

BERICHTE

„Euromedia 1984“ - Ein Kongreß an der Schwelle zur Medienzukunft

Als vor zwei Jahren in Innsbruck das „I. Europäische Mediensymposium“ unter dem Titel „Zukunft des Fernsehens“ abgehalten wurde, war trotz des Publikumserfolgs eine Fortsetzung nicht abzusehen. Man mußte abwarten, wie das Fachpublikum eine Veranstaltung aufnehmen würde, die ungefähr zwischen der Berliner Funkausstellung und den Kongressen des Münchener Kreises einzuordnen ist.

Die zweite Auflage dieses Symposions, die vom 23. bis 26. Mai 1984 als „Euromedia 1984“ in Innsbruck unter dem Leitthema „Europas Medienlandschaft im Umbruch“ stattfand, scheint der Beweis dafür zu sein, daß das Experiment geglückt ist. Mit einem gegenüber 1982 fünfzigprozentigen Ausstellerzuwachs (die zweifellos noch immer sehr lokal orientierte Fachausstellung war diesmal von 66 Ausstellern aus neun Nationen besetzt) und einem Teilnehmerplus von 60 Prozent (ca. 500 Teilnehmer wurden registriert) wird Innsbruck als Medien-Treff vor allem im deutschsprachigen Raum schon jetzt ein hoher Stellenwert zugebilligt.

Dieser Erfolg hängt sicherlich nicht zuletzt damit zusammen, daß sich die europäische und besonders die deutschsprachige Kommunikationslandschaft gerade zu Beginn des Jahres 1984 im Umbruch befindet und Innsbruck der Ort war, wo über die Auswirkungen der neuen Medien nicht nur spekuliert werden durfte, sondern wo bereits erste, sehr konkrete Erfahrungen zur Diskussion standen. War es für das „I. Europäische Mediensymposium“ noch die klar umrissene Zielvorgabe, eine Standortbestimmung der europäischen Medienlandschaft vorzunehmen, ergeben sich durch das allmählich einsetzende Zusammenwachsen der Nachrichten, Computer- und Büromaschinentechnik zunehmend deutlich über den medialen Bereich hinausgehende Auswirkungen, die in der erweiterten Aufgabenstellung des Kongresses 1984, Aus- und Überblicke zur Entwicklung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken zu liefern, zum Ausdruck kommen.

Die Veranstalter haben erkannt, daß neue Medien und Kommunikationsangebote nicht allein von außergewöhnlichen Innovationsschüben abhängig sind, sondern wohl ganz wesentlich von den politischen, wirtschaftlichen, sozialen und rechtlichen Rahmenbedingungen geformt werden. Ziel der Veranstaltung war es daher, den real verfügbaren Handlungsspielraum aufzuzeigen, Vorschläge zu möglichen rechtlichen und organisatorischen Gestaltungsformen zu machen und Prognosen über die künftigen wirtschaftlichen Auswirkungen zu erarbeiten. Da dies nicht im rein theoretischen Rahmen bleibt und da und dort praktische Konsequenzen zu erwarten sind, dafür sorgte die Einbindung von hochrangigen Vertretern der Post, der Behörden und der Medien, die als Referenten auftraten.

Für das Einleitungsreferat, das 1982 Gerd Bacher in gewohnt spektakulärer Weise hielt, wurde diesmal Eberhard Witte, der Vorsitzende des Münchner Kreises, gewonnen. Witte kam in seinem wohlthuenden nüchternen Festvortrag - „Europas Medienlandschaft im Umbruch“ - zu dem Schluß, daß die Ereignisse eigentlich vorbei sind (vor allem die Einführung des Fernsehens und des Computers); was jetzt stattfindet, sei ein Verschmelzungsprozeß, der zu Veränderungen in drei Bereichen führen werde: erstens in der Individualkommunikation, wo sich durch Integration der verschiedenen Netze neue Kommunikationsformen

- der Referent nannte in diesem Zusammenhang die beispielsweise mögliche gleichzeitige Verbindung von Sprache und Text oder die Kombination Sprache plus Graphik - bilden werden, zweitens in der langsamen, aber kontinuierlichen Einführung von Abfrage- und Informationssystemen, womit es unter anderem möglich sein wird, ganze Karteien, Bibliotheken und so weiter für jedermann zugänglich zu machen und schließlich drittens auf dem Radio- und Fernsehsektor, hier insbesondere durch das Kabel und die zwischen fünf und zehn bis Ende dieses Jahrzehntes in Europa nutzbaren Fernmeldesatelliten. Dieser Wandel der Medienlandschaft wird - so sieht Witte voraus - für den einzelnen Medienkonsumenten zur Folge haben, daß er differenzierter betrachtet und als Individuum in seinen Interessen angesprochen wird, nicht als Durchschnittsbürger. Es wird mehr Vielfalt geben, mehr Selektionsmöglichkeit, mehr Individualität, aber auch mehr Wettbewerb.

Dem Kabelfernsehen war der zweite Tag des Mediensymposiums gewidmet. Der Bogen der von Medienexperten aus Österreich, der Bundesrepublik Deutschland und der Schweiz gehaltenen Referate spannte sich von einem Überblick zum Kabelfernsehen in Europa über einen ersten Erfahrungsbericht zu den Pilotprojekten in Ludwigshafen und München, bis zum Pay-TV und zu den politischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Problemen sowie zu Fragen der Vermarktung des Mediums beim Rezipienten und einem Erfahrungsbericht zu Kabelfernsehen in den USA.

Fritz Sengner, der Geschäftsführer der Kabel-TV Wien, bezeichnete in seinem Referat „Kabelfernsehen in Europa“ 1984 als das Jahr des Kabel-TV-Aufbruchs in Europa. Seinen Erhebungen zufolge sind von den derzeit 118 Millionen europäischen Fernsehteilnehmern ca. 10% an ein Kabelnetz, das mehr als vier Kanäle überträgt, angeschlossen. In den nächsten zehn Jahren ist mit jährlichen Investitionen von ca. 30 Milliarden öS zu rechnen, so daß um die Jahrtausendwende ca. 20 Prozent aller TV-Teilnehmer an einem Kabel „hängen“. Außerdem dürften in einem Jahrzehnt ca. 15 Millionen europäische Fernsehteilnehmer Satellitenprogramme empfangen und dies, obwohl Senger - aus dem Blickwinkel eines Kabelbetreibers - die Kosten für die Errichtung eines privaten Parabolspiegels auf ca. 50.000 bis 60.000 öS (= ca. 7000 bis 8600 DM) schätzte.

Trotz der auf den Teilnehmer zukommenden Belastungen - man wird die jährlichen Kosten für ein Vollprogramm von etwa 500 Mill. Schilling (= ca. 70 Mill. DM) kaum durch Werbung aufbringen können - geht der Trend in fast allen europäischen Ländern in Richtung eigener Programmproduktionen. Für welchen Markt aber dies geschehen sollte, unter welchen rechtlichen Voraussetzungen, mit welchen wirtschaftlichen Entwicklungschancen und unter welchen Konkurrenzbedingungen, dies war Thema weiterer aufschlußreicher Referate.

Wie Helmut Lenhardt, Geschäftsführer der Telebildgesellschaft für Medienprojekte Wien, richtig feststellte, war es bei diesem Kongreß nicht mehr verpönt, über Geld und Tarife zu sprechen. Realistische Kosteneinschätzungen waren ein klares Unterscheidungsmerkmal zu den phantastischen Vorstellungen früherer Veranstaltungen ähnlicher Art. Bestätigt wurde dies auch durch die Beiträge von Claus Detjen, Geschäftsführer der AKK Ludwigshafen, Rudolf Mühlfnzl, Direktor der Münchner Pilot-Gesellschaft für Kabel-Kommunikation, Pierre Meyrat, Generaldirektor der Rediffusion Zürich, Jürgen Doetz, Geschäftsführer der Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk Frankfurt und andere. Die Erfahrungsberichte des Pilotprojekts Ludwigshafen, das am 1. Januar 1984 seinen Betrieb aufnahm, aus München, wo am 1. April begonnen wurde und aus Zürich, wo die Pay-TV-Premiere am 3. Mai stattfand, waren eine wesentliche Bereicherung des Kongresses.

Es blieb dem Vertreter des österreichischen Bundesministeriums für Justiz, Robert Dittrich, vorbehalten zu zeigen, daß es für manche schon befriedigend sein kann, nur zu diskutieren, das Handeln aber anderen zu überlassen. Vielleicht hat aber auch Dittrich im Verlaufe dieses Kongresses erkannt, daß die realen Entwicklungen die politischen Prozesse bereits überholt haben und eine Abkopplung von den Nachbarländern nicht einfach möglich ist. Während in

Österreich noch über das Wie und Was diskutiert wird, kann das Land rasch zu einem Overspillmarketing-Gebiet ausländischer Interessen werden.

Unter dem Vorsitz des Generaldirektors der Post- und Telegraphenverwaltung Wien, Heinrich Übleis, wurde am Vormittag des zweiten Tages der Problembereich „Telekommunikation in Wirtschaft und Verwaltung“ behandelt. Nach einem von Anton Gatnar, Präsident der Bildschirmtext-Anbietervereinigung Wien, gebotenen ausführlichen und informativen Überblick „Bildschirmtext in Europa“, wurden Anbieterprobleme (Jürg Dangel, Präsident des Verbandes der Schweizer Bildschirmtextinformationslieferanten) und Konsumenten Aspekte (Friedrich Draeger, Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Verkauf, Stiftung Warentest, Berlin) auf der Grundlage der Erfahrungen in ganz Europa dargestellt. Weitere Referate beschäftigten sich mit modernster Bürokommunikation, bei der der Fernsehbildschirm als Arbeits- und Informationsplatz ständig höhere Bedeutung gewinnt. Wenig konkret blieb Franz Löschnak, Bundeskanzleramt Wien, der es übernommen hatte, über neue Kommunikationstechniken in der öffentlichen Verwaltung zu spekulieren.

Den Abschluß der „Euromedia 1984“ bildete der Themenbereich Rundfunk. Beiträge hierzu behandelten unter anderem „die Situation der Rundfunktechnik in der heutigen Medienlandschaft“ (Norbert Wassiczek, Technischer Direktor des ORF Wien), die Neuplanungen des UKW-Frequenzbereichs (Ernst Hanselmann, PTT Bern) und Möglichkeiten der Qualitätsverbesserung beim Fernsehen (Ulrich Messerschmid, Direktor des Instituts für Rundfunktechnik, München). Die „Euromedia 1984“ war eine nützliche Veranstaltung mit großem Aktualitätsbezug.

Erich Geretschlaeger (Salzburg)

Kommunikation, Medien, Menschen. WACC-Zentralausschuß tagte in Brasilien

Kommunikation durch Massenmedien, Gruppenmedien und in der Ausbildung ist das entscheidende Feld, auf dem heute die Auseinandersetzung um die gesellschaftlichen Grundwerte stattfindet. Deshalb entscheidet es sich vorab in diesem Bereich, ob es den Christen und Kirchen gelingt, die biblische Hoffnung wirksam und klar zu vermitteln.

Dies war die gemeinsame Basis der rund 50 Delegierten im Zentralausschuß der Weltvereinigung für christliche Kommunikation WACC, der vom 15.-23. Mai 1984 in Sao Paulo (Brasilien) tagte. Die Organisation kennt vor allem zwei Schwerpunkte: die Vermittlung und Betreuung von Medien-Entwicklungsprojekten sowie die Mitsprache auf internationaler und regionaler Ebene in Bereichen wie Ausbildung, praxisorientierter Forschung und Medienpolitik (WACC ist als NGO bei UNESCO akkreditiert). Bereits 1982 hatte der WACC-Zentralausschuß (er tritt nur alle zwei Jahre zusammen) eine interne Reorganisation eingeleitet, welche nun überprüft und ansatzweise einer Gesamtplanung unterzogen wurde.

1. Neue Struktur sucht Inhalte

1982 löste der WACC-Zentralausschuß die bisher an Medien-Typen orientierte Struktur auf und schuf dafür vier Programmbereiche (Departments): Education and Animation (DEA), Project Development (DPD), Research and Planning (DRP) und Interpretation and Information (DII). Die Koordination liegt beim Generalsekretär (derzeit der Deutsche Dr. Hans Florin) sowie den sogenannten General Services.

Diese neue Struktur galt es nun mit einer einheitlichen Linie, einer Perspektive oder gar Vision zu füllen. Doch es kam erst in Ansätzen dazu. Dies nicht zuletzt wegen der oft rücksichtslosen Vorherrschaft der US-Delegierten unter dem neuen WACC-Präsidenten Dr. William F. Fore (New York), einem anerkannten Fachmann, aber mäßigen Verhandlungsführer. So wurde ein Grundsatzpapier über christliche Kommunikation nur gerade als Diskussionsgrundlage bereinigt, das Konzept kontinentaler Animationsnetze zwar sehr stark betont, aber bisher nicht finanziert, die Medienpolitik auf UNESCO-Ebene angesichts der Sackgasse in bezug auf eine neue Informations- und Kommunikationsordnung zwar bestätigt, aber kaum vorangebracht.

Die nach US-Vorbild geführten Verhandlungen, der exklusive Vorrang des Englischen sowie die oft starken regionalen Sonderinteressen behinderten eine mehr inspirierende imaginative Linie in Sao Paulo. Zwar gibt es inzwischen ein gutes und international dichtes Netz persönlicher Beziehungen, durch das sehr viel gegenseitige Anregung läuft, aber es fehlt ein befriedigender Einbezug der Dritten Welt (60% der Delegierten in den sogenannten policy matters. Von Delegierten aus Europa verlangt das WACC-Geschehen nicht nur viel Fingerspitzengefühl, sondern auch hohe Aufmerksamkeit und Standfestigkeit.

Dennoch kamen die Delegierten am Ende zum Schluß, daß dies der Übergang von der bloß an Medien-Typen und Einzelprojekten orientierten Struktur zu einem notwendigen Instrument der Kirchen insgesamt sei. Es ist noch offen, ob dies auf lange Sicht zutrifft. Einen Ausgleich zu dieser offen gelassenen Situation bildeten die meist sehr schönen, tiefen Gottesdienste im lateinamerikanischen Kontext.

2. Projektdienst verstärkt

Seriöser geregelt wurde das Programm der rund 120 Medien-Entwicklungsprojekte, deren Abklärung und Betreuung der WACC-Mitarbeiterstab besorgt. Dessen Richtlinien und Stellenpläne wurden deutlich verstärkt, so daß die europäischen und nordamerikanischen Hilfswerke ihre Medien-Entwicklungshilfe nun zuverlässig über das WACC-Sekretariat in London abwickeln können. Das WACC-Gesamtbudget beträgt derzeit etwas mehr als drei Millionen Dollar.

1976 gegründet, umfaßt die WACC heute 627 Mitglieder in über 70 Ländern - Verlage und Sender (darunter BBC, SFB und WDR). In der Regel handelt es sich um protestantisch orientierte Organisationen, doch steht WACC in Tuchfühlung mit den katholischen Medienorganisationen UNDA, OCIC und dem Catholic Media Council in Aachen.

Hans Ott

Video. Zum Umgang der katholischen Kirche in der Bundesrepublik mit dem neuen Medium

In den Kinderschuhen steckt die Videotechnik beileibe nicht mehr; sie ist mittlerweile ein Vierteljahrhundert alt. Im professionellen Fernsbereich wurde schon 1956 von der Ampex-Corporation (USA) ein funktionsfähiges Aufnahme- und Wiedergabegerät für TV-Programme vorgestellt. Den professionellen Anwenderbereich verließ Video in den frühen siebziger Jahren, allerdings nur mit verhältnismäßig kurzen Aufnahme- und Wiedergabezeiten, um vor allem in der Weiterbildung genutzt zu werden.

1. Video auf dem Vormarsch

Erst Ende der siebziger Jahre erreichte Video ein größeres Publikum. Die Firmen Philips und Grundig verbesserten das von Philips entwickelte VCR-System zum Longplay-System (1977), und die beiden japanischen Systeme Betamax (Sony) sowie VHS (JVC) erreichten 1978 den deutschen Markt, wo ihre Fähigkeiten alsbald beim Publikum überzeugten.¹ Die kinofilmgerechte Spieldauer der Bänder, die schnell den Markt eroberten, permanent verbesserte Recorder sowie die finanziell allmählich für den privaten Nutzer lukrative und zu alsbaldigem Abspiel geeignete Video-Kamera-Technik eröffneten einen außerordentlich intensiven Kauf- und Nutzungsboom im Recorder-, Kamera- und Kassettenbereich². Da schon seit einigen Jahren nahezu jeder Haushalt der Bundesrepublik ein Fernsehgerät besitzt (1984: 98%), war die Voraussetzung für die Bildschirmnutzung durch zeitversetzte Fernsehprogramme sowie durch geliehene oder gekaufte Programm-Kassetten faktisch optimal: 1982 wurden schon 17 Millionen Leerkassetten verkauft, während es 1981 „noch“ 10 Millionen waren. Die Anzahl der verkauften Programmkassetten (bespielt) entwickelte sich von 950.000 (1981) über 1,4 Millionen (1982) auf ca. 2,8 Millionen im vergangenen Jahr³. Entsprechend sind seit ca. 1978 Videotheken als Anbieter von bespielten Kassetten aus dem Boden geschossen.

2. Tendenz: Zuwachs

Alle diesen Bereich betreffenden Nutzungs- und Erwerbszahlen weisen spätestens seit 1980 darauf hin, daß die Video-Technik als privat genutzte Unterhaltungstechnologie einen Weg vor sich hat, der die deutschen Haushalte in wenigen Jahren - geschätzt wird dies von 1990 bis 1995 - mehrheitlich erreicht haben wird. Auch wer keinen eigenen Recorder besitzen wird, wird mit großer Wahrscheinlichkeit mit Videoprogrammen bei Freunden, Bekannten, Verwandten konfrontiert werden können. Neben der leichten Handhabbarkeit der Apparate spielt die Fülle der Programmangebote eine entscheidende Rolle bei dem eingetretenen und noch zu erwartenden Boom. Ende 1983 waren ca. 6.000 (Kino-) Filmtitel im kommerziellen Angebot. Vergegenwärtigt man sich, daß allein 1983 1.660 Film-Neuerscheinungen auf dem Video-Markt erschienen (worunter vorrangig ältere Kinofilme gefaßt werden, da die vorhandenen Film-Stocks der Anbieterfirmen allmählich für den Video-Markt geöffnet werden), was einen Schnitt von 140 Titeln pro Monat ausmacht, dann kann man unschwer voraussagen, wie umfänglich das Titelangebot insgesamt in wenigen Jahren sein wird. Dies, auch wenn laufend Titel wieder aus dem Markt genommen werden.⁴

3. Keine Problemstoffe, sondern problematische Stoffe

Daß das neue Medium neben außerordentlich erfreulichen Nutzungsmöglichkeiten auch fatale Konsequenzen zeigte und zeigt, erwies sich sehr schnell im Rahmen der Programmangebote der Videotheken. Horror, Pornographie, Gewalt, Krieg, Action übler Sorte, Brutal-Eastern und anderes mehr drängelten sich in den Titelangeboten heftig nach vorne. Laut Deutschem Video-Institut hatten folgende Genres die höchsten Umsatzanteile: Action und Science-Fiction 28%, Abenteuer 13%, „Erotik“ 12%, Kriminalstoffe 10%, Horror 10%, Western 7% und Krieg 7% wobei Pornographie nicht berücksichtigt wurde.⁵ Diese Verteilung des Hauptinteresses beim Publikum auf Action, Gewalt, Krieg, Horror und Abenteuer findet schon seit Jahren ihren konkreten Niederschlag in Titellisten. In der „Hitparade“ einer Fachzeitschrift für den Erhebungszeitraum Januar 1982 bis August 1983 befinden sich unter den fünfzig erfolgreichsten Film-Titeln ganze drei, die nicht diesen durchaus problemati-

schen Genres angehören.⁶ Es geht seit der Eröffnung des Marktes nicht nur um Geschmacksalternativen, sondern um die viel grundsätzlichere Frage nach der Einschätzung von humanen Werten, nach der Hierarchie der Werte im individuellen und sozialen Kontext. Wenn plötzlich Menschenfresser-Stoffe der widerlichsten Darstellung, sadistische Tötungs„künste“, ausgeklügelte Vergewaltigungen in die Bilderwelt der heimischen Wohnzimmer drängen und dort auch zahlreich genutzt werden, so fühlen sich Beobachter der Szenerie zunächst erschrocken, dann aber sinnvollerweise immer nüchterner zur Forderung nach Umorientierung aufgerufen.

