

Lokalzeitung und Kirche: Aspekte einer Partnerschaft zwischen Ortsgemeinde und Journalisten

von K. Rüdiger Durth

1. Zum Thema

Das Verhältnis zwischen Lokalzeitung und Kirche gestaltet sich nach wie vor schwierig, da es mehr von Spannungen, falschen Erwartungen und gegenseitiger Skepsis als von einem partnerschaftlichen Umgang geprägt ist. Auf beiden Seiten tief verwurzelte Vorurteile haben dazu geführt, daß sich die beiden wichtigsten lokalen Kommunikatoren der Vergangenheit — Zeitung und Kirche¹ — bislang nie wirklich begegnet sind. Inzwischen hat ein Umdenkungsprozeß eingesetzt. Durch das Zeitungssterben² einerseits und die wachsende Bedeutung der Kommunalpolitik³ andererseits setzt sich endlich in der breiten Öffentlichkeit die Erkenntnis durch, daß unsere Gesellschaft auf eine vielseitige, miteinander konkurrierende Lokalpresse angewiesen ist. Die Kirche, die sich oft durch eine Angst vor der Massenkommunikation ausgezeichnet hat, verschließt sich nicht mehr länger diesem neuen Trend und beginnt ihrerseits, Initiativen zu ergreifen. Diese erstrecken sich jedoch noch meist auf die intensive Förderung von periodischen Zeitschriften im Schatten der Kirchtürme, als Pfarr- oder Gemeindebrief bekannt.⁴

In der Praxis jedoch zeigt sich, daß die tiefverwurzelten Mißverständnisse zwischen Lokalzeitung und Kirche zu einem Defizit in der lokalen Berichterstattung führen, das im Interesse des Informanten Kirche, des Kommunikators Lokalzeitung und des Rezipienten (ob kirchlich gebunden oder inzwischen entfremdet, ist gleichgültig) beseitigt werden muß.

Aus der Sicht des Journalisten vernachlässigen die Kirchengemeinden gegenüber dem heutigen lokalen „auditorium maximum“ (Lokalzeitung) ihre Informationspflicht, da sie sich nicht der üblichen Informationskanäle bedienen.⁵ Die Folge davon ist, daß die Kirche als eine der größten und wichtigsten örtlichen gesellschaftlichen Gruppen innerhalb der lokalen Kommunikation keine Rolle spielt. Bildlich gesprochen: Aus den Spalten des Lokalteils unserer Zeitungen ist der Kirchturm verschwunden.

Aus der Sicht der kirchlichen Mitarbeiter wiederum zeigen die Lokaljournalisten kein Interesse an der Berichterstattung über die Kirche. Die (vermeintliche) Schlagzeilen-Jagd ist für die Kirche abträglich. Hinzu kommt, daß die kirchlichen Mitarbeiter eine bestimmte Vorstellung über Inhalt und Gestaltung von Berichten haben: möglichst ausführlich, positiv. Da Journalisten aber meist eine andere Auffassung haben, breitet sich in der Kirche Enttäuschung aus, weil die Presse sie nicht versteht.

Diese stichwortartig umrissene Problematik trifft heute für alle Konfessionen zu. Partnerschaft zwischen Ortsgemeinde und Journalisten muß als ökumenisches Problem verstanden werden: Die Angst vor der Zeitung geht bei den kirchlichen Mitarbeitern aller Konfessionen um. Für die Journalisten ist *die* Kirche uninteressant, wobei die Konfessionen nur einen graduellen Unterschied darstellen.

K. Rüdiger Durth ist Pastor in der Evangelischen Kirche des Rheinlandes und hauptberuflich Redakteur der „Bonner Rundschau“.

Die Reihenfolge unseres Themas „Lokalzeitung und Kirche“ ist bewußt gewählt. Innerhalb der lokalen Kommunikation kommt der Lokalzeitung als „auditorium maximum“ die Funktion zu, allen Gruppen und Menschen die Informationen zu liefern, die diese für ihre Integration und den sozialen Wandel benötigen.⁶ Aus dieser Sicht stellt die Kirche nur eine Gruppe dar.⁷

Um einem Mißverständnis vorzubeugen: Aufgabe einer verbesserten lokalen Kommunikation der Kirche kann und darf es nicht sein, auf diesem Weg Macht auszuüben. Ziel ist es vielmehr, die Kirche für die offene lokale Kommunikation zu gewinnen, in der sie sich als eine unter vielen anderen Gruppen zu verstehen und auch zu bewähren hat. In einer so verstandenen Kommunikation hat die Kirche die Möglichkeit, ihren Auftrag für den Menschen und die Welt am konkreten Ort zu verdeutlichen.

