

BERICHTE

ctn — Diözesan-Fernsehen in Chikago

Nach vierjährigen Vorbereitungen hat das „Catholic Television Network of Chikago“ (ctn) am 6. Januar 1975 seine Testsendungen begonnen. Die offizielle Einweihung und Eröffnung durch Kardinal John Cody fand im Beisein des Präsidenten der Päpstlichen Kommission für die Soziale Kommunikation Msgr. Andreas M. Deskur am 3. Februar 1975 statt.

Das Diözesanfernsehen in Chikago ist eine Institution des seit 1963 durch die nationale amerikanische „Federal Communication Commission“ bewilligten „Instructional Television Fixed Service“ (ITFS)-Systems. Wie damit ausgesagt wird, können die Programme dieser Sender nur mit besonderen Einrichtungen empfangen werden. Für die unmittelbaren Ausstrahlungen des ctn ist ein eigenes Empfangsnetz in katholischen Pfarreien und Instituten eingerichtet, wo die Programme für die Seelsorge, den Unterricht oder die Erwachsenenbildung ausgewertet werden. In den Pfarreien werden die Programme mit eigenen besonderen Parabol-Antennen und Umformern empfangen und dann innerhalb des Pfarrbereiches mit Kabel etwa ins Pfarrhaus, in die Kirche, die Schule usw. auf Fernsehempfänger weitergeleitet. Im August 1975 gab es in der 2,5 Mio. Katholiken umfassenden Diözese 350 solcher Empfangsstellen; mit 400 Abonnenten wird in nächster Zukunft gerechnet. Die Zentrale in der Stadtmitte Chikagos (One North Wacker Drive) leitet die Farbprogramme zu einer Antenne des Sears Tower Building, von wo sie dann, durch zwei weitere Verstärker im Norden und Süden unterstützt, in die ganze Erzdiözese ausgestrahlt werden. Insgesamt gibt es in den Vereinigten Staaten rund 150 solcher ITFS-Sendernetze, von denen neun von anderen katholischen Diözesen betrieben werden, die sich mit Chikago gerade zu einer gemeinsamen Organisation zusammengeschlossen haben¹. Die Lizenz für ein ITFS-System umschließt den Programmbetrieb auf vier Kanälen. So hat man in Chikago einen Kanal für die Weiterbildung von Priestern vorgesehen. Hier werden z. B. während der Woche Programme zur Vorbereitung der sonntäglichen Predigt ausgestrahlt. Ein weiterer Kanal ist der katechetischen Arbeit gewidmet, ein anderer dem Schulfunk, zum unmittelbaren Gebrauch im Unterricht der katholischen Schulen, von denen es allein 397 Elementarschulen in der Erzdiözese gibt. Der vierte Kanal ist der Berichterstattung über die Pfarreien und dem Erfahrungsaustausch zwischen den Pfarreien gewidmet. Neben englischen Programmen sind u. a. auch solche in spanischer Sprache vorgesehen.

Die technischen Möglichkeiten für vier Kanäle erfordern natürlich auch eine entsprechende Einrichtung für die Produktion. In seiner Zentrale in einem Hochhaus der Stadtmitte Chikagos hat das ctn ein früher RCA² gehörendes Stockwerk voll übernommen und umgebaut. Man verfügt neben den administrativen Einrichtungen über drei Fernsehstudios verschiedener Größe, die alle mit besten professionellen Geräten für Farbaufnahmen ausgestattet sind. Allein in der Anlaufphase von Januar bis Mai 1975 sind hier 3.171 Programme mit einer Gesamtsendezeit von über 977 Stunden produziert worden. Von diesen Programmen waren 2.343 dem Schulfunk, 231 der theologischen Weiterbildung, 480 der Erwachsenenbildung und 117 anderen Pro-

grammsparten gewidmet. Sämtliche Programme werden in Farbe und auf Videoband produziert. Der volle Beginn der Sendetätigkeit des ctn war für den 15. September 1975 vorgesehen. Dabei sind dann allerdings auch viele Wiederholungen des gleichen Programms während der Woche eingeplant, um möglichst vielen Interessenten eine Teilnahme zu ermöglichen. So wird z. B. die Sendung für Priester zur Vorbereitung der Homilie des folgenden Sonntags wöchentlich fünfmal wiederholt.

An der Spitze des Chikagoer Fernsehentrums steht als Direktor P. James Moriarty, der auch das Konzept entwickelt und den Aufbau seit 1971 geleitet hat. Er ist dem Kardinal unmittelbar verantwortlich. Ihm zur Seite stehen weitere Direktoren für die Produktion, für das Bildungsprogramm, für die Sendeleitung, für Technik und Verwaltung. Insgesamt waren im Sommer 1975 40 hauptamtliche und zusätzlich fünf nebenamtliche Kräfte in dem Unternehmen beschäftigt.

Die Kosten für die Errichtung des Chikagoer Fernsehnetzes werden mit insgesamt 4 Mio. Dollar (ca. 10 Mio. DM) angegeben. Davon entfallen auf das Produktionszentrum in der Stadt allein 2.374.538 Dollar (ca. 5,93 Mio. DM) und auf die Übertragungsanlagen 485.000 Dollar (ca. 1,2 Mio. DM), die sämtlich von der Erzdiözese Chikago getragen wurden. Die übrigen Kosten für die bei ihnen benötigten Anlagen müssen von den einzelnen Pfarreien bestritten werden. Bei Anschluß von 22 Sehstellen pro Pfarrei werden im Schnitt 2.710 Dollar (ca. 6.775 DM) an einmaligen Kosten, abgesehen von den entsprechenden Fernsehempfängern, angegeben. Von diesen 22 Sehstellen sind 16 in den betreffenden Schulen bzw. Klassenzimmern installiert. Die laufenden Kosten für das Unternehmen werden auf 750.000 Dollar (ca. 1,87 Mio. DM) geschätzt.

Die ITFS-Lizenzen sehen keinerlei Möglichkeiten zur Ausstrahlung von kommerziellen Programmen bzw. Anzeigen vor, wie es sonst bei den Fernsehstationen der Vereinigten Staaten üblich ist. So sieht das Unternehmen in Chikago, abgesehen von den Zuschüssen der Erzdiözese hier keinen Weg, durch eigene Initiative wenigstens die laufenden Kosten zu decken. Wohl aber ist man bereits dabei, die professionell mit Spitzengeräten ausgestatteten Studios jeweils für die Produktion von Programmen Dritter zu vermieten, um so zumindest einige eigene Einnahmen zu haben. P. Moriarty ist sich allerdings darüber klar, daß er niemals finanziell völlig unabhängig werden kann.

Selbstverständlich stehen auch die Produktionen aus Chikago anderen Diözesen des Landes zur Verfügung. Da Chikago ohne Zweifel am besten und großzügigsten von allen katholischen Unternehmungen ausgebaut ist, kann es das wichtigste Zentrum für die Produktion religiöser Programme in Amerika werden.

Verbunden mit den Büros und Studios des ctn ist auch das Kommunikationszentrum der Erzdiözese Chikago. Als Aufgaben dieses Zentrums werden angegeben: 1) Entwicklung eines Produktionszentrums für Videokassetten, Filme, Dias, Audio-Kassetten und Tonbildschauen, 2) Errichtung eines zentralen Medienzentrums der Erzdiözese und 3) die Mitarbeit für das Kabelfernsehen innerhalb des Erzbistums. Selbstverständlich bedeutet für diese Tätigkeiten das ctn-Produktionszentrum bei entsprechender Zusammenarbeit eine wichtige Grundlage.

Nach einer Botschaft vom 31. Januar 1975 an Kardinal Cody zur Eröffnung des Zentrums ist Papst Paul VI. überzeugt, daß „der Zweck dieses christlichen Apostolats von allen genau begriffen wird und daß das Zentrum stets zu den Zielen Verwendung findet, für die es gegründet wurde“³. Tatsächlich ist das Unternehmen, vor

allem auch wegen seiner Kosten, innerhalb der Diözese und in den Vereinigten Staaten nicht von Kritik verschont geblieben, obwohl der Kardinal versicherte, daß z. B. für die katholischen Schulen, denen z. T. Schließungen drohen, keine Gelder gekürzt würden. Auch wenn man einzelne Länder und die Gegebenheiten in anderen Kontinenten nicht ohne weiteres vergleichen kann, ist es doch aufschlußreich, die laufenden Kosten in Chikago (pro Jahr 750.000 Dollar) mit den laufenden Kosten einer größeren internationalen christlichen Rundfunkstation für einen ganzen Kontinent, wie der „Stimme des Evangeliums“ der Lutheraner in Addis Abeba, zu vergleichen. Deren jährliches Budget liegt wenig mehr als doppelt so hoch wie die Chikagoer Kosten. Ob sich der Einsatz der Erzdiözese gelohnt hat, wird man erst später beurteilen können. Sicherlich unterscheiden sich die Möglichkeiten und Verhältnisse in den Vereinigten Staaten in vielem von den Situationen in Europa, Afrika oder Asien.

Franz-Josef Eilers (Aachen)

Anmerkungen:

1. Francis J. Ryan: Catholic Television Network in the USA. Multimedia Bulletin 18. Rome, 1975; vgl. auch CS 8:1975, 275.
2. RCA = Radio Corporation of America.
3. Zitiert in „New World“, Wochenblatt der Erzdiözese Chicago, 83:1975 vom 7. 2. 1975, No. 6, S. 1.

Christliche Kommunikationskonferenz in Malawi

Für die christlichen Kirchen Ost- und Zentralafrikas ist es schon zur Regel geworden, daß sie alle zwei bis drei Jahre gemeinsame Konferenzen ihrer Kommunikationsexperten abhalten. Auf katholischer Seite ist dafür das Kommunikationsbüro von AMECEA, dem gemeinsamen Sekretariat der Bischofskonferenzen von Uganda, Kenia, Tansania, Malawi und Sambia zuständig; auf evangelischer Seite sind es die Kommunikationsverantwortlichen der nationalen Christenräte der gleichen Länder. Nach Konferenzen zum Thema „Kommunikation und Entwicklung“ 1971 in Lusaka und „Kommunikation und pastorale Arbeit“ 1973 in Nairobi stand die Konferenz vom 25. bis 30. August 1975 in Blantyre (Malawi) unter dem sehr allgemeinen Thema „Kommunikation und Mensch“. Tatsächlich täuschte diese Angabe, denn zum ersten Mal hatte man sich entschlossen, sich bei diesem Treffen der Frage der eigenen Weiterbildung und dem Erfahrungsaustausch für kirchliche Verlags- und Rundfunkarbeit zu stellen. Den größten Teil der Konferenz verbrachten die für christliches Schrifttum Verantwortlichen und die Hörfunkleute getrennt in eigenen Arbeitsgemeinschaften. Dabei war für die Hörfunkteilnehmer an zwei Tagen eine Art Festival mit eigenen Produktionen eingeplant, und die Verlagsteilnehmer waren gebeten worden, die Erzeugnisse ihrer Verlagshäuser auszustellen.

Mit ausgezeichnetem Sachkenntnis leitete Dr. Michael Traber, Lektor am „Africa Literature Centre“ in Kitwe (Sambia), die Arbeitsgemeinschaft Publikationen, wo alle Schritte von der Suche nach Autoren über Manuskript, Herstellung und Marketing eingehend besprochen wurden. Selbstverständlich konnte es sich bei der Kürze der Zeit und der Art eines solchen Treffens nur um einen kursorischen Überblick und einen knappen Erfahrungsaustausch handeln. Bedenkt man aber, wie in fast allen kirchlichen Verlagshäusern und Druckereien für die Buchproduktion auch heute noch Menschen verantwortlich sind, die selten eine volle Fachausbildung erhalten haben, und bedenkt man weiter die Isolation, in der viele von ihnen arbeiten, dann hatte ein solches Arbeitstreffen durchaus seinen Sinn. Weniger glücklich waren die kirchlichen Rundfunkverantwortlichen: Kanonikus Yinka Olumide, der frühere Direktor des Rundfunkausbildungszentrums der Allafrikanischen Kirchenkonferenz in Nairobi, der diese Arbeitsgemeinschaft leiten sollte, mußte im letzten Augenblick aus Nigeria seine Absage schicken. So blieben die Rundfunkleute — übrigens sind viele von ihnen frühere Schüler des Zentrums in Nairobi — mehr auf der Ebene des Erfahrungsaustausches. Eine ebenfalls vorgesehene fachliche Weiterbildung, die über die alltägliche Arbeit hinausführen sollte, kam zu kurz.

Einer der Höhepunkte des Treffens war nach allgemeinem Urteil die Eröffnungsansprache von Bischof Patrick Kalilombe von Lilongwe, einem der führenden katholischen Theologen Afrikas, der sich als Exeget stets besonders aufgeschlossen gegenüber den Anliegen der christlichen Publizistik gezeigt hat. Seine Gedanken zur Aufgabe des Kommunikators in christlicher Sicht verdienen Beachtung auch über Afrika hinaus¹.

Die Bedeutung und Förderung einheimischen afrikanischen Schrifttums war nicht nur Thema eines eigenen Veranstaltungsabends in Zusammenarbeit mit der Universität von Malawi, sondern schlug sich auch in den für jede Konferenz obligatorischen Resolutionen nieder. Unter den Aktionen, die von den Verlagsvertretern verlangt wurden, ist geplant, Werke einheimischen afrikanischen Schrifttums einschließlich Drama und Dichtung zu fördern. Man ist sich bewußt, daß für die Verlagsprogramme die wirklichen Nöte und Interessen der afrikanischen Bevölkerung und die brennenden Fragen der Gegenwart entscheidendes Kriterium für die gesamte Arbeit sein müssen. Das offenbar nicht immer ungestörte Verhältnis zwischen den Verlagen und der offiziellen Kirche soll durch ständige Kontakte und größeres gegenseitiges Vertrauen verbessert werden. Eine engere Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Verlagshäusern, ja eine Kooperation etwa bei Katalogen, Vertrieb und Werbung, sollen entwickelt werden. Eine klare Produktionsplanung ist auf Seiten der Verleger erforderlich, aber auch eine Leseerziehung der potentiellen Kunden. Beim Africa Literature Centre in Kitwe soll eine eigene Kraft angestellt werden, die für Ausbildungskurse und auch für Beratungszwecke in Verlags- und Druckereifragen für ganz Ostafrika zuständig sein soll. Hier wird auch ein zweimal jährlich erscheinendes Informationsblatt über christliche Verlagsarbeit in Afrika hilfreich sein, das ebenfalls angeregt wurde.