Wenn die Erwachsenen solche Hinweise als Angriff auf die „Mündigkeit des erwachsenen Bürgers“ werten, der sich kaufen, leisten und ansehen dürfe, wonach ihm zumute sei (Gegenargumente gegen diesen merkwürdigen Freiheitsbegriff würden den hier gegebenen Raum zu sehr sprengen), so kann überhaupt kein Zweifel daran bestehen, daß wenigstens die Kinder und Jugendlichen geschützt werden müssen.⁷ Aus dieser Sorge heraus nahm die publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz unter Vorsitz von Bischof Dr. Georg Moser (Rottenburg-Stuttgart) zu den Entwicklungen auf dem Videomarkt in einer Pressekonferenz am 30. Juni 1983 Stellung (Frankfurt/Main). Unter Beteiligung von etlichen kirchlichen Medienfachleuten wurden die Probleme des öffentlichen Video-Marktes angesprochen und kirchliche Vorstellungen erläutert. Das der Presse ausgehändigte Arbeitspapier hat folgenden Wortlaut:

4. „Video und kirchliche Perspektiven“

„Die katholische Kirche beobachtet mit Sorge die Entwicklung auf dem Videoprogrammmarkt. Der enorme Anteil an Horror-, Kriegs- und Pornostoffen kann als Hinweis der Gefahr einer Desorientierung im Wertbewußtsein vieler Menschen in unserer Gesellschaft gewertet werden. Angesichts der zum Teil fürchterlichen Inhalte und Darstellungen in Videofilmen, denen der Begriff Menschenwürde fremd zu sein scheint, muß sich die Kirche um den Menschen und um die menschliche Gemeinschaft sorgen.

Insbesondere der Familie müssen Hilfen gegeben werden. Auf die Gefahr möglicher Schädigung hinzuweisen, ist Pflicht der Kirche. Dabei sollen im Rahmen der Entscheidungsfreiheit des einzelnen Erwachsenen kritische Hilfen durch Empfehlung gegeben und spezifische Programme zur Nutzung des Mediums angeboten werden. Nicht Dämonisierung, sondern vernünftige Videonutzung ist die Devise. In der Familie muß medienkritisches Verhalten ausdrücklicher als bisher gepflegt werden. Um psychischen Schaden durch vorzeitige Begegnung mit problematischen Programmen vorzubeugen, sollten die Zugriffsmöglichkeiten zu Stoffen und Darstellungen, die gegen die Menschenwürde gerichtet sind, Kindern und Jugendlichen erschwert werden.

Der Jugendmedienschutz muß auf der Grundlage der bestehenden gesetzlichen Vorschriften umfassend verbessert werden. Für die öffentliche Vorführung von Programmen mittels neuer Bildträger (Videokassette, Bildplatte usw.) haben entsprechende Zugangsregelungen für Kinder und Jugendliche zu gelten, wie nach dem Gesetze zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit für öffentliche Filmveranstaltungen. Gewaltdarstellungen sollten besser als bislang auch dann von den strafrechtlichen Bestimmungen und den Bestimmungen des Gesetzes zur Verbreitung jugendgefährdender Schriften erfaßt werden (§ 131 StGB, § 6 GJS), auch wenn sie nicht mit Gewaltverherrlichung oder Gewaltverharmlosung verbunden sind. Es ist - über den Filmsektor hinaus - die Einrichtung einer freiwilligen Selbstkontrolle für die Bereiche der Printmedien und der audiovisuellen Medien zu fördern. Es wäre zu begrüßen, wenn an einer Selbstkontrolle möglichst viele gesellschaftlich relevante Kräfte beteiligt würden. Die Bundesprüfstelle sollte so ausgestattet werden, daß sie ihren Auftrag auch angesichts der neuen Lage erfüllen kann.

Die nach dem Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften (beziehungsweise der dazu ergangenen Durchführungsverordnung) Antragsberechtigten sind aufgefordert, ihrer Verantwortung gerecht zu werden und im Interesse eines wirksamen Jugendschutzes von ihrem Antragsrecht Gebrauch zu machen. Die Strafverfolgungsbehörden sollten ermutigt und gehalten werden, bei Verstößen gegen die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen tätig zu werden.

Die zuständigen Behörden, insbesondere die Kultusministerien der Länder sowie die Bildungseinrichtungen, werden aufgefordert, kommunikationspädagogische Bemühungen zu fördern.

Im Rahmen publizistischer Maßnahmen wurde unlängst eine Broschüre „Filme auf Video“ vorgelegt. Diese kritische Sichtung, die über 1.100 Filme in Kurzkritiken würdigt, ist als Orientierungshilfe für Eltern und Erzieher gedacht. Diese publizistische Hilfeleistung wird kontinuierlich fortgesetzt werden im „film-dienst“. Darüber hinaus ist an eine monatliche Empfehlungsliste auf Plakaten gedacht, die das Publikum der kommerziellen Videotheken über gute Neuerscheinungen informieren soll. Eine derartige Orientierungshilfe im fast unüberschaubaren Titelmart soll auch über regelmäßige Rubriken in Kirchenzeitungen und überregionalen katholischen Publikumszeitschriften gegeben werden.

Die katholische Kirche wird sich bemühen, auch Videoprogramme anzubieten. Geplant ist der Aufbau kirchlicher Videoclubs, deren Mitgliedern ein gutes Angebot an Filmen zugänglich gemacht werden soll. Als Vertriebsweg sollen die katholischen Büchereien, Medienzentren und Bildungseinrichtungen genutzt werden. Die praktische Erprobung dieses Vertriebsweges erfolgt in den nächsten Monaten.

Die Kirche stellt dieses Maßnahmespektrum deswegen der Öffentlichkeit vor, weil sie überzeugt ist, daß die vernünftige Nutzung des Mediums Video für den einzelnen und für die Familie sinnvoll ist, daß aber ein schlechtes Programmangebot und dessen Nutzung großen Schaden verursachen kann.“

Die in dieser Pressekonferenz zum Ausdruck gebrachte Sorge der Kirche fand einen durchweg erfreulichen Niederschlag in der Presse, wo sie als berechtigte und notwendige Stellungnahme gerade der Kirche gewertet wurde. Die Öffentlichkeit nahm daher ebenfalls mit Respekt die schriftliche Erklärung zur Kenntnis, die Bischof Moser als Vorsitzender der Publizistischen Kommission unter dem Titel „Herausforderung durch Video-Kassetten“ am 30. August 1983 durch das Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz veröffentlichte. Diese weiterführende Stellungnahme lautet im vollen Text:

„Unter den neuen Bild- und Tonmedien verdient die Videokassette besondere Aufmerksamkeit, weil sie in der Freizeitnutzung bereits einen festen Platz einnimmt und damit gerechnet werden muß, daß sich breite Bevölkerungsschichten dieses Mediums in zunehmenden Maße bedienen werden. 1982 besaßen 6% aller Haushalte in der Bundesrepublik Deutschland einen Videorecorder. Dieser Anteil wird sich bis 1985 voraussichtlich auf 20% erhöhen, und für 1990 rechnet die Wirtschaft damit, daß 50% der Haushalte ein solches Gerät besitzen werden.

Die Vielzahl der Kassetten-Programme ist schon jetzt kaum mehr zu überblicken. Neben Angeboten, die die Möglichkeiten zur Information, Bildung und Unterhaltung gewinnbringend ausweiten, wird der Anteil der Kassetten, die als jugendgefährdend bezeichnet werden müssen, von Fachleuten auf 30% geschätzt. Darunter gibt es sadistische und pornographische Darstellungen, deren Brutalität das bisherige Vorstellungsvermögen übersteigt.

Die Entwicklung beobachtet die Kirche mit großer Sorge. Dabei lehren die Erfahrungen, daß auch die große und rapide steigende Zahl unbedenklicher Programmangebote zu Problemen führt, die vor allem die Familien belasten können. Die Bildmedien haben eine

außerordentliche Suggestivkraft. Sie können das für das Familienleben notwendige Gespräch beeinträchtigen und zu einer Entfremdung der Familienmitglieder führen. Die vordringliche Sorge gilt jedoch dem Angebot auf dem Videomarkt, das mit der Darstellung brutaler Grausamkeiten, sadistischer Tötungshandlungen, abstoßender Kannibalismus-Exzesse und menschenverachtender Pornographie auf skrupellose Geschäftemacherei angelegt ist. Wenn solche Darbietungen in die Familie hineinwirken, wird deren Bestand gefährdet.

Unser eindringlicher Appell richtet sich somit zunächst an die Eltern, die ihre heranwachsenden Kinder angesichts des zunehmenden Medienangebots nicht sich selbst überlassen dürfen. Kinder und Jugendliche sind überfordert, wenn man von ihnen das kritische Bewußtsein erwartet, das für eine vernünftige Auswahl, die der geistigen, seelischen und körperlichen Entwicklung dient, notwendig ist. Sie brauchen nicht nur Hilfe für eine solche Auswahl, sondern oft auch den Entzug eines Mediums - etwa des Fernsehens - und die Hinführung zu anderen Medien, etwa zum sinnvollen Lesen. Sie brauchen das Gespräch mit Erwachsenen über die durch die Medien vermittelten Inhalte.

Leider fehlt vielen Erwachsenen, die selbst der Faszination der elektronischen Medien erliegen, ein entsprechendes Problembewußtsein. Dieser Mangel entspricht offensichtlich dem großen Interesse auch der Erwachsenen an Action-, Kriegs- und Horrorstoffen, die auf dem Bildschirm dargeboten werden. Die Eltern und Erzieher sollten sich stets bewußt sein, daß eine Begegnung mit Programmen, die dem Entwicklungsstadium der ihnen anvertrauten Kinder und Jugendlichen nicht entsprechen, Ängste, Aggressionen, Depressionen und Verhaltensstörungen auslösen kann. Mit ernster Sorge und Bedrückung ist in diesem Zusammenhang zu beobachten, daß junge Menschen den Eindruck bekommen können, fundamentale menschliche Werte, die für ein friedliches und achtungsvolles Zusammenleben unentbehrlich sind, könnten der Beliebigkeit und Willkür ausgesetzt werden.

Ein weiterer Appell richtet sich an die Politiker und an die Amtsträger in den öffentlichen Einrichtungen unseres demokratischen Staatswesens. Die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz unterstützt voll und ganz die Bemühungen um einen wirksamen Jugendmedienschutz sowie die Bemühungen, den Auswüchsen auf dem Videomarkt mit wirksamen Maßnahmen der Selbstkontrolle zu begegnen. Geltende Bestimmungen im Bereich des Jugendschutzes sollten verbessert und ihre Anwendung sichergestellt werden. Eine Angleichung des Jugendmedienschutzes an die veränderten und sich weiter verändernden Gegebenheiten ist dringend geboten. Dabei sollte im einzelnen berücksichtigt werden:

1. Der Jugendmedienschutz ist auf der Grundlage der bestehenden gesetzlichen Vorschriften umfassend zu verbessern.
2. Ein wirksamer Jugendschutz muß bei Hörfunk- und Fernsehprogrammen öffentlicher und privater Anbieter gewährleistet sein. Dies ist bei der Formulierung von Landesrundfunk- bzw. Landesmediengesetzen und Staatsverträgen zu beachten. Entsprechendes gilt für die gesetzlichen Regelungen der Nutzung neuer Medien (Kabelrundfunk, Bildschirmtext usw.). Die Geltung des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften muß dabei unberührt bleiben.
3. Für die öffentlichen Vorführungen von Programmen mittels neuer Bildträger (Videokassette, Bildplatte usw.) haben Zugangsregelungen für Kinder und Jugendliche zu gelten, die dem Gesetze zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit für öffentliche Filmveranstaltungen entsprechen.
4. Gewaltdarstellungen in grausamer oder sonst unmenschlicher Weise, die Unterhaltungszwecken dienen, sollten auch dann von den strafrechtlichen Bestimmungen und den Bestimmungen des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften erfaßt werden (§ 131 StGB, § 6 GJS), wenn sie nicht mit Gewaltverherrlichung oder Gewaltverharmlosung verbunden sind.

5. Elektronische Unterhaltungsspielgeräte, deren Programme Gewalttätigkeit gegen Menschen beinhalten oder den Krieg und Kriegshandlungen verherrlichen oder verharmlosen, dürfen in der Öffentlichkeit an Orten, die Kindern und Jugendlichen zugänglich sind, nicht aufgestellt werden.
6. Der Bereich der Werbung muß bei gesetzgeberischen Maßnahmen mitberücksichtigt werden. Dies gilt sowohl hinsichtlich der Werbemittel als auch der Produkte, für die geworben werden soll. Alkohol- und Tabakwerbung bei der Kindern und Jugendlichen zugänglichen Vorführung von Filmen, unabhängig von der Art ihrer Aufzeichnung oder Wiedergabe, sollte untersagt werden.
7. Über den Filmbereich hinaus ist die Einrichtung einer freiwilligen Selbstkontrolle über die Druckmedien und die audiovisuellen Medien zu fördern. An einer solchen Selbstkontrolle sollten möglichst viele gesellschaftlich relevanten Gruppierungen beteiligt werden. Soweit Artikel fünf des Grundgesetzes es zuläßt, sollte für die neuen Tonbildträger - soweit sie gewerbsmäßig hergestellt werden, vertrieben, verbreitet, verliehen, vorgeführt oder sonst zugänglich gemacht werden - eine Jugendfreigabe nach dem Vorbild der für öffentliche Filmveranstaltungen geltenden Bestimmungen (§6 des Gesetzes zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit) vorgesehen werden.
8. Durch eine freiwillige Selbstkontrolle werden Auftrag und Zuständigkeit der Bundesprüfstelle nach dem Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften nicht berührt oder eingeschränkt; die Bundesprüfstelle ist vielmehr so auszustatten, daß sie ihren Auftrag auch bei einer weiteren Zunahme neuer Medien erfüllen kann.
9. Die anerkannten freien Träger der Jugendhilfe müssen besser als bislang auf die Einleitung eines Indizierungsverfahrens nach dem Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften Einfluß nehmen können; gegebenenfalls sollten sie oder ihre Spitzenverbände in den Kreis der Antragsberechtigten aufgenommen werden.
10. Ein wirksamer Jugendmedienschutz ist nur möglich, wenn die zuständigen staatlichen Behörden die zur Verfügung stehenden gesetzlichen Vorschriften einschließlich der §§ 131 und 184 des Strafgesetzbuches in der Praxis anwenden. Dazu gehört auch, daß die nach dem Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften beziehungsweise der dazu ergangenen Durchführungsverordnung Antragsberechtigten den Medienmarkt sorgfältig beobachten und in den erforderlichen Fällen bei der Bundesprüfstelle Indizierungsanträge stellen.
11. Die zuständigen Behörden, insbesondere die Kultusministerien der Länder sowie die Bildungseinrichtungen werden aufgefordert, durch systematische Förderung der Medienpädagogik wirksame Hilfe zur Bewältigung und zur sinnvollen Nutzung der Medien zu leisten.
12. An die Eltern und Erzieher wird appelliert, ihre medienerzieherische Verantwortung für die ihnen anvertrauten Kinder zu erkennen und verstärkt wahrzunehmen. Dies setzt auch die Bereitschaft voraus, sich über anstehende Entwicklungen zu informieren. In diesem Zusammenhang weisen wir auf die Übersicht „Filme auf Video - 1.176 ausgewählte Filme“ hin, die vom Katholischen Institut für Medieninformation e.V. (Am Hof 28, Postfach 101088, 5000 Köln 1, Tel. 0221/235144) herausgegeben wurde und dort bezogen werden kann.

Gesetzgeberische Maßnahmen können letztlich nur flankierende Maßnahmen sein. Im Zentrum aller Bemühungen muß die Bereitschaft der Eltern und aller Erzieher stehen, in dem persönlichen Umgang mit Kindern und Jugendlichen deren Schutz im weitesten Sinne wahrzunehmen. Das verpflichtet zugleich die kirchliche Medienarbeit, den Eltern und den Jugendlichen kritische Informationen an die Hand zu geben, damit sie die Videoprogramm-Angebote verantwortlich nutzen können. Wir werden nach unseren Kräften auch Sorge

dafür tragen, daß gute Programme für Kinder, Jugendliche und Erwachsene angeboten werden.“

Diese beiden kirchlichen Äußerungen stellen neben Forderungen (gegenüber Gesetzgeber, Verwaltungen, Rechtsprechung, Pädagogen und Eltern), die im öffentlichen Gespräch um die Entwicklung von jugendschützerischen Strategien und dabei vorrangig um den am 1.12.1983 in den Deutschen Bundestag eingebrachten Novellierungsvorschlag zum Jugendschutzgesetz⁸ dringlich erschienen, gleichzeitig die Notwendigkeit von Hilfen heraus.

