine bedeutende Initiative, weil es sich bei dem etwa 55 km südlich von Manila gelegenen Seminar mit insgesamt 370 Studenten um eines der größten Priesterseminare des Landes handelt. Am Divine Word Seminary der Steyler Missionare studieren Priesteramtsanwärter aus sechs verschiedenen religiösen Gemeinschaften (neben den Steylern selbst Kapuziner, La Salette Missionare, Philippine Mission Society, Focolare, Workers of Christ the Worker), zu denen in den nächsten Jahren noch mindestens zwei weitere Kongregationen (Minoriten, Rogationisten) kommen. Ferner studieren am Seminar Theologen aus 19 verschiedenen Bistümern des Landes.

Der Kurs des ersten theologischen Jahres 1985/86 hatte 83 Studenten, die im zweiten Semester des Schuljahres eine „Einführung in die gesellschaftliche Kommunikation“ erhielten. Ein – auch wegen der Klassengröße – angebotenes zusätzliches Seminar, das vor allem die lokale philippinische Dimension, aber auch praktische Übungen in der Analyse der Medien einbringen sollte, wurde mit zwei zusätzlichen Wochenstunden von der Hälfte dieser Studenten (42, die wiederum in zwei Gruppen eingeteilt wurden) besucht. Diese relativ große Zahl von Interessenten ist vor allem auch deswegen bemerkenswert, weil dieses zusätzliche Seminar ein rein privates Angebot war, das den Studenten keine zusätzlichen „Credits“ für ihr Studium brachte.

Der Inhalt des Einführungskurses beruhte auf dem Grundschema einer Kommunikationsausbildung, welches wenige Wochen vor dem Beginn des betreffenden Semesters auf den Philippinen von einer internationalen Gruppe von Kommunikationsfachleuten der Steyler Missionare in Nemi bei Rom diskutiert, vorgeschlagen und inzwischen durch die Generalleitung der Missionsgesellschaft für alle Ausbildungsstätten der Gemeinschaft vorgeschrieben wurde.⁵ Dieses Studienprogramm versucht, eine allgemeine Übersicht über den Gesamtbereich der Kommunikation zu geben. Es hat folgende sieben Hauptabschnitte: 1. Menschliche Kommunikation: Elemente, Modelle, Ablauf, Kompetenz, theologische Aspekte; 2. Von menschlicher Kommunikation zur Massenkommunikation; 3. Die Massenmedien: Presse, Hörfunk, Sehfunk, Film und Video, Werbung und Public Relations, Medienerziehung; 4. Medien der Gruppenkommunikation und traditionelle Kommunikationsmittel; 5. Kommunikation und Entwick-

lung; 6. Kirche und Kommunikation: kirchliche Dokumente, Strukturen, Mittel; 7. Kommunikation und Evangelisation: Interkulturelle Aspekte, Dialog der Religionen, Kommunikationsmittel für Evangelisation. Das Semester in Tagaytay City war ein erster Test für dieses Studienprogramm. Es zeigte sich klar, daß vor allem in Verbindung mit praktischen Übungen ein solcher Studienplan sinnvoll nur auf zwei Semestern aufgeteilt durchgeführt werden kann. Mit zusätzlichen Seminaren, wie sie jetzt angeboten wurden, war es nur möglich, die wesentlichen Elemente dieses Grundprogramms zu behandeln, das heißt die Hauptabschnitte eins bis vier und den Abschnitt sechs.

Vor allem die Studenten der begleitenden Seminare zeigten nicht nur ein großes Interesse sondern auch besondere Fähigkeiten zur eigenen Initiative. Sieben Gruppen von Studenten gingen in verschiedene Barrios, um sowohl die traditionellen als auch die modernen Kommunikationsmittel und Kommunikationsstrukturen dieser Dörfer zu studieren. Dabei wurde deutlich, daß etwa der politische Führer des Dorfes durchaus nicht immer der einflußreichste Mensch ist, wie auch in mehreren Dörfern der Pfarrer weniger Einfluß hat, als er haben könnte. Von den Massenmedien ist der Hörfunk weitaus wichtiger als alle anderen Massenmedien und innerhalb des Programms ist es vor allem das Hörspiel, welches die Leute anzieht. Zusätzlich beschäftigten sich einige Studenten mit für die Philippinen spezifischen Eigenthemen, wie zum Beispiel den „Comics“ die als einziges Presseerzeugnis auch auf den Dörfern weit verbreitet sind, dem Film oder auch Diözesanblättern, an denen einer der Studenten auch nach dem Kurs noch weiter arbeitet. Ein anderer Student untersuchte auf eigenen Vorschlag die Beziehung zwischen der seit der spanischen Zeit auch auf den Philippinen bestehenden „Zarzuela“ und dem einheimischen Film.

Das Einführungsprogramm wurde für die Studenten mit Exkursionen, wie etwa Besuchen bei Radio Veritas und in Radio-City (Fernsehkanaäle 2,9,13) sowie Druckereien ergänzt. Bei einem zusätzlich für Studenten höherer theologischer Semester angebotenen Kurs über interkulturelle Kommunikation beschäftigten sich die Studenten auf eigenen Vorschlag vor allem mit der Bedeutung und dem Einfluß kultureller Werte einheimischer, vor allem der philippinischen Kultur („Values“).

Beispiel und Erfahrungen im Divine Word Seminary in Tagaytay City zeigen, daß erstens die Einführung in die Soziale Kommunikation als Pflichtfach innerhalb des Theologiestudiums durchaus möglich ist und daß zweitens dieses Fach bei den Studenten eine starke Aufmerksamkeit und Bereitschaft zur Beteiligung findet. Der Versuch in den Philippinen zeigte auch eine erstaunliche Palette von besonderen Fähigkeiten einzelner Studenten, verbunden mit der persönlichen Bitte einiger, diese Erfahrungen in der weiteren Ausbildung zu nutzen und weiter zu entwickeln.

Auch für die Studenten der kommenden Jahre wird es das Pflichtfach Kommunikation geben, in dem ebenso Examina gemacht werden müssen, wie in allen anderen theologischen Fächern. Wohl nur eine solche Einbindung kann auf Dauer dafür sorgen, daß alle Priester und mögliche kirchliche Obere von morgen wenigstens etwas von den Möglichkeiten und Notwendigkeiten kirchlicher Kommunikation erfahren und sie dafür öffnet. Hinzu kommt: wer eine allgemeine Übersicht über das Gesamtfeld Kommunikation hat, kann leichter seine eigenen Fähigkeiten und Wünsche in Einzelbereichen feststellen und einsetzen.

Franz-Josef Eilers (Sankt Augustin)

Anmerkungen

1 *Communio et Progressio* No. 111

2 Klaus Hemmerle: *Kommunikation der Kirche – Kirche der Kommunikation*. In: *Communicatio Socialis* 10 : 1977, 253

3 *ebda.*

4 Zum Thema generell vgl. Franz-Josef Eilers: *Communications as a regular Feature of Theology Training*. In *DIWA, Studies in Philosophy and Theology*. Graduate School, Divine Word Seminary, Tagaytay City. Vol V : 1980, No. 1, S. 41-49

5 *For all the World: Divine Word Communications Ministry*. Rom 1985. Deutsche Ausgabe: *Kommunikationsdienst der Steyler Missionare*. Rom 1985

Meßfeiern im ZDF

Die Verdopplung des Gottesdienstangebotes im ZDF hat einige Korrekturen in der Konzeption der katholischen Übertragungsreihe mit sich gebracht. Seit Beginn dieses Jahres strahlt das ZDF jeden Sonntag einen katholischen oder evangelischen Gottesdienst aus. Auf katholischer Seite hat das zu einer Kooperation mit dem ORF geführt. Gleichzeitig wurde der Übertragungsbeginn von 10.30 Uhr auf 9.15 Uhr zurückverlegt. Die pastorale Begleitung wird weiterhin angeboten und die Verankerung der Übertragungsreihe in die Arbeit der Pfarreien vor Ort verstärkt.

1. Kooperation zwischen ZDF und ORF

Die Kooperation mit dem ORF sieht eine Übernahme von acht österreichischen Gottesdiensten durch das ZDF vor, 19 Übertragungen produziert der Mainzer Sender selbst. Die Verantwortlichen für die Meßübertragungen im ZDF versprechen sich von der Zusammenarbeit nicht nur eine finanzielle und personelle Entlastung, sondern auch eine Bereicherung der Gottesdienstreihe. Deshalb sollte die Kooperation ursprünglich auf die Schweiz ausgeweitet werden. Der Plan scheiterte aber an der Sendezeit. Durch einen langjährigen Programmaustausch mit Sendeanstalten des romanischen Sprachraums ist die Schweiz an eine Gottesdienstzeit von 10.00 Uhr bis 11.00 Uhr gebunden. Die Angleichung an diesen Übertragungstermin würde in der Bundesrepublik und in Österreich zu Kollisionen mit Gottesdienstübertragungen im Hörfunk führen. Um hier keine falsche Konkurrenz aufzubauen, wurde die Kooperationsabsicht mit der SRG zurückgestellt.

Für den ORF hat die neue Situation eine Änderung des bisherigen Gottesdienstkonzepts zur Folge. In der Vergangenheit war die Übertragung von Eucharistiefiern in Österreich an aktuelle Anlässe oder besondere Jubiläen gebunden. Der ORF überträgt in Angleichung an das ZDF-Modell jetzt ebenfalls „normale“ Gemeindegottesdienste. 1986 kommen je drei Übertragungen aus St. Othmar in Mödling und aus Alt Erlaa in Wien. An Pfingsten und einem weiteren Termin werden zwei „Sondergottesdienste“ aus dem Wiener Stefansdom beziehungsweise aus der Domkirche in Gurk ins Programm gebracht.

Den Telefon- und Briefdienst, der nach den ZDF-Übertragungen schon seit 1977 üblich ist, bieten auch die österreichischen Fernsehgemeinden an. Die ersten Erfahrungen zeigen eine positive Resonanz. Überraschenderweise rufen aber bei den österreichischen Gemeinden mehr deutsche Zuschauer an als eigene Landsleute. Ob dies am noch mangelnden Bekanntheitsgrad in Österreich liegt, kann erst nach einer längeren Einführung des pastoralen Service festgestellt werden.

Die Kooperation zwischen ZDF und ORF verläuft zumindest für die nahe Zukunft als Einbahnstraße. Denn der ORF steuert zwar acht Gottesdienste zum ZDF-Programm bei, übernimmt aber umgekehrt nicht die Übertragungen des Mainzer Senders. Das verbietet nicht zuletzt ein Beschluß der österreichischen Bischofskonferenz vom vergangenen Jahr, der gegen regelmäßige Gottesdienstübertragungen im Fernsehen votiert.

2. Zielgruppe der Gottesdienstübertragungen: Alte und Kranke

Wie eine repräsentative Untersuchung aus dem Jahre 1982 belegt, erreichen die Gottesdienstübertragungen des ZDF überwiegend ältere Zuschauer. Teilweise werden sie von Zuschauern als Zusatzangebot zum sonntäglichen Kirchgang in der eigenen Gemeinde genutzt, teilweise von Zuschauern, die durch Krankheit ans Haus gebunden sind. Im Blick auf diese Zielgruppe erweist es sich als sinnvoll, die Gottesdienste als Reihen, das heißt als mehrmalige Übertragungen aus derselben Pfarrei anzubieten, um so einen gewissen Beheimatungseffekt zu ermöglichen. Durch die Verdoppelung des Angebots ist es jetzt nicht mehr möglich, dieses Prinzip in Reinform durchzuhalten. Denn das hätte einen 14-tägigen Rhythmus für die „Fernsehpfarreien“ zur Folge. Um sie nicht zu überfordern, laufen jetzt jeweils zwei Reihen parallel. Der erste Gottesdienst eines Monats kommt aus der Pfarrei A, der zweite aus der Pfarrei B, so daß den einzelnen Gemeinden jeweils ein 4-wöchiger Zeitraum von Übertragung zu Übertragung bleibt. Obwohl dadurch der Seriencharakter dem Zuschauer nicht mehr so klar erkennbar ist wie in der Vergangenheit, sind die ersten Erfahrungen mit diesem Modell sehr positiv.