Offenbar nutzen nicht alle Länder Ostafrikas die den Kirchen zur Verfügung gestellten Sendezeiten der nationalen Rundfunkstationen voll aus. Diesem Mangel will die erste Rundfunkresolution der Arbeitstagung in Blantyre abhelfen, die u. a. auch stärkeren schöpferischen Einsatz bei der Programmgestaltung fordert. Einheimische Musik und Musikformen sollen maßgeblicher entwickelt und dem Hörspiel als religiöser Programmform mehr Beachtung geschenkt werden. Informations- und Programm-

austausch gelten auch hier als vorrangig, und selbstverständlich kann auch die fachliche Ausbildung „nicht genug betont“ werden. Für das kirchliche Rundfunkausbildungszentrum in Nairobi wird eine Fachauswertung der bisherigen Arbeit als Grundlage für die weitere Planung gefordert. Weiterbildungskurse kommen neben den halbjährlichen Einführungskursen auf das Programm, und schließlich soll auch eine Übersicht über bereits in Afrika bestehende nichtkirchliche Ausbildungsstätten sehr hilfreich sein. Der Austausch von Fachkräften zwischen verschiedenen Ländern soll ebenfalls gepflegt werden.

Die übrigens von einem nationalen Komitee ausgezeichnet organisierte Konferenz in Blantyre hat sicher manche Anregungen gegeben. Für die Zeit bis zur nächsten Konferenz dieser Art in zwei oder drei Jahren, die der Bedeutung der audiovisuellen Mittel nachgehen soll, faßte man in Blantyre gute Vorsätze. Wenn nur ein Teil von ihnen verwirklicht wird, haben sich Mühe und Kosten gelohnt.

Franz-Josef Eilers (Aachen)

Anmerkung:

1. Vgl. den Text des Referats auf den Seiten 29—38 dieser Ausgabe.

Salzburger „Seminar '75“ : Christliche Botschaft in säkularisierten Medien

Wie das derzeitige Verhältnis zwischen religiösem Wort in den Medien, der Kirche und der Gesellschaft aussieht — darüber sollte das „Seminar 75“ Auskunft geben, das vom 6. bis 8. November 1975 in Salzburg stattgefunden hat. Journalisten waren vom österreichischen Katholischen Zentrum für Massenkommunikation eingeladen worden, sich über mehrere Tage zum Thema „Christliche Botschaft in den säkularisierten Medien“ mit Fachleuten auseinanderzusetzen. Dem Organisator Alois Huter war es gelungen, namhafte Referenten nach Salzburg zu bringen.

In seinem Grundsatzreferat über „Die Welt als Mittler ihrer Transzendenz“ bezeichnet der Münchener Kultur- und Gesellschaftskritiker Gerhard *Szczesny* die Medien als jene Künste, über die der Mensch etwas über sich selbst erfahre: „Ein nie versickernder Strom von Neuigkeiten suggeriert, daß Einsicht im Sammeln von Fakten besteht und ein geglücktes Leben darin, aus solchen Fakten Nutzen zu ziehen.“ Zur Karikatur werde dieses Welt- und Menschenbild jedoch in der Werbung: „Der Besitz eines bestimmten Autos, Zigaretten, gesundes Zahnfleisch und blütenweiße Wäsche...“ als Inhalte und Ausweise heilen Lebens. Jene Sendungen jedoch, die sich nicht nur mit der bloßen Darstellung der Faktizität, „wie das Leben ist“, begnügen, sondern in denen auch versucht werde, eine korrigierende Wirkung im Sinne von Kunst auf ein Publikum auszuüben, weisen ein ganz wesentliches Merkmal auf: „Sie kennen selbst

nicht das Ziel, auf das sie hinweisen.“ Damit könnte man jetzt wohl nach dem Wert und Unwert von Verkündigungssendungen im Rundfunk fragen.

Die vorangegangene Aussage allein aber genügt u. E. nicht, um diese Frage zu beantworten, denn selbst der Dialog innerhalb der Kirche läßt erkennen, wie mangelhaft so manche Zielvorstellung über christliches und verkündigendes Wort ist. Dies erschwert natürlich den kommunikativen Prozeß zwischen Theologen, kirchlichen Vertretern und Medienleuten sowie zuguterletzt auch dem eigentlichen Publikum, das ja der Hauptbetroffene dieser Entwicklung ist. Szczesnys Überlegungen zur Frage eines „religiösen“ Kontrastprogramms in den Massenmedien enden mit dem Aufruf: „Diese Welt bedarf nicht der Zustimmung, sondern des Widerspruchs. Überall dort also, wo Religion sich zu Wort meldet, muß sie die Menschen erst an die Grenzen ihres gewohnten Lebens und Denkens führen . . ., bevor sie ihnen die Dinge, ‚wie sie sind‘, zurückerstattet.“

Um auf die Zielvorstellung zurückzukommen — je klarer und deutlicher biblisches Wort an den Menschen herangetragen werde, je mehr man auf Seiten der Theologie diese biblische Botschaft aktualisiere, desto größer sei die Chance, Gotteserfahrung von außen nach innen zu tragen. Der bekannte evangelische Theologe und Publizist Heinz Zahrnt aus Hamburg, Vertreter einer narrativen Theologie, präzisiert dies: „Die in den biblischen Zeugnissen gespeicherten Gotteserfahrungen sind wie Viren, die sowohl latent bleiben als auch virulent werden können. Wenn sie virulent werden sollen, dann müssen sie so nacherzählt werden, daß sie zu möglichen Antworten auf die Fragen unserer Geschichte und Zeit werden, — was aber heißt dies anderes, als daß die in der Bibel gespeicherten und durch die kirchliche Tradition an uns gelangten Gotteserfahrungen nicht nur nach- und weiter-, sondern auch *neu* und *umerzählt* werden müssen.“ Auf diese Weise könnten die Theologen auf die Herausforderung der Säkularisierung mit der Umadressierung der biblischen Botschaft reagieren.

So meint auch der Ordinarius für Moraltheologie an der Universität Salzburg, Stefan Rehr: „Christliche Wahrheit und daraus resultierende ethische Imperative müßten in einer Sprache herangebracht werden, die möglichst frei ist von theologischer Fachsprache . . . Die Sprache der informativen Verkündigung soll also eine Sprache sein, die jedem unmittelbar verständlich wird.“

Trotz dieser Forderung nach einer säkularisierten, also von jedem verstehbaren Sprache, dürfe es beim Bemühen um Verständlichkeit nicht zu Verkürzungen christlicher Botschaft kommen. Dieses Bemühen versteht Rehr als eine seiner wichtigsten Thesen bei der Verdeutlichung christlicher Botschaft und der Frage nach ethischen Imperativen: „Die Verkündigung der christlichen Botschaft . . ., das engagierte Darlegen des christlichen Bekenntnisses, der christlichen Lebensauffassung und der Prinzipien christlicher Lebensgestaltung.“ Desto weniger können christliche Sendungen als Belangsendungen verstanden werden. Für eine Belangsendung müsse gezahlt werden, für Sendungen von übergreifendem Interesse zahle der Rundfunk. Werbung müsse als solche gekennzeichnet sein und dafür müsse ebenfalls gezahlt werden, denn gerade Werbesendungen seien klassische Belangsendungen. Daher, so Rehr, könne man nicht einfach sagen, daß kirchliche Sendungen zwar informieren dürfen, daß ihnen aber keinerlei Charakter von Werbung anhaften dürfe.

Weihbischof Alois Wagner aus Linz bezeichnet es als Zielsetzung für die Massenmedien, die christliche Botschaft als entscheidenden Wert zu verkünden und die Gesellschaft mit dieser Botschaft zu durchdringen: „Die Massenmedien haben als

größte Kanzel und als Informationsambo die wichtige Möglichkeit, hier mitzumachen.“ So betont Wagner auch die Wichtigkeit des Miteinanders der in den Medien Tätigen: „Die Kirche darf kein vis-à-vis für sie sein . . . , die Kirche sind sie selbst. Mit dem Dank und dem Wissen, daß wir miteinander die Verkündigung der guten und entscheidenden Botschaft Jesu Christi für die Gesellschaft erfüllen dürfen, stelle ich fest, daß die Botschaft Jesu und der Glaube daran so wichtig sind, daß ohne Glauben das Leben den Sinn verliert.“ Diese für die in den Medien Tätigen so bedeutende Aussage zeigt, wie wichtig es ist, auf die spezifischen Gegebenheiten aller im Verkündigungsprozeß Mitarbeitenden einzugehen und den Dialog oder das Gespräch an dieser Stelle zu intensivieren.

Denn hier hat auch der Versuch der Kennzeichnung des Verhältnisses von Gesellschaft, Person und Religion anzusetzen, wie es etwa der Passauer Theologieprofessor Paul Zulehner aus soziologischer Sicht formulierte:

„Vom gesellschaftlichen Standort der Kirche wird das religiös-kirchliche Verhalten der Mehrzahl der Bevölkerung mitbestimmt.“ Zulehner beobachtet für die Gegenwart einen Prozeß der Entflechtung von Gesellschaft, Person und Religion. Wenn von Religion und Kirche im Zuge von Säkularisierung gesprochen werde, sei es vorrangig der Verfall von „Kirchlichkeit“, der zuerst sichtbar gemacht werde. Als eine grundsätzliche Funktion der Kirche bezeichnet Zulehner die Stabilisierung des Lebens in einem umfassenden Sinn: „Religion dient als heiliger Schild. Je religiöser Menschen sind, umso ausgeprägter ist ihr Stabilitätsverlangen.“ Daraus entstehe auch die Stellung des Menschen zwischen zwei Erwartungsblöcken: „. . . nämlich auf der einen Seite die Kirche, kirchliche Erwartungen . . . , und auf der anderen Seite gibt es heute gesellschaftliche Erwartungen . . .“ Erwartungen seien nicht bloß intellektuelle, anschauliche Systeme, sondern üben einen massiven, nachhaltigen Einfluß auf den Menschen aus. Neben partiellen Übereinstimmungen zwischen kirchlichen und gesellschaftlichen Erwartungen gebe es auch Dissonanzen: „Das sind Hauptbereiche, wo heutige Menschen eine Dissonanz erfahren, zwischen dem, was man heute in bestimmten gesellschaftlichen Bereichen maßgeblich denkt, und zwischen dem, was in der kirchlichen Gemeinschaft tradiert wird.“ Die Bewältigung des Konflikts durch jene, die an den Rändern der Kirche, etwa in den Medien arbeiten, charakterisiert Zulehner so: „Die Versuchung der Medienleute ist nicht der Rückzug in die Kirche, sondern es besteht eher die andere Versuchung, einfach doch im Randdruck der Öffentlichkeit, die diese im Medium erleben, dorthin auszubringen.“ Für die mediale Arbeit brauche es daher eben Leitbilder, Opinion-Leaders: „Massenmediale Kommunikation ist eine Zweistufenkommunikation; sie filtert sich also und bricht sich über Persönlichkeiten des alltäglichen Lebens, die dann von den Medien übernehmen und selbst ein Kanal zu weiteren Menschen sind.“

Wie die Generaldiskussion abschließend zeigte, müßte die Verkündigung des Evangeliums immer wieder aufs neue angegangen werden. Denn weder Einschaltziffern noch die Popularität eines Sprechers zeigen die Wirksamkeit der Verkündigung. Die Zukunft der Medien liege eben darin, die Vielfalt der Verkündigungssendungen mit einzubeziehen. Der Generalsekretär des Österreichischen Rundfunks (ORF), Paul Twaroch, verweist auf diese Vielfalt: „Die gesetzliche Verankerung allein wird schließlich dazu führen, daß kirchliche Sendungen aus der Gesamtzeit verdrängt würden, wenn sich die Kirche nicht darum bemüht, dem Programmauftrag auch gerecht zu werden.“ Er forderte ferner von den Vertretern der Kirche, daß der Gesamtprogrammauftrag des ORF zu überschauen sei, damit dieser von der Kirche

auch besser genutzt werden könne. Kirche habe nach seiner Ansicht überdies als kultureller Faktor im Programmauftrag deckungsgleiche Ziele wie die der Unterhaltung und der Vermittlung von Kunst und Kultur.

Die Möglichkeiten der Verkündigung im ORF seien nach Ansicht der kirchlichen Vertreter gut genutzt. Eine Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit der Kirche würde eine verstärkte Ausnutzung von 5-Minuten-Sendungen, besonders im Hörfunk, bedeuten. Ein Bemühen sei es, eigene Produktionen der Kirche zu initiieren und die Medien im allgemeinen Gemeindeleben einzusetzen, denn sonst könne man nicht von „Christlicher Botschaft in säkularisierten Medien“ sprechen. Mit den Methoden der (rundfunk-)medialen Verkündigung will man als Zielgruppe vor allem die der Kirche Fernstehenden ansprechen, ansonsten würde die Kirche weiter dem Verdacht ausgesetzt sein, einen lediglich inneren Monolog zu führen.

