

# Communicatio Socialis

ZEITSCHRIFT FÜR PUBLIZISTIK IN KIRCHE UND WELT

in Verbindung mit  
Michael Schmolke (Salzburg), Karl R. Höller (Aachen)  
und Kees Verhaak (Nimwegen)

herausgegeben von  
FRANZ-JOSEF EILERS SVD (AACHEN)

---

16. Jahrgang 1983

Oktober — Dezember

Nr. 4

---

## Die Entwicklung der Massenmedien in Europa

Neue Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen in der Verkündigung  
der Frohen Botschaft

*von Gerd Bacher*

Ich verstehe mich als ein Praktiker, der die Vehikel vorzustellen hat, die in Zukunft der Verkündigung als Medien zur Verfügung stehen. Dankenswerterweise wurde ich in der Einladung<sup>1</sup> darauf aufmerksam gemacht, daß ich dies nur von der technischen und publizistischen Seite her zu besorgen hätte, ohne Berücksichtigung des pastoralen Aspekts. Ich werde mich in meinem Referat vornehmlich auf den engeren Begriff der Massenmedien beschränken, also vor allem auf die elektronischen und dann noch auf die Presse.

Das Thema hat drei Aspekte:

- den Zustand und die Entwicklung unserer Industriegesellschaft in Europa,
- die Situation und die Zukunft der Massenkommunikationsmittel, die ja Produkt und Spiegelbild unserer Gesellschaft sind,
- und schließlich, ob und welche neuen Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen für die Verkündigung bestehen.

### *1. Zustand und Entwicklung der Industriegesellschaft in Europa*

Nach der Aufbauphase der Nachkriegszeit und der Wohlstands- und Wachstumsphase der zwei vergangenen Jahrzehnte sind wir in ein drittes Stadium eingetreten. Europa wurde von einer wirtschaftlichen Rezession erfaßt, deren Ursache, Ausmaß und Rich-

Gerd Bacher ist Generalintendant des Österreichischen Rundfunks, ORF, in Wien.

tung umstritten sind. Entweder handelt es sich bei den seit einigen Jahren beobachteten Erscheinungen um einen zwar krisenhaften, aber im Grunde gutartigen Prozeß, dessen Ziel es ist, übertriebene und überhitzte Wachstumsvorgänge, Reformvorhaben und Glücksprophetien auf ein vernünftiges, realistisches — und damit menschliches Maß zu reduzieren. Oder wir stehen an der Schwelle einer tiefreichenden Dauerkrise, die nicht mehr nach den herkömmlichen Maßstäben und mit dem herkömmlichen Besteck zu behandeln sein wird.<sup>2</sup>

Wie dem auch sei, für unser Thema sind folgende Schlüsse zulässig:

- Vor uns liegen Jahre mit nur noch geringen wirtschaftlichen Zuwachsraten, gleichbleibender oder sogar noch steigender Arbeitslosigkeit, stagnierendem oder nur geringfügig wachsendem Lebensstandard und höchstens dem bisherigen Stand entsprechender sozialer Sicherheit.
- Europa sieht sich gezwungen, Umstrukturierungsprozesse gewaltigen Ausmaßes einzuleiten. Vor allem im Bereich der Schwerindustrie ist den Verhältnissen auf den Weltmärkten zu entsprechen. Diese Anpassungsvorgänge werden schmerzlich sein, und es gibt viele Anzeichen dafür, daß eine Verkürzung der Arbeitszeit weniger als Prämie für Fleiß und Produktivität als vielmehr als Verzweiflungsrezept gegen Massenarbeitslosigkeit zum Einsatz kommen wird.
- In dieser Situation gleichbleibenden, wenn nicht schrumpfenden Wohlstandes werden die Menschen keine weiten Sprünge machen können. Die Zahl der Fernreisen und teuren Urlaube wird nicht wie in der Vergangenheit steigen, der Anteil des frei verfügbaren Einkommens bleibt im besten Fall gleich.
- Die Menschen werden also freiwillig oder unfreiwillig mehr Zeit, aber nicht mehr Geld haben. Was liegt näher, als sich diese Zeit mit Hilfe der Massenkommunikationsmittel zu vertreiben, noch dazu, wenn diese immer zugänglicher werden. Daher ist einer der wenigen Wirtschaftszweige, der nicht unter der Strukturkrise leidet, die Kommunikationsbranche und dies sowohl auf dem hardware- wie auf dem software-Sektor, zu deutsch bei Geräten und Programmen. Die Elektronikindustrie ist ideenorientiert, innovativ; ihre „intelligenten“ Produkte eignen sich für Massenproduktion und Massenabsatz, sie erfordern wenig Rohstoff, wenig Energie und verursachen keine Umweltverschmutzung — wenn man von der geistigen Umweltbelastung absieht, die viele ihrer Erzeugnisse mit sich bringen. Die Entwicklung der neuen Medien wird maßgeblich von den Faktoren Freizeit und Finanzkraft der Privathaushalte bestimmt. Experten in aller Welt prognostizieren einen kontinuierlichen Freizeitzuwachs; was die Bereitschaft des einzelnen anlangt, für Bücher, Zeitungen, Radio, Fernsehen, Heimelektronik usw. Geld auszugeben, so wurde dafür bereits in den letzten zehn Jahren anteilmäßig am Haushaltsbudget immer mehr aufgewendet. Dieser Trend verlangsamt sich in der Krise, bleibt aber — siehe Freizeitgesellschaft — grundsätzlich erhalten. Im Überdruß des Massenverkehrs, der Energiekrise, des Umweltstresß haben Herbewegungsmittel, Medien, Dauerkonjunktur.