5. Information und Problemdarstellung

Welcher Art waren und sind die Hilfen der katholischen Kirche in diesem Bereich? Zunächst war aufklärerische Arbeit auf einem von vielen diskutierten, aber von nur wenigen auch wirklich gekannten Feld nötig. Ein erster groß angelegter Versuch in dieser Richtung war die Jahrestagung 1981 der Katholischen Filmarbeit in Deutschland, die sich des Problems der Nutzungsverlagerung des Kinofilms vom Kino zum Video-Markt annahm.⁹ Schilderte Klaus Müller-Neuhof, das geschäftsführende Vorstandsmitglied des Deutschen Video-Instituts, mit unfrisiert fröhlichem Branchen-Pragmatismus die ersten Phasen des Video-Programm-Booms, so behandelte der Münchner Pädagoge Wilhelm Kögel - soweit wir sehen in dieser umfassenden Form erstmals - äußerst kritisch die Intensität und Ausdehnung des Video-Programm-Marktes, wobei als Grundtenor Skepsis dominierte, ob den erheblichen neuen Anforderungen an die Medienpädagogik künftige Entwicklungen und Perspektiven Rechnung tragen können.¹⁰

Zielte diese Grundsatz-Tagung auf die Auseinandersetzungen im Kinofilm-Markt ab, wobei Video die Rolle des Unruhestifters und Systemveränderers zugesprochen werden mußte, so galt eine weitere Experten-Tagung einer katholischen Einrichtung ein halbes Jahr später der wiederum erstmalig unternommenen systematischen Darstellung und Untersuchung des Speichermedien-Marktes: „Video. Der Bildplatten- und Videorecordermarkt. Seine kommerziellen und sozialen Auswirkungen. Versuch einer Zwischenbilanz“ hieß das Symposium der Katholischen Akademie Schwerte, das vom 5. bis 9. Juli 1982 stattfand.¹¹ Unter den mehr als zwanzig Referenten formulierte Wilhelm Schätzler, der Leiter der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz, die zentralen Fragen, die von der Kirche an das Medium Video gerichtet werden müssen: „Welchen Nutzen haben die Menschen und hat die Gesellschaft in unserem Land von neuen Medien wie Videokassette und Bildplatte? Wie müssen sich der Mensch und die Gesellschaft darauf einstellen, daß Schaden vermieden wird? Welche Hilfestellung muß dabei die Kirche leisten?“¹²

Mit dieser Veranstaltung wurde eine solche Fülle von beschreibendem und analytischem Material zum Video-Markt vorgelegt, daß Medienpädagogik, Medienpolitik und Medienwirtschaft mit Gewinn darauf zurückgreifen können und sollten. Das kirchliche Bemühen um dieses Feld hat im Rahmen dieser beiden Veranstaltungen etwas geleistet, was zunächst überhaupt ihre vornehmste Aufgabe in neuen Feldern sein sollte, nämlich durch profunde Darstellung von Fakten, Daten und Zusammenhängen Einschätzungen zu ermöglichen, Dämonisierungen zu vermeiden und Handlungsstrategien zu eröffnen.

Für die kirchliche Medienkritik ergab sich die Notwendigkeit, in den unübersichtlichen, wuchernden Programm-Markt Video Schneisen kritischer Würdigung zu schlagen, um aus der Unmenge inakzeptabler Stoffe die guten und noch erträglichen herauszudestillieren, kein leichtes Unterfangen bei einem Markt der - wie erwähnt - jährlich eineinhalbttausend neue Video-Titel auf die Konsumenten niedergehen läßt. Im Sinne der von Bischof Moser angesprochenen Hilfen fügte der nunmehr im 37. Jahr erscheinende katholische „filmdienst“ seit Juli 1982 in seinen kritischen Besprechungen zu Filmen im Kino und auf dem Fernsehschirm solche hinzu, die nun auch durch Video für den Zuschauer angeboten wer-

den. Die vierzehntäglich erscheinende Zeitschrift, vom Katholischen Institut für Medieninformation in Zusammenarbeit mit der Katholischen Filmkommission für Deutschland und dem Filmreferat der Zentralstelle Medien herausgegeben, kann insofern schon seit nun zwei Jahren als katholische Video-Zeitschrift angesehen werden. Umso mehr, als die meisten aller bisher auf den Video-Markt geworfenen Kinofilme vorher im deutschen Kino ihre Uraufführung erlebten und daher jeweils in früheren Jahrgängen ausführliche Kritiken erfuhren. Da diese wiederum Einzug in die inzwischen zehn Handbücher der katholischen Filmkritik fanden, steht ein enormer Corpus an katholischer filmkritischer Arbeit zur Verfügung, der bis heute ca. 25.000 Filmkritiken umfaßt.¹³ Jede weitere kritische Video-Arbeit kann und muß auf dieses Instrument zurückgreifen. Nur setzt dies auch voraus, daß es bekannt ist, verbreitet wird und dann zur Nutzung herangezogen werden kann.¹⁴ Vorhandene Hilfen müssen wenigstens im Bewußtsein existieren, um Wirkung zu ermöglichen.

6. Erstes Hilfsinstrument durch Video-Broschüre

Da der „film-dienst“ als Video-Zeitschrift eher Fachleuten als Eltern und Pädagogen bekannt ist, suchten die Herausgeber der Zeitschrift nach einer punktuellen und umfassend informierenden Form der „Sortierung“ des Video-Angebots. Auch dies ein zunächst singuläres Unternehmen: die im März 1983 im Kölner Institut für Medieninformation erschienene Broschüre „Filme auf Video“¹⁵ filterte zirka 1.200 Kinofilme aus dem seinerzeitigen Titelangebot von etwa 5.000 Filmen heraus, ohne den Qualitätsmaßstab allzu eng zu setzen. Die Broschüre mit ihren Kurztexten, Stabangaben und Verweisen auf die einschlägigen Langkritiken des „film-dienst“ oder der Handbücher der katholischen Filmkritik galt der Hand des Erwachsenen, der wiederum zu klären hatte, ob sich unter den Titeln auch kinder- oder jugendgeeignete befanden. Es bedarf keiner spekulativen Einlassung auf die weitere Entwicklung des Video-Marktes, um feststellen zu dürfen, daß, wenn diese (video-)filmkritischen Hilfen in Zukunft ausgebaut werden, ein hervorragendes Instrument für medienpädagogische Information und Erziehung zur Verfügung stehen wird, wie immer der Markt sich auch entwickelt.¹⁶

7. Kritik ist gut, eigene Programmangebote sind besser: Video-Verleih-Modell

Parallel zur Entwicklung videofilm-kritischer Arbeitshilfen liefen seit Mitte 1982 Überlegungen, auf welche Weise den katholischen Christen Programme als positive Gegenangebote zur kritisierten und beklagten Welle der Porno- und Gewalt-Filme angeboten werden könnten. Man dachte an die Übernahme von Kinofilmen auf Video, wie dies auf dem kommerziellen Markt geschah. Angestrebt wurde dabei eine marktwirtschaftliche Lösung, das heißt, die Investition beziehungsweise der Kaufaufwand sollte möglichst durch Beiträge der Teilnehmer am Verleih-Programm abgedeckt werden. Ein mögliches Modell wäre eine Form von Video-Clubs mit einmaliger Eintrittgebühr und Entleihgebühren gewesen. Solche und ähnliche Überlegungen wurden mehr als ein Jahr intensiv diskutiert. Ende 1983 lag dann der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz ein Modell vor, das von marktwirtschaftlichen Vorstellungen hatte Abstand nehmen müssen, weil eine Refinanzierung mit voller Deckung des Aufwandes gerade bei den Filmtiteln nicht realisierbar erschien, an denen der kirchlichen Video-Arbeit gerade gelegen sein muß. Das Modell geht davon aus, daß eine gewisse Grundinvestition für die Software seitens der einzelnen Verleih-einrichtung vorfinanziert werden muß, die nur zu Teilen - und dies bei Abhängigkeit von der Akzeptanz des Einzeltitels sehr offen und ungesichert - durch erträglich zu haltende Teilnehmergebühren abgedeckt werden kann. Das Modell sieht vor, daß zehn entsprechend ausgesuchte katholische öffentliche Büchereien jeweils 100 Kinofilme, die auf dem kommerziel-

len Markt erworben werden, den Nutzern anbieten. Nach Jahresfrist werden diese Titel gegen 100 andere einer Partnerbücherei ausgetauscht. Während der zweijährigen Versuchszeit werden außerdem drei Staffeln mit je zwanzig neuen Film-Titeln nachgeschoben.

Ein entscheidender Gesichtspunkt bei der Titelauswahl war die Überlegung, daß gerade ein kirchliches Angebot die Zielgruppen Kinder, Jugendliche und Familien besonders bevorzugen, daß ansonsten das allgemeine, freizeitorientierte Unterhaltungsbedürfnis berücksichtigt werden müsse. Daher sind lediglich 5% des Titelangebotes den Sparten Sachinformation, Hobby, Freizeitgestaltung zugeordnet, während die verbleibenden 95% dem Kinofilm-bereich entnommen werden. Kinderfilm wird mit 20%, Jugendfilm und Familienfilm mit 20%, Komödie und Musikfilm mit 20%, Abenteuerfilm und verwandte Genres mit 25% und der ausgesprochene „Problemfilm“ mit 10% Titelaanteil bedacht. Träger des Projekts sind das Katholische Filmwerk (Frankfurt) für die Beschaffung der Titel et cetera, das Katholische Institut für Medieninformation (Köln) für die Titelauswahl und die Erstellung des Textmaterials (Lektorat; zusammen mit der Zentralstelle Medien), die Katholische Büchereiarbeit für die bibliothekarische Betreuung des Projekts sowie für die Schulung der Mitarbeiter, die Mediendienstleistungs-Gesellschaft (München) für die finanzielle Förderung und die administrative Durchführung sowie die Zentralstelle Medien (Bonn).

Das Video-Verleih-Modell, zur Erprobung erarbeitet für katholische öffentliche Büchereien und verwandte Einrichtungen der Kirche, wurde von der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz am 26. Januar 1984 gutgeheißen. Die Vollversammlung der deutschen Bischöfe befaßte sich mit dem Modell im Rahmen ihrer Frühjahrssitzung 1984 (12. - 15. März) und gab ihre Zustimmung. Somit wurde der Modell-Versuch am 1. April 1984 nominell gestartet. Der Versuch wird Ende März 1986 abgeschlossen sein. Erfreulich ist, daß sich den zehn ausgewählten Test-Büchereien in Georgsmarienhütte, Essen, Paderborn, Kerpen, Ochtrup, Bruchsal, Bamberg, Altötting, Aichach und Limburg inzwischen vierzehn weitere Einrichtungen angeschlossen haben, die neben allen Versuchsbedingungen auch einen erheblich höheren Kostenanteil übernehmen.

Flankierende Maßnahme wird ein Video-Film-Tip in monatlich/zweimonatlich erscheinender Form eines Plakates sein, das jeweils etwa zehn Neuerscheinungen von empfehlenswerter Qualität mit Kurzkomentar auflisten wird. Dieses Plakat soll sowohl in kommerziellen Videotheken wie auch in kirchlichen Einrichtungen ausgehängt werden.

8. Medienpolitik und Medienpädagogik

Die Offerte eines oder mehrerer kirchlich verantworteter Programme und die Begleitung des sich entwickelnden Video-Marktes durch kirchliche Filmkritik stellen zwei wesentliche Seiten der Perspektiven der Kirche gegenüber dem Medium Video dar. Da die zum Teil horrenden Stoffe des Video-Marktes die öffentliche Diskussion um eine notwendige Verbesserung des Jugendschutzes nachhaltig angeregt haben, ist die katholische Kirche selbstverständlich auch bei diesem Gespräch beteiligt. Dies geschieht unter anderem durch Vorbereitung von Stellungnahmen zur Novelle des Jugendschutzgesetzes, federführend verantwortet durch das Katholische Büro in Bonn, dem eine Arbeitsgruppe von Fachleuten zur Verfügung steht. Gleichzeitig kümmern sich exponierte Einrichtungen wie die Katholischen Akademien um weitere Klärung von Grundpositionen.¹⁷ Die katholische Kirche ist direkt an den Gesprächen um eine mögliche Beauftragung der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK), der die Jugendfreigabe der Kinofilme obliegt, mit der analogen Prüfung von Videoprogrammen für Kinder und Jugendliche beteiligt. Einrichtungen der Diözesen im Erwachsenenbildungs- und Jugendbildungsbereich informieren in Veranstaltungen über die Probleme und Chancen des Video-Marktes und artikulieren Wünsche und Vorstellungen gegenüber der Branche und dem Gesetzgeber sowie den Behörden. Die überdiözesane Katho-

lich-Sozialethische Arbeitsstelle (KSA), Hamm, wie die Zentralstelle Medien betreiben Öffentlichkeitsarbeit.¹⁸ Die Kirchenpresse hat sich des Themas zunehmend angenommen; die katholische Fachpresse wie insbesondere FILM-Korrespondenz, film-dienst und FUNK-Korrespondenz beteiligen sich systematisch an der Diskussion um die Entwicklung des Video-Marktes und seiner Problematik. Überregionale Initiativen wie ein breitangelegter Unterschriften-Aufruf einiger Kirchenzeitungen gegen den Mißbrauch von Video-Angeboten oder die Veröffentlichung eines zehnsseitigen Flugblatts über „Gewalt auf Video“ unter maßgeblicher Beteiligung der Katholischen Landesarbeitsgemeinschaft Jugendschutz Nordrhein-Westfalen¹⁹ sind ebenfalls Ausdrucksformen der Sorge und des Willens, die betroffenen Eltern und Pädagogen, denen es um die Eindämmung von Schreckensstoffen geht, nicht allein zu lassen.

Das in seiner Nutzungsfülle neuartige Medium Video eroberte in den vergangenen drei, vier Jahren in erstaunlicher, mitunter erschreckender Geschwindigkeit das private und öffentliche Bewußtsein. Viele gesellschaftliche Gruppierungen sind an der Problemdiskussion um Video beteiligt, darunter die katholische Kirche. Es hat nicht nur den Anschein, als habe die kirchliche Einlassung auf das Medium einen erheblichen Wert im Hinblick auf Information, Nutzung, kritischen Umgang und auf das medienpolitische Umfeld der Video-Angebote. Es ist zu wünschen, daß die begonnenen Initiativen ausgebaut und konsequent weitergeführt werden im Interesse des Schutzes humaner Grundwerte des einzelnen und der Gesellschaft.

Anmerkungen

- 1 Vgl. hierzu Urs Kalbfuss: Produktions-, Vertriebs- und Absatzerwartungen bei Videorecordern, in: FUNK-Korrespondenz Nr. 37, vom 15.9.1982, S. 3ff.
- 2 Detaillierte Zahlen zu dieser Entwicklung in den Fachzeitschriften wie in den Berichten des Deutschen Video-Instituts (Berlin).
- 3 Letztere Zahl geschätzt. Für die Zahlen allgemein ist das Deutsche Video-Institut die Quelle, zitiert hier nach AV-Report Nr. 4/83, vom 5.3.1983
- 4 Vgl. Video-Markt Nr. 1/1984 und Nr. 5/1984
- 5 Zitiert nach Faltblatt „Gewalt auf Video“, hrsg. von der Aktion Jugendschutz Landesstelle NW u.a., Köln 1984.
- 6 Video Markt Nr. 8/1983. Die drei atypischen Titel sind „Die zehn Gebote“ von Cecil B. DeMille (USA 1952) (!) auf Platz 13, der Zeichentrickfilm „Der Herr der Ringe“ nach dem Roman von Tolkien (Platz 41) und die Abenteuer-Komödie „Theo gegen den Rest der Welt“ von Peter F. Brinkmann. Ausgesprochene Problem-Stoffe sind in der Liste der Spitzentitel überhaupt nicht gefragt. Ein gleiches gilt für filmhistorische Titel.
- 7 Einen Hinweis auf die Notwendigkeit liefern nicht zuletzt die Ergebnisse der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften: Bis April 1984 waren insgesamt 471 Videoprogramme, die meisten davon Kinofilme, indiziert.
- 8 Entwurf eines Gesetzes zur Neuregelung des Jugendschutzes in der Öffentlichkeit (Gesetzentwurf der Fraktionen der CDU/CSU und der FDP), Bundestags-Drucksache 10/722.
- 9 „Der unbegrenzt vermarktete Spielfilm. Perspektiven zur Entwicklung der Filmnutzung in den Achtziger Jahren“, München (3.-6. November 1981). Der Band mit allen Referaten wurde von der Zentralstelle Medien, Bonn, 1982 herausgegeben.
- 10 Wilhelm Kögel: Medienpädagogische Aspekte der zunehmenden Spielfilm-Vermarktung, in: Der unbegrenzt vermarktete Spielfilm S. 99-136.
- 11 Dokumentiert als Sonderausgabe der FUNK-Korrespondenz (Nr. 37 vom 15.9.1982), zugleich Dokumentation Nr. 6 (= Veröffentlichungen der Katholischen Akademie Schwerte), Katholisches Institut für Medieninformation Köln, 88 Seiten.
- 12 FUNK-Korrespondenz Nr. 37, S. 75
- 13 Über Rang und Funktion des film-dienst für die Video-Kritik vgl. Reinhold Jacobi, Hilfen statt Schockduschen. Katholische Kirche bietet im Video-Bereich vieles für viele, in: KNA-Katholische Korrespondenz Nr. 10 vom 6.3.1984, S. 3.
- 14 „Ob wenigstens in allen katholischen Büchereien der 'film-dienst' gehalten wird und das Video-Handbuch oder gar die zehn Handbücher Filme aus gleicher Quelle zur Ausleihe bereit stehen, ist fraglich. Für jene, die sich kundig machen wollten, wären diese unerläßlichen Quellen jedoch eine

- Fundgrube für fundierte Orientierung“. So Franz-Maria Elsner: Bekommen wir Video in den Griff?, in: Kirchenzeitung Aachen Nr. 21 v. 20.5.1984.
- 15 „Filme auf Video. 1.176 ausgewählte Filme“. Hrsg. vom Katholischen Institut für Medieninformation in Zusammenarbeit mit der katholischen Filmkommission für Deutschland und der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz, Redaktion: Elisabeth Uhländer, Köln 1983, 150 Seiten, DM 12,80.
- 16 Schriftliche Informationen und Arbeitshilfen zum Umgang mit der Videotechnik gibt es ebenfalls schon seit geraumer Zeit, insbesondere hrsg. von den medienpädagogischen Arbeitsstellen bzw. AV-Medienstellen verschiedener Diözesen. Vgl. auch: Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz (Hrsg.): Video-Recorder. Einsatzmöglichkeiten und technische Hinweise. Bonn 1976 (= medienpraxis. Gerätetechnische Informationen 1); völlig neu bearbeitete 2. Auflage: „Videorecorder und elektronische Kamera“ von Eckhard Bieger, Bonn 1980; Gregor Alexander Heussen: Video für Gruppen und Gemeinden. Hrsg. von der Zentralstelle Medien, Bonn 1980 (= medienpraxis. Praktische Medienarbeit 13).
- 17 Zum Beispiel die Katholische Akademie Hamburg mit ihrer Tagung „Video. Provokation ohne Antwort? Auswirkungen des Video-Marktes auf Wertebewußtsein und -erziehung“ (26./27.11.1983)
- 18 Anlässlich des Welttags der Sozialen Kommunikationsmittel 1984 erschien z.B. eine von der Zentralstelle Medien herausgegebene Broschüre „Jugendschutz“, verfaßt von der Abteilungsleiterin Jugendschutz der KSA, Eva-Maria Friederich (= medienpraxis. Informationsdienst 11).
- 19 Vgl. Anmerkung 5.

Reinhold Jacobi (Bonn)

Kommunikation, Begegnung von Glaube und Kultur

Papst Johannes Paul II. hat zum 18. Welttag der Kommunikationsmittel am 3. Juni 1984 unter dem Thema „Die soziale Kommunikation als Mittel der Begegnung zwischen Glaube und Kultur“ am 24. Mai 1984 die folgende Botschaft veröffentlicht („L'Osservatore Romano“ 28/29. Mai 1984, Jahrgang 124, No. 124; Deutsche Wochenausgabe vom 1.6.1984).