Rudolf Strobl (Salzburg)

Von der Eigeninitiative zur Gemeinschaftsaufgabe: 25 Jahre Arbeit der Christlichen Presse Akademie

Als im Oktober 1975 in Bad Boll bei einer dreitägigen Tagung des 25jährigen Bestehens der Christlichen Presse Akademie, kurz cpa genannt, gedacht wurde, fehlte es nicht an nostalgischen Rückblenden in die Gründerjahre. Das war damals, als man sich noch mit dem Fahrrad auf den Weg machte, um aus Norddeutschland ins entfernte Bad Boll in Württemberg zu gelangen, als fünfzig Mark Taschengeld für vier Wochen als Reichtum galten, als man sich ohne weiteres damit abfand, zu dritt, zu viert oder gar zu fünft in einem Zimmer zu wohnen, in dem zugleich gearbeitet werden mußte, das war schließlich damals, als die junge Demokratie ihre ersten Gehversuche machte, die Kirche von vielen begehrt wurde und Menschen bereit zu sein schienen, für eine freie Publizistik notfalls auf die Barrikaden zu gehen. Zu lange hatte man geistig gedarbt, zu groß war der Nachholbedarf der Kriegsgeneration. Von wem seinerzeit der eigentliche Anstoß zur Gründung der Christlichen Presse Akademie ausging, läßt sich nicht mit vollkommener Genauigkeit sagen. Immerhin klaffen die Varianten nicht weit auseinander. In die cpa-Geschichte sind als Gründer eingegangen der Publizist Christoph Freiherr von Imhoff, der Theologe Eberhard Stammler und der Akademiedirektor Eberhard Müller. Zu ihnen gesellte sich bald der damalige und langjährige Vorsitzende des Deutschen Journalistenverbandes Helmut Cron. Die entscheidenden Anstöße für die Arbeit der Christlichen Presse Akademie sind von diesen vier Persönlichkeiten ausgegangen, denen sich die cpa bis auf den heutigen Tag verbunden fühlt und von denen zwei noch der jetzigen Leitung des Fachbereichs 2 im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (= Vorstand der cpa) angehören.

I. Der Stil

Der Anfang war ein Experiment. Es standen zwar Tagungsräume in der Evangelischen Akademie Bad Boll zur Verfügung. Es gab gewisse Vorstellungen, was man wollte und was man nicht wollte. Aber es fehlte im Grunde ein festes Konzept, es gab keine festen Leitlinien (und gibt sie bis heute nicht). Vielleicht liegen darin bis heute Eigenart, Anziehungskraft und der Stil der Christlichen Presse Akademie begründet. Sie lebte jahrelang zwangsläufig so von der wirtschaftlichen und personellen Improvisation, daß sie auch heute nicht ganz darauf zu verzichten vermag. Das gibt ihr andererseits die Chance, unabhängig von starren, langfristig verabschiedeten Programmen so aktuell wie nötig und möglich zu sein und auf die Erfordernisse so schnell einzugehen, wie es angebracht erscheint. Sie schleppt keinen großen Apparat mit sich herum und kann trotzdem (oder deshalb) den Kontakt zu den einzelnen Interessenten und Teilnehmern sehr eng gestalten. Sie ist in ihrer Programmgestaltung nicht abhängig von den Empfehlungen einer Lobby, sondern nur an sachlichen Erfordernissen orientiert. Sie ist aber auch nicht bindingslos, und es wäre ebenso falsch, die cpa des permanenten Richtungswechsels bezichtigen zu wollen. Sie ist sich selbst und ihrer Urkonzeption in den 25 Jahren ihres Bestehens erstaunlich treu geblieben.

Von Anfang an war es nicht das Ziel, ein journalistisches Ausbildungsinstitut zu gründen. Allen Beteiligten war klar, daß in vier Wochen noch so intensiver Schulung kein fertiger Journalist geboren werden kann und daß kein noch so exzellenter Kurs die langfristigen praktischen Erfahrungen bei der Redaktionsarbeit zu ersetzen vermag. Es ging um etwas anderes: nämlich um Hilfe bei der Berufsfindung. Das war seinerzeit, als zwar auch Zulassungsbedingungen das Studium erschwerten und ein freier Beruf mit unzähligen unübersehbaren Risiken belastet zu sein schien, aber zugleich auch alle Beratungsmöglichkeiten unserer Zeit nicht existierten, etwas völlig Neues und zugleich etwas dringend Notwendiges. Unter möglichst realen Bedingungen (Nachricht über ein aktuelles Ereignis in zehn Minuten, Kommentar über eine Nachricht in der für Tageszeitungen gebotenen Kürze, Theaterrezension für die Morgenzeitung noch nach dem abendlichen Theaterbesuch, Herstellung einer Übungszeitung vom Layout bis zum Druck) sollte die Eignung der Kursteilnehmer getestet werden. Die Arbeiten wurden (und werden bis heute) bei ihrer Rückgabe in voller Offenheit und mit Namensnennung vor dem Kreis der Teilnehmer besprochen, es gab (und gibt) viel Zeit für Einzelgespräche mit Lehrgangleitern, auch wenn dafür meist die Nächte zum Tag gemacht werden müssen. So wurden Illusionen getötet, es wurde zum Risiko ermutigt, Verzweifelte wurden getröstet, allzu Sichere hinterfragt. Manch ein Publizist in deutschen Ländern, der sich mittlerweile einen bekannten Namen gemacht hat, hat diese ersten Lehrgänge der Anfangsjahre 1950 und 1951 selbst besucht, hat unter dem Streß dieser vier Wochen gestöhnt, um nachher zu entdecken, daß sie eine gute Einübung in den späteren Beruf waren. Maßstäbe verantwortlichen journalistischen Handelns wurden gesetzt, die Hörfähigkeit wurde geschult, die Gesprächsbereitschaft gefördert. Das ist bis heute der Stil der cpa geblieben: man kann sich aufeinander verlassen — in Kritik und Anerkennung.

II. Das Ziel

Das bisher Gesagte mag den Eindruck einer allzu rosigen Erinnerung an längst vergangene Tage erwecken, einer genialen Improvisation, der es vergönnt war, scheinbar zufällig Bestand zu haben. Dieser Stil des fairen Umgangs miteinander, trotz

zum Teil erheblicher Gegensätze, konnte nur glaubwürdig sein, wenn eine tragfähige Basis der Arbeit Halt gab. Nicht von ungefähr war die cpa ein Kind der Evangelischen Akademie Bad Boll, nannte sie sich bewußt *Christliche Presse Akademie*, waren alle Träger der Kirche verbunden. Zu lebhaft war noch die Erinnerung an die oft skrupellose Berichterstattung im Dritten Reich, als daß jetzt nicht das Setzen ethischer Maßstäbe für den journalistischen Beruf als Gebot der Stunde erschien. Zu stark war die allgemeine Orientierungslosigkeit und die Suche nach neuen Normen, als daß die Kirche nicht hierin eine Aufgabe für sich erblicken mußte. Aber sie erwies sich für diese Aufgabe nicht optimal gerüstet. Es zeigte sich bald, daß Kirche nicht mehr, wie es in den Jahren zuvor Brauch geworden war, unter Ausschluß der Öffentlichkeit tätig werden konnte, sondern daß die Öffnung nach außen zugleich auch die einzige Chance zu sein schien, sich den ihr zugetragenen Aufgaben mit Erfolg zu stellen. Kirche mußte also aus der aufgezwungenen Isolation heraustreten ins Rampenlicht der Öffentlichkeit, mußte sich daran gewöhnen, im Scheinwerferlicht Rede und Antwort zu stehen, allmählich die sakrosankte Bedeutung zu verlieren und sich mit durchaus irdischen Maßstäben messen und hinterfragen zu lassen. Das war etwas ungewohnt Neues, und es traf die beiden großen Konfessionen gleichermaßen.

Es gibt im Bereich der katholischen und der evangelischen Kirche unzählige Bemühungen aufzuzählen, die Distanz zwischen der Institution Kirche und den immer mündiger werdenden Laien allmählich, behutsam und oft nicht komplikationslos abzubauen. Hier soll nur davon die Rede sein, daß zu den Erkenntnissen auf evangelischer Seite in dieser Zeit auch die gehörte, daß die Kirche noch andere Medien bräuchte als Predigt und Gottesdienst. So wurde sehr bewußt darauf hingearbeitet, daß evangelische Publizistik ein Auftrag der Kirche zu sein habe und deshalb ein Teil der Kirche sein müsse.

Es kommt nicht von ungefähr, daß es dann noch fast zwanzig Jahre lang dauerte, bis diesen Ideen die Tat in Gestalt der Gründung des Gemeinschaftswerkes der Evangelischen Publizistik (GEP) im Jahre 1974 folgte. Immerhin ergab sich aus diesen Bemühungen auch eine wesentliche Aufgabe für die Arbeit der Christlichen Presse Akademie: Die Teilnehmer ihrer Kurse sollten nach Möglichkeit ermutigt werden, sich der Arbeit in der christlichen Publizistik nicht zu entziehen und diese Arbeit unter realen, auch im allgemeinen Wettbewerb konkurrenzfähigen Bedingungen zu leisten. Zugleich sollte auch bei all jenen, die sich nicht zu einer Arbeit in der kirchlichen Presse entschließen konnten, Verständnis für kirchliche Belange geweckt werden. Der informierte „church editor“ der angelsächsischen Presse, der mit der gebotenen Unabhängigkeit und Distanz und dennoch mit Verantwortungsbewußtsein und Engagement die Öffentlichkeit auch über kirchliche Belange informiert und sie damit in den Prozeß der Entscheidungen mithineinnimmt, gilt lange Zeit als Vorbild für diese Arbeit. Obwohl ursprünglich von den Erfordernissen im protestantischen Raum ausgehend, nannte sich die cpa bewußt *Christliche Presse Akademie* und setzte sich damit schon zu einer Zeit für ökumenische Dimensionen ein, als dies gemeinhin noch nicht selbstverständlich oder gar Mode war. In all den Jahren hat nie die Konfessionszugehörigkeit über die Teilnahme entschieden, und es gibt zahlreiche Katholiken, die sich in der cpa zu Hause fühlen, wie es sicherlich manche Protestanten gibt, die sich im Laufe der Zeit von ihr distanzieren.

Die ethische Verantwortung gerade des Journalisten und zugleich die Erkenntnis, wie oft Journalisten bei ethischen Entscheidungen ganz auf sich allein angewiesen sind, hat in all den Jahren wesentlich die Arbeit bestimmt. Es kam die wachsende

Fähigkeit hinzu, über theologische und kirchliche Probleme miteinander ins Gespräch zu kommen und andere daran teilhaben zu lassen. Es gehörte aber auch zu den Erfahrungen dieser Jahre, daß all das nur möglich war mit bewußter Distanz zu innerkirchlichen Querelen und angesichts einer gewissen Unabhängigkeit, der im Streitfall auch die Existenz geopfert worden wäre. Man kann sicherlich nicht mehr im einzelnen Urheberrechte für die cpa in Anspruch nehmen. Eines ist aber gewiß: Sie hat neue Maßstäbe gesetzt für den öffentlichen Umgang mit der Kirche und kirchlichen Fragen, für die Kirche sicherlich nicht immer bequem. Aber dadurch ist ein Bewußtwerdungsprozeß öffentlich in Gang gesetzt worden, der der Kirche sicherlich nicht geschadet hat. Daß für uns heute eine christliche Gesellschaftsordnung gilt oder zumindest eine Gesellschaftsordnung, die im wesentlichen als christlich gelten kann, hängt sicherlich damit zusammen, daß es in den 50er Jahren gelang, die Tabuisierung der Kirche publizistisch aufzuheben. Daran hat die Christliche Presse Akademie zwar nicht den entscheidenden, aber auch keinen ganz kleinen Anteil.

III. Die Struktur

Die Evangelische Akademie Bad Boll galt anfangs als Mutterboden. Sie schuf die notwendigen Voraussetzungen, daß die Arbeit nach ersten Tastversuchen fortgesetzt werden konnte, im wesentlichen ein bis zwei Lehrgänge pro Jahr. Es gab kleinere Zuschüsse aus Bundesmitteln, nie aber in jener Zeit einen EKD-Zuschuß oder eine andere landeskirchliche Mitfinanzierung als die Gewährung eines Stipendiums für einen oder mehrere Lehrgangsteilnehmer. Es gab keinen Jahresetat, sondern nur je für bestimmte Veranstaltungen aufgestellte Haushaltspläne, und es gab ebensowenig einen Stellenplan oder gar ein eigenes Büro. Der Pressereferent der Evangelischen Akademie Bad Boll verwaltete das, was zu verwalten war. Das ging solange gut, solange vieles in der Bundesrepublik provisorisch geregelt wurde. Aber mit der Zeit verfestigten sich die Strukturen, und der Ruf nach Ordnung wurde allmählich unüberhörbar. In jene Zeit fallen Differenzen mit Bad Boll, die zwar nicht grundlegender Natur waren und schon gar nicht zu einer langfristigen Verstimmung führten, die aber einen wahrscheinlich längst überfälligen Abnabelungsprozeß zur Folge hatten. Zur Diskussion standen die Liquidierung der Presse Akademie und Verzicht auf weitere Arbeit, die Suche nach einer neuen Bindung und damit nach einem solventen Partner oder aber der Ausbau von Eigeninitiativen. Es kam nicht ganz von ungefähr, daß man sich für das letztere entschied. So kam es 1958 zur Bildung eines „Freundeskreises der Christlichen Presse Akademie“, der der Akademie im Jahre 1969 die Form eines eingetragenen Vereins mit der Möglichkeit auch der korporativen Mitgliedschaft gab. Rund zehn Jahre lang hat dieser Freundeskreis die Arbeit der Akademie selbst getragen, von der Hand in den Mund gelebt, viel Hilfsbereitschaft von Ehemaligen erfahren, immer jemanden gefunden, der ehrenamtlich die Geschäfte führte, und trotzdem wurde gute Arbeit geleistet, selbst wenn keine großen Honorare gezahlt werden konnten. Nur in einem einzigen Jahr kam es wegen personeller Schwierigkeiten zu keinerlei Programmangeboten.