3. Verknüpfung der Gottesdienstübertragungen und der lokalen Krankenpastoral

Nach einer vorsichtigen Einschätzung scheint die Aufstockung der Gottesdienstübertragungen einen höheren Bekanntheitsgrad der Reihe in den Pfarreien zu bewirken. Damit sind die Voraussetzungen für eine stärkere Einbindung der Gottesdienstübertragungen in die Krankenpastoral vor Ort gegeben. Gemeinden zu motivieren, anlässlich der Übertragungen verstärkte Kontakte zu den Alten und Kranken aufzubauen, ist ein wesentlicher Aspekt der Gottesdienstkonzeption. Eine Reihe von Pfarreien haben Besuchsdienste aufgebaut, die sonntags, vor allem aber an Übertragungstagen, den Hauskranken die Kommunion bringen und teilweise auch mit ihnen den Gottesdienst am Bildschirm mitfeiern. Eine flankierende Faltblattaktion der Katholischen Fernseharbeit beim ZDF, die auf diese Möglichkeit hinweist, hat ein überraschend großes Echo ausgelöst. Auch eine Videokassette, die die Pfarreigruppen zum Gespräch über den Aufbau eines solchen Besuchsdienstes anregen soll, wird in jüngster Zeit immer häufiger ausgeliehen. Deshalb plant die Katholische Fernseharbeit weitere Aktionen, die die Verankerung der Gottesdienstübertragungen in die lokale Krankenseelsorge fördern und Massenkommunikation mit individueller Kommunikation verbinden.

Wolfgang Fischer (Mainz)

Vom Bildschirm ins Bücherregal – Zeitgenössische Medientexte in Buchform

Unter einer Karikatur, auf der die Auslagen im Schaufenster einer Buchhandlung zu sehen waren – lauter Hinweise auf Neuerscheinungen –, stand der Satz: „Wir empfehlen, diesen Roman zu lesen, bevor er verstümmelt und verhunzt im Fernsehen erscheint.“ Diese bissige Bemerkung zielt auf die Unsitte ab, jegliche Buchvorlage zu einer Fernsehverfilmung gleich zu einem gut verkäuflichen Titel zu machen. Der vor Jahren tatsächlich einmal sehr werbewirksame Slogan „Das Buch zum Fernsehen“ hat sich inzwischen reichlich abgenutzt. Die Fälle, in denen das Publikum scharenweise die Buchhandlungen aufsuchte und den als Vorlage zur Fernsehverfilmung dienenden Roman in wohlfeiler Hardcover-Ausgabe oder, bei schmalere Geldbeutel, als preisgünstiges Taschenbuch kaufte, sind selten geworden. Erinnert sei hier an die enorm hohen Absatzzahlen, die der Frankfurter S. Fischer Verlag mit der bei ihm verlegten Buchvorlage „Wallenstein“ von Golo Mann zu dem gleichnamigen ZDF-Mehrteiler (1978) und mit dem Thomas-Mann-Roman „Buddenbrooks“ erzielte, als die danach gedrehte elfteilige Produktion in der ARD lief (1979).¹ Dennoch: Es ist nicht zu leugnen, daß einige Buchverlage mit Titeln insbesondere zu mehrteiligen Fernsehspielen immer noch ein recht einträgliches Geschäft machen, wie etwa Bertelsmann mit der Hardcover-Ausgabe der „Dornenvögel“ von Colleen McCullough und Heyne mit einer Taschenbuchausgabe dieses Titels; – wenigstens ist das zu schließen aus den Plazierungen auf den Bestseller-Listen, die „Buchreport“ wöchentlich im Auftrag von „Spiegel“ und „Gong“ ermittelt.

Handelt es sich bei diesen Büchern also um Originalvorlagen – Romane, Novellen oder Biographien –, nach denen Drehbücher verfaßt wurden, so gibt es daneben Bücher, die erst im Anschluß an eine Fernsehserie geschrieben werden. Verfahren wird dabei nach folgendem Rezept: Ist eine Fernsehserie erfolgreich, wird ein Buch danach geschrieben. Es werden keinerlei Kosten gescheut, sogenannte Erfolgsschriftsteller zu engagieren, die nach Serien wie „Dallas“, „Denver Clan“ oder „Traumschiff“ reißerisch aufgemachte Bücher schreiben, – angelehnt zwar an den Bildschirmstoff, angereichert aber mit all den Zutaten, die sich im simplen Lesefutter der modernen Courths-Mahler-Nachfolger finden. Auflagen, die in die Hunderttausende gehen, sind keine Seltenheit. Beispiel: In einer Anzeige des Bayreuther Hestia Verlages, der den „Roman nach der ZDF-Fernsehserie von Herbert Lichtenfeld“ „Die Schwarzwaldklinik“ von Peter Heim verlegt, hieß es Anfang November 1985: „1. und 2. Auflage bis 60. Tausend bereits einen Tag nach der Erstsendung vergriffen. 3. Auflage 61. bis 90. Tausend im Druck.“ Und Ende Januar 1986 wiederum in einer Hestia-Anzeige: „Auflage jetzt 180.000 Exemplare“. Natürlich werden solchen Erfolgstiteln schnell weitere nachgeschoben: „Teil zwei, 'Hochzeit in der Schwarzwaldklinik', plazierte sich wenige Wochen nach Auslieferung bereits auf Platz 12 (Auflage bisher 45.000 Exemplare). Für den für April angekündigten dritten Band, 'Menschen und Schicksale in der Schwarzwaldklinik' lagen bei Abfassung des Artikels 20.000 Vorbestellungen vor.“²

Die Verwertung von Nebenrechten an Fernsehproduktionen ist natürlich nicht nur für die Buchverlage attraktiv, sondern auch für die Rundfunkanstalten selbst. So wurde zum Beispiel das Zweite Deutsche Fernsehen aktiv und übernahm selbst den Part des Herausgebers, der die ihm erfolgversprechend erscheinenden Themen unter eigenem

Signum veröffentlichte. Den Verlagen schien ein solches Unternehmen zunächst sehr entgegenzukommen, zumal sie die Herausgeberschaft der Mainzer im Sinne der Werbewirkung hoch einschätzten. Und dem ZDF kam dabei zustatten, daß man sich auf diese Weise eingespielter Vertriebsapparate bedienen konnte, durch die eine Vielzahl sonst kaum ansprechbarer Interessenten erreicht wurde. Hinzu kam für das ZDF aber noch ein wichtiger Vorteil, der die eigene Kasse entlastete: Man konnte die aufwendigen Kosten für die Herstellung und den Versand eigener Begleitbroschüren erheblich senken.

So kam es unter anderem zur Zusammenarbeit des ZDF mit dem zur Bertelsmann-Gruppe gehörenden Wilhelm Goldmann Verlag, München. Unter dem Reihentitel „Materialien zu ZDF-Fernsehprogrammen“³ erschienen Ende 1979 die beiden ersten Taschenbücher, für die als Herausgeber zeichnete „ZDF - Information und Presse“. Der Start verlief zwar nicht übermäßig günstig, war allerdings auch nicht enttäuschend. Mit dem dritten Band („Tod eines Schülers“) stellte sich prompt das große Geschäft ein: Man verkaufte eine Auflage von 70.000 Exemplaren, Zahlen, die man danach nicht einmal mehr annähernd erreichte. Die Verkaufszahlen überstiegen in der Folge selten 25.000 Exemplare, bei einigen Titeln kam man nur über knapp 10.000 hinaus.

Das also, worauf man so sehr gesetzt hatte, das Gütesiegel Zweites Deutsches Fernsehen, erwies sich nicht als das einen überdurchschnittlichen Verkaufsschub auslösende Element. Einer der Gründe dafür, daß die Buchreihe sich bisher auf dem Markt nicht so eindrucksvoll wie erhofft durchsetzen ließ, ergab sich daraus, daß die zeitlichen Abstände zwischen dem Erscheinen der einzelnen Bände sehr groß waren. Der Reihentitel geriet somit immer wieder in Vergessenheit. Nach einer längeren Pause wurden im Frühjahr 1986 die Beziehungen zwischen Verlag und Herausgeber wieder aktiviert, nachdem zuvor Unklarheit über die Art der Fortführung der Buchreihe bestanden hatte.

Bei einer anderen Buchreihe, „Zeugen des Jahrhundert“, erschienen im Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main, sieht die Situation für das ZDF weniger günstig aus. Seit Dezember 1981 sind erst zwei Bändchen auf den Markt gekommen. Da dem Verlag die Textbearbeitungen zu umfangreich sind und die Verkaufserwartungen bei den beiden ersten Bänden nicht erfüllt wurden, sind derzeit nur noch zwei Titel in der Verlagsplanung.

Völlig aus diesem Rahmen fallen die Bände, die der Residenz Verlag (Salzburg und Wien) in seiner Reihe „Fernsehspiel-Bibliothek“ auf den Markt bringt. Dieser Verlag unternimmt den Versuch, das Publikum direkt für Texte zu interessieren, so wie sie im Fernsehen gesprochen wurden. Auf diese Weise will man einem breiten Publikum den Zugang zu zeitgenössischen Medientexten verschaffen, die über ihre Funktion als Spielvorlage hinaus einen eigenständigen literarischen Wert besitzen. Gleichzeitig soll damit die Möglichkeit geboten werden, den relativ flüchtigen oder kurzlebigen Eindruck, den ein einmal gesehenes Fernsehspiel hinterläßt, in Muße zu vertiefen. Mit den in der „Fernsehspiel-Bibliothek“ veröffentlichten Drehbüchern, die ein wenig zu Lesefassungen zurechtgestutzt wurden, wendet sich der Verlag deutlich an ein literarisch interessantes Publikum.

Die Texte folgender Fernsehspiele sind innerhalb der „Fernsehspiel-Bibliothek“ in Buchform erschienen:

- *Gernot Wolfgruber*: „Der Jagdgast“ (Prod. ORF/BR); 132 Seiten, Neuerscheinung November 1978, vergriffen

- *Thomas Pluch*: „Feuer!“ (Prod. ORF/ZDF/SRG); 126 Seiten, 1979
- *Helmut Zenker*: „Drohbriefe“ (Prod. ORF); 108 Seiten, 1979, vergriffen
- *Wilhelm Pevny, Peter Turrini*: „Alpensaga“, sechsteilige Serie (Prod. ORF/SRG/ZDF); Drehbücher in drei Bänden (128, 154 und 160 Seiten), 1980, vergriffen
- *Peter Keglevic, Walter Kappacher*: „Die Jahre vergehen“, zweiteilige Geschichte (Prod. ORF/ZDF); 126 Seiten, 1980, vergriffen
- *Michael Scharang*: „Das doppelte Leben“ (Prod. ORF/WDR); 92 Seiten, 1981
- *Felix Mitterer*: „Der Narr von Wien“ (Prod. ORF/ZDF); 100 Seiten, 1982, vergriffen
- *Herbert Rosendorfer*: „Steinbichler Geschichten“ (Prod. ORF/ZDF); 88 Seiten, 1983
- *Wolfgang Bauer*: „In Zeiten wie diesen“ (Prod. ORF/SDR); 92 Seiten, 1984, vergriffen
- *Georg Stefan Troller*: „Santa Fe“ (Prod. ORF/ZDF/SRG); 112 Seiten, 1985

Das Publikum auf diese Weise an zeitgenössische Medientexte heranzuführen, hat der Residenz Verlag in Zusammenarbeit mit dem österreichischen Fernsehen ORF übernommen. Die inzwischen auf zehn Titel angewachsene „Fernsehspiel-Bibliothek“ wurde Ende 1978 als gemeinsame Publikation des Verlages und des ORF gestartet. Die Herausgeberschaft liegt beim ORF in den Händen von Gerald Szyszkowitz, dem Leiter der dortigen Fernsehspielabteilung, der die eingereichten und zur Produktion angenommenen Drehbücher an den Verlag weitergibt, wo sie daraufhin lektoriert werden, ob sie sich für eine Buchveröffentlichung eignen. Für die Veröffentlichung in Buchform ist die literarische Qualität entscheidendes Kriterium.

Bei der Entscheidung über die Aufnahme eines Titels in die „Fernsehspiel-Bibliothek“ spielen selbstverständlich auch finanzielle Überlegungen eine Rolle. Bislang sah der Residenz Verlag keine Möglichkeit, die jeweiligen Drehbücher in großer Auflage auf den Markt zu bringen. Die jetzige, relativ kleine Auflage bewegt sich in der Regel um 3.000 bis 3.500 Exemplare je Titel und ist wirtschaftlich nur möglich, weil sich das österreichische Fernsehen zu einer Garantieabnahme von rund tausend Exemplaren von jedem Band verpflichtet hat. Da aber auch dem ORF für diese in den Bereich Öffentlichkeitsarbeit fallenden Aufgaben nur begrenzte Mittel zur Verfügung stehen, konnte der Ausbau der Buchreihe bisher noch nicht allzu zügig erfolgen.