Im Frühjahr 1980 schrieb die „Washington Journalism Review“: Information kann für die USA eines Tages das werden, was für die Araber heute das Öl ist. Dieser Satz geht von der Überzeugung aus, daß die vielzitierte und wenig verstandene „Informationsgesellschaft“ die Schicksalslandschaft der Industrienationen sein wird. Um zu wissen, worüber wir hier reden, ist vor allem notwendig, eine Definition des Gummibegriffs „Informationsgesellschaft“ zu versuchen. Ich verstehe unter Informations-

gesellschaft nicht nur die Summe von Zeitungsverlagen, Radio- und Fernsehgesellschaften, Filme- und Büchermachern, und für mich sind die wichtigsterischen Berufsneurotiker unserer Tage — solche sind oft unter Journalisten zu finden — nicht ihre Zentralfiguren. Sie alle sind selbstverständlich Teilhaber und -nehmer jener auf uns in Riesenschritten zukommenden „Information“, die die „Washington Journalism Review“ mit dem von mir erwähnten gewaltigen Zitat im Sinne hat. Wie die Maschine im Mittelpunkt der Industriegesellschaft stand, wird die Information das Ding an sich, die wichtigste Sache der nach ihr benannten Gesellschaft sein. Alle Arten der Datenverarbeitung, der Steuerungssysteme, Büro- und Industrieelektronik, aber zunehmend auch die Ausbildung sowie die Medienlandschaft werden durch den Mikroprozessor als dem „Wappentier“ dieser Gesellschaft beherrscht.

Norbert Wiener, der große Kybernetiker, sagte einmal: „Information bedeutet Formverleihen, Form aber bedeutet die Anordnung der Elemente in einem System, bedeutet Struktur, Gestalt, Ordnung. Demnach ist der Informationsgehalt eines Systems ein Maß des Grades der Ordnung.“

## *2. Situation und Zukunft der Massenkommunikationsmittel*

Die globale Entwicklung der elektronischen Massenmedien ist durch drei Hauptbereiche der Innovation gekennzeichnet, die entweder schon eingeführt sind, sich eben in Einführung befinden oder noch in diesem Jahrzehnt eingeführt werden. Sie alle machen das bisher quasi eindimensionale Fernsehgerät zu einem Vielzweckgerät, einem Heimterminal für mannigfachen Gebrauch. Diese drei Hauptbereiche sind die Breitbandkabelsysteme, die Heimelektronik und der Rundfunk-Direktsatellit.

### 2.1 Die Breitbandkabelsysteme

Zu diesen zählen Fernsehen, Radio, Pay-TV, jede Art von Datenabrufung, Rückkanal, elektronische Plebiszite usw. Die Informationsgesellschaft der Zukunft wird weitgehend verkabelt sein, und das Kabel wird keinesfalls nur als Transporteur von Radio- und Fernsehprogrammen, sondern als Träger jeglicher Art von Massen- und Individualkommunikation dienen. Wer aber glaubt, daß das Kabel eine prinzipielle Erweiterung der Programmviefalt bringen wird, irrt. Die Erfahrungen in Belgien, dem meistverkabelten europäischen Land, zeigen: Geboten wird immer mehr vom Gleichen; die Zuschauer fahren einen Slalom von Krimi zu Krimi und von Show zu Show unter peinlicher Umgehung von Kultur und Information. Die eigentliche „Revolution“ auf diesem Sektor wird das Glasfaserkabel sein, welches das heutige Kupferkabel ablösen wird; haarfein, aber von schier unbegrenzter Kapazität. Was man ringsum in Europa baut, nimmt sich im Vergleich zu den USA noch recht klein aus: Dort installiert man schon die ersten Kabelsysteme mit über 100 Kanälen, wogegen man in Europa maximal an die 30 Kanäle hat. Gerade in diesem Zusammenhang erinnere ich an das zuerst Gesagte: Kabelsysteme sind die Infrastruktur der Kommunikationslandschaft und keinesfalls nur luxuriöses Vehikel der TV-Überflusgesellschaft.

### 2.2 Die Heimelektronik

Videokassette und Bildplatte werden ihren Weg analog der Langspielplatte und der Tonkassette gehen. Der Videorecorder dient zur Aufzeichnung von Programmen, er macht von Sendezeiten, von Programmfahrplänen unabhängig. Wiewohl es schon ein

großes Angebot an bespielten Kassetten gibt, wird die Domäne des Recorders letztlich die Aufzeichnung sein, denn die Bildplatte liefert das fertige Programm auf Dauer besser und billiger. Der Ärger am Videorecorder liegt vorderhand noch an den vielen nicht austauschbaren Systemen; jüngste Freudenbotschaft: man arbeitet an einer Universalkassette.

Die Bildplatte setzt sich erst zögernd durch. Zukunftsweisend ist hier das Philips-System mit einer in eine Plastikhülle eingeschweißten, total unempfindlichen Platte, die von einem Laserstrahl abgetastet wird. Die Platte weist einige Billionen Vertiefungen auf, durch die sie pro Seite 45 000 Einzelbilder speichert, die auch einzeln abrufbar sind. Das bedeutet, daß man zum Beispiel das 24-bändige Große Meyer-Lexikon ohne weiteres auf einer Bildplatte speichern und seitenweise abrufen kann.