Mit der Zeit zeigte sich allerdings, daß bei allem rühmenswerten Engagement die Arbeit doch allmählich Formen und Ausmaße annahm, die eine derart lockere Handhabung der Geschäfte nicht mehr rechtfertigten. So kam das Angebot des Hauses der Publizistik, das in jenen Jahren in Frankfurt seine Arbeit aufnahm, gerade zur rechten Zeit. Es bot Raum, Etat und einen ausbaufähigen Stellenplan und sicherte zugleich bei Wahrung kooperativer Gesichtspunkte völlige Freizügigkeit bei der

weiteren Planung und Programmgestaltung zu. So zog die cpa in das Haus Friedrichstraße 34 in Frankfurt und war in den Folgejahren durch einen Vertreter im Strukturausschuß vertreten, dem es oblag, Grundregeln für ein tragfähiges Fundament für das geplante neue Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik zu entwickeln. Als dieses Gemeinschaftswerk 1974 gegründet wurde, erklärte sich die cpa bereit, die Aufgaben des Fachbereichs 2 (Ausbildung, Fortbildung, Personalplanung) zu übernehmen. Da es Anzeichen dafür zu geben schien, daß die cpa nicht den gesamten Fachbereich abdecken sollte (sie haben sich bis zur Stunde als unbegründet erwiesen), beschloß die Mitgliederversammlung der Christlichen Presse Akademie, bis auf weiteres den eingetragenen Verein nicht aufzulösen, allerdings die eigene Ordnung der Fachbereichsordnung weitgehend anzugleichen.

Trotz Stellenplan gibt es im Augenblick immer noch nur eine hauptamtliche Sekretärin. Die Geschäftsführung wird ehrenamtlich wahrgenommen. Die Leitung des Fachbereichs besteht aus zehn Personen. Vorsitzender ist Chefredakteur Siegfried von Kortzfleisch (Hannover), stellvertretender Vorsitzender Chefredakteur Eberhard Maseberg (Hamburg). Außerdem gehören dem Vorstand an: Joachim Braun vom Süddeutschen Rundfunk, RIAS-Intendant Ludwig Freiherr von Hammerstein, Chefredakteur Werner Holzer (Frankfurt), der freie Publizist Christoph Freiherr von Imhoff (Nürnberg), Chefredakteur Friedrich Schwanecke (Düsseldorf), Chefredakteur Eberhard Stammer (Stuttgart), Carola Wolf (Fulda) und Kirchenrat Hans Dieter Wolfinger (Karlsruhe). Siegfried von Kortzfleisch gehört außerdem dem Gesamtvorstand des Gemeinschaftswerkes an.

Die cpa = Fachbereich 2 verfügt im Rahmen des Gesamtetats des Hauses über einen Einzeletat. Die Durchführung der Veranstaltungen wird weiter finanziert durch Mitgliederbeiträge der Ehemaligen, die freiwillig geleistet werden, durch Bundeszuschüsse und durch zweckgebundene Zuschüsse von Landeskirchen und kirchlichen Institutionen für besondere Vorhaben.

IV. Das Programm

Die ersten drei Veranstaltungen der Christlichen Presse Akademie waren in den Jahren 1950 und 1951 Lehrgänge für den journalistischen Nachwuchs. Die Lehrgänge dauerten jeweils vier Wochen und boten einen kompletten Querschnitt aller klassischen journalistischen Ressorts. Es gab sowohl Übungen unter möglichst realistischen Bedingungen als auch Diskussionen und Referate über gesellschaftspolitische und theologische Probleme. Unvergessen wird eine Diskussion mit dem damaligen Bundespräsidenten Heuss bleiben, unvergessen auch die Begegnungen mit Bischof Wurm, Hermann Ehlers oder auch mit Gustav Heinemann, um nur einige stellvertretend für andere zu nennen. Walter Kiaulehn ließ die jungen Eleven nächtelang an der Fülle seiner publizistischen Erfahrungen partizipieren. Es fehlte ebensowenig an menschlichen Höhepunkten wie an der fast unvermeidlichen Lehrgangskrise irgendwann gegen Ende des ersten Kursdrittels. Diesen drei ersten Lehrgängen folgte als vierte Veranstaltung ein Fortbildungslehrgang, zu dem die qualifiziertesten Teilnehmer aller drei Lehrgänge eingeladen wurden. Zweierlei wurde damit — wohl unbewußt — erreicht: Die Absolventen dieses vierten Lehrgangs übernahmen für eine lange Spanne Zeit die Funktion einer Keimzelle für die cpa. Das war das eine. Und zum anderen wurden damals schon die beiden Hauptsäulen sichtbar, auf denen die Arbeit der cpa auch heute noch aufbaut: Lehrgänge für den journalistischen Nachwuchs und Fortbildungskurse.

Die Lehrgänge für den journalistischen Nachwuchs sind in stets modifizierter Form in 25 Jahren nunmehr 24mal veranstaltet oder vorbereitet worden. Der 24. Lehrgang fand vom 17. Februar bis zum 5. März 1976 in Rummelsberg bei Nürnberg statt. Das Lehrgangsprogramm umfaßte Theorie und Praxis gleichermaßen. Es geht nicht nur darum, die Kniffe des journalistischen Berufs beigebracht zu bekommen, die handwerklichen Fähigkeiten sich einzuüben, es geht vor allem darum, jedes Jahr aufs neue Mut zu machen zu verantwortungsvoller Beschäftigung mit dem Beruf, vor Unbedachtsamkeit und Ungenauigkeit zu mahnen, zu diskutieren, was es gerade in unserer Zeit für einen in den Massenmedien tätigen Publizisten bedeuten und welche Konsequenzen es nach sich ziehen kann, nach bestem Wissen und Gewissen zu entscheiden. Zu den Referenten und Lehrgangsleitern heute gehören viele Ehemalige von einst, es kommen Experten aus dem Bereich der Medien und der Kirche hinzu, die kompetent und unabhängig genug sind, Maßstäbe für künftige Journalistengenerationen zu setzen.

Niemand konnte seinerzeit in den 50er Jahren so recht voraussehen, welche Bedeutung das geschriebene, das gehörte und das Gesehene Wort einmal erlangen würde. Niemand hätte es gewagt, ein so vehement wachsendes Interesse der Kirchen an öffentlicher Darstellung zu prophezeien. Neue Aufgaben kamen damit auch auf die cpa zu. Es wurden Speziallehrgänge veranstaltet für Rundfunk- und Fernsehjournalisten, für Pressereferenten, für Pfarrer und kirchliche Mitarbeiter, die in ihren Arbeitsbereichen unvorbereitet auf einmal auch publizistische Aufgaben zu übernehmen hatten. Fotografen und Bildredakteure kamen zweimal zusammen, Gemeindebriefredakteure wurden eingeladen, Redakteure von Schülerzeitungen und Vertreter der Jugendpublizistik. Es gab Kurzlehrgänge über die Entstehung einer modernen Zeitung und die Anwendung der Datentechnik, Problemtagungen über aktuelle Tagesthemen, wobei es immer wieder um die heißen Eisen von Objektivität und Manipulation, das Maß der gewünschten und der tatsächlichen Freiheit, um Abhängigkeiten und Zwänge ging. Gemeinsam mit Landeskirchen, der VELKD (Vereinigte Evangelisch-Lutherische Kirche in Deutschland) und anderen Trägergruppen wurden für spezielle Interessenten spezielle Programme entwickelt.

In der Regel findet jährlich einmal ein Grundlehrgang statt, dazu kommen je nach Kapazität und Konjunkturlage ein bis zwei Kurztagungen und eine „Auftragskomposition“. Die Programme werden in Teamgesprächen entwickelt. Die Lehrgangsbzw. Kursteilnehmer erhalten vom ersten Tag an ein Kritik- und Mitspracherecht zugebilligt und können durchaus Änderungen der Programmgestaltung bewirken. Im Anschluß an die Veranstaltungen, jedoch zeitlich von ihnen abgesetzt, wird eine Bilanz gezogen und gemeinsam überlegt, was bei einer Wiederholung verändert werden müßte. So baut eigentlich jeder Lehrgang auf den Erfahrungen der letztvergangenen auf. Dadurch entsteht ein lebhafter Austausch, ein Kommunikationsprozeß wird in Gang gesetzt, das Gefühl für Teamarbeit gestärkt und der oft unheilvollen Isolierung des einzelnen Publizisten entgegengewirkt. Gruppen, die aus Anlaß eines Lehrgangs gebildet wurden, sind sich oft über Jahre hinweg verbunden geblieben.

V. Die Teilnehmer

Die ersten Einladungen gingen 1950 an alle Studentengemeinden im deutschsprachigen Raum. Von da aus sprach sich die cpa herum. Mittlerweile werden Einladungen für die Grundlehrgänge an die berufsständischen Vereinigungen, an die Chefredak-

tionen aller größeren Zeitungen und Zeitschriften, an die Ausbildungsreferenten bei Rundfunk- und Fernsehanstalten sowie bei Landeskirchen, an Studentengemeinden und Predigerseminare, an alle Ehemaligen, an die Universitäten mit zeitungswissenschaftlichen Lehrstühlen und an einige zusätzliche Multiplikatoren verschickt. Zu den Kurztagen wird dagegen gezielter eingeladen, je am Thema und dem speziellen Interessentenkreis orientiert.

Das Durchschnittsalter liegt bei den Grundlehrgängen bei etwa 24 Jahren, die Teilnehmer sind im Laufe der Jahre jünger geworden. Dagegen hat sich kaum etwas an der ursprünglichen soziologischen Dreiteilung geändert: erfahrungsgemäß sind ein Drittel Studenten, die sich selbst auf ihre Eignung hin testen wollen, ein Drittel Volontäre oder Jungredakteure, die von ihren Verlagen, Anstalten oder Dienststellen geschickt werden, um ihre Ausbildung abzurunden und andere Eindrücke als die im eigenen Haus gewonnenen zu bekommen. Und es sind schließlich zu einem Drittel Pfarrer, kirchliche Mitarbeiter oder an anderen Stellen bereits Tätige, die erst im Laufe ihres Berufserlebens mit publizistischen Aufgaben betraut wurden und denen Handwerkszeug und Maßstäbe für den Umgang mit der Presse fehlen.

Im Laufe der cpa-Geschichte sind in den Listen rund tausend Namen registriert worden. In der Teilnehmerliste aller Ehemaligen, die von Zeit zu Zeit wieder auf den aktuellen Stand gebracht wird, sind rund 700 Namen von denjenigen verzeichnet, denen über der Teilnahme an einem Lehrgang hinaus an weiterem Kontakt mit der cpa oder ehemaligen Kollegen gelegen ist. Es gibt zahlreiche private und halbprivate Zwischenkontakte, es gibt als Bindeglied aber auch den jährlich erscheinenden Rundbrief, der außer Fachinformationen und grundsätzlicheren Beiträgen zum Thema Presse und Journalismus persönliche Informationen und sogar Angebote von Stellen enthält. Dieser Rundbrief geht mittlerweile in alle Lande: nach Nordamerika und Brasilien ebenso wie nach Afrika und Indien.

Trifft man irgendwo einen cpa'ler, wird man sich nach kurzem gewahr: Die Verständigung klappt in der Regel trotz oft ganz knapper Zeit zum Kennenlernen mühelos. Der Stil hat geprägt. Man hat gelernt, ohne Umschweife zur Sache zu kommen, keine falschen Rücksichten zu nehmen, nicht barmherzig Unbarmherzigkeit zu praktizieren, man geht offen miteinander um, vermag auf einmal Kritik auszuhalten, nimmt den anderen an und kann sich in der Regel aufeinander verlassen. Zur Tagung anlässlich des 25jährigen Bestehens kamen rund zehn Prozent der Ehemaligen, kein Lehrgang war nicht vertreten, und die Verständigung klappte trotz Altersunterschieden und zum Teil sehr unterschiedlichen Interessen (denn nur rund 60 Prozent bleiben letztendlich auch der Publizistik treu) scheinbar mühelos.

VI. Die Zukunft

Man wird, wenn man bis hierher gelesen hat, einen systematischen Aufbau, ein didaktisch-pädagogisches Konzept, Lehrpläne und ähnliches vermissen. Das gibt es in der Tat so nicht. Aber vermutlich wäre eine zu starke Institutionalisierung zugleich das Ende der Christlichen Presse Akademie im jetzigen Stil. Sie braucht einen Freiraum zum Existieren, ein Experimentierfeld ohne Einengungen, sie braucht gleichermaßen Bindungen und Freiheit, einen festen Auftrag und die Möglichkeiten, um ihn zu erfüllen, und zugleich Raum für Ideen, Gespür für Talente, Atmosphäre zum Leben. Nur so kann verhindert werden, daß die cpa zum starrgegliederten Institut wird, wie es ohnehin schon genug in deutschen Landen gibt, sondern ein höchst-

lebendiges Gebilde bleibt, den Dingen auf der Spur, den Alltäglichkeiten, um die sich keiner kümmert, und den Besonderheiten, die niemandem auffallen. Nur so kann die cpa ihren spezifischen Beitrag zur kirchlichen Medienpolitik unserer Tage leisten.

Sicher wird es sehr bald nicht mehr ohne Apparat gehen, die Arbeit hat sich zu sehr ausgeweitet. Aber etwas von dem bisherigen Freiwilligkeitscharakter soll und muß erhalten bleiben. Die Mitverantwortung vieler hat sich bisher immer als tragfähiger erwiesen als allzu festgefügte Ansichten einiger weniger. Auch die cpa wird mit der Zeit nicht darum herumkommen, Unterrichtsmodelle zu entwickeln und ihren Beitrag zu publizistischen Curricula zu leisten. Aber sie wird, um existenzfähig zu bleiben, zugleich auch immer noch Raum zum Improvisieren, Raum für Aktuelles einplanen, wird, um ihres Auftrages willen, sich gleichermaßen Kirche und Welt verpflichtet fühlen müssen. Der Direktor des Gemeinschaftswerks der Evangelischen Publizistik, Kirchenrat Robert Geisendörfer, hat einmal gesagt: „Eine der wichtigsten Aufgaben kirchlicher Medienpolitik heute ist die Aufweichung der Polarisierung, der Versuch zur Versöhnung trotz gegensätzlicher oder unterschiedlicher Positionen, das Überwinden des alternativen Blockdenkens.“ Die cpa, mittlerweile längst Markenzeichen geworden, wird auch künftig mit ihren bescheidenen Mitteln versuchen, daß diese Aufgabe realisiert werden kann. Und da es ihr um mehr geht als um bloße Ausbildung und Stellenvermittlung, scheint die gegenwärtige publizistische Konjunkturlage nicht zu weniger, sondern im Gegenteil zu sehr viel mehr Plänen für die Zukunft zu führen.