Carissimi Fratelli e Sorelle in Cristo,

1. Voluta dal Concilio Vaticano II per « rendere più efficace il multiforme apostolato della Chiesa circa gli strumenti della comunicazione sociale » (Decr. *Inter mirifica*, 18), questa Giornata annuale, che si celebra per la XVIII volta, ha lo scopo di educare sempre meglio i fedeli ai loro doveri in un così importante settore. In questa occasione desidero, in primo luogo, esortare ciascuno di voi ad unirsi a me nella preghiera, affinché il mondo della comunicazione sociale, con i suoi operatori e la moltitudine dei recettori, svolga con fedeltà la sua funzione al servizio della verità, della libertà, della promozione di tutto l'uomo in tutti gli uomini.

Il tema scelto per questa XVIII Giornata è di grande rilievo:

Le comunicazioni sociali strumento di incontro tra fede e cultura. Cultura, fede, comunicazione, sono tre realtà fra le quali si stabilisce un rapporto da cui dipendono il presente e il futuro della nostra civiltà, chiamata ad esprimersi sempre più compiutamente nella sua dimensione planetaria.

2. *La cultura*, come ebbi già modo di dire (cfr. *Discorso al l'UNESCO*, 2 giugno 1980), è un modo specifico dell'esistere e dell'essere dell'uomo. Essa crea tra le persone dentro ciascuna comunità un insieme di legami, determinando il carattere inter-umano e sociale dell'esistenza umana. Soggetto e artefice della cultura è l'uomo, il quale si esprime in essa e vi trova il suo equilibrio.

Liebe Brüder und Schwestern in Christus! 1. Dieser Jahrestag, der jetzt zum 18. Mal begangen wird und vom Zweiten Vatikanischen Konzil gewünscht wurde, „um das vielgestaltige Apostolatswerk der Kirche auf dem Gebiet der sozialen Kommunikationsmittel wirksam zu kräftigen“ (Dekret *Inter mirifica*, Nr. 18), setzt sich zum Ziel, die Gläubigen immer besser für ihre Aufgaben in diesem so wichtigen Bereich zu erziehen. Bei dieser Gelegenheit will ich zuerst jeden einzelnen von euch auffordern, sich mir im Gebiet anzuschließen, damit die Welt der sozialen Kommunikation mit den Medienschaffenden und der Schar der Leser, Hörer und Zuschauer ihre Funktion getreu im Dienst der Wahrheit, der Freiheit und der Förderung des ganzen Menschen an allen Menschen ausübe.

Das für diesen 18. Welttag gewählte Thema ist von großer Bedeutung: Die sozialen Kommunikationsmittel als Mittel der Begegnung zwischen Glaube und Kultur. Kultur, Glaube und Kommunikation sind drei Realitäten, zwischen denen eine Beziehung besteht, von der die Gegenwart und die Zukunft ist, sich immer mehr in ihrer planetarischen Dimension zum Ausdruck zu bringen.

2. Die Kultur ist - wie ich bei anderer Gelegenheit bereits sagte (vgl. *Ansprache an die UNESCO*, 2. Juni 1980, Nr. 6; in: *Wort und Weisung*, 1980, S. 224) - eine besondere Form des „Daseins und des Seins des Menschen“. Sie schafft zwischen den Personen, die zur selben Gemeinschaft gehören, eine Gesamtheit von Verbindungen, die den „zwischenmenschlichen und gesellschaftlichen Charakter der menschlichen Existenz prägen.“ Träger und Baumeister der Kultur ist der Mensch, der sich in ihr zum Ausdruck bringt und in ihr sein Gleichgewicht findet.

La fede è l'incontro tra Dio e l'uomo: a Dio che nella storia rivela e realizza il suo piano di salvezza, l'uomo risponde mediante la fede, accogliendo e facendo suo questo disegno, orientando la propria vita a questo messaggio (cfr. *Rm* 10, 9; *2 Cor* 4, 13): la fede è un dono di Dio a cui deve corrispondere la decisione dell'uomo.

Ma se la cultura è la via specificamente umana per accedere sempre maggiormente all'essere e se, d'altra parte, nella fede l'uomo, si apre alla conoscenza dell'Essere supremo, ad immagine e somiglianza del quale è stato creato (cfr. *Gn* 1, 26), non è chi non veda quale profondo rapporto vi sia tra l'una e l'altra esperienza umana. Si comprende allora perché il Concilio Vaticano II abbia voluto sottolineare gli « eccellenti stimoli ed aiuti » che il mistero della fede cristiana offre all'uomo per assolvere con maggior impegno il compito di costruire un mondo più umano, rispondente cioè alla sua « vocazione integrale » (cfr. *Gaudium et spes*, 57).

Ed ancora: la cultura è per se stessa *comunicazione*: non solo e non tanto dell'uomo con l'ambiente che egli è chiamato a dominare (cfr. *Gn* 2, 19-20; *1, 28*), quanto dell'uomo con gli altri uomini. La cultura, infatti, è una dimensione relazionale e sociale dell'esistenza umana; illuminata dalle fede, essa esprime anche la piena comunicazione dell'uomo con Dio in Cristo e, al contatto con le verità rivelate da Dio, trova più facilmente il fondamento delle verità umane che promuovono il bene comune.

3. Fede e cultura, pertanto, sono chiamate a *incontrarsi e a interagire proprio sul terreno della comunicazione*: l'effettiva realizzazione dell'incontro e dell'interazione, nonché la loro intensità ed efficacia, dipendono in larga misura dall'idoneità degli strumenti attraverso i quali ha luogo la comunicazione. La stampa, il cinema, il teatro, la radio, la televisione, con l'evoluzione che ciascuno di questi mezzi ha subito nel corso della storia, si sono rivelati non sempre adeguati all'incontro tra fede e cultura. La cultura del nostro tempo, in particolare, sembra dominata e plasmata dai più nuovi e potenti fra i mezzi di comunicazione - la radio e, soprattutto, la televisione - tanto che, a volte, essi sembrano imporsi come fini e non come semplici mezzi, anche per la caratteristiche di organizzazione e di struttura che essi richiedono.

Der Glaube ist die Begegnung zwischen Gott und dem Menschen: dem Gott, der seinen Heilsplan in der Geschichte offenbart und verwirklicht, antwortet der Mensch durch den Glauben, indem er diesen Plan annimmt und danach handelt, also sein Leben nach dieser Botschaft ausrichtet (vgl. *Röm* 10, 9; *2 Kor* 4, 13): der Glaube ist ein Geschenk Gottes, dem die Entscheidung des Menschen entsprechen muß.

Wenn aber die Kultur der spezifisch menschliche Weg ist, um in höherem Maße zum Sein an sich zu gelangen, und wenn anderseits sich im Glauben der Mensch der Erkenntnis des höchsten Seins öffnet, als dessen Bild und Gleichnis er geschaffen ist (vgl. *Gen* 1, 26), muß wohl jeder sehen, welche tiefe Beziehung zwischen der einen und der anderen menschlichen Erfahrung besteht. Man versteht also, warum das Zweite Vatikanische Konzil die „wirksamen Antriebe und Hilfen“ hervorgehoben hat, die das Mysterium des christlichen Glaubens dem Menschen bietet, die Aufgabe des Aufbaus einer menschlicheren Welt mit größerer Hingabe, also seiner „vollen Berufung“ entsprechend, zu erfüllen (vgl. *Gaudium et spes*, Nr. 57).

Und weiter: Die Kultur ist von sich aus Kommunikation: nicht nur und nicht so sehr Kommunikation des Menschen mit seiner Umwelt, die zu beherrschen er berufen ist (vgl. *Gen* 2, 19-20; *1, 28*), als vielmehr des Menschen mit den anderen Menschen. Denn die Kultur ist eine Beziehungs- und Gesellschaftsdimension des menschlichen Daseins; wenn sie vom Glauben erleuchtet ist, bringt sie auch die volle Kommunikation des Menschen mit Gott in Christus zum Ausdruck und findet im Kontakt mit den von Gott geoffenbarten Wahrheiten leichter das Fundament der menschlichen Wahrheiten, die das Gemeinwohl fördern.

3. Glaube und Kultur sind darum berufen, gerade auf dem Gebiet der Kommunikation einander zu begegnen und miteinander tätig zu werden: die wirksame Realisierung der Begegnung und des gemeinsamen Einsatzes wie ihre Intensität und Wirksamkeit hängen in hohem Maße von der Eignung der Mittel ab, mit deren Hilfe die Kommunikation vorstatten geht. Presse, Kino, Theater, Rundfunk und Fernsehen haben sich bei der Entwicklung, die diese Mittel im Laufe der Geschichte erfahren haben, nicht immer als für die Begegnung zwischen Glaube und Kultur geeignet erwiesen. Besonders die Kultur unserer Zeit scheint so sehr von den modernsten und mächtigsten Kommunikationsmitteln - vom Radio und vor allem vom Fernsehen - beherrscht und geformt zu werden, daß diese, auch wegen der organisatorischen und strukturellen Merkmale, die sie erfordern, mitunter als Ziele und nicht als einfache Mittel erscheinen.

Questo aspetto dei moderni *mass-media*, tuttavia, non deve far dimenticare che si tratta, pur sempre, di mezzi di comunicazione, e che questa, per sua natura, è sempre *comunicazione di qualche cosa*: il contenuto della comunicazione, pertanto, è sempre determinante e tale, anzi, da qualificare la comunicazione stessa. Sui contenuti va dunque e sempre sollecitato il senso di responsabilità dei comunicatori, nonché il senso critico dei recettori.

4. Certi aspetti deludenti dell'uso dei moderni *mass media* non devono far dimenticare che essi con i loro contenuti possono divenire *meravigliosi strumenti per la diffusione del Vangelo*, adeguati ai tempi, in grado di raggiungere anche gli angoli più riposti della terra. In particolare, essi possono essere di grande aiuto nella catechesi, come ho ricordato nell'Esortazione Apostolica *Catechesi tradendae* (n. 46).

Coloro che utilizzano i mezzi di comunicazione sociale a fini di evangelizzazione, contribuendo anche a costruire così un tessuto culturale in cui l'uomo, conscio del suo rapporto con Dio, diventa più uomo, siano dunque consapevoli della loro alta missione; abbiano la necessaria competenza professionale e sentano la responsabilità di trasmettere il messaggio evangelico nella sua purezza e integrità, non confondendo la dottrina divina con le opinioni degli uomini. I *mass media*, infatti, sia che si occupino dell'attualità informativa, sia che affrontino argomenti propriamente culturali, o siano usati a fini di espressione artistica e di divertimento, rimandano sempre a una determinata concezione dell'uomo; ed è appunto in base alla giustezza e alla completezza di tale concezione che vanno giudicati.

A questo punto il mio appello si fa accorato e si rivolge a tutti gli operatori della comunicazione sociale, di qualunque latitudine e di qualunque religione:

- Operatori della comunicazione, non date dell'uomo una rappresentazione mutila, distorta, chiusa agli autentici valori umani!
- Date spazio al trascendente, che rende l'uomo più uomo!
- Non irridete i valori religiosi, non ignorateli, non interpretateli secondo schemi ideologici!
- La vostra informazione sia sempre ispirata a criteri di verità e di giustizia, sentendo il dovere di rettificare e di riparare quando vi capitate di incorrere in errore.

Dieser Aspekt der modernen Massenmedien darf uns jedoch nicht vergessen lassen, daß es sich noch immer um Mittel der Kommunikation handelt und daß diese ihrer Natur nach immer Mitteilung von etwas ist: der Inhalt der Kommunikation ist daher immer ausschlaggebend, ja bestimmend für die Qualifikation der Kommunikation selbst. Das Verantwortungsbewußtsein der Medienschaffenden wie auch das kritische Bewußtsein der Leser, Hörer und Zuschauer wird also immer auf die Inhalte der Kommunikation gerichtet sein müssen.

4. Gewisse enttäuschende Aspekte der Verwendung moderner Massenmedien dürfen uns nicht vergessen lassen, daß die Medien mit ihren Inhalten zu wunderbaren und zeitgemäßen Werkzeugen für die Verbreitung des Evangeliums werden können, die auch die entlegensten Winkel der Erde erreichen können. Von besonderer Hilfe können sie bei der Katechese sein, wie ich in dem Apostolischen Schreiben *Catechesi tradendae* erwähnt habe (Nr. 46).

Alle jene, die zum Zweck der Evangelisierung von den sozialen Kommunikationsmitteln Gebrauch machen und auf diese Weise auch zum Aufbau eines kulturellen Netzes beitragen, in dem der Mensch im Bewußtsein seiner Beziehung zu Gott immer mehr Mensch an sich wird, mögen sich daher ihres hohen Sendungsauftrages bewußt sein; sie sollen über die notwendigen beruflichen Fachkenntnisse verfügen und die Verantwortung empfinden, die evangelische Botschaft rein und unverkürzt weiterzugeben, ohne die göttliche Lehre mit den Meinungen der Menschen zu vermischen. Denn die Massenmedien legen, ob sie sich mit kulturellen Problemen im eigentlichen Sinn auseinandersetzen, künstlerischer Darbietung oder der Unterhaltung dienen, immer ein bestimmtes Maß an den Menschen an. Auf der Grundlage von Richtigkeit und Vollständigkeit dieses Verständnisses werden sie beurteilt.

Hier setzt mein Appell ein, der aus besorgtem Herzen kommt und sich an alle Medienschaffenden aller Länder und aller Regionen wendet:

- Medienschaffende, gebt keine verstümmelte, verzerrte, den echten menschlichen Werten gegenüber verschlossene Darstellung vom Menschen!
- Gebt dem Transzendenten Raum, das den Menschen mehr zum Menschen macht!
- Verhöhnt die religiösen Werte nicht, mißachtet sie nicht, interpretiert sie nicht nach ideologischen Schablonen!
- Eure Information inspiriere sich stets an Kriterien der Wahrheit und der Gerechtigkeit, wobei ihr es als eure Pflicht betrachtet müßt, richtigzustellen und wiedergutzumachen, wenn euch ein Irrtum unterlaufen ist!

- Non corrompete la società, e in particolare, i giovani, con la rappresentazione compiaciuta e insistente del male, della violenza, dell'abiezione morale, compiendo opera di manipolazione ideologica, seminando la divisione!
- Sappiate, voi tutti operatori dei *mass media*, che i vostri messaggi giungono a una massa che è tale per il numero dei suoi componenti, ciascuno dei quali, però, è uomo, persona concreta e irripetibile, che va riconosciuta e rispettata come tale. Guai a chi avrà dato scandalo, soprattutto ai più piccoli (cfr. *Mt* 18, 6)!
- In una parola: impegnatevi a promuovere una cultura veramente a misura dell'uomo, consapevoli che, così facendo, faciliterete l'incontro con la fede, della quale nessuno deve avere paura.

5. Un esame realistico conduce, purtroppo, a riconoscere che nel nostro tempo le immense potenzialità dei *mass media* sono usate molto spesso contro l'uomo, e che la cultura dominante disattende l'incontro con la fede, sia nei Paesi in cui è consentita la libera circolazione delle idee, sia laddove la libertà di espressione viene confusa con l'irresponsabile licenza. E' compito di tutti risanare la comunicazione sociale e ricondurla ai suoi nobili scopi: i comunicatori si attengano alle regole di una corretta etica professionale; i critici svolgano la loro utile azione chiarificatrice, favorendo il formarsi della coscienza critica dei recettori; i recettori stessi sappiano scegliere con prudente oculatezza libri, giornali, spettacoli cinematografici e teatrali, programmi televisivi, per trarne occasione di crescita e non di corruzione; inoltre, anche attraverso opportune forme associative, facciano sentire la loro voce presso gli operatori della comunicazione, affinché essa sia sempre rispettosa della dignità dell'uomo e dei suoi inalienabili diritti. E, con le parole del Concilio Vaticano II, ricordo che « lo stesso potere pubblico, che giustamente si interessa della salute fisica dei cittadini, ha il dovere di provvedere con giustizia e diligenza, mediante la promulgazione di leggi e l'efficace loro applicazione, che dall'abuso di questi strumenti non derivino gravi danni alla moralità pubblica e al progresso della società » (*Inter mirifica*, n. 12).

6. Infatti, poiché all'inizio della comunicazione vi è un *uomo-comunicatore* e, al suo termine, vi è

- Verderbt nicht die Gesellschaft und besonders die Jugend durch die wohlgefällige und aufdringliche Darstellung des Bösen, der Gewalt, der sittlichen Verderbtheit, indem ihr so ideologische Manipulation vollbringt und Zwietracht sät!
- Medienschaffende, ihr sollt auch wissen, daß eure Mitteilungen eine zahlenmäßige Masse erreichen, deren einzelnes Glied jedoch Mensch ist, konkrete und unwiederholbare menschliche Person, die als solche anerkannt und respektiert werden muß. Wehe dem, der besonders die Kleinsten zum Bösen verführt hat (vgl. *Mt* 18, 6)!
- Mit einem Wort: Bemüht euch um die Förderung einer Kultur, die wahrhaftig dem Menschen entspricht in dem Bewußtsein, daß ihr dadurch die Begegnung mit dem Glauben, den niemand zu fürchten hat, erleichtert.

5. Eine realistische Prüfung zeigt uns leider, daß in unserer Zeit die enorme Macht der Massenmedien sehr häufig gegen den Menschen eingesetzt wird und daß die herrschende Kultur der Begegnung mit dem Glauben keine Beachtung schenkt, und das sowohl in Ländern, wo der freie Austausch der Gedanken gestattet ist, als auch überall dort, wo die Freiheit der Meinungsäußerung mit der Erlaubnis zur Verantwortungslosigkeit verwechselt wird. Es ist die Aufgabe aller, die soziale Kommunikation zu heben und wieder auf ihre edlen Ziele auszurichten: die Medienschaffenden sollen sich an die Regeln einer konkreten Berufsethik halten; die Kritiker sollen ihre nützliche Tätigkeit der Klärung durch Förderung der Ausbildung eines kritischen Bewußtseins bei Lesern, Hörern und Zuschauern entfalten; diese letzteren müssen ihrerseits imstande sein, mit kluger Umsicht Bücher, Zeitungen, Kino- und Theateraufführungen, Rundfunk- und Fernsehprogramme auszuwählen, um aus dem Gebotenen Gewinn und nicht Verderben zu schöpfen; außerdem sollen sie auch durch geeignetes gemeinsames Vorgehen ihre Stimme bei den Medienschaffenden geltend machen, damit die Kommunikation immer die Würde des Menschen und seiner unveräußerlichen Rechte achtet. Und mit den Worten des Zweiten Vatikanischen Konzils erinnere ich daran, daß „die gleiche öffentliche Gewalt, die kraft ihres Amtes für das Wohl der Bürger Sorge trägt, durch Erlaß und sorgfältige Durchführung von Gesetzen schwere Schäden für die öffentliche Sitte und den Fortschritt der Gesellschaft verhindern muß, die durch Mißbrauch der sozialen Kommunikationsmittel entstehen könnten“ (*Inter mirifica*, Nr. 12).