### 2.3 Der Rundfunk-Direktsatellit

Nach internationaler Konvention ist jeder Staat, unabhängig von seiner Größe, zum Betrieb eines Satelliten mit maximal fünf Kanälen berechtigt. Jeder Kanal reicht für ein Fernsehprogramm oder für viele Hörfunkprogramme in Stereoqualität aus. Durch den Direktsatelliten wird das Fernsehen, das ja praktisch ein „Sichtfunk“ ist und vor jedem topographischen Hindernis Halt macht, grenzenlos und länderüberschreitend wie vordem nur das Radio. In der zweiten Hälfte der achtziger Jahre wird eine Reihe von Satellitenprogrammen in Mitteleuropa empfangen werden können. Europaführend ist das deutsch-französische Gemeinschaftsprojekt TV-SAT; in seinem Rahmen ist die Aufnahme eines deutschen Satellitenprogrammes für Ende 1985 / Anfang 1986 festgelegt; das französische soll etwa ein halbes Jahr später folgen. Der elektronische Riesenzwerg Radio Luxemburg hat seinen Satellitenstart vorsorglich ebenfalls um diese Zeit herum gebucht. Endgültiges ist aber noch nicht entschieden; die Skandinavier denken über einen NORD-SAT nach; die Engländer haben ein Satellitenprojekt mit zumindest zwei Fernsehkanälen, Start um 1986, bekanntgegeben; und die ESA, die European Space Agency, will mit ihrem L-SAT quasi Eurovision aus dem Weltraum betreiben. Über diesen Großsatelliten will auch Italien über eine oder zwei Frequenzen Satellitenprogramme abstrahlen. Insgesamt stellen sich in der europäischen Satellitenszene aber Ernüchterungen ein, wiewohl nach wie vor Projekte kommen und gehen (Kostenfrage, Großräumigkeit). In der zweiten Hälfte unseres Jahrzehnts ist jedenfalls mit mehreren europäischen Satellitenprogrammen zu rechnen.

Der Direktsatellit ist derzeit auch völkerrechtlich umstritten. Ein internationaler Rechtsstreit tobt um ihn, längst ehe er im Weltraum schwebt. Der Streit entbrannte um die Tatsache, daß der Satellit am allerbesten kann, was er nach mühevoll zustandegebrachten internationalen Übereinkünften überhaupt nicht sollte: nämlich die jeweiligen Landesgrenzen überschreiten. Davor haben nicht nur die Oststaaten begrifflichen Horror, sondern durchaus auch die sogenannte freie Welt. Geht's im Osten um bzw. gegen den free flow of information, so im Westen um die werbliche Ausbeutung lukrativer westlicher Märkte durch Fremdsatelliten. Die riesige Differenz, die zwischen der theoretischen und der praktischen Reichweite eines Satelliten liegt, heißt im Fachjargon spill over. Europäische Rundfunksatelliten können mehr Zuschauer im Ausland erreichen als in „ihrem“ Inland. Das gilt um so mehr, je kleiner das Land ist. Das elektronische Weltdorf, wie es der Medienapostel Marshall McLuhan beschrieben hat, steht tatsächlich vor der Tür.

Hier ist noch hinzuzufügen, daß sich die oft gestellte Frage Kabel *oder* Satellit nie gestellt hat. Kabel *und* Satellit wird es heißen; die Infrastruktur der Informationsgesellschaft wird von den Beiden gestellt werden.

Es verwechsle niemand das Medium und seine Inhalte. Wenn die elektronischen „Grünen“ im Zusammenhang mit dem Direktsatelliten die Schicksalsfrage stellen: „Brauchen wir noch mehr Fernsehprogramme?“, so ist ihnen darauf zu antworten: „Erstens nein, und zweitens geht's gar nicht darum.“

Mehr Fernsehprogramme kann man auch ohne den Satelliten machen: mit der Heimelektronik, mit den Kabelsystemen, mit neuen Sendern auf neuen Frequenzen, die noch in diesem Jahrhundert aufgemacht werden. Der Satellit ist nicht ein Synonym für mehr Programm, sondern für eine neue Dimension der Informationsgesellschaft. Er ist zunächst eine neue Übertragungstechnik; nicht notwendigerweise bedeutet er mehr Programm. Der Satellit ist die wirkungsvollste und ökonomischste Übertragungstechnik, billiger und weiterreichender als jede andere Technologie.

Die Entwicklung der Buchdruckerkunst seit 1455, des Films seit 1895, des Radios seit 1920 und des Fernsehens seit 1935 zeigen immer kürzere Innovationsperioden. Beim Auftreten jedes neuen Mediums wurde regelmäßig Lebensgefahr für die bisherigen Medien signalisiert. Doch es findet kein Medien-Darwinismus statt, sondern eine komplementäre Reaktion der alten Medien auf das neue. Tatsächlich hat sich erst in allerjüngster Zeit herausgestellt, daß von den Neuen Medien der Videorecorder das Medium mit der stärksten Verbreitungsdynamik ist. So wird in der Bundesrepublik Deutschland, wo zur Zeit etwa 15 Prozent der Haushalte über Aufzeichnungsgeräte verfügen, fix mit einer jährlichen Zuwachsrate von 5 Prozent gerechnet, was für Ende 1986 fast 30 Prozent und für das letzte Jahr dieses Jahrzehnts über 50 Prozent ergibt. Was an Videokassetten verkauft bzw. mit Videobändern aufgezeichnet wird ist in erster Linie — ich erinnere an meinen „Programmslalom“ beim Kabelfernsehen — Unterhaltung. Für den Bildplattenspieler prognostiziert man für das Ende des Jahrhunderts 22 Prozent, für Videotext etwa das Gleiche, für Bildschirmtext dagegen nur 4 Prozent.