Carola Wolf (Fulda)

Publizistik und Erwachsenenbildung: Erfahrungsbericht aus der Bensberger Thomas-Morus-Akademie

Wohl kaum eine andere katholische Akademie in der Bundesrepublik hat in ihrem Programm einen solch starken publizistischen und journalistischen Akzent wie die Bensberger Thomas-Morus-Akademie. Durch die Bensberger Kurse für den publizistischen Nachwuchs, die Jungredakteure und Volontäre, die im Jahre 1959 erstmals angeboten wurden, hat sich die Thomas-Morus-Akademie stets der publizistischen und journalistischen Weiterbildung besonders stark verpflichtet gewußt. Die Tatsache, daß der derzeitige Akademieleiter Dr. Hermann Boverter selbst zwölf Jahre als Journalist tätig war und derzeitiger Vorsitzender der Gesellschaft Katholischer Publizisten ist, kommt ebenfalls in der publizistischen Arbeit der Thomas-Morus-Akademie zum Tragen.

Wie sieht das Angebot an publizistischen Veranstaltungen in Bensberg aus? Welche Entwicklungen kennzeichnen das Programm? Wo liegen die Schwerpunkte? Welche Erfahrungen wurden bei den Tagungen mit publizistischen Fragestellungen gesammelt? Wie groß ist die Resonanz publizistischer Veranstaltungen bei den Rezipienten

und den Kommunikatoren? Welche Zielgruppen werden von der Thomas-Morus-Akademie angesprochen?

Grundsätzlich läßt sich die publizistische Arbeit der Thomas-Morus-Akademie in folgende Kategorien gliedern:

1. Offene Akademie-Tagungen mit publizistischer Fragestellung,
2. Expertengespräche zu einem journalistischen bzw. publizistischen Thema, z. B. „Kabelfernsehen“,
3. Bensberger Kurse — Seminare für Jungredakteure und Volontäre von Presse, Hörfunk, Fernsehen und Öffentlichkeitsarbeit,
4. Weiterbildung von Pfarrbriefredakteuren,
5. Tagungen mit Redakteuren von Schülerzeitschriften,
6. Film- und Fernsehseminar — Auswertung von Filmen, Kurzfilmen und Fernsehsendungen in der Erwachsenenbildung.

Daß die Akademiearbeit mit publizistischen Themen und journalistischen Zielgruppen schwieriger geworden ist, deutet die Absage des Bensberger Kurses für Jungredakteure und Volontäre im Januar 1975 an. Es sieht so aus, als sei dieser traditionelle Bensberger-Kurs zumindest für die nächsten Jahre tot. Aus dem anfänglich dreiwöchigen Kurs für den journalistischen Nachwuchs (1959 bis 1966) hatte sich seit 1969 ein reduziertes Programm von zunächst sieben, dann von nur fünf Tagen Dauer entwickelt.

Im Januar 1975 kam der Kurs trotz eines attraktiven Programms zum Thema „Eigentum, Arbeit, Mitbestimmung — Wie sozial ist die Kirche? Wie sozial sind die Christen?“ nicht zustande. 720 Einladungen waren zu diesem Kurs an Verlage und Redaktionen verschickt worden, jedoch nur acht Interessenten meldeten sich an, obwohl dieses Seminar in Kooperation mit dem Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses, der Gesellschaft Katholischer Publizisten, der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse und dem Pressereferat im Zentralkomitee der deutschen Katholiken angeboten wurde.

Ursprünglich war es Ziel der Bensberger Kurse, den Teilnehmern aus der Tagespresse, der kirchlichen Presse und aus dem Rundfunk jeweils an den Vormittagen ein festes Vorlesungsprogramm anzubieten (Grundfragen der Philosophie, der Theologie, der Soziologie oder der christlichen Soziallehre), an den Nachmittagen sollten dagegen führende Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, aus der Kirche, Kultur und Publizistik zu Informationsgesprächen mit den Teilnehmern zusammentreffen. Vor allem mit den dreiwöchigen Kursen sollte ein Fundus des allgemeinen Wissens und des publizistischen Hintergrundmaterials vermittelt werden. Dies dürfte vor allem für die Jahre von 1959 bis 1966 deshalb wichtig gewesen sein, weil in den meisten Verlagen die Volontärausbildung keine feste Form hatte. Journalisten- und Verlegerverbände hatten in dieser Zeit kaum ein fundiertes Weiterbildungsangebot für den journalistischen Nachwuchs anzubieten. Die Bensberger Kurse, eine Idee des damaligen Chefredakteurs der „Aachener Volkszeitung“ Dr. Josef Hofmann, stießen somit in eine echte Marktlücke. Kirchlicher und weltlicher Journalismus nahmen dieses Angebot dankbar an. Inzwischen haben jedoch auch die Journalistenverbände und der Verlegerverband die Wichtigkeit der Weiterbildung von Jungredakteuren und die theoretische Untermauerung während der Volontärausbildung erkannt. Sie sorgen mittlerweile in eigenen Fortbildungsstätten für Weiterbildungskurse. Wesentliche

Aufgaben des Bensberger Kurses sind seit 1970 auch von dem neu geschaffenen Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses in München übernommen worden. Dieses Institut versucht, in zwei- bis dreiwöchigen Kursen angehenden Journalisten eine fundierte Zusatzausbildung zu vermitteln. Ferner besteht im katholischen Raum die Bayerische Journalistenschule, die sich um die Ausbildung katholischer Volontäre bemüht. Wünschenswert und wichtig wäre jedoch heute eine stärkere Kooperation des Münchener Instituts mit der Bensberger Thomas-Morus-Akademie, die mit ihrer Nähe zu Köln und Bonn eine Fülle von Möglichkeiten bietet, sich über Probleme und Formen des Journalismus zu informieren, Pressehäuser zu besichtigen, erfahrene Journalisten als Gesprächspartner für Diskussionen und Vorträge zu gewinnen. In der Kooperation der neuen katholischen journalistischen Weiterbildungsinstitutionen mit der Thomas-Morus-Akademie könnte noch vieles verbessert werden.

Pionierarbeit leistet die Thomas-Morus-Akademie in der praktischen und theoretischen Aus- und Weiterbildung von Pfarrbriefredakteuren, jenen Laien, die versuchen, innerhalb ihrer Gemeinde die Öffentlichkeitsarbeit zu intensivieren und den Kommunikationsfluß zu fördern. Im Jahre 1973 wurde zum Beispiel ein vierteiliges Presseseminar für Pfarrbriefredakteure angeboten. Erfahrene Journalisten aus der Tagespresse, von den Nachrichtenagenturen, aus der Kirchenpresse und der Werbebranche behandelten folgende Themen: „Umgang mit Presse und Presseleuten“, „Wie schreibe ich einen Bericht?“, „Kommentar, Glosse, Leitartikel“ und „Programm und Werbetext“. Diese stark an der Praxis orientierten Tagungen stießen auf ein reges Interesse. Die Pfarrbriefredakteure sind bereit, für ihre journalistische Weiterbildung ein freies Wochenende zu investieren. Bis 1975 wurden bereits zehn Meetings für Pfarrbriefredakteure erfolgreich durchgeführt. Als vorteilhaft erwies sich im Laufe der Tagungen eine Kombination von Theorie und Praxis. Die Wochenendtagungen für die Pfarrbriefredakteure gliedern sich meist in einen mehr theoretischen und in einen praktischen Arbeitsteil. So wurde zu einer Wochenendtagung für diese Zielgruppe zum Thema „Was erwarten fernstehende Katholiken von uns?“ zunächst ein ausführliches Referat von Prof. Gerhard Schmidchen, Mitarbeiter am Institut für Demoskopie Allensbach und Ordinarius für Sozialpsychologie und Soziologie an der Universität Zürich, zum Thema „Fernstehende in der Kirche — Wer sind sie, was erwarten sie?“ gehalten. Schmidchen stellte neue Untersuchungsergebnisse und Erfahrungsberichte vor, aus denen hervorging, wie die Gruppe der Fernstehenden soziologisch aussieht, mit welchen Problemen sie kämpft, was sie von der Kirche erwartet.

Auf dieser Tagung, an der 37 Pfarrbriefredakteure teilnahmen, versuchte der Bonner Journalist Karl Rüdiger Durth die Umsetzung der theoretischen Aussagen in die journalistische Praxis der Pfarrbriefredakteure unter der Themenstellung „Was Pfarrbriefredakteure für die Fernstehenden tun können“.

Die Arbeit mit den Pfarrbriefredakteuren ist in der Thomas-Morus-Akademie zu einem festen Bestandteil geworden. Sie wurde bisher erfolgreich durchgeführt, sie wird in Zukunft kontinuierlich ausgebaut. Die Erfahrungen bei der Arbeit mit dieser konkreten Zielgruppe zeigt, daß diesem Problemkreis eine Fülle an journalistischem Rüstzeug fehlt, daß diese Gruppe auf gezielte, qualifizierte Impulse von journalistischen Fachkräften wartet. Diesen Dienst versucht die Bensberger Akademie zu leisten.

Erstmals tauchte 1975 im Programm der Thomas-Morus-Akademie in der Rubrik „Primanertagungen“ ein spezifisch publizistisch-journalistisches Thema auf: „Schüler

und ihr Sprachrohr — Eine Tagung für Redakteure von Schülerzeitschriften“. 22 Redakteure von Schülerzeitschriften aus Nordrhein-Westfalen kamen zu dieser Tagung, für die mit insgesamt 200 Einladungen geworben worden war. Die Resonanz von über 10 Prozent muß als positiv gewertet werden. Neben einer theoretischen Auseinandersetzung mit Fragen der Pressekonzentration, der Meinungsfreiheit und den steigenden Papierpreisen ging es um die konkrete Einübung journalistischer Stilformen — Meldung, Bericht, Kommentar. Einen wesentlichen Teil nahm auch die Diskussion über die Problematik „Schülerzeitschrift und Journalismus — Die gesellschaftliche Rolle der Schülerzeitschrift“ ein. Auch mit diesem Tagungstyp deckt die Bensberger Akademie offenbar ein bisher unbearbeitetes journalistisches Feld ab. Den Redakteuren von Schülerzeitschriften wird offensichtlich in der katholischen Bildungsarbeit keine große Aufmerksamkeit geschenkt. Da es sich bei diesen Primanern um potentielle künftige Redakteure handelt, wäre es wünschenswert, wenn die Arbeit mit dieser sehr lern- und diskutierfreudigen Gruppe weitergeführt werden könnte. Die meisten Teilnehmer zeigten sich bereit, über diese Tagung in ihren Schülerzeitschriften zu berichten. Sie waren für die journalistischen Anregungen dieser Tagung dankbar.

Als dritte Form der publizistischen Tagungen wird von der Bensberger Akademie das sogenannte publizistische „Expertengespräch“ angeboten. Diese meist eintägigen Tagungen mit einem publizistischen bzw. journalistischen Fachthema wurden bisher unterschiedlich aufgenommen. Während am 20. März 1975 ein Expertengespräch zu dem aktuellen Thema „Ist das Zeitungssterben unaufhaltsam? — Folgen für die Presse — Folgen für die Arbeitsplätze auf dem Pressemarkt“ wegen einer zu geringen Beteiligung ausfallen mußte, stieß die Studienkonferenz zum Thema „Wem soll das Kabelfernsehen gehören? — Pressefreiheit und öffentlich-rechtliches Monopol“ am 2. Oktober 1975 auf reges Interesse. Diese Erfahrung überrascht, denn die Frage „Ist das Zeitungssterben unaufhaltsam?“ berührt ein weitaus existentielleres Problem sowohl der Kirchenpresse wie auch der Tagespresse als das zukunftsbezogene Thema „Wem soll das Kabelfernsehen gehören?“ Immerhin hatten prominente Experten zugesagt, über das „Zeitungssterben“ zu referieren.

Trotz intensiver Werbung meldeten sich für dieses Fachgespräch nur elf Interessenten, unter ihnen kaum ein Vertreter der katholischen Publizistik. Dagegen nahmen am Expertengespräch über das Kabelfernsehen 31 Journalisten teil. Insgesamt waren zu dieser Tagung am 2. Oktober 1975, die im Bonner „Tulpenfeld“ stattfand, 652 Einladungen versandt worden. Lag es an der örtlichen Verschiebung, daß plötzlich eine relativ hohe Beteiligung zustande kam? Bei diesem Expertengespräch ging es vor allem um die Nutzung des Kabelfernsehens. Sollen Private an der Zukunft des Fernsehens beteiligt werden? Kann Lokalfernsehen, womöglich mit lokaler Werbung, der freien Presse den Lebensnerv abschnüren? Bestimmt die Zukunft der neuen Medien maßgeblich, wie die Pressefreiheit in unserem Land aussehen wird?