Die „Fernsehspiel-Bibliothek“ ist im deutschsprachigen Raum die einzige Buchreihe, in der zeitgenössische Fernsehspieltexte kontinuierlich gepflegt werden. Bis Mitte 1981 existierte daneben im S. Fischer Verlag in Frankfurt eine weitere Buchreihe. Unter dem Signum „S. Fischer Theater Film Funk Fernsehen“ hatte der Verlag im Frühjahr 1979 eine sich zeitgenössischen Medientexten widmende Taschenbuchreihe auf den Markt gebracht. Nach dem Erscheinen von zehn Bänden Mitte 1981 mußte man erkennen, daß der Absatz nicht so anzukurbeln war, daß sich das Geschäft als rentabel erweisen könnte. Möglicherweise war einer der Gründe dafür, daß das Auswahlprinzip der Texte für den potentiellen Buchkäufer zu undeutlich war. Zudem wurden mit dieser Buchreihe zu unterschiedliche Interessen angesprochen, wenngleich der Schwerpunkt eindeutig bei Theaterstücken lag.

Die Konsequenz hieß damit für den Verlag, einen Weg zu finden, wie sich die Auflagen steigern ließen. Aus diesem Grunde band man die Reihe stärker in das allgemeine Taschenbuchprogramm ein und kreierte unter dem den Verlagsnamen weglassenden

neuen Reihentitel „Theater Film Funk Fernsehen“ eine Taschenbuchreihe, in der nun auch die Texte erschienen, die bisher im S. Fischer Theaterverlag veröffentlicht wurden. Sie umfaßt inzwischen mehr als fünfzig Bände, aber nur knapp ein halbes Dutzend, das Hörspiel- oder Fernsehspieltexte enthält.

Außer bei S. Fischer und im Residenz Verlag werden selbstverständlich auch von anderen Verlagshäusern Bücher publiziert, die zeitgenössische Medientexte enthalten. Sie fallen aber in der Regel weniger auf, weil sie im allgemeinen Buchprogramm nur schwer auffindbar sind. Da die Auflagezahlen dieser Titel im allgemeinen nicht öffentlich gehandelt werden, läßt sich nur schwer darüber urteilen, ob diese Titel deshalb weniger gepflegt werden, weil mit ihnen keine großen Verkaufszahlen zu erreichen sind. Keineswegs abwegig scheint allerdings die Vermutung zu sein, daß das Risiko, das ein Verlag eingeht, wenn er Fernsehspieltexte publiziert, sehr hoch anzusiedeln ist. Bei deutlich auf einen Massengeschmack ausgerichteten Büchern, etwa im Stile „Schwarzwaldklinik“ oder „Traumschiff“, ist das Stichwort Risiko für den Verleger ganz offensichtlich ein Fremdwort.

Walter Gauer (Köln)

Anmerkungen

- 1 Vgl. dazu *W. Gauer*, in: Funk-Korrespondenz, Nr. 10/1981 (5.3.81), 15 ff.
- 2 Buchreport, Nr. 9 vom 27.2.86, 12
- 3 Die Büchreihe „Materialien zu ZDF-Fernsehprogrammen“, Herausgeber ZDF – Presse und Information, enthält folgende Bände:
 - „Wallenstein“, nach einer Biographie von Golo Mann, für das Fernsehen erzählt von *Leopold Ahlsen*; Dezember 1979; 80 Seiten, 5,80 DM
 - *Walter Kempowski/Eberhard Fechner*: „Iadellöser & Wolff“, Fernsehfilm in zwei Teilen, „Ein Kapitel für sich“, Fernsehfilm in drei Teilen; Dezember 1979; 208 Seiten, 6,80 DM
 - *Robert Stromberger*: „Tod eines Schülers“, Fernsehspielreihe in sechs Teilen; Januar 1981; 192 Seiten, 7,80 DM
 - *Arno Rattay/Andrzej Chiczewski*: „Narben“, Dokumentation in drei Teilen (Prod. ZDF/Polnisches Fernsehen TVP); Mai 1981; 140 Seiten, 6,80 DM
 - *Fritz Hufen/Th. Jäschke (Hrsg.)*: „Ausgestoßen“, drei Fernsehfilme: „Einer von uns“ (Helmut Pigge/Eberhard Itzenplitz), „Das Boot ist voll“ (Markus Imhoof), „An uns glaubt Gott nicht mehr“ (Georg Stefan Troller/Axel Corti); Mai 1982; 174 Seiten, 7,80 DM
 - *Otto Jägersberg*: „Die Pawlaks“, Fernsehfilm in zwölf Teilen (Prod. ZDF/ORF); Oktober 1982; 240 Seiten, 7,80 DM
 - „Martin Luther“ (abgeänderter Reihentitel: Materialien zu Fernsehsendungen in ARD und ZDF; zusätzlicher Herausgeber: Programmdirektion Deutsches Fernsehen/ARD – Presse und Information); April 1983; 304 Seiten, 9,80 DM
 - *Karl Schnelting (Hrsg.)*: „Hilfe, ich träume!“ (Prod. ZDF/ORF); März 1984; 222 Seiten, 9,80 DM
 - *Hans Mohl (Hrsg.)*: „Sucht“, November 1984; 236 Seiten, 12,80 DM
 - *Michael Heuer/Klaus Pacharzina (Hrsg.)*: „Sexualität heute – Das alltägliche Verlangen“, März 1986; 208 Seiten, 14,80 DM

„Medien und religiöse Kommunikation“

„Medien und religiöse Kommunikation“⁴¹: unter diesem anspruchsvollen Titel ist jetzt in den Niederlanden ein Buch erschienen, das schon wenige Monate nach seiner Veröffentlichung als Standardwerk bezeichnet werden darf. Auf weniger als 500 Seiten haben darin die beiden Herausgeber und Mitautoren Joan Hemels und Henk Hoekstra den gewagten Versuch unternommen, einen Überblick über das religiöse Mediensystem des Landes zu geben für jeden, der sich „der Rolle und der Bedeutung der Medien in der Glaubensgemeinschaft bewußt sein will.“ Nicht weniger als 40 fachkundige Kommunikationswissenschaftler, Journalisten und Theologen haben sich mit Spezialbeiträgen an dem Werk beteiligt.

Die klare Gliederung des Buches erleichtert den Zugang und ermöglicht seine Nutzung als Nachschlagewerk. Aus den Titeln der drei Hauptkapitel kann man ersehen, welche Systematik sich hinter dem Aufbau des Buches verbirgt.

„Denken“ heißt Teil I des Werkes. Hier wird quasi die theoretische Grundlage zu den drei Begriffen Medien, Religion und Kommunikation sowie zu ihrer vermischten Verwendung gelegt. Dieses „Denken“ findet statt rund um die Frage, was religiöse Kommunikation sein kann, aus welchen Bausteinen sie zusammengesetzt wird und welche ethischen Fragen aufkommen bei der Beeinflussung in und durch religiöse Kommunikation. Ausführlich wird auf die Beziehung zwischen Kommunikation einerseits und Glaube, Seelsorge, Theologie und Kirche als Kommunikationsformen andererseits eingegangen. Differenzierte Aussagen gibt es zu der Frage, wie die Kirche im Laufe der Zeiten über die Massenmedien gedacht und geurteilt hat. Und schließlich: auch die Botschaft des Glaubens wirkt nicht allein durch ihren Inhalt, sondern auch durch die Art der Präsentation, das heißt durch ihre typographische, visuelle, auditive und audiovisuelle Formgebung. Dieser Aspekt ist ebenfalls im ersten Kapitel nicht vergessen worden.

Nach dem „Denken“ folgt im Kapitel II das „Tun“. Hier kommen vorwiegend die Presse- und Rundfunkjournalisten zu Wort. In diesen Beiträgen aus der Praxis wird deutlich, wie vielfältig kirchliche Kommunikation ist oder sein könnte. Angefangen bei der Berichterstattung in den säkularen Medien über die Bistumsblätter und den lokalen Rundfunk bis hin zu der publizitären Begleitung von Aktionen der internationalen Hilfswerke wird ein nahezu komplettes Bild gestaltet. Mancher „betriebsblinde“ Journalist wird sich beim Durchlesen wundern, was es in der Praxis an kirchlicher Berichterstattung bereits alles gibt. Gerade für Praktiker empfiehlt sich deshalb dieses Kapitel auch als Ideen- und Informationsquelle. Journalisten, Theologen, Seelsorger, Pastoralassistenten, Studenten, Redakteure und Laien können hier aus einem geballten Reservoir von Anregungen schöpfen. Selbst Praktiker, die keinen Bezug zur niederländischen Medienszenenerie haben, können sich hier sachkundig machen.

Gilt das Interesse in den ersten beiden Kapiteln primär den Empfängern und Nutzern der Medienbotschaften, so widmet Kapitel III („Ausstatten“) in erster Linie der geistigen und ethischen Formung der zukünftigen Journalisten. Aus diesem anderen Blickwinkel des Kommunikationsprozesses, dem Sender und Kommunikator, kommen einige noch unbesprochene Gesichtspunkte zur Sprache.

Berechtigten die ersten drei Kapitel dazu, das Buch als Nachlesewerk zu bezeichnen, so macht die ausführliche Bibliographie mit ihren 600 Literaturhinweisen und die Adressenliste von kirchlichen Organisationen und Institutionen das Buch zum Nachschlagewerk. In den Personalien schließlich dürfte sich für jede aufkommende Frage ein geeigneter Ansprechpartner finden lassen.

Es versteht sich fast von selbst, daß ein solches Werk nicht unkommentiert auf den Markt kommt. So liegen bereits bemerkenswerte Stellungnahmen vor von drei Fachleuten, die selbst nicht als Autoren im Buch vertreten sind.² Der niederländische „Medienbischof“ Philip Bär betrachtet es als ein äußerst nützliches Hilfsmittel, um in der niederländischen Situation an dem zu arbeiten, wozu das Konzil aufgerufen hat. Das Buch vertieft in erster Linie die Einsicht in das Geschehen der Medien. Jeder Beteiligte, so meint er, habe ein Recht darauf, daß die Kirche medienbewußt sei und fortwährend theologische Reflektionen betreibe; sich auch frage, welche Rolle die Medien bei der religiösen Meinungsformung spielten und wie die Kirche, die im Dienst des Menschen stehe, mit den Medien umzugehen pflege. Theologie-Professor Jan Braun, OFM, weist in seinem Kommentar auf einen im Buch nicht behandelten Aspekt hin. Er geht der Frage nach, ob sich religiöse Kommunikation auf dem Terrain der Institution, auf dem der Gemeinschaft, oder auf dem der Sendung abspiele. Dabei kommt er zu einer traurigen Feststellung, daß zumindest die säkularen Medien nur dann religiöse Kommunikation betreiben, „wenn etwas mit Bischöfen, Priestern oder der Kirchenordnung los ist“. Die Liturgie, die Katechese und die Predigt fänden dagegen kaum Beachtung. Als Grund für dieses Mißverhältnis nennt er die Tatsache, daß „Verkündigung über die Massenmedien nicht so einfach zu realisieren“ sei. Schließlich soll an dieser Stelle hingewiesen werden auf einen Beitrag von Gerard van Tillo, der Hochschuldozent für Theologie in Heerlen ist. Er lobt das Buch als „eine reiche Ansammlung von Aspekten, die miteinander die Probleme um die Medien und die religiöse Kommunikation auf eine derart variierende und beinahe vollständige Art und Weise aufführen, wie es vorher noch nie geschehen sei. Das Buch habe eine besondere Bedeutung für die Unterweisung an den theologischen Fakultäten und anderen Institutionen, aber auch für Seelsorger, Journalisten und Programmierer. Sollte sich seine Hoffnung bewahrheiten, dann wird das Buch „Medien und religiöse Kommunikation“ sowohl für die Macher wie für die Empfänger von Medienprogrammen ein Leitfaden, der es ermöglicht, sich in dem Wust von Zeichensystemen der Medien zurechtzufinden und Platz zu machen für Zeichen, die nicht vergessen werden.