6. Da am Anfang der Kommunikation ein Mensch als Medienschaffender und am Ende ein

un uomo-recettore, gli strumenti di comunicazione sociale faciliteranno l'incontro tra fede e cultura quanto più favoriranno l'incontro delle persone fra loro, affinché non si formi una massa di individui isolati, ciascuno dei quali sia in dialogo con la pagina, o con il palcoscenico, o con il piccolo o grande schermo, ma una comunità di persone consapevoli dell'importanza dell'incontro con la fede e con la cultura e decise a realizzarlo attraverso il contatto *personale*, nella famiglia, nel luogo di lavoro, nelle relazioni sociali. Cultura e fede, che nei *mass media* trovano utili e talora indispensabili ausili diretti o indiretti, circolano nel dialogo tra genitori e figli, si arricchiscono attraverso l'opera di insegnanti e di educatori, si sviluppano attraverso l'azione pastorale diretta, fino all'incontro personale con Cristo presente nella Chiesa e nei suoi Sacramenti.

Con l'intercessione di Maria Santissima, invoco sugli operatori della comunicazione e sulla sterminata comunità dei recettori, i celesti favori, di cui è propiziatrice la mia Apostolica Benedizione, affinché ciascuno nel proprio ruolo si impegni a far sì che le comunicazioni sociali siano strumenti sempre più efficaci di incontro tra fede e cultura.

Dal Vaticano, 24 Maggio dell'Anno 1984, sesto di Pontificato.

IONNES PAULUS PP.II

Mensch als Empfänger (Leser, Hörer oder Zuschauer) steht, werden die sozialen Kommunikationsmittel tatsächlich die Begegnung zwischen Glaube und Kultur erleichtern, je stärker sie die Begegnung der Menschen untereinander fördern, so daß sich nicht eine Masse isolierter Individuen bildet, von denen jeder sozusagen seinen Dialog mit der Buch- oder Zeitungsseite, mit der Bühne oder mit dem kleinen oder großen Bildschirm, hält, sondern eine Gemeinschaft von Menschen, die um die Bedeutung der Begegnung mit dem Glauben und mit der Kultur wissen und entschlossen sind, die Begegnung durch den persönlichen Kontakt, in der Familie, am Arbeitsplatz, in den sozialen Beziehungen zu verwirklichen. Kultur und Glaube, die in den Massenmedien nützliche und manchmal unerläßliche direkte oder indirekte Hilfe finden, durchpulsen den Dialog zwischen Eltern und Kindern, werden durch die Arbeit von Lehrern und Erziehern bereichert und entfalten sich durch die unmittelbare Seelsorge bis hin zur persönlichen Begegnung mit Christus, der in der Kirche und ihren Sakramenten gegenwärtig ist.

Durch die Fürsprache der seligsten Jungfrau Maria rufe ich auf die Medienschaffenden und die unermessliche Gemeinschaft der Leser, Hörer und Zuschauer die himmlischen Gnaden herab, die mein Apostolischer Segen vermitteln soll, auf daß ein jeder sich in seiner Rolle bemühe, dafür zu sorgen, daß die sozialen Kommunikationsmittel immer wirksamere Mittel für die Begegnung zwischen Glaube und Kultur darstellen.

Aus dem Vatikan, am 24. Mai 1984, im 6. Jahr meines Pontifikates.

PAPST JOHANNES PAUL II.

Kommunikation und Kultur in Brasilien

Zum 18. Welttag der Kommunikationsmittel am 3. Juni 1984 hat zum ersten Mal in der Geschichte der brasilianischen Kirche eine Arbeitsgemeinschaft von sechzehn Fachleuten innerhalb der Kommunikationsabteilung der nationalen katholischen Bischofskonferenz Brasiliens (CNBB) an die Publizisten des Landes einen Brief („Carta aos Comunicadores“) geschrieben, den wir im folgenden dokumentieren. Der Brief ist in Brasilien als Broschüre mit graphischen Illustrationen erschienen (Edições Paulinas). Dem Schreiben ist der folgende Text des Konzilsdokumentes über die Kirche in der Welt vorangestellt: „Freude und Hoffnung, Trauer und Angst der Menschen von heute, besonders der Armen und Bedrängten aller Art, sind auch Freude und Hoffnung, Trauer und Angst der Jünger Christi. Und es gibt nichts wahrhaft Menschliches, das nicht in ihrem Herzen Widerhall fände.“ (Nr. 1)

Prezados comunicadores!

A Equipe de Reflexão do Setor de Comunicação da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) decidiu celebrar o Dia Mundial das Comunicações Sociais, neste ano 3 de junho, escrevendo esta Carta aos comunicadores de nosso País, pois este 18.º Dia Mundial tem como tema „As comunicações sociais, instrumento de encontro entre fé e cultura“. Por isso, desejamos que esta Carta seja um „instrumento de encontro“ entre os profissionais de Comunicação da CNBB com todos os profissionais de Comunicação do Brasil.

Ao apresentar a visão cristã da realidade da comunicação social hoje, tanto na crítica do sistema vigente como nos elementos de fé que possam iluminar esta crítica, queremos nos encontrar com todos os comunicadores brasileiros para refletir e dialogar. Esperamos que este diálogo contribua para o crescimento da missão, que nós, comunicadores, exercemos na sociedade atual. Por isso, torna-se um imperativo do momento, para nós, comunicadores, buscar no diálogo os melhores caminhos que levam à construção de uma sociedade justa e fraterna. Esta Carta quer ser também um „instrumento de reflexão“.

Liebe Kommunikatoren!

Die Arbeitsgemeinschaft im Bereich der Kommunikation der Brasilianischen Bischofskonferenz (CNBB = Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) beschloß, den Welttag der öffentlichen Kommunikationsmittel dieses Jahr am 3. Juni zu begehen und an die Kommunikatoren unseres Landes den folgenden Brief zu schreiben. Hat doch dieser 18. Welttag als Thema: „Die öffentlichen Kommunikationsmittel - Hilfsmittel zur Begegnung zwischen Glauben und Kultur“. Darum wünschen wir, daß dieser Brief ein „Instrument der Begegnung“ sei mit den Fachkräften der Kommunikationsmittel der CNBB und allen Fachleuten der Kommunikationsmittel in Brasilien.

In der Darlegung der christlichen Sicht der sozialen Kommunikationsmittel von heute möchten wir sowohl durch die Kritik des bestehenden Systems als auch durch die Glaubenselemente, die diese Kritik beleuchten können, allen brasilianischen Kommunikatoren begegnen, um Überlegungen anzustellen und mit ihnen einen Dialog zu führen. Wir hegen die Hoffnung, daß das Gespräch ein Beitrag sei zur besseren Verwirklichung der Aufgabe, die wir Kommunikatoren in der heutigen Gesellschaft zu erfüllen haben. Es ist deshalb für uns Kommunikatoren ein Gebot der Stunde, nach den besten Wegen zu suchen, die zum Aufbau einer gerechten und brüderlichen Gesellschaft führen. Dieser Brief will auch eine Handreichung zur Besinnung sein.

Diante do quadro de crise atual, onde os meios de comunicação social (MCS) não vêm desenvolvendo satisfatoriamente sua missão de informar, curvando-se diante dos interesses e das pressões de proprietários e financiadores, é hora de os profissionais, que atuam nesses MCS, refletirem sobre seu papel diante dessa realidade.

Como Vemos Nosso Trabalho

Nós, comunicadores, trabalhamos com recursos técnicos poderosos, capazes de atingir instantaneamente milhões de pessoas, exercendo influência decisiva em suas vidas. Nossa comunicação poderá enriquecer ou empobrecer culturalmente a nossa gente, na medida em que roubamos ou desenvolvemos a sua capacidade de pensar, escolher e decidir.¹

Potencialmente, nós, comunicadores, podemos dar uma grande contribuição para fazer crescer a comunhão e o progresso da pessoa humana, bem como contribuir para a integração social, a democracia cultural e o favorecimento do lazer. A comunicação social, porém, está condicionada pela realidade política, econômica e social dos países, constituindo-se numa força de manutenção e reprodução da sociedade, com todas as suas diferenças e injustiças.²

O modelo de comunicação social hoje imperante no Brasil não está a serviço da superação das injustiças sociais, mas sim da promoção de uma sociedade de consumo, onde poucos têm acesso aos MCS. A realidade que vivemos é determinada pela visão de mundo e pelos interesses de grupos que controlam os MCS. Por isso, comunicamos uma vida, cujo valor único e exclusivo é ter-poder-prazer, o que faz a vida não ter sentido.

Como você vê seu trabalho de comunicador?

Auf dem Hintergrund der gegenwärtigen Krise, in der die Kommunikationsmittel ihren Auftrag zu informieren, nicht zufriedenstellend erfüllen, indem sie sich vor den Interessen und dem Druck der Großgrundbesitzer und Funktionäre beugen, ist es höchste Zeit, daß die in den Kommunikationsmitteln beschäftigten Fachkräfte Überlegungen anstellen über ihre eigene Rolle, die sie angesichts dieser Tatsache zu spielen haben.

Wie wir unsere Arbeit sehen

Wir Kommunikatoren arbeiten mit gewaltigen Mitteln der Technik, die Millionen von Menschen gleichzeitig erreichen können und einen entscheidenden Einfluß auf ihr Leben ausüben. Unsere Kommunikation kann den Bildungsstand unseres Volkes bereichern oder auch verarmen lassen, je nachdem wir seine Fähigkeit zu denken, zu wählen und zu entscheiden zerstören oder fördern.¹

Als Kommunikatoren haben wir die Möglichkeit, einen mächtigen Beitrag zu leisten zur Begünstigung und zum Wachstum des Miteinanders, zum Fortschritt des Menschen als Person, zur sozialen Integration, zur kulturellen Demokratie und zur Förderung der Erholung und Freizeitgestaltung. Jedoch sind die Kommunikationsmittel abhängig von der politischen Lage, dem wirtschaftlichen Niveau und den sozialen Zuständen. So entsteht ein Machtfaktor, der die Aufrechterhaltung oder Neubildung der Gesellschaft mit all ihren Unterschieden und Ungerechtigkeiten zu verwirklichen sucht.²

Das heute in Brasilien vorherrschende Modell der Kommunikationsmittel steht nicht im Dienst der Überwindung der sozialen Ungerechtigkeiten, sondern im Dienst der Förderung einer Konsumgesellschaft, in der nur Wenigen der Zugang zu den Kommunikationsmitteln offen steht. Was wir heute erleben, ist bestimmt von der Weltanschauung und den Interessen der Gruppen, die die Kommunikationsmittel steuern. Deshalb vermitteln wir ein Lebensideal, dessen einziger und ausschließlicher Wert das Genießenkönnen ist, was wiederum bewirkt, daß das Leben seinen eigentlichen Sinn verloren hat.

Wie sehen Sie ihre Arbeit als Kommunikator?

Denunciamos a Manipulação dos MCS

Daí que devemos denunciar o controle e a manipulação ideológica desses MCS pelos poderes políticos e econômicos que se empenham em manter a situação. As paixões, os sentimentos, a violência e o sexo, são explorados pelos MCS para que suas informações tenham credibilidade e para que seus objetivos consumistas sejam alcançados. Não podemos nos omitir diante dessa flagrante violação dos direitos humanos.³

Numa dimensão mais ampla, no plano internacional, repete-se o modelo. O monopólio da informação, por parte do governo e de interesses privados, permite o uso arbitrário dos MCS e dá lugar à manipulação de mensagens de acordo com interesses setoriais. Particularmente grave é o manejo da informação que empresas fazem a respeito de nosso País, promovendo seus interesses transnacionais.⁴

O Seminário sobre „Igreja e Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação“ (NOMIC), realizado em São Paulo, em 1982, denuncia em seu documento final:

„A informação e a comunicação desempenham um papel decisivo nesta estratégia de dominação. Os MCS não são utilizados como um bem social, mas como empresas comerciais, pertencentes a uma minoria, pretendendo suas mensagens reforçar os valores estabelecidos e neutralizar a vontade de mudança do povo. Os fluxos internacionais de informação são controlados diretamente por uns poucos centros de poder mundial, impedindo que todos tenham oportunidade de fazer ouvir a sua voz“⁵.

Para exemplificar esse monopólio, basta dizer que duas agências de notícias controlam cerca de 80% da informação na América Latina.

Como você reage diante dessa situação?

Aus diesem Grunde müssen wir das Steuern und das ideologische Manipulieren der Kommunikationsmittel durch die politischen und wirtschaftliche Machtfaktoren anprangern. Sie bemühen sich, die bestehende Situation aufrechtzuerhalten. Die Leidenschaften und Gefühle, die Gewalt und der Sex werden ausgenutzt durch die Kommunikationsmittel, damit ihre Informationen an Glaubwürdigkeit gewinnen und ihr Ziel beim Verbraucher erreichen. Wir dürfen uns nicht passiv verhalten angesichts dieser offenkundigen Vergewaltigung der Menschenrechte.³

Dieses Modell wiederholt sich in einer größeren Dimension auf der internationalen Ebene. Das Informationsmonopol seitens der Regierung und der Privatinteressen gestattet den beliebigen Einsatz der Kommunikationsmittel und öffnet der Manipulierung der auszustrahlenden Sendungen Tür und Tor, im Sinne der Gruppeninteressen. Besonders schwerwiegend ist die Tatsache, wie die Anstalten über unser Land nach ihren transnationalen Interessen informieren.⁴

Das Seminar über „Kirche und Neue Welt-, Informations- und Kommunikationsordnung“, das 1982 in Sao Paulo stattfand, klagt in seinem Abschlusdokument an:

„Die Information und Kommunikation spielen eine entscheidende Rolle in dieser Strategie der Vorherrschaft. Die Kommunikationsmittel werden nicht als ein Sozialgut verwendet, sondern als ein Geschäftsunternehmen gebraucht, das sich in der Hand einer Minderheit befindet, die durch ihre Sendungen die etablierten Werte festschreiben und den Willen, die Lage des Volkes zu verbessern, unschädlich machen möchte. Die Flut der internationalen Informationen wird direkt gesteuert durch einige wenige Zentren der Weltmacht, die zu verhindern suchen, daß alle die Möglichkeit haben, ihre Stimme zu Gehör zu bringen“⁵.

Um ein Beispiel dieses Monopols anzuführen, genügt es zu sagen, daß etwa 80% der Informationen in Lateinamerika von zwei

Nachrichtenagenturen gesteuert und überwacht werden.

Wie reagieren Sie auf diese Situation?

Wir erleben eine Invasion neuer Technologien

Somos Invadidos por Novas Tecnologias

As novas tecnologias que estão sendo introduzidas na América Latina, como satélites, computadores, videocassetes, videotextos e outras, sob a alegação de modernização e progresso, não estão sendo destinadas a servir a uma melhor compreensão entre as nações nem às prioridades das classes populares.⁶ Esta modernização somente serve aos interesses de empresas transnacionais, prejudica as economias nacionais e fere, em muitos casos, tecnologias que poderiam servir, potencialmente, aos interesses populares, permitindo uma maior descentralização da informação. Pois as novas tecnologias possibilitam aos grupos elaborar e veicular suas próprias informações, sua visão de mundo, suas crenças e sua cultura.

Reconhecemos o avanço que essas novas tecnologias significam na conquista de novas descobertas. Entretanto, o processo de sua implantação é vertical, afastando as classes populares de todo e qualquer debate sobre a questão do uso dessas novas tecnologias. Repetem-se os passos da implantação dos MCS tradicionais como rádio, televisão, cinema, jornal, revista e outros, onde a grande maioria da população está marginalizada da produção de mensagens, cabendo-lhe o papel de consumir o que é veiculado sem o direito de expressão.

Nós, comunicadores, devemos lutar por um espaço democrático em todos os MCS, incluindo as novas tecnologias de comunicação.

A invasão dos MCS se dá através de uma estratégia planejada, onde a programação exerce um papel importante. Pois a progra-

Die neuen Errungenschaften der Technik, die in Lateinamerika unter dem Vorwand der Modernisierung und des Fortschritts eingeführt werden, wie Satelliten, Computer, Videokassetten, Videotexte und andere, dienen nicht der gegenseitigen Völkerverständigung und den Prioritäten der unteren Volksschichten.⁶ Diese Modernisierung steht lediglich im Dienst des Interesses internationaler Unternehmen und schadet in vielen Fällen jenen Medien, die durch die Ermöglichung einer größeren Dezentralisierung der Information den Interessen des Volkes zur Verfügung stehen könnten. Die neuen technischen Mittel bieten nämlich den Gruppen die Möglichkeit, ihre eigenen Informationen, ihre Weltanschauung, ihren Glauben und ihre Kultur zu produzieren und auszustrahlen.

Wir erkennen an, daß diese modernen Mittel für die Realisierung neuer Entdeckungen großen Fortschritt bedeuten. Allerdings vollzieht sich die Einführung dieser Mittel ganz und gar von oben herab, wobei die unteren Volksschichten über den Einsatz dieser neuen Mittel von vornherein nichts zu bestimmen haben. Das gleiche wiederholt sich bei der Einführung traditioneller Medien wie Radio, Fernsehen, Film, Tageszeitung, Zeitschriften und andere; der größere Teil der Bevölkerung bleibt ausgeschlossen von der Teilnahme an ihrem Zustandekommen und ist verurteilt zu bloßem Konsum dessen, was da gerade geboten wird, ohne Recht auf Meinungsäußerung.

Wir Kommunikatoren sind verpflichtet, um einen demokratischen Freiheitsraum in allen Kommunikationsmitteln zu ringen, auch bei den modernsten Kommunikationstechnologien.

Die Einführung der Kommunikationsmittel geschieht nach einer wohlüberlegten Strategie, bei der die Programmierung eine wichtige Rolle spielt. Die Programme unserer

mação de nossos MCS é, em grande parte, estrangeira, produzindo a transculturação não-participativa e até destruidora de valores do nosso povo. O sistema publicitário e o uso abusivo do esporte são elementos de evasão e alienação. O impacto massificante e compulsivo dos MCS pode levar ao isolamento e até à desintegração da comunidade familiar. Os MCS propagam um materialismo pragmático e consumista, criando em nosso povo falsas expectativas, necessidades fictícias, graves frustrações e uma competição doentia.⁷

De que forma você pretende implantar novas tecnologias?

Propomos uma Nova Ordem de Comunicação

Diante desta realidade da exploração e manipulação dos MCS, os países menos desenvolvidos começam a se unir para que sejam mais justas as relações econômicas, políticas e culturais entre os países ricos e pobres. Esta proposta é conhecida como luta por uma Nova Ordem Econômica Internacional (NOEI) e por uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC).

No campo da Comunicação, por exemplo, objetiva-se fazer com que as informações veiculadas diariamente em todo o mundo, a partir de poucas agências noticiosas de países ricos, respeitem mais a realidade dos povos de países oprimidos. Esta luta é reconhecida pelo Papa João Paulo II, quando diz que uma convivência melhor é resultado dos esforços por uma nova ordem mundial da informação e da comunicação.⁸

Kommunikationsmittel stammen zum großen Teil vom Ausland. Sie bringen nicht nur fremde Kulturelemente, an denen unser Volk keinen Anteil hat, sondern sie zerstören sogar unsere eigenen Werte. Die Art und Weise, wie Reklame gemacht, und der Mißbrauch, der mit dem Sport getrieben wird, sind Elemente, die Flucht und Entfremdung bedeuten. Die verführerische und vermasende Schlagkraft der Kommunikationsmittel kann zu Isolation und sogar zum Zerfall der Familiengemeinschaft führen. Die Kommunikationsmittel propagieren einen pragmatischen Materialismus, der es auf Gewinn und Genuß abgesehen hat. Er weckt in unserem Volk falsche Erwartungen und Scheinbedürfnisse, er bringt schwere Enttäuschungen und verursacht einen krankhaften Wettbewerb.⁷

In welcher Form haben Sie vor, neue technische Mittel einzusetzen?