Als Praktiker des Rundfunkbetriebes und Vertreter der Kommunikationsbranche muß ich die Dinge so darlegen, wie sie sind. Ich möchte keine Märchen von einem kommenden Bildungs- oder Erbauungselddorado erzählen, das mit der weiteren Verdichtung der Kommunikationsnetze und der Vermehrung des Angebots an Kanälen und Programmen vor uns liegt. Ich muß vielmehr Mythen zerstören, die sich aufgrund unzähliger Publikationen meist selbst ernannter Medienpropheten bei manchen gebildet haben könnten.

Zunächst glaube ich nicht, daß die Gesamtnutzungszeiten für die elektronischen Medien mit zunehmender Verkabelung, mit dem Einsatz von direkt ausstrahlenden Fernsehsatelliten und mit der Verfügbarkeit von Teletext, Bildschirmtext, Bildplatte und anderen Innovationen im Audio- und Videobereich erheblich zunehmen werden. Europa ist heute im Durchschnitt zu einem Drittel verkabelt, das heißt an echte Kabelunternehmen oder wenigstens an große Gemeinschaftsantennen angeschlossen. Dabei bestehen erhebliche nationale Unterschiede. An der Spitze stehen die Schweiz (63 Prozent), die Niederlande (67 Prozent) und Belgien (84 Prozent). Über den Fortgang der Verkabelung in großen Staaten wie in der Bundesrepublik Deutschland und in Großbritannien bestehen zwar unterschiedliche Meinungen, doch wird sich auch dort sehr bald die Unvermeidlichkeit des technischen Fortschritts erweisen. In der Schweiz wird die durchschnittliche Nutzungszeit des Fernsehens bei den Erwachsenen für 1982 mit 89 Minuten, in Holland mit 99 Minuten und in Belgien (frankophoner Teil) mit 129 Minuten angegeben. Für die Bundesrepublik Deutschland und Österreich, die beide nur in geringem Maße Auslandsprogramme empfangen können (Bun-

desrepublik Deutschland 10—15 Prozent, Österreich 20—25 Prozent), ergeben sich Nutzungszeitdurchschnitte von 115 bzw. 113 Minuten pro Tag.

Über die Printmedien muß ich mich aus Platzgründen mit der sehr pauschalen Feststellung begnügen, daß die neuen elektronischen Technologien vorerst nur deren Herstellung und weniger ihr Erscheinungsbild auf dem Markt betreffen werden. Langfristig könnte die Elektronik aber nicht nur die Herstellung in Form von Lichtsatz, Computersatz usw. betreffen, sondern dem Medium Zeitung neue Dimensionen verleihen. Wenig spricht allerdings dafür, daß die in diesem Zusammenhang zu nennende Faksimilezeitung (Heimdrucker) bald über das Versuchsstadium hinaus gediehen sein wird, wiewohl sie in einem ungeahnten Ausmaß Zielgruppenansprache möglich machen würde. Mit Sicherheit wird für die Printmedien auch in den achtziger Jahren gelten, was schon in den Sechzigern und Siebzigern gegolten hat: daß die Unkenrufe jeglicher Grundlage entbehren, wonach im Fernsehzeitalter weniger gelesen werde. Das Fernsehen quasi als Nervengas der Medienlandschaft, das alle Konkurrenten liquidiert, ist nie Realität, sondern nur Zwangsvorstellung von linken Zivilisationsmüden und rechten Kulturpessimisten gewesen. Ganz im Gegenteil: Nie zuvor wurde mehr gelesen als im Fernsehzeitalter, nie zuvor gab es vergleichbare Zeitungs- und Bücherauflagen, keine Rede vom „Untergang der Lesekultur“ und vom „Ende des Buchzeitalters“. Auch der Neo-Analphabetismus ist nicht die taube Frucht von comic strips und Fernsehen<sup>9</sup>; hier äußert sich ein — Gott sei Dank — sich wieder verflüchtiger Zeitgeist: Leistungs- und Bildungsfeindlichkeit.

Ich fasse zusammen, was uns im restlichen Viertel unseres Jahrhunderts massenmedial in Europa zur Verfügung stehen wird:

1. Radio und Fernsehen über terrestrische Sender, über Kabel und über Satellit. Die Medienlandschaft wird sich bunter, aber auch unübersichtlicher für die Kommunikationsstrategien der Kirche darstellen. Sie wird schwerer erfassbar und planbar sein. Das jahrzehntelange durch „public-service“ gekennzeichnete europäische Radio- und Fernsehwesen wird einem Nebeneinander von öffentlichen und kommerziellen Broadcastern Platz machen, wobei zu hoffen und anzunehmen ist, daß nicht das italienische, sondern das britische Beispiel Schule machen wird. Nicht nur, weil ich ein öffentlich-rechtlicher Rundfunkmacher bin, sondern weil die weltweite Erfahrung dies beweist, läßt sich die provokante Faustregel aufstellen: je mehr Kommerzialisierung, desto weniger anspruchsvoll sind die Programme.