Franz Jussen (Aachen)

Anmerkungen

- 1 Originaltitel: „Media en religieuze communicatie“: Een uitdaging aan de christelijke geloofs-gemeenschap, Joan Hemels, Henk Hoekstra, Hilversum, 1985 448 Seiten.
- 2 Dr. R.Ph. Bär OSB, ist Bischof der Diözese Rotterdam und von der Konferenz der Niederländischen Bischöfe zum „Medienbischof“ ernannt; Professor Dr. J. Braun OFM, ist Lehrstuhlinhaber für das Fachgebiet Pastoraltheologie an der Katholischen Theologischen Hochschule Amsterdam; Dr. G.P.P. van Tillo lehrt Religions- und Pastoralsoziologie an der Hochschule für Theologie und Pastorat in Heerlen.

Ansprache von Papst Johannes Paul II. an die Teilnehmer des 21. Verwaltungssymposiums der Europäischen Rundfunkunion am 3. Oktober 1985

Ladies and Gentlemen,

It is a pleasure to greet the participants in the Twenty-first Administrative Symposium of the European Broadcasting Union. You have come to Rome during these days to study the economic and organizational problems associated with broadcasting. At the same time, you have wished to include in your activities this meeting with the Pope, the universal Pastor of the Catholic Church. I am honoured by your presence and I welcome you most cordially to the Vatican.

1. As we meet today, I am reminded of the tremendous potential for good which radio and television possess, and which is constantly increasing. At the same time, I am aware that the opposite possibility is also there, the ever greater capacity for evil, because of the temptation to use these sophisticated means of social communication in ways that distort the truth, or which offend the dignity and freedom of the human person.

Thus a truly heavy responsibility rests on your shoulders. You hold a privileged position in our technological society. Your decisions and activities can greatly shape the education and the cultural development of vast numbers of people. You can significantly influence the thinking and the modes of work and leisure of present and future generations.

Meine Damen und Herren!

Es ist mir eine Freude, die Teilnehmer am 21. Verwaltungssymposium der Europäischen Rundfunkunion zu begrüßen. Sie sind in diesen Tagen nach Rom gekommen, um die wirtschaftlichen und organisatorischen Probleme im Zusammenhang mit Rundfunkübertragungen zu studieren. Zugleich war es Ihr Wunsch, in Ihre Tätigkeiten diese Begegnung mit dem Papst, dem universalen Hirten der katholischen Kirche, einzuschließen. Ich fühle mich durch Ihre Anwesenheit geehrt und heiße Sie ganz herzlich im Vatikan willkommen.

1. Da wir uns heute treffen, werde ich an das gewaltige Potential an Gutem erinnert, das Rundfunk und Fernsehen besitzen und das ständig im Wachsen begriffen ist. Zugleich bin ich mir bewußt, daß auch die gegenteilige Möglichkeit gegeben ist, die immer größere Möglichkeit zum Bösen wegen der Versuchung, diese modernen Mittel der sozialen Kommunikation in einer Weise zu gebrauchen, die die Wahrheit entstellt oder die Würde und Freiheit der menschlichen Person verletzt.

So lastet eine wirklich schwere Verantwortung auf Ihren Schultern. Sie haben in unserer technologischen Gesellschaft eine bevorzugte Stellung inne. Ihre Entscheidungen und Ihre Tätigkeit können die Erziehung und die kulturelle Entwicklung von ungezählten Menschen weitgehend formen. Sie können das Denken, die Arbeitsweise und Freizeitgestaltung der heutigen und künftigen Generationen bedeutend beeinflussen.

2. The transmission of information, and even programmes aimed primarily at leisure and light entertainment, always have an impact on the moral and spiritual values of the human person. That is why I stated earlier this year in a message for the Nineteenth World Communications Day: „Information cannot remain indifferent to values which touch human existence down to the roots, such as the primacy of life from the moment of its conception, the moral and spiritual dimension, peace and justice. Information cannot be neutral in the face of problems and situations which on the national and international levels damage the connective fabric of society, such as war, the violation of human rights, poverty, violence and drugs“ (No. 20).

Your request for this audience today is a sign of your recognition of the impact of television and radio on the minds and hearts of viewers and listeners. I urge you to seek always to place the electronic media at the service of humanity and the good of all. Be attentive to the deeply rooted cultural and religious values of your audiences, for these have a primary influence on the social and interpersonal character of human existence. They determine, to a great extent, the unity and harmony of society. If your efforts serve to strengthen these values, you will be offering an invaluable service to humanity.

3. We who belong to the Catholic Church seek in every age to proclaim the Good News of our Lord Jesus Christ. And we seek ever more effective means of carrying out this mission in the world. You can easily understand, then, why we have such great interest in the latest developments in radio and television. We have much to learn from people like yourselves. It is our conviction that the mass media can and must be employed in the Church's pastoral work. That is why Vatican Radio was established over fifty years ago with the help of Guglielmo Marconi, and it has constantly expanded and improved its services over the years. Many local Churches around the world also have

2. Die Nachrichten- und Informationssendungen, aber auch Programme, die vorwiegend für Freizeit und leichte Unterhaltung bestimmt sind, haben immer eine Auswirkung auf die moralischen und geistigen Werte der menschlichen Person. Deshalb führte ich in diesem Jahr in meiner Botschaft zum 19. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel aus: »Die Information darf den Werten gegenüber nicht gleichgültig bleiben, die das menschliche Dasein tief berühren, wie dem Vorgang des Lebens vom Augenblick der Empfängnis an, der sittlichen und geistlichen Dimension, dem Frieden, der Gerechtigkeit. Die Information darf Problemen und Situationen gegenüber nicht neutral sein, die auf nationaler und internationaler Ebene das Beziehungsgeflecht Gesellschaft zerstören, wie Krieg, Verletzung der Menschenrechte, Armut, Gewalt, Drogen« (Nr. 2, in: O.R. dt., 3.5.85, S. 12).

Ihr Ersuchen um diese heutige Audienz ist ein Zeichen, daß Sie die Wirkung von Fernsehen und Rundfunk auf das Denken und die Herzen der Zuschauer und Zuhörer erkennen. Ich fordere Sie dringend auf, die elektronischen Medien stets in den Dienst der Menschheit und das Wohl aller zu stellen. Achten Sie auf die tiefverwurzelten kulturellen und religiösen Werte Ihres Publikums, denn diese haben einen grundlegenden Einfluß auf den sozialen und zwischenmenschlichen Charakter der menschlichen Existenz. Sie bestimmen weitgehend die Einheit und Harmonie der Gesellschaft. Wenn Ihre Bemühungen der Stärkung dieser Werte dienen, werden Sie damit der Menschheit einen unschätzbaren Dienst erweisen.

3. Als Glieder der katholischen Kirche suchen wir zu allen Zeiten die Frohbotschaft unseres Herrn Jesus Christus zu verkünden. Und wir suchen nach immer wirksameren Mitteln, diese Sendung in die Welt hinauszutragen. Sie werden daher leicht einsehen, warum wir so großes Interesse an den neuesten Entwicklungen im Bereich von Rundfunk und Fernsehen haben: Wir haben von Leuten wie Ihnen noch viel zu lernen. Wir sind davon überzeugt, daß die Massenmedien in der pastoralen Arbeit der Kirche Anwendung finden müssen. Darum wurde ja vor mehr als fünfzig Jahren mit Hilfe von Guglielmo Marconi Radio Vatikan errichtet und hat seine Dienste im Laufe der Jahre

taken advantage of the resources of radio and television in order to proclaim the Gospel of Salvation and to serve God's people in truth and freedom. In obedience to her mission from Christ, the Church welcomes the opportunity to come to know professionals in radio and television and to collaborate with them for the good of all.

I wish to take this occasion therefore to assure you of my genuine interest in your work and in your efforts to promote communication. As you know very well, communication is more than the process of passing on information or stirring up emotions. At its deepest level, it is a personal act of love, a generous giving of self, both mind and heart. May God give you the grace to be good communicators whose work fosters unity and peace. And may he grant abundant blessings to you and your families.

ständig ausgeweitet und verbessert. Viele Ortskirchen überall in der Welt haben gleichfalls die Möglichkeiten von Rundfunk und Fernsehen genutzt, um das Evangelium von der Erlösung zu verkünden und dem Volk Gottes in Wahrheit und Freiheit zu dienen. Im Gehorsam gegenüber der ihr von Christus aufgetragenen Sendung begrüßt die Kirche die Gelegenheit, Fachleute auf dem Gebiet von Rundfunk und Fernsehen kennenzulernen und mit ihnen zum Wohl aller zusammenzuarbeiten.

Ich möchte daher diese Gelegenheit benutzen, Sie meines echten Interesses an Ihrer Arbeit und an Ihren Bemühungen um Förderung der Kommunikation zu versichern. Wie Sie nur zu gut wissen, ist Kommunikation mehr als der Prozeß der Weitergabe von Information oder Auslösung von Emotionen. Im tiefsten ist sie ein persönlicher Akt der Liebe, eine hochherzige Selbsthingabe sowohl mit dem Denken wie mit dem Herzen. Möge Gott Ihnen die Gnade gewähren, gute Kommunikatoren zu sein, deren Arbeit Einheit und Frieden fördert. Und möge er Ihnen und Ihren Familien reichen Segen gewähren.

*L'Osservatore Romano, Jg. 125, Nr. 230 vom
4. Oktober 1985, 5*

*L'Osservatore Romano in deutscher Sprache,
16. Jg., Nr. 1 vom 3. Januar 1986, 20*

Soziale Kommunikationsmittel und christliche Bildung der öffentlichen Meinung

Botschaft des Papstes zum 20. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel
am 11. Mai 1986 (1)

Cari Fratelli e Sorelle,

Il recente Sinodo straordinario dei Vescovi, in occasione del ventesimo anniversario della conclusione del Concilio Vaticano II, non ha inteso soltanto commemorare solennemente quell'evento destinato a segnare così profondamente la vita della Chiesa in questo secolo, ma ne ha fatto soprattutto rivivere lo spirito e ne ha ricordato gli insegnamenti e le decisioni. In tal modo, il Sinodo è stato una ripresa e un rilancio del Concilio Vaticano II nella vita della Chiesa.

Liebe Brüder und Schwestern!

Die vor kurzem zum 20. Jahrestag des Abschlusses des Zweiten Vatikanischen Konzils abgehaltene außerordentliche Bischofssynode wollte nicht nur in feierlicher Weise jenes Ereignisses gedenken, das das Leben der Kirche in diesem Jahrhundert so tiefgreifend prägen sollte, sondern sie hat vor allem seinen Geist wieder lebendig werden lassen und seine Lehren und Entscheidungen in Erinnerung gebracht. Auf diese Weise ist die Synode eine Wiederbelebung und eine Wiederaufnahme des Zweiten Vatikanischen Konzils im Leben der Kirche gewesen.

Fra le iniziative suscitate dalle direttive conciliari merita senza dubbio particolare rilievo l'istituzione della „Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali“ al fine di“ rafforzare più efficacemente il multiforme apostolato della Chiesa circa gli strumenti della comunicazione sociale, in tutte le diocesi del mondo“ (Inter mirifica, n. 18). Questa decisione – che manifesta il grande peso che i Padri conciliari attribuivano alle comunicazioni sociali – appare ancora più importante oggi, in cui esse registrano un influsso sempre crescente.

Fedele al desiderio del Concilio Vaticano II, la Chiesa in questi venti anni non ha mai tralasciato di celebrare la „Giornata delle Comunicazioni Sociali“, assegnandole volta per volta un tema particolare. Quest'anno la „Giornata“ sarà dedicata a considerare e ad approfondire il contributo che le Comunicazioni sociali possono dare alla formazione cristiana della pubblica opinione.

Non è la prima volta che la Chiesa s'interessa di questo tema. «Il dialogo della Chiesa – ricordava nel 1971 l'Istruzione pastorale *Communio et progressio* – non riguarda soltanto i fedeli, ma si estende a tutto il mondo. Tanto il diritto all'informazione, riconosciuto a tutti gli uomini, di cui essa condivide le sorti, quanto l'esplicito mandato divino (cfr Mt 28, 19) esigono che essa manifesti la sua dottrina e le sue opere» (n. 122). Paolo VI, a sua volta, aggiungeva nell'Esortazione apostolica *Evangelii nuntiandi*: «Nel nostro secolo, contrassegnato dai mass media o strumenti della comunicazione sociale, il primo annuncio, la catechesi o l'approfondimento ulteriore della fede non possono fare a meno di questi mezzi. Posti al servizio del Vangelo, essi sono capaci di estendere all'infinito il campo di ascolto della Parola di Dio e fanno giungere la Buona Novella a milioni di persone. La Chiesa si sentirebbe colpevole dinanzi al suo Signore se non adoperasse questi potenti mezzi che l'intelligenza umana rende ogni giorno più perfezionati; servendosi di essi la Chiesa 'predica sui tetti' il messaggio di cui è depositaria; in loro essa trova una versione moderna ed efficace del pulpito. Grazie ad essi riesce a parlare alle moltitudini» (n. 45).