Wir schlagen eine Neuordnung der Kommunikation vor

In Anbetracht dieser Tatsache der Ausbeutung und Manipulierung der Kommunikationsmittel fangen die unterentwickelten Länder an, sich zusammenzuschließen, damit die wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Beziehungen zwischen den reichen und den armen Ländern gerechter werden. Dieser Vorschlag ist bekannt als ein Kampf um eine Neuordnung der Internationalen Wirtschaft (NOEI) und eine Neuordnung der Information und Kommunikation in der Welt (NOMIC).

Man ist beispielsweise im Bereich der Kommunikation darum bemüht, daß die Informationen, die, ausgehend von den wenigen Nachrichtenagenturen der reichen Länder, täglich in der ganzen Welt in Umlauf gebraucht werden, mehr die Wirklichkeit der unterdrückten Völker berücksichtigen. Dieses Ringen fand die Anerkennung des Papstes Johannes Paul II. Er sagte, ein besseres Miteinander sei das Ergebnis der Bemühungen um eine Neuordnung der Information und Kommunikation in der Welt.⁸

Todas as formas de colaboração dos países para alcançar essa meta implicam uma ruptura com a dependência cultural, econômica e política de outros centros, exigindo resistência e autoconfiança.⁹

A atual mobilização popular em nosso País é sinal de esperança e mudança. A própria Igreja no Brasil, preocupada com o problema da comunicação social, tem-se empenhado em mudar a situação, criando mecanismos de organização popular para uma ordem social mais justa e fraterna, como as Comunidades Eclesiais de Base. Pois „o caminho para essa nova ordem de informação e comunicação não passa apenas pelos MCS, como pela atuação dos comunicadores populares. Estes, atuando às margens dos monopólios dos mass-media, desenvolvem um tipo de trabalho que valoriza a informação a nível grupal, voltada para os interesses específicos do grupo, o qual pode assim reconhecer-se como produtor e receptor de mensagens“¹⁰.

Como você considera o comunicador popular? Que relação há entre o seu trabalho e o dele?

Desejamos uma Comunicação Dialogal

A comunicação humana é um fenômeno essencialmente dialogal. Isso implica a troca de experiências entre os envolvidos no processo de comunicação. Por ser diálogo, trata-se de um processo de produção e recepção de sentido entre as pessoas, superando a mera informação de dados. Implica ainda compartilhar o mesmo lugar social, onde o código, a mensagem e os pontos de referência estejam igualmente distribuídos entre os parceiros da comunicação.

Alle Formen der Zusammenarbeit der Länder bedeuten zugleich, um dieses Ziel zu erreichen, einen Bruch mit der kulturellen, wirtschaftlichen und politischen Abhängigkeit von anderen Zeiten und erfordern Widerstand und Selbstvertrauen.⁹

Die gegenwärtige Mobilisierung der Kräfte des Volkes in unserem Land ist ein Zeichen des Umbruchs und der Hoffnung. In ihrer Sorge um die Problematik der Kommunikationsmittel hat die brasilianische Kirche selbst Schritte zur Veränderung und Verbesserung der Lage unternommen. Sie rief im Volk organisierte Einrichtungen ins Leben, die eine gerechtere und brüderliche Sozialordnung zum Ziel haben, wie das Beispiel der kirchlichen Basisgemeinschaften zeigt. „Der Weg zur Erreichung der Neuordnung der Information und Kommunikation führt nicht nur quer durch die Kommunikationsmittel, sondern auch über die Wirksamkeit der Volkskommunikatoren. Arbeiten doch diese am Rande der monopolisierten Massenmedien. Sie entwickeln einen Arbeitstyp, der der Information auf dem Niveau der Gruppe mehr Rechnung trägt. Eine solche Information ist mehr auf die spezifischen Interessen der Gruppe zugeschnitten, die sich hier selbst als die Schöpferin und Empfängerin der Sendungen wiedererkennen kann.“¹⁰

Wie sehen Sie den Volkskommunikator? Welche Beziehungen gibt es zwischen Ihrer und seiner Arbeit?

Wir wünschen eine dialogische Kommunikation

Der Umgang der Menschen miteinander ist seinem Wesen nach ein dialogisches Phänomen. Das schließt den Austausch von Erfahrungen zwischen den Partnern, die in diesen Prozeß des gegenseitigen Verkehrs einbezogen sind, mit ein. Weil es ein Dialog ist, handelt es sich dabei um einen Prozeß des Hervorbringens und des Empfangens dessen, was der Mensch denkt und empfindet. So geht man über die bloße Übermittlung von Daten hinaus. Dazu gehört ebenfalls, daß man auf der gleichen sozialen Stufe steht, wo die Normen, die Botschaft und die

Bezugspunkte gleichermaßen unter den Partnern der Kommunikation aufgeteilt sind.

Wo nur ein Einziger den Inhalt der Sendung bestimmt, das Reglement und die Mittel beherrscht, dort gibt es keine Zwischenglieder der Mitwirkung, dort gibt es keine Freiheit, und deshalb gibt es dort auch keine Kommunikation. Auf diese Weise kommt ein Prozeß zustande, der die Kommunikation von oben herab reglementiert und unter Druck setzt. Dagegen sind in einem gesunden Prozeß der Kommunikation die Interessen und die Suche nach dem eigentlichen Sinn des Ganzen für alle Gegenstand gemeinsamer Sorge. Folglich muß die menschliche Person, ihre Pläne, ihre Sehnsucht und ihre Befreiung den ersten Platz einnehmen.

Es gibt nur eine einzige echte menschliche Kommunikation: wenn der Kommunikator, in einer Haltung des Offenseins für den anderen, das mitteilt, was er selber ist, so daß er sich gleichsam mit den anderen identifiziert, und nicht, wenn er ihn sich unterwirft. Mitteilung ist identisch mit Sein! Alles Gekünstelte ist deshalb ein Hindernis auf dem Weg zur Kommunikation.

Onde só uma pessoa domina o conteúdo, o código, o meio, não há interação e não há liberdade; por isso, não há comunicação. Deste modo, acontece um processo verticalista e opressor de comunicação. Enquanto que, num processo real de comunicação, os interesses devem ser comuns e a busca de sentido deve ser comunitária. Então, a pessoa humana, seus projetos, anseios e libertação, devem ocupar o primeiro lugar.

Só existe uma autêntica comunicação humana: quando o comunicador dá o que é, numa atitude de abertura para o outro, a ponto de se identificar com o outro, sem subjugar. Comunicar é ser! Por isso, todo artificialismo é obstáculo à comunicação.

Comunicar é ser o outro de certo modo, numa conjugação que não é confusão. Daí que o comunicador isolado e desligado é massificador.

Buscamos Libertação Pela Comunicação

Nesse sentido, Jesus Cristo é modelo perfeito de comunicador autêntico. Ele é „Aquele que é“, identificando-se com a pessoa humana para revelar-lhe as coisas de Deus. Cristo comunicou a totalidade do seu ser, a ponto de dar a sua vida por aquilo que transmitiu. Ele é a Palavra de Deus, que se fez gente, para falar de dentro da realidade humana. Não como alguém que tudo sabia e com pompa, mas como pobre, que nada tinha. Para melhor ouvir o clamor do povo, ele se fez povo para clamar ao Pai.

Wir suchen nach einer Befreiung durch Kommunikation

In diesem Sinne ist Jesus Christus das vollkommene Modell eines echten Kommunikators. Er ist „Jener, der ist“. Er identifiziert sich mit dem Menschen, um ihm die göttlichen Dinge zu offenbaren. Christus teilte sein ganzes Sein mit; er ging darin so weit, daß er sein Leben hingab für das, was er mitteilte. Er ist das Wort Gottes, das wurde wie wir, um aus der menschlichen Wirklichkeit heraus reden zu können. Nicht wie einer, der alles wußte und in Pracht kam, sondern als ein Armer, der nichts sein eigen nennen konnte. Um besser das Schreien des Volkes hören zu können, wurde er selber das Volk, um zum Vater zu schreien.

Maria von Nazareth verstand, daß Gott durch Jesus Christus in die Geschichte der Menschen eingetreten ist, um die erlösende Kommunikation mit dem Volk zu verwirklichen. Darum behauptete Maria, daß das Le-

Maria de Nazaré percebeu que Deus entrou na história dos homens, através de Jesus Cristo, para realizar a comunicação salvadora com o povo. Por isso, Maria Santíssima afirmou que a vida de Jesus era resposta de Deus aos anseios de libertação do povo, quando disse à sua prima Isabel que, por meio de Jesus, Deus „depôs poderosos de seus tronos, e a humildes exaltou. Cumulou de bens a famintos, e despediu ricos de mãos vazias“.¹¹

Deus realiza um diálogo com os homens, por intermédio de Jesus Cristo, para restabelecer a igualdade fundamental no meio de nós. A vida de Jesus foi escutar os apelos dos oprimidos para amplificá-los até o Pai-nosso. Por isso, a comunicação que Deus estabeleceu em Jesus Cristo com a humanidade busca a libertação dos pobres e a construção da fraternidade humana.

Jesus é o modelo do comunicador comprometido. Ele se comunica através de parábolas, partindo de fatos da vida, conhecidos por todos, para transmitir idéias, despertar adesão e provocar transformação da realidade.

Atualmente, Cristo continua sendo a Palavra do Pai encarnada entre nós, através da Eucaristia, da Igreja e do pobre, para construir uma sociedade justa e fraterna. Por isso,

- reconhecendo que o sentido da Comunicação é dignificar a pessoa humana,
- aceitando que Jesus é a comunicação de Deus aos homens,
- assumindo a comunicação de Jesus a partir da ótica do pobre,

concluimos que a comunicação humana deve se realizar a partir dos pobres, assumindo seu projeto libertador.

Queremos os MCS a Serviço do Povo

O diálogo iniciado por Deus, através de Jesus Cristo, continua ainda hoje no mundo,

ben Jesu eine Antwort Gottes sei auf die Sehnsucht des Volkes nach Befreiung. Zu ihrer Verwandten Elisabeth sagte sie, daß Gott durch Jesus „die Mächtigen von ihrem Thron stürzte und die Niedrigen erhöhte. Die Hungernden beschenkte er mit seinen Gaben und ließ die Reichen leer ausgehen“.¹¹

Durch Jesus Christus führt Gott einen Dialog mit den Menschen, um unter uns die fundamentale Gleichheit wiederherzustellen. Das Leben Jesu war ein Hören des Aufschreis der Unterdrückten, um ihn bis zum „Vater unser“ zu steigern. Darum ist die Kommunikation, die Gott mit der Menschheit in Jesus Christus geschaffen hat, eine Suche nach der Befreiung der Armen und eine Suche nach dem Aufbau der Brüderlichkeit unter Menschen.

Jesus ist das Modell eines Kommunikators, der sich bereits festgelegt hat. Er teilt sich mit durch Gleichnisse. Diese sind den Fakten des Lebens entlehnt, die alle kennen. Jesus übermittelt Ideen, um anzuregen, daß man sich ihm anschließe und an der Veränderung der Welt mitwirke.

Auch heute bleibt Christus das menschengewordene Wort Gottes unter uns. Er ist es durch die Eucharistie, er ist es durch die Kirche und durch die Armen. Er will eine gerechte und brüderliche Gesellschaft aufbauen. Daraus folgt:

- Wenn wir einsehen, daß der Sinn der Kommunikation die Herausstellung der menschlichen Würde ist,
- wenn wir anerkennen, daß Jesus die Mitteilung Gottes an die Menschen ist,
- wenn wir die Kommunikation Jesu unter dem Gesichtspunkt der Armen betrachten,

dann müssen wir daraus den Schluß ziehen, daß die menschliche Kommunikation ihre Verwirklichung bei den Armen beginnen muß, indem sie den Plan der Befreiung zu dem ihrigen macht.

Wir wünschen die Kommunikationsmittel im Dienst des Volkes

Der durch Jesus Christus begonnene Dialog Gottes wird auch heute noch in der Welt

por meio desse povo que confia em Jesus de Nazaré e testemunha a sua ressurreição. Este povo é a Igreja que mantém essa comunicação, em nome de Deus, a partir de Cristo e dos pobres.

Hoje, a Igreja ouve o clamor dos oprimidos e apressa-se em responder, comprometendo-se com a libertação deles. Ela só poderá escutar esse clamor se estiver profundamente inserida dentro da vida do povo, como fez Jesus Cristo. A Igreja só realiza essa comunicação na medida em que

- mergulhar no povo, na sua cultura, nos seus fracassos, nas suas lutas, nas suas vitórias;
- romper com a comunicação dominante, que está a serviço dos poderosos e é utilizada para manter a situação;
- acompanhar, apoiar e trabalhar em função das lutas populares;
- articular essa comunicação libertadora com a comunicação de todos os demais grupos interessados na libertação dos pobres de nosso País.

Portanto, a comunicação verdadeira é aquela que

- ouve os anseios do povo,
- realiza um diálogo com ele,
- amplia essas aspirações para toda a sociedade.

Analisando a maioria dos MCS do Brasil, vemos que eles não estão identificados com os anseios populares. A voz do povo brasileiro não se faz ouvir através dos MCS. Apenas uma minoria privilegiada, detentora do poder, faz ouvir a sua voz, como se fosse a voz de todos.

A grande imprensa brasileira defende os interesses das elites do poder, esquecendo os clamores e os anseios das classes populares. Entretanto, para exemplificar, no momento em que um órgão de imprensa informar, com dados exatos, que os projetos mais dispendiosos da América Latina não são financiados tendo em vista os interesses do povo, mas os interesses de um grupo de privilegiados, a imprensa estará se mostrando solidária com a causa dos pobres.

fortgesetzt durch das Volk, das auf Jesus von Nazareth vertraut und seine Auferstehung bezeugt. Dieses Volk ist die Kirche, die die Kommunikation im Namen Gottes aufrechterhält; Ausgangspunkt dieser Kommunikation ist Christus und sind die Armen.

Heute hört die Kirche den Schrei der Unterdrückten, und sie beeilt sich, eine Antwort darauf zu geben, indem sie in der Befreiung der Ausgebeuteten ihre Aufgabe erkennt. Sie kann aber nur dann diesen Schrei vernehmen, wenn sie sich tief in das Leben des Volkes einfügt, wie das Jesus Christus getan hat. Die Kirche verwirklicht diese Kommunikation nur in dem Maße, als sie

- im Volk untertaucht, in seine Kultur, in seine Niederlagen, in sein Kämpfen und Siegen;
- mit der vorherrschenden Kommunikation bricht, die ja im Dienst der Mächtigen steht und eingesetzt ist, um die bestehenden Verhältnisse aufrechtzuerhalten;
- das Ringen des Volkes begleitet und tatkräftig unterstützt;
- diese befreiende Kommunikation artikuliert mit der Kommunikation aller anderen Gruppen, die an der Befreiung der Armen interessiert sind.

Darum ist nur jene Kommunikation wahr, die

- den Sehnsuchtschrei des Volkes hört,
- den Dialog mit ihm pflegt,
- diese Bestrebungen und den Sehnsuchtschrei verstärkt und für die ganze Gesellschaft vernehmbar macht.

Wenn wir die Mehrzahl der sozialen Kommunikationsmittel Brasiliens untersuchen, stellen wir fest, daß sie sich nicht mit den Sorgen und Nöten des Volkes auf einen Nenner bringen lassen. In den Massenmedien hört man nicht die Stimme des Volkes. Nur eine privilegierte Minderheit, die im Besitz der Macht ist, bringt ihre Stimme zu Gehör, als ob es die Stimme aller wäre.

Die sehr umfangreiche Presse Brasiliens verteidigt die Interessen der Elite, die die Macht hat, und kümmert sich überhaupt nicht um das Schreien und die Sorgen der unteren Volksschichten. Um das zu veranschaulichen, sei angemerkt: Wenn ein Presseorgan seine Leserschaft mit genauen Zahlenanga-

A Igreja, enquanto comunidade de todos os fiéis, pede aos comunicadores do Brasil que a ajudem a assumir o compromisso realizado em Puebla, no México, em 1979, com relação ao uso dos seus próprios meios de comunicação. Naquela oportunidade, os bispos afirmaram que „a Igreja, no uso de seus meios próprios, deve ser cada dia mais a voz dos desamparados, apesar dos riscos que isto implica“¹². A Igreja no Brasil possui 125 estações de rádio, 23 jornais diocesanos, 10 jornais católicos não-diocesanos, 35 revistas católicas, 200 boletins mensais, 14 editoras e 32 missas de televisão.

O que Vamos Fazer?

Diante dessa realidade, onde a Comunicação não está plenamente a serviço da libertação do oprimido, cabem algumas pistas de ação para os profissionais da Comunicação:

- Como vamos ajudar a construção de uma sociedade justa e fraterna pelos MCS?
- De que forma daremos vez e voz aos menos protegidos no canal em que atuamos?
- O que faremos para ter, hoje, influência decisiva no mundo da comunicação?
- Qual será a nossa colaboração na formação de comunicadores populares?
- Que apoio daremos às classes populares dentro dos MCS em que atuamos?

ben darüber informieren würde, daß die Finanzierung der kostspieligsten Projekte Lateinamerikas nicht im Hinblick auf das Wohl des Volkes geschehe, sondern die Interessen einer Gruppe von Privilegierten verfolge, dann würde sich eine solche Presse mit der Sache der Armen solidarisch erklären.

Die Kirche richtet als Gemeinschaft aller Glaubenden an die Kommunikatoren von Brasilien die Bitte, daß sie ihr helfen, der Verpflichtung nachzukommen, die sie 1979 in Puebla, in Mexiko, für den Einsatz ihrer eigenen Kommunikationsmittel übernommen hat. Damals erklärten die Bischöfe, daß „die Kirche bei der Verwendung ihrer eigenen Kommunikationsmittel immer mehr die Stimme der Hilflosen und Verlassenen sein müsse, ungeachtet der Risiken, die dies mit sich bringen könne“.¹² Die Kirche in Brasilien besitzt 125 Rundfunksender, 23 diözesane Zeitungen, 35 katholische Zeitschriften, 200 Monatsblätter, 14 Verlage und 32 Eucharistiefiern werden durch das Fernsehen ausgestrahlt.

Was wollen wir tun?

Angeichts dieser Tatsache, daß die Kommunikation nicht im Dienst der Befreiung des Unterdrückten steht, gibt es für die Fachleute im Bereich der Massenmedien einiges zu tun:

- Wie können wir durch die Kommunikationsmittel am Aufbau einer gerechten und brüderlichen Gesellschaft mithelfen?
- In welcher Form lassen wir in dem Kanal, wo wir tätig sind, die Schutzlosen zu Wort kommen?
- Was wollen wir unternehmen, um heute einen entscheidenden Einfluß auf den Gesamtbereich der Kommunikation zu nehmen?
- Wie wollen wir mitarbeiten bei der Heranbildung von Volkskommunikatoren?
- Welchen Halt geben wir den unteren Volksklassen innerhalb der öffentlichen Kommunikationsmittel, in denen wir tätig sind?