Ein Postskriptum zum Thema Rundfunk: Radio wird auch von Fachleuten vielfach unterschätzt, zu Unrecht in den Fernseh-Schatten gestellt. Wo Radio gut gemacht wird, erzielt es Fernsehreichweiten und darüber. Freilich hat der Hörfunk im Fernsehzeitalter zum Teil andere Aufgaben und Möglichkeiten als früher; Jugendliche lassen sich ansprechen, und intellektuell anspruchsvolle Inhalte sind im Radio leichter umzusetzen als im Fernsehen.

2. Die Printmedien werden ihre zwei großen Entwicklungslinien der letzten Jahrzehnte noch konsequenter verfolgen: Einerseits breiteste Massenblätter, die oft viel mehr der Unterhaltung als der Information dienen, andererseits Spezialisierung auf Zielgruppen. Zur Entwicklung der Zeitungen und ihrem Verhältnis zum Rundfunk sind folgende Feststellungen wichtig:

— Die Zeitungen haben ihre Vorrangstellung als erste Nachrichtenvermittler verloren; das vermindert ihren Informationswert nicht, wenn sie im Sinne eines komplementären Selbstverständnisses verfahren.

- Da Radio und Fernsehen an Aktualität voraus sind, ist die Presse gezwungen, in weiten Bereichen dem Pfad zu folgen, den die elektronischen Medien spüren.
- Zwar mußte in den vergangenen Jahrzehnten ein ständiger Rückgang der publizistischen Einheit festgestellt werden (der erst in den letzten Jahren zum Stillstand kam), gleichzeitig stiegen jedoch die Auflagen enorm an.
- Zwar verzeichnet man seit Ende der fünfziger Jahre einen Rückgang der durchschnittlichen Zeitungslesedauer, gleichzeitig steigen aber die Reichweiten der Zeitungen ständig an, und es lesen offensichtlich immer mehr Menschen kürzer die Zeitung.

3. Unter den neuen Medien wird man für die Bedürfnisse der kirchlichen Verkündigungsstrategien in erster Linie wohl die Kabelsysteme nennen müssen. Massenhafte Verbreitung sehe ich aber weder für kirchliche Spezialkanäle noch für die — allerdings nur in Soziologenseminaren — viel zitierten open channels; nirgendwo sind letztere zu einem Erfolg geworden, das Entzücken darüber beschränkt sich auf die Selbstdarsteller. Wir sind eben von der elektronischen Agora offensichtlich noch weit entfernt. Bei Bildplatte und Videokassette sind die enorme Kapitalintensität und der Unterhaltungscharakter dieser Branche besonders zu beachten. Kassette und Bildplatte werden aber im Medienverbund eine wichtige Rolle spielen und angesichts eines zu kleinen Publikums oft die allgemeine Ausstrahlung ersetzen. Videotext ist zwar kein neues Medium, aber ein hervorragender Service; zudem billig, weil er bekanntlich auf der Austastlücke des normalen Fernsehprogrammes transportiert wird. Bildschirmtext dagegen — jener Dienst, der im Verein von Datenbanken, Telefon- und Fernsehgerät zustande kommt — ist nicht unter die Massenmedien einzureihen, kann aber möglicherweise im Rahmen kirchlicher Strategien Spezialaufgaben erfüllen. Der Direktsatellit bietet der Kirche erstmals die Chance, Möglichkeiten, die sie bisher nur beim Radio über die Kurzwelle hat, auch im Fernsehen zu verwirklichen.

Ich kann mir schwer vorstellen, daß Radio Vatikan in der Informationsgesellschaft des angehenden Dritten Jahrtausends auf Satelliten-Fernsehen verzichten wird. Darüber müßte man aber ob der Kompliziertheit des Themas ein eigenes Referat halten und überdies auch wissen, welche diesbezüglichen Pläne der Vatikan hat. Nur eine Überlegung möchte ich zu diesem Thema schon jetzt anmerken: Neben der teuren Möglichkeit eines eigenen Satelliten wird es viele Gelegenheiten der Nutzung als Untermieter anderer Satelliten geben.

#### *Exkurs: Ethische Aspekte des journalistischen Berufs*

Diesem technologischen Marktbefund der Massenmedien möchte ich noch einige ideelle Überlegungen anfügen, die mir wichtig für jedermann erscheinen, der über „Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen in der Verkündigung“ nachdenkt. Gleich wichtig oder noch wichtiger als technische Medienkunde sind für mich zwei Phänomene, auf die ich täglich stoße. Es handelt sich einerseits um die Medienverteufelung nach der Formel „Sie sind an allem schuld“, andererseits um das falsche Selbstverständnis der Medien als einer selbsternannten Vierten Gewalt, die zusätzlich zu, ja eigentlich über den drei klassischen Gewalten des Rechtsstaates fungiert.

Die in diesem Referat schon einmal erwähnte Medienverteufelung ist so gefährlich, weil sie das fatale Vehikel des Gegenteiles jeder Art von Verkündigung ist, nämlich das eines Nihilismus. Soziologen wie Kapläne gefallen sich oft in der pauschalen Zu-

weisung einer Sündenbock-Rolle: forsch kurzschließend tut man so, als sei die Massengesellschaft und ihre in der Tat bedenklichen Erscheinungen eine Erfindung der Massenmedien und nicht vielmehr umgekehrt. Der große polnische Philosoph Leszek Kolakowski hat unlängst in Wien vor jenem Zeitgeist gewarnt, der alles auf Dritte schiebt: Die Gesellschaft ist an allem schuld, und da niemand die Gesellschaft ist, ist niemand schuld. Das gilt auch in unserem Kontext: Der richtige Gebrauch der Massenmedien ist ein Teil unserer Selbstverantwortung; würde sie stärker wahrgenommen werden, würden auch die Massenmedien besser sein, was immer man darunter verstehen mag. Brauchbarstes Beispiel für diese Behauptung: Das Kind vor dem Fernsehschirm ist erst in zweiter Linie ein mediales Problem, in erster Linie wird hier über die Tauglichkeit des Elternhauses befunden. Nach Egon Friedell ist Gutenbergs auswechselbare Letter das Symbol des Humanismus schlechthin. Der Buchdruck habe überhaupt erst die Aufklärung ermöglicht. Ich wage den Analogieschluß, daß ohne die elektronischen Medien der Aufklärungsbedarf des Massenzeitalters nicht zu decken wäre.