2. Kirche und Lokalkommunikation⁸

„Das beinahe Tragische unserer Situation besteht darin, daß noch nie eine so große Bereitschaft zum Gespräch unter uns lebendig gewesen ist wie heute, daß die Vollzüge des Gesprächs aber immer wieder mißlingen.“ Diese Erfahrung des Kieler Universitätsprofessors Joachim Scharfenberg⁹ aus der zwischenmenschlichen Kommunikation läßt sich auch auf die lokalen Massenmedien übertragen.¹⁰ Der Lokalteil einer Zeitung, der nach Meinung des Kölner Soziologen René König ein „Mittel der Gemeindeintegration“¹¹ darstellt und für den Münchener Publizistikprofessor Wolfgang R. Langenbucher „bislang universellstes, aktuellstes und die größte Publizität erreichendes Kommunikationsmedium“¹² ist, berücksichtigt das kirchliche Leben kaum. Während Parteien, Verbände, Interessengruppen, Bürgerinitiativen und Einzelpersonen das „Instrument“ Lokalzeitung nutzen, um Forderungen, Anregungen, Meinungen und Überzeugungen zu verbreiten, bleibt die Kirche hinter ihren Mauern zurückgezogen. Informationsdienste, Pressegespräche, Journalisten-Kontakte, Leserbriefe, öffentliche Aktionen im Blick auf die Zeitung — das alles wird von den lokalen Gruppen meisterhaft beherrscht. Nur nicht von der Kirche am Ort. Spontan äußern sich die unterschiedlichsten Gruppen und Bürger zu aktuellen Problemen oder werden dazu von den Journalisten befragt. Mit Ausnahme der Kirche, die mehr oder weniger aus dem Blickfeld der Journalisten verschwunden ist.

Innerhalb der Kirche wird die Öffentlichkeitsscheu verschieden begründet: Man weiß nicht, was die Zeitung aus Meinungsäußerungen „macht“ (das wissen die anderen Gruppen auch nicht). Man darf die Journalisten nicht zu tief in die eigenen Karten schauen lassen (was haben die Kirchen eigentlich zu verbergen?). Pressearbeit haben wir nicht gelernt (was stimmt). Der christliche Glaube hat in der Zeitung nichts zu suchen (warum eigentlich nicht?). Man darf sich mit der Welt nicht gemein machen (die Zwei-Reiche-Lehre sollte nicht als billige Ausrede verwandt werden). Obwohl die Kirche von der Kanzel herab (einschließlich aller Gemeindeveranstaltungen) nur noch einen geringen Prozentsatz der Menschen eines überschaubaren Lebensbereiches erreicht, die Lokalzeitung aber in fast alle Haushalte reicht, sind die Versuche, neue Kommunikations- und Informationsstrukturen auszuprobieren, im Ansatz stecken geblieben. Moderne Gottesdienstformen etwa haben ihre Funktion im Blick auf das gemeindliche Leben, führen aber die Kirche nicht aus ihrer Informationskrise heraus.¹³

Der Zeitungsleser aber, der morgens sein Lokalblatt aufschlägt¹⁴, will über Ereignisse und Probleme seines Lebenskreises informiert werden. Dazu zählt auch die Kirche,

die ja nicht nur zum Gottesdienst einlädt, sondern in vielfältiger Weise öffentliche Dienstleistungen erbringt: Krankenhaus-Unterhaltung, Kindergärten, Schulen, Familienfürsorge, Jugendarbeit, Altenhilfe, Ehe- und Erziehungsberatung, Obdachlosen- und Haftentlassenenfürsorge etc. Statistisch gesehen, zahlen noch immer über 90 Prozent der Bundesbürger (zum Teil ganz erhebliche) Kirchensteuern. Ihr Interesse an Kirche ist größer als sich dies in den Gottesdienst-Besuchern zahlen niederschlägt. Das Vertrauen in die Institution Kirche ist umgekehrt proportional zur Inanspruchnahme der Institution. Daß der Leser an kirchlichen Informationen interessiert ist, zeigen journalistische Modellversuche.¹⁵

Deshalb muß die Kirche am Ort endlich die Lokalzeitung (und in absehbarer Zeit sicherlich auch das Kabelfernsehen) als einen Markt der Möglichkeiten begreifen, dem man nicht aus dem Wege geht, sondern auf den man sich begibt. Hier wird die Frage des Apostels Paulus unter anderem ihre Antwort finden müssen: „So die Posaune einen undeutlichen Ton gibt, wer wird zum Streit rüsten?“¹⁶