In der Diskussion ging es u. a. auch darum, ob das Kabelfernsehen für die Kirche neue Perspektiven der Verkündigung eröffnet. Es war daher vorteilhaft, daß zahlreiche katholische Rundfunk- und Fernsehbeauftragte an dieser Tagung teilnahmen. Zu den Interessenten zählten neben den Redakteuren der evangelischen und katholischen Nachrichtenagentur Vertreter des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, des Bundesinnenministeriums, der Bundespost, Beauftragte des Verleger- und Journalistenverbandes sowie ein Vertreter des Westdeutschen Rundfunks. Relativ gering war auch bei dieser Veranstaltung die Beteiligung von Mitgliedern der Gesell-

schaft Katholischer Publizisten, obwohl die Tagung in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft geplant worden war. Die Expertentagung fand in der Tages- und Fachpresse ein reges Echo. Die Akademie verfaßte über sie einen zusammenfassenden Bericht, der den Teilnehmern und anderen Interessenten kostenlos übersandt wurde. Allen Mitgliedern der Gesellschaft Katholischer Publizisten wurde dieser Bericht, der die wesentlichen Gesichtspunkte dieser Tagung festhält, zugestellt. Der Sinn der Expertengespräche liegt vor allem darin, Journalisten, die im praktischen, aufreibenden Tagesgeschäft stehen, fundierte Informationen über neue wichtige publizistische Fragestellungen, Entwicklungen und Zukunftsperspektiven zu vermitteln. Die Expertengespräche könnten als Form für ein Gespräch zwischen Wissenschaftlern und den Journalisten genutzt werden.

Einen weiteren Sektor der publizistischen Arbeit umfaßt das Film- und Fernsehseminar der Bensberger Akademie. Hierbei geht es um die Auswertung von Filmen, Kurzfilmen und Fernsehsendungen im Hinblick auf ihre Einsetzbarkeit in der Erwachsenenbildung. In gemeinsamer Arbeit mit den Teilnehmern werden exemplarisch Filme, Kurzfilme und Fernsehsendungen sachorientiert ausgewählt und in kritischer Auseinandersetzung auf ihre Verwertbarkeit in der Erwachsenenbildung überprüft. Darüberhinaus wird jeweils ein Überblick über neue Filme und Tonbildreihen für die Bildungsarbeit gegeben. Dieser Veranstaltungstyp wird in Kooperation mit dem Medienreferat der Erzdiözese Köln durchgeführt. In jedem Halbjahr werden vier bis fünf dieser Seminare angeboten. Die Teilnehmerzahlen dieser Nachmittagsveranstaltungen von vier Stunden ist unterschiedlich. Sie schwankt zwischen vierzig und zehn Interessenten. Auffallend ist, daß pädagogische Themen, die medienkundlich aufgearbeitet werden, den größten Anklang bei den Teilnehmern finden.

Um die Themenbreite dieser Veranstaltungsreihe aufzuzeigen, sollen hier die Themen der Seminare im zweiten Halbjahr 1975 aufgezählt werden: „Erziehen, aber wie? — Der Film als Medium der Auseinandersetzung mit Erziehungsstilen“, „Advent und Weihnachten — Medien für Gottesdienste“, „Fernsehen kritisch betrachtet — Wie analysiert man eine Fernsehsendung?“, „Nicht nur zur Unterhaltung — Der Einsatz von Filmen in der Bildungsarbeit mit alten Menschen“.

Neben der Arbeit mit speziellen Zielgruppen werden auch sogenannte offene Akademietagungen mit publizistischen Fragestellungen angeboten, die für jeden Interessenten zugänglich sind und daher meist allgemeinere, breitere Themen behandeln. Im zweiten Halbjahr 1975 wurde am 25. September eine offene Tagung zum Thema „Moral der Massenmedien — Sind die meisten Nachrichten falsch?“ angeboten. Das Programm dieser Veranstaltung, an der 33 Interessenten teilnahmen, gliederte sich in drei Arbeitseinheiten. Der erste Teil war rundfunkpolitisch geprägt und griff den Vorwurf auf, der Westdeutsche Rundfunk (WDR) betreibe eine politisch einseitige Programm- und Personalpolitik der vorwiegend „linken“ Moral. Der Frage, welche „Moral“ wünschenswert sei für eine öffentlich-rechtliche Anstalt des Rundfunks und Fernsehens, sollte hier nachgegangen werden. Der zweite Teil lenkte die Fragestellung auf die sogenannten Presse- und Meinungsmacher, die unter den Manipulations- und Ideologieverdacht gestellt werden. Der dritte Teil beschäftigte sich mit dem berufsethischen Rollenverständnis der Journalisten. Während Karl Hugo Pruys, Stellvertretender Sprecher der CDU, zur „Moral des Rundfunks — Ist der WDR ein Rotfunk?“ referierte, nahm Dr. Hermann Boventer zum Thema „Moral der Presse — Sind die meisten Nachrichten falsch?“ Stellung. Karl Rüdiger Durth, Redakteur der „Bonner Rundschau“, sprach zur „Moral der Journalisten —

Wer verantwortet die Pressefreiheit?“. Wohl wegen der konkreten parteipolitisch gefärbten Frage „Ist der WDR ein Rotfunk?“, waren zu dieser Tagung mehrere Redakteure des WDR erschienen, die sich einer sachlichen Diskussion mit dem stellvertretenden CDU-Sprecher stellten. Die Chance, auf dieser Tagung Rezipienten und Kommunikatoren in einen konkreten Austausch und in eine konkrete Zusammenarbeit zu einem konkreten Thema zu verwickeln, wurde freilich nur teilweise genutzt.

Faßt man die Eindrücke von den publizistischen und journalistischen Tagungen der Bensberger Thomas-Morus-Akademie zusammen, so ist folgendes festzustellen: Die Arbeit mit konkreten Zielgruppen, die in erster Linie an der Vermittlung von praktischem journalistischem Rüstzeug interessiert sind, sind von den Teilnehmerzahlen her am erfolgreichsten.

Die Kombination von Theorie und Praxis bewährt sich in der Arbeit mit den Pfarrbriefredakteuren, den Primanern und den Erwachsenenbildnern. Die Zeitspanne von einem Wochenende erwies sich in der Regel als geeignete Arbeitseinheit. Finanziell wurden die Teilnehmer nicht überfordert. Der Unkostenbeitrag für ein Wochenende mit Übernachtung und Verpflegung überschreitet nicht die 20-DM-Grenze.

Die publizistische Arbeit der Akademie erwies sich in den Bereichen und bei den Zielgruppen als besonders erfolgreich, deren Bedarf bisher durch keine andere Weiterbildungseinrichtung gedeckt war. Daher sieht die Akademie einen wesentlichen Teil ihrer Aufgabe darin, bestehende Lücken, unbearbeitete Arbeitsfelder aufzuzeigen und den Bedarf solange wie nötig abzudecken. Gerade auf dem publizistischen Sektor der Weiterbildung leistet die Thomas-Morus-Akademie subsidiär Hilfe.

Der Bensberger Kurs und die publizistischen Expertengespräche haben die Erfahrung erbracht, daß Kooperation mit journalistischen und publizistischen Verbänden bei Tagungsvorbereitungen bei weitem keine Gewähr dafür bietet, daß die Verbandsmitglieder auch an der Veranstaltung teilnehmen. Untersucht man die Teilnehmerzahlen der Expertengespräche, dann kann man nicht an der Feststellung vorbei, daß in der katholischen Publizistik eine beängstigende Passivität herrscht. Für die Akademie erwies sich bisher als besonders schwierig, katholische Journalisten zu Weiterbildungstagungen und zu Expertengesprächen zu gewinnen. Liegt es an der knappen Besetzung der Redaktionen, daß niemand für eine Weiterbildungsveranstaltung freigestellt werden kann? Möchte man der Auseinandersetzung mit den konkreten, ersten publizistischen Fragen der Gegenwart und der Zukunft aus dem Weg gehen?

Diese Erfahrungen dürften auch die meisten anderen Akademien gemacht haben. Viele zogen eine Konsequenz für ihre Arbeit daraus — sie reduzierten ihr Tagungsangebot für Publizisten auf ein Minimum. Die Erfahrung zeigt ferner, daß zu offenen Tagungen, die kritisch ein publizistisches Thema behandeln, mehr Jugendliche kommen als Erwachsene. Offenbar stehen die Jugendlichen den Medien kritischer gegenüber als die Erwachsenen; offenbar sind Jugendliche eher bereit, ihre Mediengewohnheiten kritisch zu hinterfragen als die Erwachsenen.

Bisher gibt es über die publizistische Bildungsarbeit der katholischen und evangelischen Akademien in der Bundesrepublik keine wissenschaftlich fundierte Untersuchung. Es wäre für die Publizistik und für die Erwachsenenbildung von Nutzen, wenn dieses Feld in absehbarer Zeit systematisch aufgearbeitet würde.

Jürgen Hoeren (Bensberg)

„Publik-Forums“ (kirchen-)treue Leser: Ergebnisse einer Analyse

Im Januar 1972 erschien die erste Nummer des Wochenblatts „Publik-Forum“, das bis heute vierzehntägig erscheint und im Herbst 1975 etwas mehr als 11.300 Abonnenten hatte. In den fast vier Jahren seit Beginn seines Erscheinens ist „Publik-Forum“ klein geblieben, aber immerhin lebt dieses Blatt inzwischen länger, als „Publik“ je existiert hat. Der von der Zeitung eingeschlagene „Weg von unten“, der Versuch, das Blatt ohne wirtschaftliche Risiken von kleinen Anfängen nach und nach weiter auszubauen, dieser Weg führt zwar langsam voran, aber immerhin hat er sich als die einzige Möglichkeit erwiesen, etwas von dem zu erhalten, was „Publik“ einmal gewesen ist.

Im Winter des Jahres 1974/75 wurde im Fachbereich Soziologie der Universität Saarbrücken eine Leseranalyse von „Publik-Forum“ gemacht, die vom Verlag Publik-Forum veröffentlicht wurde¹. Diese Analyse ist neben einer an der Universität Münster (am Institut für Publizistik) in Arbeit befindlichen Dissertation über „Publik-Forum“ die erste Analyse, die Auskunft über die Leser dieser Zeitung gibt.

Zur Untersuchung der Leserschaft von „Publik-Forum“ wurden anhand einer Tabelle von Zufallszahlen aus der Bezieherkartei von „Publik-Forum“ 500 Anschriften ausgewählt, an die ein Fragebogen versandt wurde. 357 Rückantworten trafen bei einer neutralen Anschrift ein, womit eine ausreichende — wenn auch nicht gesichert repräsentative — quantitative Basis für die Erhebung gegeben war. Der Fragebogen hatte 71 standardisierte Fragen, deren Beantwortung nicht mehr als eine halbe Stunde in Anspruch nehmen sollte. Die Fragen bezogen sich auf Leseverhalten, Leseüberschneidungen mit anderen Zeitungen, auf politische Beteiligung und kirchliche Aktivitäten, schließlich auf Ansichten zur Werbung und auf persönliche Daten.

Die mit dem Fragebogen erhobenen Daten wurden auf Lochkarten übertragen und in einem EDV-Programm statistisch verarbeitet. Im folgenden soll ein Bericht über die Leseranalyse von „Publik-Forum“ versucht werden. Hierbei wird zunächst auf den Leser selbst, dann auf seine Lesegewohnheiten und schließlich auf sein politisches und kirchliches Verhalten eingegangen.

Die Leser von „Publik-Forum“

Die Sozialdaten des typischen Publik-Forum-Lesers bringen einige Überraschungen. 75,9 % der Leser sind männlichen, 24,1 % sind weiblichen Geschlechts. 44 % der Leser sind ledig und 51 % verheiratet. Die konfessionelle Zugehörigkeit ergibt ein fast beängstigendes Übergewicht von 95,8 % katholischen und nur 2,5 % evangelischen Lesern. Was den Beruf angeht, so bezeichnen sich 7,7 % der Leser als Selbstständige, 23,5 % nennen sich leitende Angestellte oder leitende Beamte, 19,3 % sind Studenten und 5,3 % Hausfrauen.

Was das Alter der Leser von „Publik-Forum“ angeht, so sind 29,1 % der Leser zwischen 20 und 29 Jahren, 30 % zwischen 30 und 39, und 18,2 % zwischen 40 und 49 Jahren, mithin zwischen 20 und 49 Jahren 77,3 % aller Leser. Im Bundesdurchschnitt sind dies nur 52 %. Auch im Vergleich zu anderen Blättern ergibt sich, daß der durchschnittliche „Publik-Forum“-Leser jünger ist als die Leser anderer Zeitungen, ausgenommen in etwa die Leser der Wochenzeitung „Die Zeit“. (Vgl. Tabelle II.)

Einkommensmäßig liegen die Leser von „Publik-Forum“ erheblich günstiger als der Bundesdurchschnitt. 61,7 % der Leser verdienen mehr als 1500 DM monatlich, im Bundesdurchschnitt sind es nur 28 %. Die Zahl ist etwa gleich hoch wie bei den Lesern der „Zeit“ und liegt erheblich höher, als es bei „Publik“ der Fall war. Hier verdienen immerhin 30 % der Leser zwischen 1000 und 1500 DM („Publik-Forum“ 16,5 %) und 49 % über 1500 DM. Daß 15,6 % der Leser von „Publik-Forum“ weniger als 800 DM monatlich verdienen, liegt daran, daß etwa die gleiche Zahl der Bezieher Studenten sind.

Auch von der Schulbildung her ergibt sich eine deutliche Verschiebung vom bundesrepublikanischen Durchschnitt zu den Lesern von „Publik-Forum“. 84 % der Leser haben das Abitur, 10,1 % die mittlere Reife und nur 5,8 % einen Volksschulabschluß. Im Bundesdurchschnitt haben nur 6 % das Abitur, 18 % die mittlere Reife und 76 % nur einen Volksschulabschluß.

Im Zusammenhang mit der Bildung der Leser ist noch ein anderes Datum aufschlußreich: 77 % der Leser besitzen mehr als je 200 Bücher, insgesamt 98,5 % besitzen mehr als 50 Bücher. Im Vergleich zum durchschnittlichen Bundesbürger ist dies atypisch. Im Jahr 1967/68 besaßen nur 11 % der Bundesbürger über 16 Jahren mehr als 200 Bücher, zu den Besitzern von mehr als 50 Büchern zählten sich damals 54 % der Bevölkerung².