Zum Mißverständnis von der Vierten Gewalt: So wenig ich den landläufigen Medienpessimismus teile, so habe ich einen anderen Denkansatz für Skepsis und Sorge: nämlich, in welchem fatalen Ausmaß die politische Kultur der freien, der westlichen, der Industrie-Welt vom sittlichen und professionellen Befund der Massenmedien abhängt. Unsere demokratischen Spielregeln, die Verfassungen, der Parlamentarismus, die repräsentative Demokratie wurden zu und für Zeiten erarbeitet, in denen man sich die Öffentlichkeit und noch weniger die veröffentlichte Meinung unserer Tage nicht einmal vorzustellen vermochte. Unsere demokratischen Institutionen und ihre Spielregeln arbeiten nicht mit Lichtgeschwindigkeit wie die elektronischen Medien. Zeitungen, Radio, Fernsehen dominieren die politische Landschaft. Noch nie in der Geschichte der Demokratie waren die handelnden Personen und Sachen derart der Öffentlichkeit ausgesetzt. Öffentlichkeitsarbeit ist daher schon der größere Teil der politischen Arbeit geworden. Nicht der innere Wert, die Wahrheit oder die Richtigkeit einer Sache bestimmen die Politik, sondern ihre mediale Verkäuflichkeit. Die parlamentarische Demokratie, die Auseinandersetzung zwischen Regierung und Opposition wird von den Massenmedien in einem Ausmaß verstärkt, das mit der ursprünglichen Lautstärke oft nichts mehr zu tun hat. Das traditionelle Kräftespiel der Demokratie wird sehr oft zu ihrem Zerrbild. Die notwendige Faktenkontrolle wird zur Systemkritik an sich, zum Heruntermachen, Opposition zu Obstruktion, Regieren zu Rechthaberei. „Politisch Lied, ein garstig Lied“ wird tagaus, tagein verkündet. Ob unsere demokratischen Institutionen ein derartiges Trommelfeuer überleben können, ist zumindest überlegenswert. Jedenfalls sind Systemverdruß und Vertrauenskrise nicht nur objektiv bedingt. Würde man untersuchen, ob mehr Dienst an der Wahrheit oder mehr Geschäft mit der „Wahrheit“ betrieben wird, so wäre ich des Ausgangs nicht sicher.

Mein Ausflug in die Berufsmoral drängt sich auf, weil wir Medienleute ein Instrumentarium an die Hand bekommen, das unsere Verantwortung ins schier Unerträgliche steigert. Sich dieser Verantwortung durch besonders dicke Haut oder Chuzpe zu entziehen, mag dem einen oder anderen weiterhelfen, der betroffenen Gesellschaft sicher nicht. Wenn heute soviel von der Verantwortung des Journalisten die Rede ist, dann sicherlich, weil dieser sie so oft vergißt. Unerklärlich ist es freilich nicht, daß gerade dieser Berufsstand mit seiner Zeit aus dem Leim gegangen ist. Vor zwei Jahrzehnten noch undenkbar, ist es Journalistenmode geworden, der Objektivität, der Sachlichkeit überhaupt, jede Lebensberechtigung abzuspochen. Es gäbe sie gewissermaßen gar nicht. Wenngleich die Objektivität zu Recht als eine freilich nie ganz erfüllbare Forde-

rung galt, hat sich anständiger Journalismus generationenlang bemüht, sie als beruflichen Haltungsveruch positiv einzunehmen. Es herrscht Informationsnotstand, wenn man gar nicht mehr erfährt, was die jeweils Verantwortlichen gesagt oder getan haben, sondern wenn man nur noch erfährt, was der Redakteur darüber denkt. Der Kampf gegen die Objektivität ist Ideologie: Abbau alles Glaubhaften.

Die Massenmedien als selbsternannte Vierte Gewalt sind eine Reaktion auf den Verfall unserer politischen Sitten. Das ist zwar einleuchtend, auf Dauer aber kein Rezept, es sei denn, man glaubt, daß man ein Übel am besten mit dem anderen bekämpfe. Diese Vierte Gewalt ist auch deswegen so problematisch, weil bei ihr nicht wie bei den drei klassischen Gewalten der Demokratie — Gesetzgebung, Rechtsprechung, Verwaltung — rechtlich normierte Zuständigkeiten von rechtlich normierten Organen ausgeübt werden. Die Massenmedien haben nicht der Präzeptor des Gemeinwesens zu sein, nicht außerhalb des oder über dem Rechtsstaat zu stehen, sondern sich in dieses Gefüge einzuordnen. Täten sie das nicht, so würden sie nach einer Definition des bekannten Schweizer Medienexperten Kopp zu „einem despotischen Element, wie jeder andere Machtfaktor, der die Bauprinzipien der Demokratie nicht respektiert“.