3. Die unbekannte Kirche

Die mangelnde Kommunikations- und Informationsbereitschaft der Kirche am Ort gegenüber der Lokalzeitung verstärkt die vorhandene Unkenntnis der Journalisten über die Kirche. Denn viele Lokaljournalisten haben den Kontakt mit der Kirche mit Beendigung ihres kirchlichen und schulischen Religionsunterrichts beendet. Von dort übernommene Klischees wirken oft das ganze Leben nach und werden zur Grundlage für die Beurteilung der Kirche herangezogen.

Das Sachwissen um die Kirche schwindet ständig. Auch unter den Journalisten. Selbst einfachste Fachtermini werden nicht mehr sicher beherrscht, ganz zu schweigen von der Unkenntnis über die jeweils andere Konfession. So darf es nicht verwundern, daß in den Spalten des Lokalteils unserer Zeitungen oft ein evangelischer Pfarrer geweiht und ein Kaplan ordiniert wird. Religiöse Begriffe, Symbole und Namen werden als stilistisches Hilfsmittel herangezogen. Es sei nur an den populären Petrus erinnert, der als Wettergott durch die Ausflugsberichte der Vereine geistert. Interessante und aktuelle kirchliche Vortragsveranstaltungen mit bedeutenden Referenten werden von den Lokalredaktionen als Termin nicht wahrgenommen, weil diesen beispielsweise Namen wie Rahner oder Braun nichts sagen. Der strukturelle Aufbau der Kirche am Ort ist ebenfalls weithin unbekannt. Das führt zwangsläufig zu Fehlerquellen in der Berichterstattung. Probleme, die in der Kirche am Ort heftig diskutiert werden — beispielsweise der Streit um Hans Küng oder um die Bekenntnisbewegung „Kein anderes Evangelium“ — und Thema einer viele Menschen interessierenden Reportage sein könnten, werden aus Unkenntnis nicht aufgegriffen.

Für die Leser einer Lokalzeitung ist es durchaus wichtig zu wissen, ob etwa in ihrer Stadt bzw. Gemeinde sogenannte ökumenische Trauungen stattfinden oder nicht. Dazu aber muß der Redakteur einfach wissen, daß dies möglich ist — von den kirchengesetzlichen Bestimmungen her.

Daß die Gottesdienstbesucher eines Kirchenkreises oder Dekanates jährlich zehntausende von DM für die Entwicklungshilfe spenden, ist eine mehr als interessante Nachricht für die Lokalzeitung. Aber wer sagt es den Journalisten?

Die Beispiele für die „unbekannte Kirche“ lassen sich ebenso beliebig fortführen wie die für eine durch Vorurteile abgestempelte Kirche: Zuviel Geld; bauen nur Kirchen,

in die doch niemand mehr geht; Glaube ist etwas für alte Menschen; der Pfarrer will ja doch nur die Menschen bekehren etc.

Und sicherlich ist es auch richtig, daß viele Lokaljournalisten eine negative Meinung über die Kirche haben und deshalb bestrebt sind, die kirchliche Berichterstattung auf ein Mindestmaß zurückzudrängen. Gegen die Kirche zu sein, gilt vielen Zeitungsmachern als fortschrittlich. Daß eine solche Haltung nichts mit dem journalistischen Ethos zu tun hat, versteht sich von selbst, ist aber nicht mit einem Federstrich aus der Welt zu schaffen.

Dennoch gilt auch dies: „Berichte über das Leben der Kirche sind auch eine Rückfrage an die Sprache der Kirche; eine Rückfrage, ob es ihr gelingt, die Kirchenmauern zu durchbrechen und der Öffentlichkeit Wesentliches zu vermitteln.“¹⁷ Die „unbekannte Kirche“ ist deshalb herausgefordert, sich bekannter zu machen — nicht zuletzt bei denen, die täglich für zehntausende und mehr Leser schreiben, eben die Lokaljournalisten: „Das Vertrauensverhältnis der kirchlichen Amtsträger zu den Vertretern der Massenmedien gehört in unserer Zeit zur Ausrichtung des Verkündigungsauftrages der Kirche.“¹⁸