Wichtig ist zur Beschreibung des Lesers von „Publik-Forum“ die Übersicht über die Verbreitung des Blattes. Überdurchschnittlich stark ist „Publik-Forum“ in Nordrhein-Westfalen verbreitet (38,1 % der Bezieher), es folgen die Bundesländer Baden-Württemberg (19,3 % der Bezieher) und Bayern (12,6 % der Bezieher). Unterrepräsentiert ist das Blatt in den nördlichen Bundesländern (Bremen und Schleswig-Holstein unter 1 %, Hamburg 1,4 %). Zur Erklärung dieses Sachverhalts ist zunächst die Tatsache heranzuziehen, daß „Publik-Forum“ überwiegend bei katholischen Lesern verbreitet ist. Zum anderen wirkt hier wohl noch ein historisches Moment mit: In einigen Städten von Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg bestehen seit der ersten Nummer von „Publik-Forum“ bis heute aktive Gruppen von Lesern, die gut organisiert sind und in denen eine Reihe von Lesern erhebliche Anstrengungen zur Abonnenten-Werbung unternehmen. Diese schon bei „Publik“ nicht unerhebliche Werbemethode hat sich auch für „Publik-Forum“ ausgewirkt. Die Geschäftsführung von „Publik-Forum“ hat aus dieser Erkenntnis die Lehre gezogen, die bestehenden Regional-Gruppen zu pflegen und neue Gründungen zu fördern.

Zur regionalen Verbreitung ist die Feststellung über die Größe der Gemeinden hinzuzuziehen, in denen die Leser von „Publik-Forum“ wohnen. 49,6 % der Leser wohnen in Orten von mehr als 100.000 Einwohnern. Diese Zahl entspricht ähnlichen Zahlen bei „Publik“, „Rheinischen Merkur“ und der „Zeit“ (48 %, 49 %, 50 %). Nur 3,6 % der Leser von „Publik-Forum“ wohnen in Orten unter 2.000 Einwohnern, hier ist „Publik-Forum“ im Vergleich zu „Publik“ und „Zeit“ unterrepräsentiert (7 %, 16 %).

Mit den genannten Daten läßt sich so etwas wie der typische „Publik-Forum“-Leser grob schematisch beschreiben. Der „Publik-Forum“-Typ ist ein um dreißig Jahre alter Mann, der mindestens Abitur oder sogar Hochschulbildung hat, dann in die Stellung eines leitenden Angestellten oder Beamten gelangt ist und mehr als 1500 DM monatlich verdient. Er ist katholisch (wie sich später noch ergeben wird, aktiv katholisch), besitzt mehr als 200 Bücher und wohnt in Orten von mehr als 100.000 Einwohnern,

Einkommensmäßig liegen die Leser von „Publik-Forum“ erheblich günstiger als der Bundesdurchschnitt. 61,7 % der Leser verdienen mehr als 1500 DM monatlich, im Bundesdurchschnitt sind es nur 28 %. Die Zahl ist etwa gleich hoch wie bei den Lesern der „Zeit“ und liegt erheblich höher, als es bei „Publik“ der Fall war. Hier verdienten immerhin 30 % der Leser zwischen 1000 und 1500 DM („Publik-Forum“ 16,5 %) und 49 % über 1500 DM. Daß 15,6 % der Leser von „Publik-Forum“ weniger als 800 DM monatlich verdienen, liegt daran, daß etwa die gleiche Zahl der Bezieher Studenten sind.

Auch von der Schulbildung her ergibt sich eine deutliche Verschiebung vom bundesrepublikanischen Durchschnitt zu den Lesern von „Publik-Forum“. 84 % der Leser haben das Abitur, 10,1 % die mittlere Reife und nur 5,8 % einen Volksschulabschluß. Im Bundesdurchschnitt haben nur 6 % das Abitur, 18 % die mittlere Reife und 76 % nur einen Volksschulabschluß.

Im Zusammenhang mit der Bildung der Leser ist noch ein anderes Datum aufschlußreich: 77 % der Leser besitzen mehr als je 200 Bücher, insgesamt 98,5 % besitzen mehr als 50 Bücher. Im Vergleich zum durchschnittlichen Bundesbürger ist dies atypisch. Im Jahr 1967/68 besaßen nur 11 % der Bundesbürger über 16 Jahren mehr als 200 Bücher, zu den Besitzern von mehr als 50 Büchern zählten sich damals 54 % der Bevölkerung².

Wichtig ist zur Beschreibung des Lesers von „Publik-Forum“ die Übersicht über die Verbreitung des Blattes. Überdurchschnittlich stark ist „Publik-Forum“ in Nordrhein-Westfalen verbreitet (38,1 % der Bezieher), es folgen die Bundesländer Baden-Württemberg (19,3 % der Bezieher) und Bayern (12,6 % der Bezieher). Unterrepräsentiert ist das Blatt in den nördlichen Bundesländern (Bremen und Schleswig-Holstein unter 1 %, Hamburg 1,4 %). Zur Erklärung dieses Sachverhalts ist zunächst die Tatsache heranzuziehen, daß „Publik-Forum“ überwiegend bei katholischen Lesern verbreitet ist. Zum anderen wirkt hier wohl noch ein historisches Moment mit: In einigen Städten von Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg bestehen seit der ersten Nummer von „Publik-Forum“ bis heute aktive Gruppen von Lesern, die gut organisiert sind und in denen eine Reihe von Lesern erhebliche Anstrengungen zur Abonnenten-Werbung unternehmen. Diese schon bei „Publik“ nicht unerhebliche Werbemethode hat sich auch für „Publik-Forum“ ausgewirkt. Die Geschäftsführung von „Publik-Forum“ hat aus dieser Erkenntnis die Lehre gezogen, die bestehenden Regional-Gruppen zu pflegen und neue Gründungen zu fördern.

Zur regionalen Verbreitung ist die Feststellung über die Größe der Gemeinden hinzuzuziehen, in denen die Leser von „Publik-Forum“ wohnen. 49,6 % der Leser wohnen in Orten von mehr als 100.000 Einwohnern. Diese Zahl entspricht ähnlichen Zahlen bei „Publik“, „Rheinischen Merkur“ und der „Zeit“ (48 %, 49 %, 50 %). Nur 3,6 % der Leser von „Publik-Forum“ wohnen in Orten unter 2.000 Einwohnern, hier ist „Publik-Forum“ im Vergleich zu „Publik“ und „Zeit“ unterrepräsentiert (7 %, 16 %).

Mit den genannten Daten läßt sich so etwas wie der typische „Publik-Forum“-Leser grob schematisch beschreiben. Der „Publik-Forum“-Typ ist ein um dreißig Jahre alter Mann, der mindestens Abitur oder sogar Hochschulbildung hat, dann in die Stellung eines leitenden Angestellten oder Beamten gelangt ist und mehr als 1500 DM monatlich verdient. Er ist katholisch (wie sich später noch ergeben wird, aktiv katholisch), besitzt mehr als 200 Bücher und wohnt in Orten von mehr als 100.000 Einwohnern,

meist in Nordrhein-Westfalen. Mehrheitlich ist er verheiratet. Dieser Leser-Typ soll später noch mit anderen Lesern von Presse im kirchlichen Raum verglichen werden.

Kirchliches und politisches Verhalten des „Publik-Forum“-Lesers

Wenn gemeinhin die Ansicht vertreten wird, daß die Leser von „Publik-Forum“ sich hauptsächlich aus kirchlichen Randgruppen rekrutierten, so wird dies durch die Leseranalyse widerlegt.

Als formales Kriterium von Kirchenzugehörigkeit wird im allgemeinen der sonntägliche Kirchenbesuch bei Katholiken angesehen. Auch die Leseranalyse hat nach diesem Verhalten gefragt. Nach den Ergebnissen besuchen 44 % der Leser einmal pro Woche den Gottesdienst, weitere 17,6% sogar mehrmals wöchentlich. Weitere 16,8% besuchen den Gottesdienst bis zu dreimal im Monat, nur 1,7 % weniger als dreimal im Jahr. Die Korrelation von Kirchenbesuch und Schulbildung ergab, daß bei jeder Schulbildung auf die Frage nach dem Kirchenbesuch die häufigste Antwort ‚einmal pro Woche‘ war. Die 61,6 % der Leser, die wenigstens einmal pro Woche die Kirche besuchen, verteilen sich gleichmäßig auf alle Bildungsgruppen.

Das Verhältnis zur Kirche beschränkt sich jedoch nicht auf den Kirchenbesuch. Darüber hinaus arbeiten 54,6 % der Leser aktiv in ihrer Kirchengemeinde mit, wobei keine signifikanten Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern bestehen. 70 % der Leser sind der Ansicht, daß der Einfluß der Laien in der Kirche ausgebaut werden müsse. Diese Meinung vertreten sowohl jene Leser, die aktiv selbst in einer Kirchengemeinde mitarbeiten, als auch jene, die dies nicht tun. Schon bei „Publik“ war das Verhältnis der Zeitung selbst wie auch ihrer Leser zur Amtskirche ein neuralgischer Punkt, mindestens wurde dies von seiten der amtlichen Kirche so gesehen³. Auch für die redaktionelle Arbeit bei „Publik-Forum“ und die Reaktion der Leser ist das Thema ‚Verhalten gegenüber Aktionen der amtlichen Kirche‘ ein Thema intensiver Kontroversen. In einer Fülle von Beiträgen hat „Publik-Forum“ einzelne Verlautbarungen oder Aktionen der Deutschen Bischofskonferenz oder anderer kirchenamtlicher Stellen kritisiert. Kritik an amtskirchlicher Verhärtung, an mangelnder Offenheit gegenüber neuzeitlichen Problemen und administrativem Vorgehen einerseits sowie positive und breite redaktionelle Darstellung kirchlicher Basisarbeit in Deutschland und anderen Ländern, positive Würdigung von Offenheit und Toleranz in offiziellen kirchlichen Aktionen, Einbeziehung kirchlicher Randgruppen, solche Kriterien gehören zur Beschreibung der redaktionellen Arbeit von „Publik-Forum“. Anhand einiger Leserbriefe und einzelner Beiträge kommt die Leseranalyse zu einem ähnlich formulierten Schluß⁴.

Um die Reaktion der Leser auf diese redaktionelle Linie sowie damit auch ihre Einstellung zu testen, erbat der Fragebogen die Stellungnahme zu einem Statement. Das Statement lautete: „Dem Inhalt der kirchlichen Lehre stimme ich zu, aber die Organisation Kirche (Amtskirche) handelt leider selbst nicht danach.“ Zu dieser Meinung waren standardisierte Stellungnahmen möglich: Dieser Behauptung stimme ich „vollkommen zu“, „eher zu“, „lehne ich eher ab“, „lehne vollkommen ab“.

33,6 % der befragten Leser stimmten vollkommen zu, weitere 49 % stimmten eher zu. Insgesamt stimmten also 82,6 % der Leser von „Publik-Forum“ dem oben zitierten Statement mehr oder weniger zu. 15,7 % lehnten eher ab, und nur 1,4 % lehnten vollkommen ab. Die überwiegend starke Zustimmung ändert sich auch nur unwesentlich, je nachdem, ob der Befragte selbst aktiv in seiner Gemeinde mitarbeitet

oder nicht. Bei den aktiv mitarbeitenden Befragten liegt die Zustimmungquote bei 80,5 %, bei den nicht aktiv im kirchlichen Bereich Engagierten beträgt sie 85,2 %.

Das innerkirchliche Engagement der Leser von „Publik-Forum“ ist das eines aktiv in der Gemeinde mitarbeitenden Laien, der am Begriff Amtskirche einen gewissen pejorativen Aspekt sieht, zugleich aber selbst in der Kirche engagiert ist und sich von einem stärkeren Engagement von Laien in der Kirche eine Änderung der negativ empfundenen Seiten amtskirchlichen Handelns und Redens verspricht.

Das Verhältnis zu Pfarrgemeinde und Amtskirche wird in einem weiteren Teil der Analyse korreliert zu einer im nächsten Abschnitt noch im Detail zu beschreibenden parteipolitischen Nähe oder Bindung der „Publik-Forum“-Leser. Parteinähe oder direkte Bindung soll hier zunächst einmal nicht näher differenziert werden, hier genügt es, von der Anhängerschaft zu einer politischen Partei zu sprechen.

68,6 % der Anhänger der CDU, 45,8 % der der FDP und 37,8 % der der SPD sind aktiv mitarbeitende Mitglieder in ihrer Kirchengemeinde. Die Frage der aktiven Mitarbeit in ihrer Kirchengemeinde wirkt sich aber bei den „Publik-Forum“-Lesern nicht aus auf die Frage, ob sie alle Parteien des Deutschen Bundestages als vom christlichen Standpunkt aus wählbar ansehen. 41 % der Aktiven und 42,6 % der Nichtaktiven meinen, daß alle Parteien des Bundestages für einen Christen wählbar seien.

Auch der Wunsch nach mehr Mitarbeit der Laien und die Parteizugehörigkeit werden korreliert. 60,2 % der Leser, die meinen, der Einfluß der Laien in der Kirche werde nicht richtig von diesen selbst genutzt, sind CDU-Anhänger, 25,3 % SPD-Anhänger. Die Zahl derjenigen, die meinen, der Einfluß der Laien müsse in der Kirche grundsätzlich ausgebaut werden, ist unter den Anhängern von CDU und SPD gleich groß: 43,5 %.

Dem oben zitierten Statement der „negativen Amtskirchlichkeit“ stimmen 52,4 % der SPD-Anhänger, aber nur 20,7 % der CDU-Anhänger und nur 16,7 % der Anhänger der FDP zu. Bei denen, die diesem Statement „eher“ zustimmen, überwiegen die CDU-Anhänger mit 51,2 % gegenüber den Sympathisanten der SPD mit 40,6 %.