Unter den von den Konzilsweisungen angeregten Initiativen verdient zweifellos die Einrichtung des „Welttages der sozialen Kommunikationsmittel“ besonders hervorgehoben zu werden, „um das vielgestaltige Apostolatswerk der Kirche auf dem Gebiet der sozialen Kommunikationsmittel in allen Diözesen des Erdkreises wirksam zu kräftigen“ (Inter mirifica, Nr. 18). Diese Entscheidung – die deutlich macht, welche große Bedeutung die Konzilsväter den sozialen Kommunikationsmitteln beimaßen – erscheint heute noch bedeutsamer, da die Massenmedien einen ständig wachsenden Einfluß verzeichnen.

Dem Wunsch des Zweiten Vatikanischen Konzils getreu, hat es die Kirche in diesen zwanzig Jahren nie versäumt, den „Welttag der sozialen Kommunikationsmittel“ zu begehen und ihn jedes Mal unter ein besonderes Thema zu stellen. In diesem Jahr soll der „Welttag“ der Betrachtung und Vertiefung des Beitrags gewidmet sein, den die sozialen Kommunikationsmittel zur christlichen Bildung der öffentlichen Meinung leisten können.

Es ist nicht das erste Mal, daß sich die Kirche mit diesem Thema beschäftigt. „Das Gespräch der Kirche – erinnerte 1971 die Pastoralinstruktion *Communio et progressio* – beschränkte sich nicht auf die Gläubigen, sondern bezieht die ganze Welt ein. Die Kirche muß ihre Lehre und ihr Wirken offenkundig machen: die Menschen, an deren Schicksal sie ja selber teilhat, haben ein Recht darauf, und sie selbst ist dazu durch ein klares göttliches Gebot verpflichtet (vgl. Mt 28, 19)“ (Nr. 122). Papst Paul VI. fügte seinerseits in dem apostolischen Schreiben *Evangelii nuntiandi* hinzu: „In unserer Zeit, die von den Massenmedien oder sozialen Kommunikationsmitteln geprägt ist, kann bei der ersten Bekanntmachung mit dem Glauben, bei der catechetischen Unterweisung und bei der weiteren Vertiefung des Glaubens auf diese Mittel nicht verzichtet werden. In den Dienst des Evangeliums gestellt, vermögen diese Mittel den Bereich der Vernehmbarkeit des Wortes Gottes fast unbegrenzt auszuweiten; sie bringen die Frohbotschaft zu Millionen von Menschen. Die Kirche würde vor ihrem Herrn schuldig, wenn sie nicht diese machtvollen Mittel nützte, die der menschliche Verstand immer noch weiter vervollkommnet. Dank dieser Mittel verkündet die Kirche die ihr anver-

traute Botschaft „von den Dächern“. In ihnen findet sie eine moderne, wirksame Form der Kanzel. Durch sie vermag sie zur Masse des Volkes zu sprechen“ (Nr. 45, in: Wort und Weisung, 1975, 567-568).

2. La «pubblica opinione» consiste nel modo comune e collettivo di pensare e di sentire d'un gruppo sociale più o meno vasto in determinate circostanze di luogo e di tempo. Essa indica quello che la gente comunemente pensa su un argomento, un fatto, un problema d'un certo rilievo. La pubblica opinione si forma per il fatto che un gran numero di persone fa proprio, ritenendolo vero e giusto, quanto alcune persone o alcuni gruppi che godono d'una particolare autorità culturale, scientifica o morale pensano e dicono. Ciò mostra la grave responsabilità di coloro che per la loro cultura e il loro prestigio formano l'opinione pubblica o influiscono in qualche misura sulla sua formazione. Le persone, infatti, hanno diritto a pensare e a sentire in conformità con ciò che è vero e giusto, perché dal modo di pensare e di sentire dipende l'agire morale. Questo sarà retto se il modo di pensare sarà conforme alla verità.

Die „Öffentliche Meinung“ beruht auf der gemeinsamen und kollektiven Art des Denkens und Fühlens einer mehr oder weniger umfangreichen sozialen Gruppe unter bestimmten geographischen und geschichtlich-zeitlichen Gegebenheiten. Sie zeigt an, was die Leute gemeinhin über ein Thema, ein Geschehen, ein Problem von einiger Bedeutung denken. Die öffentliche Meinung kommt dadurch zustande, daß viele Menschen das, was einzelne oder Gruppen von besonderem kulturellen, wissenschaftlichen oder moralischen Ansehen denken und sagen, sich zu eigen machen und es für wahr und richtig halten. Das weist auf die schwere Verantwortung derjenigen hin, die aufgrund ihrer Kultur oder ihres Ansehens die öffentliche Meinung gestalten oder in gewissem Maße auf ihre Formung Einfluß nehmen. Die Menschen haben in der Tat ein Recht, in Übereinstimmung mit dem, was wahr und richtig ist, zu denken und zu empfinden, denn von der Art des Denkens und Fühlens hängt das sittliche Handeln ab. Dieses wird rechtfertigt sein, wenn die Denkungsart der Wahrheit entspricht.

Si deve rilevare, a questo proposito, che l'opinione pubblica ha un grande influsso sul modo di pensare, di sentire e di agire di quanti - o per la giovane età o per mancanza di cultura - sono incapaci di un giudizio critico. Così sono molti coloro che pensano e agiscono secondo l'opinione comune, senza che siano in grado di sottrarsi alla sua pressione. Si deve anche rilevare che la opinione pubblica influisce fortemente sulla formazione delle leggi. Non c'è dubbio, infatti, che l'introduzione in alcuni Paesi di leggi ingiuste, come ad esempio quella che legalizza l'aborto, è da attribuire alla pressione esercitata da una pubblica opinione a questo favorevole.

In diesem Zusammenhang muß hervorgehoben werden, daß die öffentliche Meinung großen Einfluß auf die Art des Denkens, Empfindens und Handelns aller jener Menschen hat, die wegen ihres jugendlichen Alters oder aus Bildungsmangel unfähig zu einem kritischen Urteil sind. So gibt es viele, die nach der öffentlichen Meinung denken und handeln, ohne sich ihrem Druck entziehen zu können. Ebenso ist hervorzuheben, daß die öffentliche Meinung starken Einfluß auf die Gestaltung der Gesetze nimmt. Es besteht in der Tat kein Zweifel daran, daß die Einführung ungerechter Gesetze in manchen Ländern, wie zum Beispiel das Gesetz über die Legalisierung der Abtreibung, dem von einer öffentlichen Meinung zu Gunsten des Gesetzes ausgeübten Druck zugeschrieben werden muß.

3. Da ciò appare l'importanza della formazione d'una opinione pubblica moralmente sana sui problemi che più da vicino toccano il bene della umanità nel nostro tempo. Tra questi beni poniamo i valori della vita, della famiglia, della pace, della giustizia e della solidarietà tra i popoli.

E' necessario che si formi un'opinione pubblica sensibile al valore assoluto della vita umana, in modo che sia riconosciuto come tale in tutti gli stadi, dal concepimento alle morte, e in tutte le sue forme, anche quelle segnate dalla malattia e dagli handicap fisici e spirituali. Si va, infatti, diffondendo una mentalità materialistica ed edonistica, secondo la quale la vita è degna di essere vissuta solo quando è sana, giovane e bella.

E' necessario che sulla famiglia si formi una pubblica opinione retta che aiuti a superare alcuni modi di pensare e di sentire non conformi al disegno di Dio, che l'ha stabilita indissolubile e feconda. Purtroppo, va diffondendosi una opinione pubblica favorevole alle unioni libere, al divorzio e alla drastica riduzione della natalità con qualsiasi mezzo; essa va rettificata perché nociva al vero bene dell'umanità, la quale sarà tanto più felice quanto più la famiglia sarà sana e unita.

Bisogna poi creare un'opinione pubblica sempre più forte in favore della pace e di ciò che la costruisce e la mantiene, come il reciproco apprezzamento e la mutua concordia tra i popoli; il rifiuto di ogni forma di discriminazione razziale e di nazionalismo esasperato; il riconoscimento dei diritti e delle giuste aspirazioni dei popoli; il disarmo, prima degli spiriti e poi degli strumenti di distruzione; lo sforzo di risolvere pacificamente i conflitti. E' chiaro che solo una forte opinione pubblica favorevole alla pace può fermare coloro che fossero tentati di vedere nella guerra la via per risolvere tensioni e conflitti. «I reggitori dei popoli - afferma la Costituzione pastorale *Gaudium et spes* - dipendono in massima parte dalle opinioni e dai sentimenti delle moltitudini. E' inutile, infatti, che essi si

Daraus ergibt sich die Bedeutung der Bildung einer moralisch gesunden öffentlichen Meinung über die Probleme, die unmittelbar das Wohl der Menschheit in unserer Zeit betreffen. Zu diesen Gütern zählen wir die Werte des Lebens, der Familie, des Friedens, der Gerechtigkeit und der Solidarität der Völker untereinander.

Es muß unbedingt eine öffentliche Meinung gebildet werden, die feinfühlig ist für den absoluten Wert des menschlichen Lebens, damit es in allen Stadien, von der Empfängnis bis zum Tod, und in allen seinen Formen, auch in den von Krankheiten und von körperlichen und geistigen Behinderungen gezeichneten, als menschliches Leben anerkannt wird. Es verbreitet sich in der Tat eine materialistische und hedonistische Denkweise, wonach das Leben nur dann lebenswert sei, wenn es gesund, jung und schön ist.

Es muß eine rechte öffentliche Meinung in bezug auf die Familie gebildet werden, die helfen soll, manche Denk- und Gesinnungsformen zu überwinden, die nicht dem Plan Gottes entsprechen, der die Ehe als unauflöslich und fruchtbar festgelegt hat. Leider breitet sich eine öffentliche Meinung aus, die für das Zusammenleben unverheirateter Paare, für die Ehescheidung und für die drastische Beschränkung der Geburtenzahl mit allen Mitteln eintritt. Sie muß eine Korrektur erfahren, weil sie das wahre Wohl der Menschheit schädigt, denn je gesünder und je stärker geeint die Familie ist, um so glücklicher wird die Menschheit sein.

Sodann ist es unbedingt notwendig, eine immer stärkere öffentliche Meinung für den Frieden zu bilden und für alles, was ihn aufbaut und ihn erhält, wie die gegenseitige Achtung und Eintracht der Völker untereinander, die Ablehnung jeder Form von Rassendiskriminierung und überzogenem Nationalismus, die Anerkennung der Rechte und der berechtigten Bestrebungen der Völker, die Abrüstung: zuerst die geistige Abrüstung in den Herzen und dann die der Vernichtungswaffen, schließlich das Bemühen um friedliche Beilegung von Konflikten. Es liegt auf der Hand, daß nur eine starke öffentliche Meinung zu Gunsten des Friedens diejenigen aufhalten kann, die versucht sein könnten, im Krieg den Weg zur Lösung von Spannung und Konflikten zu sehen.

adoperino con tenacia a costruire la pace, finché sentimenti di ostilità, di disprezzo e di diffidenza, odi razziali e ostinate ideologie dividono gli uomini, ponendoli gli uni contro gli altri. Di qui l'estrema urgente necessità di una rinnovata educazione degli animi e di un nuovo orientamento dell'opinione pubblica» (n. 82).

Infine, è necessaria la formazione d'una forte opinione pubblica a favore della soluzione degli angosciosi problemi della giustizia sociale, della fame e del sottosviluppo. Occorre, cioè, che questi problemi siano oggi meglio conosciuti nella loro tremenda realtà e gravità, che si crei una forte e vasta opinione pubblica a loro favore, perché solo sotto la vigorosa pressione di questa i responsabili politici ed economici dei Paesi ricchi saranno indotti ad aiutare i Paesi in via di sviluppo.

4. Particolarmente urgente è la formazione d'una sana opinione pubblica in campo morale e religioso. Al fine di porre un argine alla diffusione di una mentalità favorevole al permissivismo morale e all'indifferenza religiosa, occorre formare un'opinione pubblica che rispetti ed apprezzi i valori morali e religiosi, in quanto essi rendono l'uomo pienamente «umano» e danno pienezza di senso alla vita. Il pericolo del nichilismo, cioè, della perdita dei valori più propriamente umani, morali e religiosi, incombe come grave minaccia sull'umanità di oggi.