4. Lernen durch Partnerschaft

Die Vierte Vollversammlung des Weltrates der Kirchen hat 1968 in Uppsala die Kirchen aufgefordert, nicht nur ihr traditionelles Mißtrauen gegenüber den Medien aufzugeben, sondern auch „eine feste Partnerschaft mit denjenigen einzugehen oder zu suchen, die die modernen Kommunikationssysteme schaffen, erstellen, gebrauchen und bewerten.“¹⁹ Diese Partnerschaft erstreckt sich vor allem auch auf das Verhältnis mit den Lokaljournalisten, deren Medium, eben die Lokalzeitung, auch das kirchliche Leben stark beeinflusst. „Man muß sie (die Medien) verstehen“, heißt es in der Medienerklärung von Uppsala, „um die Welt verstehen zu können, der die Kirche die gute Botschaft Christi bringt.“²⁰

Pfarrer und kirchliche Mitarbeiter kennen kaum die Bedingungen, unter denen eine Lokalredaktion arbeiten muß.²¹ Aufgrund der wirtschaftlichen Schwierigkeiten, in denen sich die meisten Zeitungsverlage heute befinden, und der früheren Benachteiligung des Lokalressorts durch die Zentralredaktionen arbeiten Lokalredakteure unter Bedingungen, die in der freien Wirtschaft und im öffentlichen Dienst längst der Vergangenheit angehören. Die Vierzig-Stunden-Woche kennen die meisten Lokaljournalisten nur vom Hörensagen. Durch die personelle Unterbesetzung sind fast alle Lokalredaktionen auf freie Mitarbeiter angewiesen, die kaum eine journalistische Ausbildung erhalten haben. Selbst die Ausbildung des hauptberuflichen journalistischen Nachwuchses läßt viel zu wünschen übrig. Ein Blick in die Welt des Lokaljournalismus zeigt, daß es dort nur in Ausnahmefällen sogenannte Fachredakteure gibt, also auch kaum Journalisten, die sich vorwiegend mit dem Thema Kirche beschäftigen. Kirchliche Veranstaltungen finden meist abends oder an Sonntagen statt, zu Zeiten also, die für die Journalisten Freizeit bedeuten, sofern sie nicht für Spät- oder Sonntagsdienst eingeteilt sind.

Aber nicht nur die Arbeitsbedingungen für Lokaljournalisten sind den meisten Pfarrern und kirchlichen Mitarbeitern (leider) unbekannt, sondern auch die einfachsten journalistischen Gesetze. Ein Vortrag, den der Pfarrer gut findet und deshalb unbedingt „in die Zeitung muß“, eignet sich noch längst nicht deshalb für einen Bericht. Der Journalist nämlich hat darauf zu achten, daß seine Berichte nicht nur

aktuell und lokal bezogen sind, sondern auch darauf, daß ihr Inhalt neu ist und möglichst viele Menschen interessiert. Dieser Grundsatz gilt nicht nur für den beispielsweise erwähnten Vortrag, sondern für alle Veranstaltungen, zu denen die Kirche am Ort einlädt. Jeder Informant sieht in der Regel nur seine Informationen und hält diese natürlich für äußerst wichtig. Groß ist die Enttäuschung, wenn darüber nur eine Meldung oder vielleicht überhaupt nichts am nächsten Tag im Lokalteil der Zeitung steht. Der Lokalredakteur aber hat alle Berichte und Ereignisse des Tages für die nächste Ausgabe zu berücksichtigen, zu bewerten und in Einklang mit dem ihm zur Verfügung stehenden Seitenraum zu bringen.

Durch gegenseitiges Kennenlernen wächst das Verständnis für die Themenwahl des Journalisten, den beispielsweise der Bau eines neuen Gemeindezentrums mehr interessiert als ein ausführlicher Bericht über die Ausflugsfahrt des Kirchenchores.

Es ist kein Geheimnis, daß kirchliche Mitarbeiter und Pfarrer auf Pressekritik sehr empfindlich reagieren. Oft genug wird als negative Kritik mißverstanden, was „objektiv“ Aufgabe des Journalisten ist, nämlich ein Thema von verschiedenen Blickwinkeln aus zu behandeln und auch Gegenstimmen zu Wort kommen zu lassen.