- De que maneira fortaleceremos os sindicatos dos trabalhadores da Comunicação?
- Como lutaremos para fazer avançar o processo de democratização da Comunicação?
- Qual será nosso compromisso para promover as expressões da cultura popular nos MCS?
- De que forma participaremos da construção na Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação?
- Como vamos apoiar a análise dos impactos produzidos pelas novas tecnologias?
- Conhecemos o trabalho da Igreja „nos“ e através „dos“ MCS em nossa cidade?
- O que faremos para ajudar a Igreja a comunicar-se eficaz e eficientemente hoje?

Juntos, Comunicaremos Mais Vida

Todos os comunicadores do Brasil somos chamados a aceitar essa tarefa solidária, em que a Igreja e os comunicadores caminham juntos. Nossos caminhos convergem e podem cruzar-se e unir-se, quando usamos os meios de comunicação social como „meios“ de expressão dessa sociedade que se serve deles e que lhes assegura também a existência.

„Devemos levar em conta as verdadeiras necessidades dessa sociedade. Devemos levar em conta a cultura da Nação e a sua cultura. Devemos levar em conta o bem do homem, a sua dignidade. Não podemos

- Auf welche Weise werden wir die Gewerkschaft der in den Kommunikationsmitteln Beschäftigten ermutigen und unterstützen?
- Wie werden wir kämpfen, um den Prozeß der Demokratisierung der Kommunikationsmittel voranzutreiben?
- Welche Verpflichtung übernehmen wir, um in den öffentlichen Kommunikationsmitteln die Kultur des Volkes zum Ausdruck zu bringen und zu fördern?
- In welcher Form werden wir uns am Aufbau der Neuordnung der Information und Kommunikation in der Welt beteiligen?
- Wie werden wir unsere Sicht des von den neuen Errungenschaften der Technik angerichteten Unheils bejahen und unterstützen?
- Kennen wir die Arbeit der Kirche in unserer Stadt „in den“ öffentlichen Kommunikationsmitteln und „durch sie“?
- Was werden wir tun, um der Kirche zu helfen, daß sie sich in der heutigen Zeit wirksam und erfolgreich darstellen und mitteilen kann?

Mit vereinten Kräften schenken wir mehr Leben

Alle Kommunikatoren Brasiliens sind aufgerufen, ein volles Ja zu sagen zu dieser solidarischen Aufgabe, bei deren Erfüllung die Kirche und die Kommunikatoren zusammenarbeiten müssen. Unsere Wege begegnen einander. Sie können sich kreuzen, sie können sich aber auch vereinigen, wenn wir die öffentlichen Kommunikationsmittel einsetzen als Ausdrucks-„Mittel“ der Gesellschaft, die sich ihrer bedient und die ihnen den Bestand garantiert.

„Wir müssen den wahren Nöten dieser Gesellschaft gerecht werden. Wir müssen die Kultur der Nation berücksichtigen und der Pflege dieser Kultur Rechnung tragen. Es ist unsere Pflicht, dem Wohl des Menschen zu seinem Recht zu verhelfen und die Würde des Menschen immer im Auge zu behalten. Interesse, Sensation, unmittelbarer Erfolg dürfen für uns keine ausschlaggebenden Kri-

estar sujeitos ao critério do interesse, do sensacional e do êxito imediato. Porém, levando em conta a exigência da ética, devemos servir à construção uma vida mais humana para todos"¹³.

terien sein, von denen wir uns bestimmen lassen. Im Gegenteil, wenn wir den Forderungen der Ethik gerecht werden wollen, müssen wir mithelfen am Aufbau von Lebensbedingungen, die für alle eine menschlichere Gestalt bekommen".¹³

Anmerkungen

- 1 vgl. Puebla, 1066 und Ansprachen des Papstes in Brasilien, Verlag Loyola, Sao Paulo, 1980, Seite 149
- 2 Puebla, 1068
- 3 Puebla, 1069
- 4 Puebla, 1071
- 5 Schlußdokument über die Kirche und NOMIC, Nr. 14
- 6 ebd. Nr. 15
- 7 Johannes Paul II. an die Journalisten, 27.01.1984, Nr. 5
- 8 ebd.

- 9 Schlußdokument über die Kirche und NOMIC, Nr. 22
- 10 UCLAP, 8. Kongreß, Belo Horizonte, 1981
- 11 Lk 1, 52-53
- 12 Puebla, 1094
- 13 Johannes Paul II. an die Journalisten, 27.01.1984, Nr. 1

Übersetzung: P. Maximilian Kopitz svd (Aachen)

DOKUMENTATIONSHINWEISE

Johannes Paul II: L'Opera di evangelizzazione della Chiesa passa attraverso l'arte. In: „L'Osservatore Romano“ 123: 1983, Nr. 293 v. 21. Dezember. - Ansprache des Papstes an Leiter und Angestellte von Museen. - Original: Italienisch

Johannes Paul II: Siamo compagni di viaggio nel servizio di pace tra gli uomini. In: „L'Osservatore Romano“ 124: 1984, Nr. 23 v. 28. Januar, S. 1. - Ansprache des Papstes an die Journalisten am 27. Januar - Original: Italienisch - Deutscher Text in der deutschen Wochen Ausgabe des „L'Osservatore Romano“ 14: 1984, Nr. 6 v. 10. Februar, S.1.

Johannes Paul II: Collaborazione internazionale tra gli organi di stampa cattolici. In: „L'Osservatore Romano“ 124: 1984, Nr. 82 v. 7. April, S. 4. - Ansprache des Papstes an die Teilnehmer des Rom-Seminars der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse (AKP) bei der Sonderaudienz am 6. April. - Original: Deutsch

Johannes Paul II: La pace non può essere costruita senza comunicazione e senza dialogo. In: „L'Osservatore Romano“ 124: 1984, Nr. 88 v. 14. April, S. 5. - Ansprache des Papstes an die Teilnehmer der 36. Versammlung der Europäischen Rundfunkunion. - Original: Französisch/Englisch

Johannes Paul II: Le „sala della comunità“ luoghi per la cultura e l'impegno. In: „L'Osservatore Romano“ 124: 1984, Nr. 121 v. 25. Mai, S. 5. - An-

sprache des Papstes an die Teilnehmer des IV. Nationalen Kongresses der italienischen Vereinigung Katholischer Filmtheater. - Original: Italienisch

Johannes Paul II: Il mondo dei mass-media sia fedele nel servire la libertà, la verità e la promozione umana. In: „L'Osservatore Romano“ 124: 1984, Nr. 129 v. 4./5. Juni, S. 5. - Ansprache des Papstes an die Gläubigen während des „Regina Coeli“ am 3. Juni. - Original: Italienisch

Johannes Paul II: Siate padroni della vostra tecnica ma siate soprattutto uomini di cuore. In: „L'Osservatore Romano“ 124: 1984, Nr. 140 v. 17. Juni, S. 5. - Ansprache des Papstes an die Vertreter der Schweizer Medien in Einsiedeln am 16. Juni. - Original: Deutsch/Französisch - Deutscher Text in der deutschen Wochen Ausgabe des „L'Osservatore Romano“ 14: 1984 v. 6. Juli, S. 7.

Kardinal Josef Ratzinger: Das Gute im Menschen und in der Welt sichtbar machen. In der deutschen Wochen Ausgabe des „L'Osservatore Romano“ 14: 1984, Nr. 6 v. 10. Februar, S. 5. Predigt bei der Messe für die Journalisten im Petersdom. Regelmäßige religiöse und kirchliche Sendungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten in Hörfunk und Fernsehen - Stand Mai 1984. In: Funk-Korrespondenz Nr. 22 v. 1. Juni 1984, Beilage: Kirche und Medien, S. B 1 - B 9.

DECOS-CELAM: Hacia una teología de la Comunicación en América Latina. In: Documentation CELAM, Vol. VIII, Nos. 37-38, Julio-Diciembre 1983, S. 167 bis 294. (Bogotá, Calle 78 No. 11-17 - AA 51086).

CHRONIK

AFRIKA

GHANA

„Standard“, katholische Wochenzeitung in Accra, ist nach langer Unterbrechung zum 24. Juni 1984 wieder in verringertem Umfang von vier Seiten erschienen. Die u.a. wegen Papiermangels erfolgte Unterbrechung der Erscheinungsweise soll jetzt durch die nur 14tägige Erscheinungsweise abgefangen werden.

KENYA

„Biblical Apostolate“ heißt eine neue Zeitschrift, die seit Juni 1984 in Nairobi als „Newsletter“ des Biblischen Zentrums für Afrika und Madagaskar (BICAM), einer Gründung des Symposiums der Bischofskonferenzen Afrikas und Madagaskars, herausgegeben wird. Die Vierteljahresschrift erscheint jeweils in einer englisch- und französischsprachigen Ausgabe.

SEYCHELLEN

Far East Broadcasting Association (FEBA), evangelischer Missionssender auf den Seychellen hat Hörfunksendungen in chinesischer Sprache, Madarin, begonnen. Die einstündigen täglichen Programme werden in Hongkong und Singapore hergestellt. Damit sendet die Station in 22 Sprachen. Im Jahre 1983 empfing der Sender insgesamt 160.000 Briefe von Hörern.

AMERIKA

ARGENTINIEN

„*Informaciones OCIC-AL*“ heißt eine neue Mitgliederzeitschrift der internationalen katholischen Filmorganisation (OCIC) für Lateinamerika, die ab Mai/Juni 1984 zweimonatlich in Buenos Aires erscheint.

Ein kontinentales Büro für katholische Filmarbeit in Lateinamerika wurde am 16. Mai 1984 in Buenos Aires durch Bischof

Luciano Metzinger, den Präsidenten der katholischen Filmarbeit (OCIC) in Lateinamerika, eingeweiht.

BRASILIEN

Zum Welttag der Kommunikationsmittel 1984 hat eine Planungsgruppe der Kommunikationsabteilung der brasilianischen Bischofskonferenz (CNBB) zum ersten Mal einen Brief an die Kommunikatoren des Landes in einer 24seitigen Broschüre veröffentlicht, die sich u.a. mit dem Beruf des Publizisten und seiner Arbeit beschäftigt, die Manipulation der Kommunikationsmittel zurückweist, zur Mitarbeit an den neuen Medien und zu einer neuen Kommunikationsordnung aufruft; ferner fordert das Dokument eine freie, dialogische Kommunikation im Dienst des Volkes und eine entsprechende Zusammenarbeit. (Vgl. die Dokumentation dieses Heftes.)

„*Correio Riograndense*“, katholische Wochenzeitung in Bento Gonçalves, bestand im Mai 1984 75 Jahre. Die aus den Zeitschriften „La Libertá“, später „Staffetta“ der Weltpriester Dom Carmine Fasulo und Dom Giovanni Fronchetti, sowie dem „Corriere d'Italia“ der Carlistenpatres entstandene Wochenzeitschrift erschien ursprünglich in italienischer Sprache und venezianischem Dialekt, wurde dann aber nach dem Zweiten Weltkrieg ausschließlich auf portugiesisch umgestellt. Das Blatt gilt aber auch heute noch als Zeitschrift der Bevölkerung italienischer Abstammung.

„*Pro-Vocação*“ heißt eine Informationszeitschrift, die seit Juli 1983 in Curitiba von den drei Gemeinschaften der Philosophiestudenten der Steyler Missionare herausgegeben wird. Die von den Studenten geschriebene und gestaltete Zeitschrift erscheint einmal im Semester und ist für Freunde und Interessenten bestimmt.

„*Central Paulina de Audio-Visuais*“ (CEPAV), Produktionsstätte in Sao Paulo, erreicht mit seinen fünf täglichen Hörfunkprogrammen insgesamt 150 Rundfunkstationen Brasiliens. Die angebotenen Programme sind: „Ave Maria“ zur Programm-eröffnung, „Assim falou Jesus“, eine 15-minütige, liturgisch-meditative Bibelsen-dung, „O Sucesso em sua Vida“, ein 22-minütiges lebenskundliches Programm, „Um olhar sobre a Cidade“, eine 5 Minuten-chronik täglicher Ereignisse und „Biblia, Deus com a gente“, eine dreiminütige Bibelbotschaft.

Sonntägliche Gottesdienste werden nach einer Mitteilung der Vereinigung für die Liturgie bei Hörfunk und Fernsehen von Anfang 1984 regelmäßig von 32 Fernsehnetzen und mehreren hundert Hörfunkstationen regelmäßig ausgestrahlt. Die Vereinigung hat inzwischen auch ein Handbuch unter dem Titel „Liturgie in Hör- und Sehfunk“ veröffentlicht.

„*Der Margarida de Prata*“-Preis 1984 der brasilianischen Bischofskonferenz (CNBB) wurde am 30. Mai 1984 in Brasilia den Filmen „Jango“ von Silvio Tendler und „Frei Tito“ von Marlene Franca verliehen.

CHILE

„*Radio Talcahuano*“, katholischer Rundfunksender südlich von Santiago und Teil des Netzes katholischer Rundfunksender, wurde am 7. April 1984 von der Polizei geschlossen und abgebrochen. Der Sender war bekannt für seine unabhängige Berichterstattung.

KOLUMBIEN

„*Zu einer Theologie der Kommunikation in Lateinamerika*“ lautet der Titel eines Dokumentes der Kommunikationsabteilung der lateinamerikanischen Bischofskonferenz (DECOS-CELAM), das als „Documentation Celam“ Nr. 37-38 (Juli-Dezember) 1983 in Bogotá veröffentlicht wurde. Das 379 Ziffern umfassende Dokument wird vom neuen Vorsitzenden der Celam-Kommunikationsabteilung (DECOS) als ein erster Schritt auf dem Wege zu einer Kommunikationstheologie bezeichnet. Der erste Abschnitt versucht, die lateinamerikani-

sche Kommunikationsrealität zu beschreiben, der zweite versucht eine theologische Reflexion, der dritte behandelt die Pastoral der Kommunikation und ein vierter Abschnitt besondere Aspekte der Pastoral der Kommunikation in Lateinamerika. Das in mehrjähriger Arbeit entstandene Dokument wurde zum 50. Jahrestag der Priesterweihe des langjährigen DECOS-Vorsitzenden, Bischof Luciano Metzinger ssc, veröffentlicht, auf dessen Initiative es auch zurückgeht.

NICARAGUA

„*Radio Catolica*“, Rundfunksender der Bischofskonferenz in Managua, erhielt zum ersten Mal in zwei Jahren die Erlaubnis, am 15. April 1984, Palmsonntag, wieder einen Gottesdienst live auszustrahlen. Zwei weiteren privaten Stationen hat das Innenministerium eine ähnliche Erlaubnis verweigert. Direktsendungen von Gottesdiensten sind seit dem März 1982 verboten.

PARAGUAY

Die *Bischofskonferenz von Paraguay* hat in einem Pastoral Schreiben vom April 1984, das von den Kanzeln verlesen wurde, gegen die Verletzung der Pressefreiheit im Lande, vor allem gegen die Schließung der unabhängigen Tageszeitung „ABC Color“ am 22. März 1984 protestiert. Das vom Präsidenten der Bischofskonferenz Msgr. Felipe Santiago Benitez, Bischof von Villarrica, unterzeichnete Dokument bezeichnet die Maßnahmen der Regierung als einen definitiven Rückschritt in dem Bemühen zum Aufbau eines nationalen Zusammenlebens und als ein neues Hindernis für einen fruchtbaren, freien und dauernden Dialog.

„*Sendero*“, Zeitschrift der Bischofskonferenz von Paraguay, ist am 12. Mai 1984 nach mehrmonatiger Unterbrechung in neuer Aufmachung und mit farbigem Layout wieder erschienen. Das in der dritten Januarwoche zum letzten Mal erschienene Blatt wurde vorübergehend wegen finanzieller und organisatorischer Schwierigkeiten eingestellt. Die beiden neuen Ausgaben vom 12. und 27. Mai beschäftigen sich ausführlich mit Fragen der Pressefreiheit, nachdem die Tageszeitung „ABC Color“ von der Regierung auf unbestimmte Zeit verboten wurde. „*Sendero*“ erscheint vierzehntäglich.

PERU

„UCLAP“, katholische Pressevereinigung Lateinamerikas, beging den 25. Jahrestag ihres Bestehens mit dem 8. Kongreß der Vereinigung, der vom 30. April bis 4. Mai 1984 in Lima stattfand und unter dem Thema „Kommunikation, ein Recht für alle“ stand. Insgesamt nahmen 65 Vertreter aus 11 lateinamerikanischen Ländern sowie Beobachter aus Europa an dem Treffen teil.

VEREINIGTE STAATEN

Die Verantwortung des christlichen Publizisten für die Öffentliche Meinung hat der Erzbischof von Chicago, Kardinal Joseph Bernardin, im Mai 1984 bei einer gemeinsamen Veranstaltung der Katholischen Pressevereinigung (CPA) und der Vereinigten Kirchenpresse in Chicago unterstrichen. Die öffentliche Meinung soll nicht nur moralische Grenzen für die Macht aufrichten, sondern auch zu einer kreativen und positiven Einstellung unter den Bürgern beitragen, die nicht alles der Regierung und den Behörden überläßt.

Das „Center for Communications Ministry“, eine von Sr. Elizabeth Thoman in Los Angeles gegründete Medienstelle, wird nach einem Beschluß vom Frühjahr 1984 zum Ende des Jahres seine Aktivitäten einstellen. Nur die vom Zentrum veröffentlichte Zeitschrift „Media & Values“ soll als nationale ökumenische publizistische Zeitschrift weiterbestehen.

Den Einsatz neuer Medientechnologien für die Kommunikationsarbeit der Kirche hat eine von der Kommunikationsabteilung der US Catholic Conference veranstaltete Tagung im Frühjahr 1984 in Washington DC vorgeschlagen. Auf diese Weise sollen u.a. die traditionellen Werte der Familie gefördert und geschützt werden. Die Bischöfe des Landes werden aufgefordert, in einem Pastoral Schreiben die spezielle katholische Sicht der Beziehung zwischen Medien und Familie aufzuzeigen. Medienerziehung sollte nach den Vorstellungen dieser Konferenz in die Pfarrarbeit, Schulen und die allgemeine Erziehung als integraler Bestandteil eingebracht werden.

„Voce de Peregrinos“ heißt ein wöchentliches religiöses Rundfunkprogramm, das für

die spanischsprechende Landbevölkerung entlang der amerikanisch-mexikanischen Grenze über 12 Rundfunkstationen seit Anfang 1984 ausgestrahlt wird. Die Programme werden vom „Franciscan Communications Center“ in Los Angeles produziert.

ASIEN

INDIEN

Der katholische Laienkongreß Indiens hat bei seiner Versammlung in Mangalore vom 29. bis 31. Dezember 1983 u.a. eine stärkere Ausbildung katholischer Laien für die kirchliche Arbeit in und mit den Massenmedien gefordert.

Die St. Josefsdruckerei in Trivandrum hat einen Preis für das bestgedruckte Buch Indiens 1983 erhalten. Es handelt sich um ein Werk zur indischen Literaturgeschichte, das von der geschichtlichen Akademie Keralas in der Malayalam-Sprache veröffentlicht wurde.