Una corretta opinione pubblica deve essere formata poi circa la natura, la missione e l'opera della Chiesa, da moltivista oggi come una struttura semplicemente umana e non, qual'essa realmente è, come realtà misteriosa che incarna nella storia l'amore di Dio e porta agli uomini la parola e la grazia di Cristo.

5. Nel mondo attuale gli strumenti della comunicazione sociale nella loro molteplice varietà - stampa, cinema, radio, televisione - sono i principali fattori della pubblica opinione.

„Die Staatsmänner - so heißt es in der Pastoral-konstitution *Gaudium et spes* - . . . sind sehr abhängig von der öffentlichen Meinung und Einstellung der Massen. Nichts nützt ihnen ihr Bemühen, Frieden zu stiften, wenn Gefühle der Feindschaft, Verachtung, Mißtrauen, Rassenhaß und ideologische Verhärtung die Menschen trenne und zu Gegnern machen. Darum sind vor allem eine neue Erziehung und ein neuer Geist in der öffentlichen Meinung dringend notwendig“ (Nr. 82).

Schließlich bedarf es dringend der Bildung einer starken öffentlichen Meinung für die Lösung der quälenden Probleme der sozialen Gerechtigkeit, des Hungers und der Unterentwicklung. Das aber heißt, daß diese Probleme heute in ihrer erschreckenden Realität und in ihrem ganzen Ernst besser bekannt gemacht werden müssen, damit sich eine starke und umfassende öffentliche Meinung zu ihren Gunsten bilde, da nur unter deren kräftigem Druck die politisch und wirtschaftlich Verantwortlichen der reichen Länder sich dazu veranlaßt sehen werden, den Entwicklungsländern zu helfen.

Besonders dringend ist die Bildung einer gesunden öffentlichen Meinung auf sittlichem und religiösem Gebiet. Um die Verbreitung einer Einstellung Einhalt zu gebieten, die die sittliche Permissivität und religiöse Gleichgültigkeit begünstigt, muß eine öffentliche Meinung gebildet werden, die die moralischen und religiösen Werte achtet und hochschätzt, da diese den Menschen im Vollsinn „menschlich“ machen und dem Leben seinen vollen Sinn geben. Die Gefahr des Nihilismus, also des Verlustes der im eigentlichsten Sinne menschlichen, sittlichen und religiösen Werte, liegt als ernste Bedrohung über der heutigen Menschheit.

Ferner muß eine korrekte öffentliche Meinung über Wesen, Sendung und Wirken der Kirche gebildet werden, die heute von vielen als eine rein menschliche Einrichtung angesehen wird und nicht als das, was sie tatsächlich ist: eine geheimnisvolle Wirklichkeit, die Gottes Liebe in der Geschichte verkörpert und den Menschen das Wort und die Gnade Christi bringt.

In der heutigen Welt sind die Mittel der sozialen Kommunikation in ihrer Vielfalt und Verschiedenheit - Presse, Kino, Rundfunk, Fernsehen - die hauptsächlichen Gestalter der

E' grande, perciò, la responsabilità morale di tutti coloro che si servono di tali strumenti o ne sono gli ispiratori. Essi devono essere posti al servizio dell'uomo, e quindi della verità e del bene, che dell'uomo sono i valori più importanti e necessari. Quelli, perciò, che lavorano professionalmente nel campo della comunicazione sociale devono sentirsi impegnati a formare e diffondere opinioni pubbliche conformi alla verità e al bene.

In tale impegno devono distinguersi i cristiani, ben consapevoli che, contribuendo a formare opinioni pubbliche favorevoli alla giustizia, alla pace, alla fraternità, ai valori religiosi e morali, contribuiscono non poco alla diffusione del Regno di Dio, che è regno di giustizia, di verità e di pace. Dal messaggio cristiano, che è diretto al bene e alla salvezza dell'uomo, essi possono trarre ispirazione per aiutare i loro fratelli a formarsi opinioni corrette e giuste, perché conformi al piano di amore e di salvezza per l'uomo che Dio ha rivelato e attuato in Gesù Cristo. Infatti, la fede cristiana e l'insegnamento della Chiesa, proprio perché fondati in Cristo, via, verità e vita, sono luce e forza per gli uomini nel loro cammino storico.

Concludo questo messaggio con una speciale Benedizione per tutti coloro che lavorano nel campo della Comunicazione sociale con spirito cristiano di servizio alla verità e di promozione dei valori morali e religiosi. Assicurandoli della mia preghiera, desidero incoraggiarli in questo lavoro, che richiede coraggio e coerenza e che è un servizio alla verità e alla libertà. E', infatti, la verità che fa liberi gli uomini (dfr. Gv 8, 32). Perciò, lavorare per la formazione d'una pubblica opinione conforme alla verità è lavorare per la crescita della libertà.

Dal Vaticano, 24 Gennaio 1986, Festa di San Francesco di Sales.

IOANNES PAULUS PP. II

Anmerkung: Originalwortlaut der von der Päpstlichen Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation herausgegebenen deutschen Fassung.

öffentlichen Meinung. Groß ist daher die moralische Verantwortung aller, die sich dieser Mittel bedienen oder ihre Inspiration sind. Sie müssen in den Dienst des Menschen und damit der Wahrheit und des Guten, also der bedeutendsten und notwendigsten Werte des Menschen, gestellt werden. Jene, die beruflich auf dem Gebiet der sozialen Kommunikation tätig sind, müssen sich daher verpflichtet fühlen, eine öffentliche Meinung zu bilden und zu verbreiten, die der Wahrheit und dem Guten entspricht.

Durch engagierten Einsatz auf diesem Gebiet müssen sich die Christen auszeichnen, wohl wissend, daß ihr Mitwirken bei der Bildung der öffentlichen Meinung zu Gunsten der Gerechtigkeit, des Friedens, der Brüderlichkeit, der religiösen und sittlichen Werte nicht wenig zur Verbreitung des Reiches Gottes beiträgt, das ein Reich der Gerechtigkeit, der Wahrheit und des Friedens ist. Sie können sich durch die christliche Botschaft, die das Gute und Heil des Menschen zum Ziel hat, anregen lassen, ihren Brüdern behilflich zu sein bei der Bildung von Meinungen, die korrekt und richtig sind, weil sie mit dem Liebes- und Heilsplan für den Menschen übereinstimmen, den Gott in Jesus Christus geoffenbart und verwirklicht hat. Denn der christliche Glaube und die Lehre der Kirche sind eben deshalb, weil sie auf Christus, den Weg, die Wahrheit und das Leben gegründet sind, für die Menschen auf ihrem Gang durch die Geschichte Licht und Kraft.

Ich schließe diese Botschaft mit einem besonderen Segen für alle, die im christlichen Geist der Bereitschaft zum Dienst an der Wahrheit und zur Förderung der sittlichen und religiösen Werte auf dem Gebiet der sozialen Kommunikation arbeiten. Ich versichere sie meines Gebetes und möchte sie bei dieser Arbeit anspornen, die Mut und Konsequenz erfordert und ein Dienst an der Wahrheit und an der Freiheit ist. Es ist ja die Wahrheit, die die Menschen frei macht (vgl. Joh. 8, 32). Wer für die Bildung einer öffentlichen Meinung arbeitet, die der Wahrheit entspricht, arbeitet also für eine zunehmende Freiheit.

Aus dem Vatikan, am 24. Januar 1986, Fest des hl. Franz von Sales
Johannes Paulus PP. II

Kirche schafft sich eine „Medien-Kanzel“

Ansprache des Papstes an die Vollversammlung der Päpstlichen Kommission für die sozialen Kommunikationsmittel am 27. Februar

My dear Brother Bishops,
Dear Friends in Christ,

1. It is indeed a pleasure for me to be with you as you meet to discuss the ways in which the communications media can be used to share the message of God's love, to make better known the „Good News“ of Christ.

Fifteen years ago, at the direction of the Second Vatican Council (Inter Mirifica, No. 23), your Commission published the Pastoral Instruction *Communio et Progressio* on the communications media, public opinion and human progress.

This year, the theme for World Communications Day, an observance held also at the direction of the Second Vatican Council, is „Social Communications and the Christian Formation of Public Opinion“.

2. This theme also seems to sum up quite well the aims of the Pontifical Commission: to promote and support through the various means of social communication the Church's activity in the world, in such a way as to educate and form the faithful and all people of good will in authentically human and Christian values.

In this important and delicate task, the Pontifical Commission is called upon to encourage, in the first place, initiatives aimed at spreading Christ's message and the true teaching of the Church. In particular, it will assist and support the efforts in the field of social communications made by the special Commissions set up by individual Episcopal Conferences. It will likewise assist in this field the work of the International Catholic Organizations.

3. In the document prepared fifteen years ago, your Commission stated, „More than ever before, the way people live and think is profound-

Meine lieben Brüder im Bischofsamt!
Liebe Freunde in Christus!

1. Es ist wirklich eine Freude für mich, bei euch zu sein, während ihr zusammengekommen seid, um die Wege zu erörtern, wie die Kommunikationsmittel dazu benützt werden können, die Botschaft von Gottes Liebe mitzuteilen, die Frohbotschaft Christi besser bekanntzumachen.

Vor fünfzehn Jahren veröffentlichte eure Kommission im Auftrag des Zweiten Vatikanischen Konzils (*Inter mirifica*, Nr. 23) die Pastoralinstruktion *Communio et progressio* über die Kommunikationsmittel, die öffentliche Meinung und den menschlichen Fortschritt.

Das Thema für den diesjährigen Welttag der sozialen Kommunikationsmittel – der gleichfalls auf Weisung des Zweiten Vatikanischen Konzils begangen wird – lautet: „Soziale Kommunikationsmittel und die christliche Formung der öffentlichen Meinung.“

2. Dieses Thema scheint auch die Ziele der Päpstlichen Kommission gut zusammenzufassen: durch die verschiedenartigen Kommunikationsmittel die Aktivität der Kirche in der Welt dahingehend zu fördern und zu unterstützen, damit sie die Gläubigen und alle Menschen guten Willens in wahrhaft menschlichen und christlichen Werten erziehen und bilden.

Bei dieser wichtigen und heiklen Aufgabe fühlt sich die Päpstliche Kommission aufgerufen, in erster Linie Initiativen zu ermutigen, deren Ziel die Verbreitung der Botschaft Christi und die wahre Lehre der Kirche ist. Insbesondere wird sie die Bemühungen im Bereich der sozialen Kommunikationsmittel fördern und unterstützen, die von Sonderkommissionen bei den einzelnen Bischofskonferenzen unternommen werden. Ebenso wird sie auf diesem Gebiet die Arbeit der internationalen katholischen Organisationen unterstützen.

3. In dem vor fünfzehn Jahren ausgearbeiteten Dokument stellte eure Kommission fest: „Mehr als je zuvor wird die Denk- und Lebens-

ly affected by the means of communication“ (Communio et Progressio, No. 1).

What are the attitudes and values people draw from the communications media? How is the way they live and think so profoundly affected?

One method is through role models. The communications media make some people particularly well known. Such popularity or notoriety brings with it a certain credibility or at least a power to influence.

The leading figures in the communications media should realize the influence they have and the responsibility such influence represents. People are often led to imitate or at least to accept the conduct of the famous; and the fame brought by the communications media can be used to inspire goodness and generosity or to appear to give approval to what is selfish and sinful.

The Church has a special responsibility to encourage those who exercise such an influence over others to recall their own God-given dignity and their particular vocation to give good example, not only in the roles they select or in public utterances, but especially in their private lives which so many others consider as models or at least as justification for their own activity.

A ministry to those in the communications media, therefore, should include not only an openness to provide needed information and technical advice but especially a sensitivity to the intense pressures which communicators can experience on the special need they have for moral and spiritual support and encouragement.

4. Another method in which public opinion is profoundly affected is through the selection of material to treat or the choice of an approach to take.

Why is it, for example, that, in the often commendable reports on the violation of human

weise der Menschen zutiefst von den Kommunikationsmitteln beeinflusst“ (Communio et progressio, Nr. 1)

Welche Haltungen und Werte schöpfen die Menschen aus den Massenmedien? In welcher Weise leben und denken sie unter dieser tiefen Beeinflussung?