Zum Mißverständnis der Massenmedien als Vierte Gewalt schreibt ein denkbar unverdächtigter Zeitgenosse, Klaus Harprecht, einst Willy Brandts legendärer Redenschreiber, dann Politologieprofessor in den USA, wörtlich: „In der Tat scheint es, als habe sich die Maschinerie der Medien selbständig gemacht, völlig der Mechanik der eigenen Gesetze unterworfen, und sei nicht länger mehr von politischen und moralischen Kriterien kontrolliert. Der politische Eigenwille der publizierten Meinung ist ein Faktor des Entscheidungsprozesses unserer Tage geworden, der zu gründlichem Nachdenken Anlaß gibt — in Amerika und anderswo.“

Was Klaus Harprecht den „Eigenwillen der publizierten Meinung“ nennt, ist selbstverständlich keine Kritik an charakterfester Publizistik, am Eintreten für oder gegen eine Sache. Das von Harprecht gemeinte Übel ist die Perversion des Meinungsjournalismus, sind massenmediale Machtübernahmen von Aufgaben, die die Verfassung und der Rechtsstaat anderen zuweisen. Der anwaltschaftliche Journalismus als für den einzelnen und das Medium lukratives Geschäft neuzeitlicher Massenunterhaltung ist sehr oft Polizist, Zeuge, Richter, Staatsanwalt und Berufungsgericht in einem.

Der berühmte amerikanische Kolumnist Josef Krafft sagt, das Elend des Berufsstandes habe begonnen, als die Journalisten von den Rängen in die Arena heruntergestiegen seien, um selbst mitzumischen. Michael O'Neill, ehemaliger Chefredakteur von Amerikas auflagenstärkster Tageszeitung „The Daily News“, warnte vor der Jahresversammlung der American Society of Newspaper Editors vor Macht und Arroganz der Massenmedien. Objektive Berichterstattung werde zunehmend durch Meinungsjournalismus ersetzt, der die Verantwortlichen in ein Feindbild drängt, die Presse als ihre Verfolger sieht, und die Macher von Journalisten „erledigen“ läßt. O'Neill warnt davor, die Medien zum Drahtzieher des politischen Geschehens statt zu seinem Chronisten zu machen. Opfer dieser gefährlichen Entwicklung werde nicht nur der demokratische Prozeß sein, sondern auch die Massenmedien, die ihre Glaubwürdigkeit beim Publikum verlieren würden.

Es mag ein (schwacher?) Trost sein, daß wir angesichts der totalen Medienwelt von morgen dermaßen auf den Menschen verwiesen sind.

### 3. Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen für die Verkündigung

Nun zum letzten und sicherlich kürzesten Aspekt meines Referates, nämlich zu der Frage, ob und welche neuen Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen für die Verkündigung bestehen.

Daß es mehr und andere Transportvehikel geben wird, habe ich, hoffentlich, im Vorangegangenen zu erklären vermocht. Die quantitativen Chancen werden mit Gewißheit und im wahrsten Sinne des Wortes geradezu unendlich größer sein. Es ist kein Widerspruch, wenn ich trotzdem behaupte, daß die Verkündigung der christlichen Botschaft über Massenmedien in Zukunft noch schwieriger sein wird. Der massenmediale Lärm wird apokalyptische Ausmaße annehmen, die Versuchungen medialer Eitelkeit und Anbiederung werden immer drängender werden, die Verwechslung von Verkündigung mit Reklame bzw. umgekehrt wird sich immer öfter einstellen.

Ich kann nun keine Patentrezepte anbieten, weil es sie nicht gibt. Ich wage aber einige Ratschläge und Hinweise, die mir als nützlich erscheinen — auch wenn ich damit nicht ungeteilte Freude erregen werde.

Vorausschicken möchte ich zweierlei, nämlich eine sachliche und eine personale Erfahrung.

Die sachliche betrifft die Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“, zu der ich als Praktiker nur gratulieren kann. Diese Instruktion ist eine treffliche Gebrauchsanweisung. Sie müßte nur befolgt werden! Der personale Bezug betrifft den derzeitigen Heiligen Vater Johannes Paul II. Er erfüllt die von Paul VI. erlassene Pastoralinstruktion auf das vollkommene. Er ist kraft seiner besonderen Begabung imstande, über die modernen Massenkommunikationsmittel direkt mit den Menschen in Verbindung zu treten, sie gewissermaßen „ganz in ihrer Mitte stehend“ in ihrem Herzen zu erreichen. In einer Zeit obszöner Säkularisierung stellt er die sittliche Instanz schlechthin dar; Washington und der Kreml beneiden ihn um die Divisionen, die er nicht hat, und das alles ereignet sich über das Phänomen, von dem wir heute sprechen: über die Massenmedien. Es liegt in ihrer Natur, quasi zwanghaft auch das zu befördern, was sie nicht befördern wollen.