Das innerkirchliche Verhalten der Leser von „Publik-Forum“ fügt dem im vorherigen Kapitel genannten „Publik-Forum“-Typ noch einige Züge hinzu. Der „Publik-Forum“-Leser hat gegenüber Amtskirche im negativen Sinn zum Teil erhebliche Vorbehalte. Dies wirkt sich aber nicht aus auf seine Zustimmung zum christlichen Glauben und hindert ihn zum großen Teil auch nicht daran, sich in seiner Pfarrgemeinde aktiv zu engagieren. Hoffnung auf Änderung von als negativ angesehenen innerkirchlichen Verhältnissen werden fast ausschließlich von dem Engagement von Laien in der Kirche erwartet. Bei den kirchlich engagierten Laien unter den „Publik-Forum“-Lesern sind die CDU-Anhänger zahlenmäßig leicht im Vorteil, doch wirkt sich die parteipolitische Anhängerschaft hier nicht auf das Bewußtsein der Wählbarkeit oder Nichtwählbarkeit anderer Parteien aus. Die Toleranz gegenüber parteipolitisch Andersdenkenden nimmt bei den „Publik-Forum“-Lesern nicht mit ihrem innerkirchlichen Engagement ab, eine Tatsache, die wohl untypisch ist im Vergleich zu anderen kirchlich engagierten Laien angesichts starker auch politischer Polarisierung in den letzten Jahren.

Was das politische Verhalten der „Publik-Forum“-Leser angeht, so ergibt die Leseranalyse zunächst, daß sie sich ähnlich verhalten in ihrer parteipolitischen Option wie

der Durchschnitt der Bundesbürger. Zur Zeit der Befragung erklärten 47,3 % der Leser ihre Nähe zur CDU, 40,1 % zur SPD und 6,7 % zur FDP, ein Ergebnis, das ziemlich genau Umfrageergebnissen des Jahres 1974 entspricht.

Die Bereitschaft, andere Parteien als die CDU zu wählen, ist unter den Lesern von „Publik-Forum“ größer als unter anderen Katholiken der Bundesrepublik, ja sie ist auch größer als unter den Lesern von „Publik“⁵. 41,7 % aller Leser sind der Ansicht, daß für einen guten Christen jede der drei Bundestagsparteien wählbar sei. 29,7 % der Leser meinen, daß bei der Wahlentscheidung religiöse Gründe gegenüber politischen Gründen eine untergeordnete Rolle spielen müßten. Erstaunen mag hierbei vielleicht, daß diese Meinung bei Anhängern von CDU und SPD gleichmäßig stark vertreten ist.

Aus diesen Zahlen zieht der Verfasser der Leseranalyse den wohl nicht unberechtigten Schluß, „daß die Leser der Zeitschrift ‚Publik-Forum‘ im politischen Bereich ausgesprochen tolerant reagieren“, und er folgert daraus, daß die Leser diesem Blatt „die Bedeutung, Gesprächsforum, Medium der Auseinandersetzung zu sein, zusprechen“⁶. Beide Folgerungen sind in dem vorgelegten Zahlenmaterial gut begründet. Der Wunsch der Leser, „Publik-Forum“ als Medium der Auseinandersetzung zu sehen, läßt sich weiter erhärten, wenn man sich das Lese-Verhalten der Leser einmal näher ansieht, über das die Leseranalyse einige gute Daten erbringt.

Das Lese-Verhalten der Leser von „Publik-Forum“

74,2 % der Leser von „Publik-Forum“ waren schon Leser von „Publik“. 75,1 % der jetzigen Leser beziehen „Publik-Forum“ seit dem ersten Halbjahr 1972. (Das regelmäßige Erscheinen von „Publik-Forum“ begann im Februar 1972.) Länge oder Kürze der Bezugsdauer haben keinen Einfluß auf Beachtung und Bewertung der einzelnen redaktionellen Sparten und auch nicht auf das sonstige Lese-Verhalten. Es scheint, daß der Bestellerkreis insgesamt relativ homogen ist.

Über 50 % der Leser sammeln alle Ausgaben. Im Durchschnitt nimmt der Leser das Blatt dreimal zur Hand und liest insgesamt zwischen 30 und 60 Minuten lang.

73,9 % der Leser meinen, daß ihnen kein Themenbereich am „schlechtesten“ gefällt, auf der Bewertungsskala haben sie diese Bewertung ausgelassen. Unter den Artikeln, die regelmäßig gelesen werden, stehen Beiträge zum Themenbereich Kirche in der Bundesrepublik an erster Stelle von 84,3 % genannt.

Aus diesen Daten wird man folgende Ergebnisse gewinnen können: Für die „Publik-Forum“-Leser gibt es eine hohe Identifikation mit der Zeitung. Bezugsdauer, Lesegewohnheit und die Bereitschaft, die Ausgaben aufzubewahren, deuten darauf hin. Das Hauptinteresse und damit auch das Hauptmotiv zum Abonnement liegt im kirchlich-theologischen Bereich, wobei das Interesse an bundesrepublikanischen kirchlichen Themen leicht stärker ist als das Interesse an solchen Themen aus anderen Ländern. Der Verfasser der Leseranalyse kommt zu dem wohl richtigen Schluß: „Die Zeitung deckt das Lesebedürfnis der Leser in hohem Maße.“⁷ Wie im vorherigen Abschnitt dargelegt, ist „Publik-Forum“ nicht das Organ einer kirchlich stark distanzierenden Leserschaft, die mit diesem Blatt etwa ihren letzten Draht zur Kirche hielte, sondern das Organ einer gebildeten kirchenkritischen, aber zugleich kirchlich engagierten Gruppe, die sich in relativ hohem Maß mit der Zeitung identifiziert und sie ausführlich liest. Die gute Bewertung der kirchlichen Beiträge läßt darauf schließen, daß die Leser aus „Publik-Forum“ wenigstens einen erheblichen Teil ihrer Informa-

tionen beziehen, die sie über den kirchlichen Bereich sich wünschen und die sie wo möglich auch hier verwenden.

Das Ergebnis zeigt ferner, daß der „Publik-Forum“-Leser sich in verschiedener Hinsicht atypisch verhält im Vergleich zum durchschnittlichen Katholiken in der Bundesrepublik. Regelmäßige Kirchenbesucher sind in der Bundesrepublik nur 33,6 % der Katholiken, bei den Lesern von „Publik-Forum“ ist es — wie bei den Beziehern der Bistumspresse⁸ — fast die doppelte Anzahl⁹. Nach der Analyse der Synoden-Umfrage nimmt der Kirchenbesuch bei zunehmender Dissonanz zur Kirche ab. Auch dieses Merkmal trifft auf den „Publik-Forum“-Leser nicht zu, im Gegenteil: Trotz beträchtlicher Dissonanz zur konkreten Kirche zeigt er sogar in hohem Maß Bereitschaft zur Mitarbeit in der Kirche. Auch dies ein Merkmal, das auf den bundesdeutschen Durchschnittskatholiken nicht zutrifft¹⁰.

Während im Bundesdurchschnitt die Wahrscheinlichkeit des Kirchenbesuchs zunimmt, je älter der Katholik ist und je kleiner der Ort ist, in dem er lebt, so gilt für den „Publik-Forum“-Leser fast das Gegenteil: Er lebt mehrheitlich in Orten von 100.000 Einwohnern und mehr und ist mehrheitlich um dreißig Jahre alt, beides Merkmale, die im Bundesdurchschnitt eher gegen eine kirchliche Bindung sprechen.

Die Leseranalyse zeigt auch, daß diese Zeitung gegenüber der übrigen kirchlichen Presse eine ganz andere Leserschaft hat. Während der Anteil der Leser über 40 Jahren bei „Publik-Forum“ 40,1 % beträgt (im Bundesdurchschnitt gehören dieser Altersgruppe 54 % der Bevölkerung an), lag der Anteil der über 40jährigen bei der konfessionellen Presse 1971 bei 65 %, bei der Bistumspresse 1975 sogar bei 80 %¹¹. In Bezug auf regionale Verbreitung ergibt sich, daß die Bistumspresse in Orten von unter 20.000 Einwohnern überproportional vertreten ist; in Orten mit mehr Einwohnern nimmt ihre Bezieherdichte erheblich ab.

Man kann dieses Phänomen der Überalterung der Leser der Bistumspresse und der Überrepräsentanz in kleineren Orten sicher mit einer allgemein rückläufigen Kirchlichkeit erklären. Eine Ähnlichkeit zwischen Kirchenbesuch und typischem Leser der Bistumszeitung ist nicht zu übersehen. Man wird jedoch dann sagen müssen, daß in der Leserschaft von „Publik-Forum“ eine kritische, aber aktive Kirchlichkeit einer Bevölkerungs- und Altersgruppe vorhanden ist, bei der im bundesrepublikanischen Durchschnitt eher das Gegenteil als Merkmal von Kirchlichkeit zu finden ist. Aus den genannten Merkmalen ist außerdem abzuleiten, daß den Lesern von „Publik-Forum“ eine gewisse Opinion-Leader-Qualität zukommt, es sich hierbei also um eine Bevölkerungsgruppe handelt, die für die Kirche in Deutschland eine nicht unerhebliche Bedeutung haben dürfte.

Wir möchten an dieser Stelle keine weiteren Folgerungen aus der Leseranalyse ziehen, obgleich weitere Korrelationen zu Ergebnissen der Synodenumfrage und Erhebungen über Kirchenpresse interessant sind. Es sei aber erlaubt, an dieser Stelle die Hoffnung auszusprechen, daß die Leseranalyse ein hartnäckiges Vorurteil in kirchlichen Kreisen widerlegen hilft: die Ansicht nämlich, bei der Leserschaft von „Publik-Forum“ handele es sich um eine Gruppe von Personen, für die die Kirche längst unwichtig geworden sei und die man deshalb auch im kirchlichen Raum als *quantité négligeable* behandeln könne.

Heinz Wilhelm Brockmann (Osnabrück)

Anmerkungen:

1. Horst Peter Szynsik: Leseranalyse der Zeitschrift Publik-Forum, als Manuskript gedruckt; zu beziehen bei: Publik-Forum, 6 Frankfurt 70, Postfach 700771. Im folgenden wird auf diesen gedruckten Text bezug genommen, zitiert als LA.
2. Ralf Zoll / Eike Hennig: Massenmedien und Meinungsbildung. München 1970, S. 77.
3. Vgl. dazu M. Schmolke: „Publik“ — Episode oder Lehrstück? Paderborn 1974.
4. Diese skizzierte redaktionelle Linie wurde von der Leseranalyse selbst erhoben, jedoch mit dem Begriff Amtskirche ein wenig vereinfachend dargestellt.
5. Vgl. hierzu Otwin Massing: Nachrichten für die geistige Provinz — zum Strukturdilemma konfessioneller Publizistik, in: Ralf Zoll (Hrsg.): Manipulation der Meinungsbildung. Opladen 1971, S. 312. Hier wird von einer Anhängerschaft von 99 % für die CDU unter den katholischen „Publik“-Abonnenten gesprochen.
6. LA, S. 93 f.
7. LA, S. 118.
8. Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse: Feldbefragung („Informationsbeitrag“ über die Ergebnisse der „Feldbefragung“). St. Augustin, Oktober 1975, S. 4.
9. Vgl. G. Schmidtchen: Zwischen Kirche und Gesellschaft. Freiburg 1972, S. 95 ff.
10. A.a.O., S. 98 ff.
11. Quellen: Konfessionelle Presse, Leseranalyse von 1971, in: Informationen der AKP/GKP, 1972/II. AKP (Hrsg.): Reichweite und Leserstrukturen der katholischen Bistumspresse; vgl. ferner den Hinweis in Anm. 8.

Anhang

Tabelle I

Geschlechtszugehörigkeit der Leser von „Publik-Forum“ im Vergleich

Geschlecht	Bundesbevölkerung 1970	„Publik-Forum“ 1974	„Publik“ 1970	„Rh. Merkur“ 1968	„Die Zeit“ 1970
männlich	46 %	75,9 %	59 %	80 %	63 %
weiblich	54 %	24,1 %	41 %	20 %	37 %

Tabelle II

Altersgruppen der Leser von „Publik-Forum“ im Vergleich

Altersgruppe	Bundesbevölkerung 1970	„Publik-Forum“ 1974	„Publik“ 1970	„Rh. Merkur“ 1968	„Die Zeit“ 1970
14—19 Jahre	10 %	0,8 %	5 %	—	9 %
20—29 Jahre	18 %	29,1 %	20 %	21 %	36 %
30—39 Jahre	18 %	30,0 %	23 %	22 %	18 %
40—49 Jahre	16 %	18,2 %	21 %	19 %	16 %
50—59 Jahre	14 %	10,4 %	13 %	—	10 %
60—69 Jahre	14 %	8,1 %	13 %	39 %	8 %
70 Jahre und mehr	10 %	3,4 %	5 %	—	4 %

Tabelle III

Schulbildung der Leser von „Publik-Forum“ im Vergleich

Schulbildung	Bundes- bevölkerung 1970	„Publik- Forum“ 1974	„Publik“ 1970	„Rh. Merkur“ 1968	„Die Zeit“ 1970
Volksschule	76 ‰	5,8 ‰	40 ‰	15 ‰	22 ‰
Mittlere Reife	18 ‰	10,1 ‰	28 ‰	15 ‰	37 ‰
Abitur	6 ‰	84,0 ‰	32 ‰	69 ‰	41 ‰

Tabelle IV

Überschneidung mit anderen Wochenzeitungen

Liest außer „Publik-Forum	‰	Liest andere Zeitungen länger, in ‰
„Die Zeit“	46,8 ‰	35,2 ‰
Bistumsblatt	42,9 ‰	6,2 ‰
„Der Spiegel“	42,3 ‰	28,6 ‰
„Weltbild“	14,8 ‰	3,4 ‰
„Dt. Allgem. Sonntagsblatt“	7,0 ‰	2,8 ‰
„Deutsche Zeitung“	5,3 ‰	2,0 ‰
„Neue Bildpost“	2,5 ‰	0,3 ‰

Die angeführten Tabellen wurden mitsamt den Daten der Leseranalyse entnommen.