Eine Methode ist die durch Modellrollen. Die Kommunikationsmittel machen manche Leute besonders bekannt. Solche Popularität oder Allbekanntheit bringt eine gewisse Glaubwürdigkeit oder zumindest eine Macht der Beeinflussung mit sich.

Die führenden Persönlichkeiten und Hauptdarsteller in den Massenmedien sollten sich vergegenwärtigen, welchen Einfluß sie haben und was für eine Verantwortung solcher Einfluß darstellt. Die Menschen werden oft dazu verleitet, das Verhalten der Berühmtheiten nachzuahmen oder zumindest hinzunehmen; und der von den Massenmedien verschaffte Ruhm kann dazu benützt werden, zu Güte und Hochherzigkeit zu inspirieren oder aber allem Anschein nach der Selbstsucht und Sünde Beifall zu zollen.

Der Kirche obliegt die besondere Verantwortung, diejenigen, die einen solchen Einfluß über andere ausüben, sich ihrer eigenen gottgeschenkten Würde und ihrer besonderen Berufung zu erinnern, nicht nur in den Rollen, die sie vorziehen, oder in öffentlichen Äußerungen ein gutes Beispiel zu geben, sondern besonders in ihrem Privatleben, das so viele andere als Vorbild oder doch wenigstens als Rechtfertigung für ihr eigenes Tun betrachten.

Euer Dienst an den in den Kommunikationsmitteln Tätigen sollte daher nicht nur Offenheit, nötige Information und technischen Rat einschließen, sondern insbesondere Sensibilität für den intensiven Druck, dem Kommunikatoren ausgesetzt sein können, und ihr besonderes Bedürfnis nach moralischer und geistiger Unterstützung und Ermutigung.

4. Eine andere Methode, die die öffentliche Meinung stark beeinflusst, ist die Auswahl des zu behandelnden Materials oder die Wahl des einzuschlagenden methodischen Weges.

Wie kommt es zum Beispiel, daß in den oft lobenswerten Berichten über die Verletzung

rights narrated by the news media or dramatized in television or radio programmes, the right of individuals to practise and proclaim their religious faith is so often overlooked? Why is it that the right of parents not only to have children but also to educate those children according to their conscience is so often ignored?

In many instances, the determination of the agenda of modern society is profoundly influenced by the news and entertainment media, and those who choose the agenda should realize their responsibility to contribute not only to the material progress but especially to the moral and spiritual well-being of the human family.

5. In selecting role models to imitate, themes to treat and approaches to take, those in the communications media should be eager to work towards the construction of what some thinkers have called a „public philosophy“. Such a public philosophy should certainly include a recognition of the need for personal honesty and integrity, for sound and stable family life, for responsible stewardship of personal possessions and for community awareness of and care for the weaker members of society – the sick, the handicapped, the elderly, the young, the poor and, in these days especially, the unborn, who are the weakest and most defenceless members of human society.

It has been said that newspaper columns, radio microphones and television cameras constitute a pulpit from which modern society draws much of its moral and spiritual orientation. If that is true, it is essential that the Church should not only participate in the formulation of the public philosophy which will represent the shared values of contemporary society, but that she should also be directly present in this new pulpit with her own newspapers and magazines, her own radio and television stations and programmes, her own voice of truth and love.

von Menschenrechten, die von den Nachrichtenmedien durchgegebenen oder in Fernseh- und Rundfunkprogramm dargestellt werden, das Recht der Person auf Ausübung und Verkündigung ihres religiösen Glaubens so oft übersehen wird? Wie kommt es, daß das Recht der Eltern, nicht nur Kinder zu haben, sondern jene Kinder auch ihrem Gewissen entsprechend zu erziehen, so oft unbeachtet bleibt?

In vielen Fällen wird die Festlegung des Handelns der modernen Gesellschaft zutiefst von den Nachrichten- und Unterhaltungsmedien beeinflusst, und jene, die sich zum Handeln entscheiden, sollten ihre Pflicht wahrnehmen, nicht nur zum materiellen Fortschritt, sondern besonders zum moralischen und geistigen Wohl der Menschheitsfamilie beizutragen.

5. Bei der Auswahl der Vorbilder, die nachgeahmt, der Themen, die behandelt werden, und der methodischen Wege, die eingeschlagen werden sollen, sollten die Verantwortlichen in den Massenmedien eifrig darum bemüht sein, auf einen öffentlichen moralischen Konsens, auf den Aufbau einer, wie einige Denker es genannt haben, „öffentlichen Philosophie“ hinzuarbeiten. Eine solche öffentliche Philosophie müßte natürlich eine Anerkennung der Notwendigkeit persönlicher Ehrhaftigkeit und Integrität, eines gesunden und stabilen Familienlebens, verantwortungsbewußter Verwaltung des persönlichen Besitzes, Gemeinschaftsbewußtsein und Sorge für die schwächeren Mitglieder der Gesellschaft einschließen – die Kranken, die Behinderten, die älteren Menschen, die Jugend, die Armen und in unseren Tagen besonders die Ungeborenen, die die schwächsten und schutzlosesten Glieder der menschlichen Gesellschaft sind.

Man hat gesagt, daß Zeitungskolumnen, Rundfunkmikrophone und Fernsehkameras eine Kanzel darstellen, von der die moderne Gesellschaft einen Großteil ihrer moralischen und geistigen Orientierung bezieht. Wenn das stimmt, ist es wichtig und wesentlich, daß die Kirche sich nicht nur an der Formulierung der öffentlichen Philosophie beteiligt, die die gemeinsamen Werte der heutigen Gesellschaft darstellen will, sondern auch direkt auf dieser neuen Kanzel präsent ist: mit ihren eigenen Zeitungen und Zeitschriften, ihren eigenen Rundfunk- und Fernsehstationen und -pro-

6. There are those who think that what is not recognized by and reported by newspapers, radio and television is not important. Thus, it is indispensable that the Church should not only work to achieve recognition of sound moral and spiritual values by the press, cinema, radio and television, but that she should proclaim the Gospel directly through the modern means of communication. If those who seek to promote commercial products and professional services consider it essential to bring their message to the attention of the public through the communications media, how can the Church fail to proclaim and share through the communications media the priceless message of the Gospel?

The Church thus has a ministry to communicators and a ministry of communication. Within the Church, this twofold ministry can foster that communion in Christ emphasized by the recent Synod of Bishops. In the world at large, this ministry can foster that community of concern so essential to the articulation of a sound public philosophy and to the achievement of true peace. It can promote the recognition of the rights and responsibilities of every person as a child of God - God who has communicated to us life itself and his saving message through the Word made flesh, our Lord and Saviour Jesus Christ.

I am deeply grateful to all of you for your partnership in the Gospel, and for all that you do through the means of social communication „that the word of the Lord may speed on and triumph“ (2 Thess 3,1).

grammen, ihrer eigenen Stimme der Wahrheit und der Liebe.

6. Es gibt Leute, die meinen, alles, was nicht von Zeitungen, Rundfunk und Fernsehen aufgegriffen und berichtet wird, sei nicht von Belang. Es ist also unerlässlich, daß die Kirche nicht nur dafür arbeiten sollte, die Anerkennung gesunder sittlicher und geistiger Werte durch Presse, Kino, Rundfunk und Fernsehen zu erreichen, sondern sie sollte direkt durch die modernen Kommunikationsmittel das Evangelium verkündigen. Wenn diejenigen, die Handelsprojekte und berufliche Dienste zu fördern trachten, es für wesentlich halten, ihre Botschaft durch die Massenmedien der Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit nahezubringen, wie kann es dann die Kirche versäumen, die unschätzbare Botschaft des Evangeliums über die Massenmedien zu verkünden und zu verbreiten?

Die Kirche hat also einen Dienst an den Kommunikatoren und einen Dienst der Kommunikation. Innerhalb der Kirche vermag dieser zweifache Dienst jene Gemeinschaft in Christus zu fördern, die von der letzten Bischofssynode so nachdrücklich betont wurde. In der ganzen Welt kann dieser Dienst die Gemeinschaft fördern, auf die es so wesentlich ankommt bei der Gliederung und Formulierung einer brauchbaren öffentlichen Philosophie und bei der Erreichung eines wahren Friedens. Er kann die Anerkennung der Rechte und Verantwortlichkeiten jeder Person als Kind Gottes fördern - Gottes, der uns das Leben selbst und seine Heilsbotschaft durch das menschengewordene Wort, unseren Herrn und Erlöser Jesus Christus, mitgeteilt hat.

Ich bin euch allen zutiefst dankbar für eure Mitbeteiligung am Evangelium und für alles, was ihr durch die sozialen Kommunikationsmittel tut, „damit das Wort des Herrn sich ausbreitet und verherrlicht wird“ (2 Thess 3,1).

CHRONIK

AFRIKA

SUDAN

Eine Gründungsgruppe von UNDA-OCIC-UCIP formierte sich im Dezember 1985 in Juba/Sudan. Unter anderem möchte man der Nutzung des Video-Fernsehens den Weg bereiten, um dem Mangel an religiösen Fernsehprogrammen zu begegnen.

SÜDAFRIKA

„New Nation“ heißt eine seit August 1985 erscheinende neue Tageszeitung, die von der südafrikanischen katholischen Bischofskonferenz herausgegeben wird. Chefredakteur des Blattes ist Szwelakhe Sisulu. Das Blatt soll vor allem in den schwarzen Townships von Pretoria vertrieben werden und gilt als Sprachrohr der schwarzen Bevölkerung Südafrikas.

AMERIKA

BRASILIEN

Beim Filmfestival von Rio de Janeiro vergab die Internationale katholische Filmorganisation OCIC ihren Filmpreis, die Silberne Taube, an den Film „Céu aberto“ des brasilianischen Regisseurs Joao Batista Andrade für seine authentische Darstellung des Strebens der „Kleinen Leute“ nach Demokratie.

KUBA

Auf dem VII. Festival des lateinamerikanischen Films (2.-16.12.1985) zeichnete die OCIC den Film „Las Madres de la Plaza de Mayo“ von Susana Munoz und Lourdes Portillo (USA) aus, der durch seine beeindruckende Umsetzung der sozialen Problematik Lateinamerikas auffiel.

NICARAGUA

Die Wiedereröffnung von „Radio Catolica di Managua“ hat Monsignore Bismarck Carballo am 21. Februar 1986 im Namen der katholischen Kirche in einem Appell an den höchsten Gerichtshof des Landes gefordert. Der Sender war von den Sandinisten am 1. Januar geschlossen worden, weil Radio Cattolica die Neujahrsbotschaft des Präsidenten Daniel Ortega nicht übertragen habe.

USA

Ein neues ökumenisches Kabelfernsehprogramm, zu dem sich Katholiken, Orthodoxe, Protestanten und Juden zusammengeschlossen haben, wird im Kloster Sankt Paul in Canfield/Ohio produziert. Mit dieser Initiative – es ist die erste ihrer Art in den Vereinigten Staaten – können 500.000 Zuschauer erreicht werden.

ASIEN

HONGKONG

Ein neues Druckzentrum an der chinesischen Nanjing-Universität wird im Augenblick in der Trägerschaft der Vereinigten Bibelgesellschaften errichtet. In dem 6,7 Millionen US-Dollar teuren Projekt sollen im Jahr 250.000mal die Bibel und 500.000mal das Neue Testament, sowie theologische und pädagogische Literatur gedruckt werden.

INDIEN

Eine gesamtindische Vereinigung der Herausgeber christlicher Periodika haben die Teilnehmer eines theologischen workshops für Journalisten in Madras gegründet. Sie soll die Solidarität fördern, zur Rechtssicherheit beitragen und zu mehr Austausch untereinander verhelfen.

Die Pauliner-Patres (Gesellschaft vom Hl. Paul) begingen Ende 1985 das Jubiläum ihrer 50jährigen Anwesenheit auf dem indischen Subkontinent. Die inzwischen eigenständige Ordensprovinz hat heute 110 Mitglieder mit Gelübden. Mit ihren Buchhandlungen sind die Patres in allen wichtigen Städten des Landes vertreten. Sie betreiben u. a. zwei eigene Druckereien in Allahabad und Bombay und veröffentlichen die Zeitschriften *Homelife*, *Teenager*, *Inspirational Quote*, *Petrus* und *Sunday Liturgy*.