Meine Ratschläge:

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

2. Die uralte Branchenfrage, ob sogenannte „Gettosendung“ oder Durchdringung

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

3. Der heute von mir schon einmal zitierte Leszek Kolakowski meinte bei gleicher Gelegenheit, er fände es so befremdlich, daß, wann immer er theologischen Disputen zuhöre, über alles andere mehr geredet werde als über den lieben Gott, also über die Hauptsache. Er war sichtlich unzufrieden mit einer Kirche, die sich nach seinem Dafürhalten zu sehr als eine soziale Bewegung, quasi als eine Partei von Gottes Gnaden versteht. Ich teile diese Ansicht Kolakowskis und halte sie in der Überlegung massenmedialer Strategien für sehr relevant. Bei aller Wertschätzung für den deutschsprachigen Kirchenfunk befaßt er sich nach meinem Dafürhalten in zu großem Ausmaß mit simpler Lebenshilfe. Aber eben nicht mit einer Lebenshilfe, die über das Irdische hinausprojiziert, sondern die man von den einschlägigen Referaten politischer Parteien, der Volksfürsorge, der Mütterberatung usw. fast wortgleich beziehen kann. Das Rezept ist bekannt, man schleicht sich in die Gefühlswelt des Publikums ein und schlägt die Therapie vor, die dieses zu hören wünscht. Seine Rechtfertigung bezieht man aus hunderten von Hörer- oder Seherbriefen, die einem attestieren, daß man „ein lebensnaher Priester“ ist. Der Wert solcher Anbiederung scheint mir nicht weit entfernt vom enthüllenden Motto vieler Zeitungen zu liegen, daß sie sich „nichts anderem als dem Leser verpflichtet fühlen“. Ich sehe eine große Gefahr in solcher Beiläufigkeit und halte es für eine Überlebensfrage christlicher Verkündigung, autonome, gottbezogene Positionen einzunehmen, die freilich vom Vermittler sehr rare Eigenschaften verlangen: Er muß mehr glauben und mehr wissen als sein Publikum.

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

#### Anmerkungen

<sup>1</sup> Das hier wiedergegebene Referat hat ORF-Generalintendant Gerd Bacher am 20. 4. 1983 beim Treffen der Publizistischen Kommissionen der europäischen Bischofskonferenzen (18. bis 22. 4. 1983) in Bad Schönbrunn/Schweiz gehalten.

<sup>2</sup> Ralf Dahrendorf: Revolution der Mikroprozessoren. Hierzu: Stichwort „Ende der Arbeitsgesellschaft“.

## SUMMARY

In his paper for the meeting of communication responsible people at the European Bishops' Conferences in Schönbrunn, Switzerland, (18th—22nd April, 1983), the Director General of the Austrian Broadcasting dealt with the development of mass media in Europe and the possibilities and conditions of such a development for the proclamation of the Church. Society depends on information, but through new technologies the mass media are going to change. These changes are especially to be expected in three areas, in the broadband cable systems, the home electronics like video recorder and video records, and through direct broadcasting satellites. An oversaturation of the recipients however, despite the many programmes, at least for European countries, is not to be expected. Also print media like newspapers, periodicals and books are not going to suffer. The growing mass media however create ethical problems for journalists and producers. The growing possibilities are not matched with growing responsibilities. The extension of communication possibilities however has also new chances for the proclamation. The Church should however openly speak as Church and not as a social movement or relief organisation. People expect from her not questions, but answers.

## RÉSUMÉ

Dans son exposé présenté à la conférence des responsables pour la communication sociale des Conférences Épiscopales Européennes à Schönbrunn, Suisse, (18—22 avril 1983), le directeur général de la Radio/TV autrichienne traite le développement des média en Europe et les possibilités et conditions y résultant pour la proclamation de l'Eglise. Il décrit l'état de la société européenne, une société qui dépend l'information, dont les moyens de communication, sont en transformation, causés par les techniques électroniques, notamment dans les domaines des fibres optiques (Broad-band cables system), de la vidéo (recorder, cassette, disques) et des émissions directes par satellite. Malgré la plus grande offre d'émissions, on n'expecte pas une sursaturation des spectateurs et auditeurs — du moins pas en Europe. Aussi les moyens imprimés, journaux, périodiques et livres, ne souffriront pas, paraît-il, des nouveaux média. Mais la forte croissance des mass média emporte des problèmes éthiques pour les journalistes et les producteurs. Les responsabilités augmentées ne correspondent pas toujours avec l'augmentation des possibilités. Dans l'extension des possibilités de communication, on trouve d'une part des difficultés additionnelles, d'autre part des nouvelles possibilités pour la proclamation. L'Eglise devrait agir clairement comme Eglise et non pas comme aide sociale ou mouvement social. Le public expecte d'elle des réponses et non pas des questions.

## RESUMEN

En su documento para la reunión de responsables de la comunicación en la Conferencia Europea de Obispos en Schönbrunn, Suiza (18 al 22 de Abril de 1983) el Director General de la Radiodifusión Austriaca trata el tema del desarrollo de los medios masivos de comunicación en Europa y las posibilidades y condiciones de este desarrollo para la proclamación de la Iglesia. La Sociedad depende de la Información, pero a través de las nuevas tecnologías los mass media estan cambiando. Estos cambios son especialmente previsibles en tres areas, en el sistema de cable difusión, la electrónica en casa como el video recorder y discos video, y a través de la transmisión directa por satélite.

A pesar de la gran cantidad de programas que serán disponibles, como es el caso de la

mayor parte de los países Europeos, esto no implica directamente una sobresaturación de los receptores.

También los medios impresos como los diarios, revistas y libros no sufrirían por causa de esta situación. Sin embargo este crecimiento de los mass media crean problemas de ética para los periodistas y productores. El crecimiento de posibilidades no va a la par con el crecimiento de las responsabilidades. La extensión de las posibilidades de comunicación convellan también nuevas oportunidades para la proclamación. Como quiera que sea, la Iglesia debería hablar abiertamente como Iglesia y no como un movimiento social o una organización de Ayuda. La gente espera de la Iglesia no un cuestionamiento sino que respuestas.