Der „Don Alberione Award“ 1983 wurde am 4. April 1984 in Bombay an P. Edward Le Joly für hervorragende Verdienste zur geistlichen Erneuerung durch Pressemedien verliehen. P. Le Joly veröffentlichte 18 Bücher in 14 Ländern mit zusammen über einer halben Million Auflage in 12 indischen und 16 anderen Sprachen.

Ein Fortbildungskurs für christliche Journalisten wurde vom 14. bis 24. Februar 1984 in Bangalore veranstaltet; die Teilnehmer forderten neben einer besseren Ausbildung für christliche Publizisten auch eine bessere Koordinierung der finanziellen Mittel und eine bessere Zusammenarbeit zwischen den bestehenden kirchlichen Publikationen.

KOREA

„Die geladenen heiligen Helden“ heißt ein Film zum Leben von P. Thomas Choe (Yang-Op), der, von Filmdirektor Gregory Choe (Ha-Won) produziert, am 28. April in den Kinos angelaufen ist. Der von einer privaten Firma finanzierte Film entstand mit Unterstützung der Erzdiözese Seoul.

LIBANON

„*Stimme der Liebe*“ heißt eine neue katholische Rundfunkstation, die Ostern 1984 in Beirut ihre Arbeit aufgenommen hat. Die Station wird von katholischen Laien betrieben und soll der Versöhnung und dem Frieden unter der Bevölkerung dienen.

PAKISTAN

„*Nishani-i-Rah*“, christliche Zeitschrift in Pakistan, wurde von der Regierung der Punjabprovinz im Frühjahr 1984 verboten.

PHILIPPINEN

Die „*Asia Christian Communications Fellowship*“, Zusammenschluß vor allem evangelikaler Vereinigungen, hat vom 11. bis 15. Juni 1984 ihre zweite kontinentale Konferenz unter dem Thema „Christus in Asien verkündigen“ abgehalten. Die 1977 gegründete Vereinigung hat ihren Sitz in Singapur.

Ein *Medienzentrum* wurde am 3. Juni von Erzbischof Ricardo J. Vidal für die Erzdiözese in Cebu City eröffnet. Leiter des Zentrums ist der Chefredakteur des Diözesanblattes „*Lungsonanon*“, Msgr. Achilles D. Dakay, der als Gewerkschaftsseelsorger auch den Sender DYLA geleitet hatte.

TAIWAN

Das *fünffährige Bestehen* eines täglichen katholischen Rundfunkprogramms in Tainan wurde am 1. März 1984 mit Sondersendungen begangen. Das werktäglich seit dem 1. März 1979 verbreitete Programm wird von der Diözese Tainan finanziert; die Produzenten arbeiten ehrenamtlich. Die zunächst einstündigen Sendungen wurden vom 31. März 1981 an auf eine halbe Stunde reduziert. Insgesamt sind die Sendungen in den ersten fünf Jahren 1.530 mal mit einer Gesamtsendezeit von 1.085 Stunden ausgestrahlt worden.

EUROPA

BELGIEN

„*Revue Bénédictine*“, wissenschaftliche Zeitschrift der Benediktiner der Abtei Maredsous, bestand am 25. Mai 1984 hundert Jahre. Das Jubiläum wurde mit verschiedenen wissenschaftlichen Veranstaltungen begangen.

DEUTSCHLAND

Die *Kommunikationskommission des Lutherischen Weltbundes* hielt ihre Jahresversammlung 1984 vom 25. April bis 3. Mai 1984 in Stuttgart ab. 62 Kommunikationsprojekte in einem Gesamtvolumen von rund 1,7 Mill. US \$ wurden bei der Versammlung bewilligt. Generalsekretär Mau betonte bei dieser Gelegenheit, daß man die Wünsche der Kirche in China berücksichtigen und ohne den ausdrücklichen Wunsch der neuen protestantischen Kirche in China keine Kommunikationsprojekte beginnen würde.

Die *Bayerischen Bischöfe* haben in einer im April 1984 veröffentlichten Stellungnahme das von der bayerischen Staatsregierung vorgelegte Medienentwicklungs- und Erprobungsgesetz kritisiert. Nach Meinung der Bischöfe erscheint die Ausgewogenheit des Programms nicht gewährleistet und der Schutz der Kinder und Jugendlichen ungenügend abgesichert. Die inhaltliche Qualität scheint den kommerziellen Interessen untergeordnet, und die finanziellen Möglichkeiten der Kirche würden falsch eingeschätzt.

„*Kirche und Medien*“ heißt eine neue Abteilung im bischöflichen Ordinariat Mainz, die im Frühjahr 1984 zusätzlich zur Pressestelle und der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit eingerichtet wurde. Aufgabe der neuen Stelle ist u.a. die Beobachtung der Entwicklung im Medienbereich, vor allem bei den sgn. Neuen Medien.

Das 25. *Deutsch-Französische Publizistentreffen* fand vom 31. Mai bis 3. Juni 1984 in der Katholischen Akademie Stuttgart-Hohenheim statt.

Der „*Bonifatiusbote*“, Kirchenzeitung des Bistums Fulda, bestand am 15. Juni 1984

ehundert Jahre. Zum Jubiläum erschien eine 76 Seiten umfassende Sonderausgabe.

Der Katholische Journalistenpreis 1984 der Deutschen Bischofskonferenz wurde am 5. Juni 1984 durch Bischof Hengsbach in Essen Dr. Ulrich Ruh von der Herder-Korrespondenz in Freiburg und Hansjosef Theyssen von „Mission aktuell“, Aachen, verliehen. Der Preis für junge Autoren ging an Maria Pfeiffer, Volontärin bei der Kirchenzeitung Eichstätt und Guido Vagedes, Volontär beim „Liberiusblatt“ in Hamm. Um den Preis hatten sich 47 Autoren mit insgesamt 48 Arbeiten beworben.

„Berliner theologische Zeitschrift“ heißt eine neue, halbjährlich im Wichern Verlag Berlin erscheinende Zeitschrift, die im Auftrag der kirchlichen Hochschule Berlin unter der Leitung von Prof. Dr. Klaus-Peter Jörns herausgegeben wird.

„rauchfaß“ heißt eine neue Zeitschrift für Kinder und Jugendliche im Ministrantendienst, die seit April 1984 vom Deutschen Katecheten-Verein (DKV) im Kösel Verlag in München herausgegeben wird. Die Zeitschrift erscheint monatlich.

„Telekirche im III.“ heißt eine neue Sendereihe in der Nordkette des ARD-Fernsehens (NDR, RB und SFB), die am 30. Mai 1984 begann und in ökumenischer Zusammenarbeit christliche Verkündigung und Gottesdienste mit Showelementen zeigt. Für 1984 sind drei und für 1985 vier solcher Sendungen vorgesehen. Die Sendungen werden in der Petruskirche in Hamburg-Lokstedt aufgezeichnet.

Der „Leben und Erziehen“-Fernsehpreis für die besten Kindersendungen des Fernsehens wurde am 17. Mai 1984 in Aachen der „Sendung mit der Maus“ (WDR, SWF, SR) und „Piff“, dem Sportstudio für junge Zuschauer des ZDF, verliehen.

Die *„Katholische Rundfunkarbeit im Kabelpilotprojekt Ludwigshafen“* wurde aus rechtlichen Gründen im Frühjahr 1984 in „Katholisches Fernsehen im Kabelpilotprojekt Ludwigshafen“ umbenannt.

Gegen eine Ausweitung der Fernsehwerbung auf die Sonntage hat sich im Frühjahr 1984 die Bayerische Bischofskonferenz ausgesprochen.

Die Jury der Evangelischen Filmarbeit hat im Mai 1984 zum ersten Mal vier Filme zu Dritte-Welt-Themen hervorgehoben. Dabei handelt es sich um den philippinischen Film 1400 „Turumba“, der Auswirkungen frühindustrieller Produktionsweisen auf eine Dorfgemeinschaft schildert, sowie um die aus deutscher Produktion stammenden Streifen „Der gekaufte Sommer“ von Michael Busse zu Fragen des Welthandels, „Zwischen Leid und Lachen“ und „Wasser einmal am Tag“ von den Kapverden.

„Spiritualität und Film“ war Thema des 17. Internationalen Filmkritiker-Seminars der deutschsprachigen Länder, das vom 13. bis 16. April 1984 in Augsburg von der Europa-gruppe der internationalen katholischen Filmvereinigung (Euro-OCIC) veranstaltet wurde.

Eine *„Katholische Bildschirmtext-Redaktion Frankfurt“* wurde im Juni 1984 unter der Leitung von Weihbischof Walther Kampe für die Bistümer Fulda, Limburg, Mainz, Speyer und Trier in Frankfurt gegründet. Die Leitung der Redaktion hat Sr. Magdalene Klein. Bereits Anfang 1984 war in Düsseldorf eine „Katholische Bildschirmtext-Redaktion“ für die Bistümer Aachen, Essen, Köln und Paderborn unter der Leitung von Dr. Manfred Becker-Huberti eingerichtet worden.

FRANKREICH

Beim 37. *Filmfestival in Cannes* 1984 wurde der Preis der ökumenischen Jury an den Film „Paris-Texas“ von Wim Wenders verliehen.

GROSSBRITANNIEN

Beim *internationalen christlichen Hörfunkwettbewerb* „Christian Radio 1984“ vom 29. April bis 4. Mai 1984 in Hatch End bei London wurde der erste Preis in der Kategorie A („Gottesdienst“) einer katholischen Morgenfeier bei Radio DDR 1 von Ernst Goltzsch verliehen, die am 7. November 1982 ausgestrahlt worden war. Der Preis der Kategorie B (Kommentar) ging an das Programm „Bergpredigt“ vom Österreichischen Rundfunk (Ö 3) und in Kategorie C (Christliche Andacht) fiel der erste Preis an „Pause for Thought“ von BBC England und Wales.

In Kategorie D (Lieder) wurde der erste Preis dem Österreichischen Rundfunk für B. Fibichs „Lehre und beten“ zugesprochen. Der Wettbewerb war gemeinsam von Unda Europa und der Weltvereinigung für christliche Kommunikation (WACC) veranstaltet worden.

ITALIEN

Kardinal Anastasio Ballestrero, Erzbischof von Turin und Vorsitzender der italienischen Bischofskonferenz, hat bei einer Tagung zum Welttag der Kommunikationsmittel am 19. Mai 1984 in Turin die Massenmedien als unverzichtbare Mittel für die menschliche Gesellschaft bezeichnet, zu denen aber auch die Kirche einen Zugang haben müsse. Die Medien müßten Instrumente der Wahrheit und der Freiheit sein.

„*Fernsehen in Italien: Bilanz und sozio-pastorales Mittel*“ war Thema des 13. Nationalkongresses für pastorale Kommunikation, der Ende April 1984 in Ariccia stattfand.

„*Die Hoffnung der Jugendlichen*“ war Thema einer Filmreihe, die aus Anlaß des Heiligen Jahres vom italienischen Filmverband „Ente dello Spettacolo“ und dem katholischen Filmzentrum in Rom Mitte April 1984 beendet wurde.

Die Rolle der katholischen Kinos stand im Mittelpunkt des 4. Nationalkongresses der „Associazione Cattolica Esercenti Cinema“ (ACEC), der vom 22. bis 24. Mai 1984 in Rom stattfand.

JUGOSLAWIEN

Die Konferenz für Glaubensfragen der jugoslawischen Teilrepublik Kroatien hat nach einer Meldung der KNA Mitte April 1984 beschlossen, „Kirchliches Druckmaterial“ regelmäßig zu analysieren, um rechtzeitig entsprechende Aktionen des Staates vorbereiten zu können, weil angeblich die Kirche sich immer mehr publizistischer Mittel bediene, um politische Aussagen zu machen.

NIEDERLANDE

„*Nederlandse Christlijke Radio Vereniging*“ (NCRV), christliche Rundfunkgesellschaft,

besteht im Jahre 1984 60 Jahre und ist damit die älteste christliche Rundfunkvereinigung des Landes; sie hat heute über 500.000 Mitglieder.

NORWEGEN

Eine Video-Produktionsgesellschaft wurde im Februar 1984 unter dem Namen „Eikon Ltd.“ in Oslo in Zusammenarbeit mit dem Internationalen Massenmedien-Institut in Kristiansand (IMMI) unter der Beteiligung von 20 verschiedenen christlichen Organisationen gegründet.

ÖSTERREICH

„*Das Pfarrblatt* hat von allen anderen Zeitungen ... insgesamt den höchsten Leserkreis im Weinviertel“ heißt es in einer Studie der Katholischen Aktion über das „Selbstverständnis des Weinviertels“ vom Sommer 1984. Mehr als 50% der Befragten lesen das Pfarrblatt, während die katholischen Wochenzeitungen „Furche“ und „Präsent“ nur von 3%, die Wiener Kirchenzeitung von 32% und die Kronenzeitung von 35% der Befragten regelmäßig gelesen werden.

Kirche und Neue Medien waren Themen eines Papiers, das der „Club M - Christen machen Medien“ im Frühjahr 1984 vorgelegt hat. Der Auftrag der Verkündigung des Evangeliums muß nach diesem Dokument u.a. Ausgangspunkt zur Beurteilung möglicher privater Anbieter in den neuen Medien sein.

POLEN

„*Studia i Dokumenty Ekumeniczne*“ heißt eine neue Zeitschrift für ökumenische Studien und Information, die seit dem Frühjahr 1984 in Warschau im Verlag „Novum“ der Christlich-Sozialen Gesellschaft erscheint. Zum Redaktionskollegium gehören Vertreter der Katholiken, Orthodoxen und Protestanten.

SCHWEDEN

Fünf Videotheken hat die Kirche von Schweden Anfang 1984 eröffnet, die Privatleuten ebenso offenstehen, wie Pfarreien. Das Experiment wird vom audio-visuellen Dienst der Kirche durchgeführt. Während

der halbjährlichen Erprobungszeit werden den Interessenten 40 verschiedene Videofilme zur Auswahl angeboten. Auch andere Kirchen im Lande, wie etwa die Pfingstler, haben bereits ähnliche Versuche begonnen.

SCHWEIZ

Bischof Pierre Mamie von Fribourg-Genf hat am 26. Mai 1984 die Direktoren und Chefredakteure der Vereinigung der katholischen Nachrichtenagenturen (CIC) in Fribourg i. Ü. empfangen und dabei auf die Notwendigkeit einer wahrheitsgemäßen Darstellung der Kirche vor allem durch die Presse hingewiesen. Der Bischof ist innerhalb der Schweizer Bischofskonferenz für Medienfragen verantwortlich.

„Radio Cité“ hat am 19. Mai 1984 in Genf als ökumenisches Lokalradio seinen Betrieb aufgenommen. Die Station ist ausschließlich von den Kirchen gegründet und will neben Information auch den Hörern direkte Dienstleistungen anbieten. Die Station, die von der evangelischen Landeskirche Genf, sowie der katholischen und der christkatholischen Kirche getragen wird, hat 40 Mitarbeiter und einen potentiellen Hörerkreis von 450.000 Personen.

„Mehr Wort Gottes am Radio und Fernsehen“ wurde in einer mehrheitlich von Freikirchen initiierten Petition mit 105.000 Unterschriften von der Schweizerischen Radio und Fernsehgesellschaft (SRG) im Frühjahr 1984 gefordert.

SOWJETUNION

Radio Vatikan wurde nach einer Übersicht der „Voice of America“ über den Einsatz von Störsendern im Jahre 1983 im Gegensatz zu anderen in russischer Sprache sendenden Kurzwellenstationen nur sporadisch gestört, so etwa bei der Übertragung der Osterbotschaft des Papstes.

SPANIEN

Das katholische Zeitungswesen des Landes befand sich im Frühjahr 1984 in einer Krise. So hieß es in einer am 17. Mai 1984 bekanntgewordenen Mitteilung der Geschäftsleitung des katholischen Zeitungsverbundes „Edica“, daß rund 360 Mitarbeiter mit der Kün-

digung rechnen müßten. Auch die katholische Tageszeitung „Ya“, deren Auflage von 140.527 Exemplaren im Jahre 1977 auf 109.530 im Jahre 1983 sank, war von Kürzungsmaßnahmen betroffen.

„Iglesia en Madrid“, diözesane Wochenzeitung in Madrid, hat Anfang 1984 ihr 25jähriges Bestehen gefeiert. Die unter dem Titel „Luz y Vida“ begonnene Zeitschrift erhielt ihre heutige Orientierung im Jahre 1974.

Ein spanischer Zweig der katholischen Weltunion der Presse (UCIP) ist im Januar 1984 in Madrid unter dem Vorsitz von Bischof Antonio Montero Moreno, dem Medienverantwortlichen der Bischofskonferenz, gegründet worden.

UNGARN

Kardinal Laszlo Lékai, Erzbischof von Esztergom und Primate Ungarns, hat im Frühjahr 1984 den Chefredakteur der Zeitschrift „Vigilia“, Hegyi, entlassen, weil er sich nicht an die Abmachungen seines Arbeitsvertrages gehalten habe. „Vigilia“ gilt als Diskussionsforum für einen Dialog zwischen Kirche und Staat.

VATIKANSTADT

„Church and Culture“ heißt ein neues Mitteilungsblatt, das der Päpstliche Rat für Kultur seit März 1984 veröffentlicht. Das Blatt erscheint in englischer, französischer und spanischer Sprache.

Die 36. Versammlung der technischen Kommission der europäischen Rundfunkunion fand vom 9. bis 13. April 1984 in der Synodenhalle des Vatikans statt.

Das „Centro Televisivo Vaticano“ (CTV) hat Ende Mai 1984 einen Fernsehfilm über das Attentat auf den Papst vom 13. Mai 1981 unter dem Titel „Die Vergebung“ veröffentlicht. Das Drehbuch schrieb der französische Schriftsteller Andre Frossard.

Papst Johannes Paul II. hat am 24. Mai 1984 die 150 Teilnehmer des 4. Nationalkongresses der katholischen Filmtheaterbesitzer („Associazione Cattolica Italiana Esercenti Cinema“) in Audienz empfangen.

OZEANIEN

AUSTRALIEN

Die unersetzbare Rolle der katholischen Information hat der Erzbischof von Sydney, Msgr. Edward Glancy, während einer Versammlung der Vereinigung der katholischen Presse Australiens in Sydney hervorgehoben. Der im Jahre 1983 gestiftete und nach dem früheren Weihbischof von Adelaide, Msgr. Philip Kennedy, benannte katholische Journalistenpreis wurde bei der gleichen Versammlung am 22. März 1984, dem ersten Todestag von Mgr. Kennedy, der Wochenzeitung der Erzdiözese Sydney „Catholic Weekly“ als bester Kirchenzeitung Australiens verliehen.

NEUSEELAND

„*Zealandia*“, katholische Wochenzeitung Neuseelands, beging am 10. Mai 1984 den 50. Jahrestag ihres Bestehens. Erster Redakteur der Zeitschrift war der spätere erste Kardinal des Landes, Msgr. Peter McKeefry.

PAPUA-NEUGUINEA

Ein christliches Medien- und Musikfestival wurde im Frühjahr 1984 zum ersten Mal von der Evangelisch-lutherischen Kirche von Papua-Neuguinea in Lae veranstaltet; das Festival wurde von Kristen Redio, dem evangelischen Produktions- und Kommunikationszentrum, in Zusammenarbeit mit anderen Zentren in Port Moresby, Rabaul, Madang ausgerichtet.