INDONESIEN

„Duta Wacana“ (Botschaft des Wortes) heißt ein christliches Seminar, das in Jogjakarta in Forschung und Lehre vor allem Fragen des Christentums und der jawanischen Kultur behandelt. Das von 13 christlichen Kirchen getragene Institut vermittelt Basis-Ausbildung in Kommunikation, aber auch Sonderkurse in Produktion von audio-visuellen Mitteln. Im Herbst 1987 soll das Unternehmen, das sich auch Fragen einheimischer und liturgischer Musik widmet, universitären Status erhalten.

JAPAN

Einen Großen Preis zusätzlich zum Jahrespreis vergab die OCIC-Japan 1985 wegen der Vielzahl guter Filme. Er wurde verliehen an „*Night on the Galactic Railroad*“ von Gisaburo Sugii. Der auch für Kinder verständliche Film handelt von einer Reise in die Ewigkeit und provoziert Nachdenken über Leben, Tod und wirkliches Glück. Der Jahrespreis der OCIC ging an „*Hello, Children of the World*“ von Francis Shigeki Chiba, einen Film, der dem Denken Mutter Teresas verpflichtet ist.

MALAYSIA

Bischof Datuk Simon Michael Fung DD, Bischof auf Sabah und Vorsitzender der bischöflichen Kommission für Medien in Malaysia, starb am 15. November 1985 an Magenkrebs.

PHILIPPINEN

„Veritas“, der in Manila erscheinenden Zeitung wurde von der UCIP eine Goldmedaille verliehen, die ihr leitender Direktor Felix Bautista

Fernandez entgegennahm. Damit soll die aufsehenerregende publizistische Arbeit von „*Veritas*“ vor und während des Umsturzes ausgezeichnet werden.

Der katholische Sender „Radio Veritas“, der eine bedeutsame Rolle beim Sturz des Diktators Marcos gespielt hatte und dessen Anlagen am 23. Februar von Anhängern Marcos' zerstört worden waren, konnte Ende März 1986 wieder 40 % des Asien-Programmes ausstrahlen. Bis zur vollen Wiederaufnahme auch des lokalen Radio- und Fernsehprogrammes, so Weihbischof Teodoro Buhain, wird es allerdings ein Jahr dauern.

Vertreter dreier christlicher Radio- und Fernsehstationen, die ein tägliches Programm für Vietnam produzieren, trafen sich Mitte Februar in Manila zu Beratungen über eine engere Zusammenarbeit. Zwei der drei Stationen senden ihr Programm von Manila aus.

SINGAPUR

Den ersten Fortgeschrittenenkurs in audio-visuellen Medien veranstaltete vor kurzem das katholische audiovisuelle Zentrum. 31 Studenten, die zuvor an einem Grundkurs teilgenommen hatten, gestalteten dabei eigene „slide-show“-Programme.

TAIWAN

Den Filmpreis „Goldene Fackel“ vergab die OCIC-Taiwan an den Spielfilm „*The Loser, the Hero*“ von Long Shore Pictures Ltd. Der Film skizziert in menschlich anrührender Weise den sozialen Druck, dem sich angehende Studenten in Taiwan ausgesetzt sehen.

EUROPA

BELGIEN

Die katholische Kirche sollte am europäischen Satellitenfernsehen partizipieren. Das erklärten die Teilnehmer eines Kolloquiums, das von der UNDA im März 1986 in Brüssel veranstaltet wurde. Eine Arbeitsgruppe wird hierzu ein Papier erstellen, das der nächsten Kommissionssitzung des Ausschusses für soziale Kommunikationsmittel der europäischen Bischofskonferenz in Dublin vorliegen soll.

DEUTSCHLAND

Eine Forschungsstelle für interkulturelle Kommunikation wurde innerhalb des Missionswissenschaftlichen Instituts der Steyler Missionare in St. Augustin eingerichtet. Unter der Leitung des Kommunikationswissenschaftlers P. Dr. Franz-Josef Eilers svd sollen Fragen der Kommunikation zwischen den Kulturen bearbeitet werden, die für die Kirche von besonderer Bedeutung sind.

Sendungen mit kirchlichem Bezug seien durchaus reichlich in der Programmstruktur des öffentlich-rechtlichen Fernsehens vertreten; allerdings kämen weniger der gläubige Alltag als vielmehr herausragende protokollarische Ereignisse und bestimmte Repräsentanten mit politischen Bezügen bevorzugt zur Darstellung. Diese Ansicht vertrat der ARD-Programmdirektor und Koordinator für kirchliche Sendungen, Dietrich Schwarzkopf, im Februar 1986 auf eine Podiumsdiskussion der Münchner Hochschule für Fernsehen und Film.

Der peruanische Film „Poncho verde“, der sich mit dem Kampf gegen den Hunger befaßt, gewann beim internationalen Wettbewerb für landwirtschaftliche Filme (20.-25. Januar 1986) in Berlin den Preis der OCIC.

Aus Anlaß der Berliner Filmfestspiele fand am 21. Februar 1986 ein ökumenischer Empfang statt. Hierbei vertrat der Trierer Weihbischof Leo Schwarz die Ansicht, ohne Ethik verfallende „die Kunst, auch die Kunst des Films in Kulturlosigkeit“.

Auf die ethischen Implikationen der rasanten Entwicklung im Bereich der Mikroelektronik verwies der Bundesvorsitzende des Verbandes Bildung und Erziehung, Wilhelm Ebert, auf einer Podiumsdiskussion im Rahmen der Inter-schul '86 in Dortmund.

Einen länderübergreifenden Medienstaatsvertrag der Ministerpräsidenten forderte erneut am 10. März 1986 der Vorsitzende des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, Bischof Martin Kruse. Mit dem gleichen Anliegen war am 20. Januar 1986 schon der Vorsitzende der Deutschen Bischofskonferenz, Kardinal Höfner, an die Öffentlichkeit getreten. Bischof Kruse formuliert in seinem Schreiben die Erwartungen der EKD: Unabhängige Instanzen sollen über Programmzulassung und Vergabe von

Frequenzen entscheiden. Dabei müsse für eine ausgewogene Präsenz der gesellschaftlichen Gruppen – auch der Kirchen – Sorge getragen werden. Außerdem müsse Werbung an Sonn- und Feiertagen in allen Bundesländern verboten bleiben.

Zu einem erneuten medienpolitischen Gespräch trafen sich am 4. Februar Vertreter der beiden Kirchen mit Politikern der CDU/CSU. Übereinstimmung herrschte in einer Reihe von Grundfragen, so der Gewährleistung der Meinungsvielfalt und einer Bestands- und Entwicklungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Unterschiedliche Standpunkte vertrat man in der Frage der einheitlichen Regelung der Wirtschaftswerbung an Sonn- und Feiertagen im privaten Rundfunk.

ITALIEN

A.V.E., das Verlagshaus der katholischen Aktion Italiens, beging am 22. März 1986 mit einem Festakt in „Domus Mariae“ in Rom sein 50-jähriges Bestehen. In den Ansprachen ging man auf die historische Bedeutung und die aktuelle Rolle eines Massenverlages mit christlicher Ausrichtung ein.

Im Rahmen eines Zyklus' „Glaube und Massenmedien“, den die Kulturvereinigung Maria Christina organisiert, trafen sich am 3. März 1986 zu einer Podiumsdiskussion über das Thema „Literatur und Religion“: der Journalist Raimondo Manzini, Kardinal Paul Poupard und Prof. Armando Rigobelli.

Vittorio Cottafavi ist Drehbuchautor und Regisseur der Verfilmung des Theaterstückes „Der Laden des Goldschmiedes“ von Johannes Paul II. Als Drehbeginn ist November 1986 vorgesehen.

ÖSTERREICH

„Znaki Czasu“ (Zeichen der Zeit) heißt eine neue katholische Vierteljahresschrift in polnischer Sprache. Zielgruppe sind Exilpolen und polnische Rompilger. „Znaki Czasu“ erscheint seit Mitte März 1986 in Wien.

SCHWEIZ

Das „Aargauer Pfarrblatt“ ist als gemeinsame Veröffentlichung von 80 der 111 Pfarreien des Kantons Aargau am 26. Januar 1986 zum ersten Mal erschienen. Die Erstauflage betrug 56.500 Exemplare.

Die Sprecher von „Wort zum Sonntag“ bei der SRG müssen ihr Manuskript vier Tage vor der Sendung einer redaktionellen Vorkontrolle präsentieren. Diese Maßnahme gilt als Reaktion auf politische Äußerungen verschiedener Sprecher.

Beim Festival des Dritte-Welt-Films in der frankophonen Schweiz ging der mit 10.000 Schweizer Franken dotierte Preis an fünf Filmproduktionen der Länder Peru, Tunesien, Brasilien, Indien und Burkina Faso.

SPANIEN

Die Ratsversammlung des Internationalen Verbandes der katholischen Presse (UCIP) wurde am 13. März 1986 in Madrid eröffnet. Bis zum 16. März berieten im Beisein von Erzbischof John Foley, dem Präsidenten der Päpstlichen Kommission für die sozialen Kommunikationsmittel, zehn Delegierte über Fragen der Förderung der katholischen Publizistik. Anschließend äußerte sich die Kommission u. a. zur publizistischen Infrastruktur in der Dritten Welt, insbesondere zur Ungleichheit auf dem Gebiet der sozialen Kommunikationsmittel. Die Industrieländer sollten dafür Sorge tragen, daß die Entwicklungsländer über das nötige technische Instrumentarium verfügen könnten; und auch die Freiheit hätten, sich dieser Technik zu bedienen.

„Iglesia en Valencia“ heißt ein neues Informations-Bulletin des Erzbischofs von Valencia. Es dient der publizistischen Darstellung der pastoralen Arbeit in der Diözese.

TÜRKEI

Der Verkauf von Bibeln ist in der Türkei verboten. Schon seit 1957 gibt es ein Gesetz, das die Publikation des Matthäus- und Johannesevangeliums untersagt. 1982 entstand der Gesetzesbeschluß, daß keine in Westdeutschland gedruckten Bibeln eingeführt und vertrieben werden dürfen. Nun verbietet der Gesetzgeber auch die Verbreitung von Bibeln, die in der Türkei gedruckt wurden. Wegen Vergehens gegen die einschlägigen Paragraphen müssen sich nun der Generalsekretär der türkischen Bibelgesellschaft und zwei seiner Mitarbeiter der Anklage stellen.

VATIKANSTADT

Die Vollversammlung der Päpstlichen Kommission für die sozialen Kommunikationsmittel wurde am 25. Februar 1986 in Rom eröffnet. Unter Vorsitz von Erzbischof John Foley standen u. a. auf der Tagesordnung: Kriterien der oekumenischen und interreligiösen Kooperation, das Thema „Pornografie und Gewalt“, Kriterien einer authentischen christlichen Präsenz in den Medien; außerdem die Frage, ob es möglich sei, auf internationaler Ebene Materialien für die Evangelisation durch soziale Kommunikationsmittel zu erstellen. Die Kommission informierte sich auch über die Kommunikationsstruktur des Vatikan.

Papst Johannes Paul II. verteidigte nachdrücklich die Präsenz der christlichen Botschaft im Angebot der modernen Kommunikationsmittel. Bei einer Audienz für die Mitglieder der Päpstlichen Kommission für soziale Kommunikationsmittel am 27. Februar 1986, unterstrich Papst Johannes Paul II. auch die Bedeutung kircheneigener Medien. Unter anderem sagte der Papst: „Die Kolumnen der Zeitungen, die Mikrofone der Radios und die Fernsehkameras bilden eine Kanzel, von woher die moderne Gesellschaft einen großen Teil ihrer moralisch-geistigen Orientierung bezieht“. Daher müsse die Kirche hier „ihre Stimme der Wahrheit und Liebe“ zur Geltung bringen. (Vgl. Dokumentation)

Papst Johannes Paul II. bezeichnete die Respektierung der Wahrheit bei einer Audienz für 800 Journalisten am 28. Februar 1986 als Grundvoraussetzung journalistischer Arbeit. Der Papst hob den kürzlich seliggesprochenen Karmelitenpater Titus Brandsma als Beispiel eines unerschrockenen Verfechters der Meinungsfreiheit, der im Kampf für dieses Grundrecht das Martyrium erlitten haben, hervor.

Papst Johannes Paul II. betonte während einer Audienz am 22. März 1986 für die Kapitelsväter der Paulisten, einer Ordensgemeinschaft mit besonderer Ausrichtung auf die Arbeit in den Medien, die außerordentliche Verantwortung journalistischer Arbeit. Damit sie „eine Kanzel der Wahrheit“ sein könne, bedürfe es profundere wissenschaftlicher und spiritueller Ausbildung.