Aufgabe der Lokalzeitung ist es auch nicht, „den Glauben zu fördern“. Journalisten berichten in ihrer Zeitung nicht *für* die Kirche am Ort, sondern *über* die Kirche für die Leser. Je intensiver die Kirche die Partnerschaft mit den Lokaljournalisten sucht, desto größer wird auch ihr Verständnis für die journalistische Arbeit.²²

5. Auch Journalisten lernen

Durch Partnerschaft mit den Medien lernt nicht nur die Kirche, sondern auch die Journalisten lernen. Vor allem lernen sie eine Kirche kennen, die ihnen bislang unbekannt war. Im offenen, nicht auf irgendwelche Überzeugungen abgestellten Dialog wird dem Lokaljournalisten so manches negative Bild genommen: Die Kirche hat in der Regel eben nicht zuviel Geld, sondern muß wegen ihrer hohen Verpflichtungen für Krankenhäuser, Schulen, Sozialstationen etc. mit dem Pfennig rechnen. Der Pfarrer hat einen gefüllten Terminkalender, der ihm oft einen harten Arbeitstag auferlegt. Einzelgespräche mit rat- und hilfesuchenden Menschen erfordern viel Zeit.

Weitere Erfahrungen, die der Journalist in dieser Partnerschaft machen kann: Die Kirche ist ja ganz anders, als man sie in Erinnerung hat. Mit dem Pfarrer läßt sich offen reden. In der Jugendarbeit werden Wege beschritten, die in der öffentlichen noch tabu sind. Christlicher Glaube ist zumindest eine Haltung, die Achtung auch des Andersdenkenden erfordert. Im Kennenlernen der „alltäglichen“ Kirche entdeckt der Lokaljournalist eine Fülle von Themen, die er bislang nicht gesehen hat. Der Pfarrer oder kirchliche Mitarbeiter rückt als Fachmann und Gesprächspartner für aktuelle Recherchen zu allgemeinen Themen ins Blickfeld: Sozial- und Jugendfragen, Hilfe für alte Menschen, ethische Konflikte etc. Man lernt die Kirche unter einem gänzlich anderen Gesichtspunkt kennen, nämlich als eine große, nicht wegzudenkende gesellschaftliche Organisation, die erst dann allen Menschen wirklich ins Bewußtsein treten würde, würde sie in den Streik treten. Ihr selbstverständlich hingenommenes Da-Sein würde plötzlich als gar nicht mehr selbstverständlich erkannt.

Dieses Lernen der Journalisten setzt freilich voraus, daß die Kirche dem Journalisten offen begegnet und der Journalist seinerseits ohne Vorurteil, eben als Journalist, der Kirche gegenübertritt.

6. Informationsarbeit kostet nicht viel Zeit

Die Kirche vor Ort ist trotz aller gewählten und berufenen Gremien de facto ein Ein-Mann-Betrieb, es hängt eben doch fast alles vom Pfarrer ab. Dieser wird eine bessere Informationsarbeit als zusätzliche Belastung empfinden. Läßt sich Pressearbeit ohne große Zeitinvestition leisten? Die Antwort lautet eindeutig Ja, sofern sie rationell betrieben wird. Dafür einige konkrete Anregungen:

a) Die Kirchengemeinde beauftragt einen Mitarbeiter, der für die Pressearbeit zuständig ist. Wird nicht der Pfarrer bestimmt, sondern ein Mitarbeiter, so muß dieser autorisiert sein, Informationen und Erklärungen an die örtliche Presse weiterzuleiten. Das setzt voraus, daß der Pressereferent Zugang zu den wichtigen Sitzungen der kirchlichen Gremien hat und sich regelmäßig mit dem Pfarrer zu einem Informationsgespräch trifft.

b) Der Pressereferent (oder Pfarrer) sucht den Kontakt mit der zuständigen Lokalredaktion. Erscheinen im Bereich der Kirchengemeinde mehrere miteinander konkurrierende Zeitungen, so sind selbstverständlich alle Redaktionen gleich zu behandeln.

c) Im Gespräch mit dem für die Kirche zuständigen Redakteur oder für die Gemeinde beauftragten Mitarbeiter wird geklärt, wie die Informationsarbeit gestaltet werden soll.

d) Bei aktuellen Informationen (wichtiger Beschluß der örtlichen Kirchengremien) ruft der Pressereferent den für ihn zuständigen Mitarbeiter oder Redakteur an.

e) Einladungen zu interessanten kirchlichen Veranstaltungen werden frühzeitig an die Redaktion geschickt — eventuell mit der Bitte um eine Vorankündigung.

f) Bei wichtigen Veranstaltungen (Besuch des Bischofs, Einweihung einer neuen Kirche oder eines Gemeindezentrums etc.) wird die Presse zu einer Pressebesprechung eingeladen. Für dieses Gespräch wird ein sogenannter „Waschzettel“ angefertigt, der Namen, Daten, Kosten etc. enthält.

g) In regelmäßigen Abständen lädt der Pfarrer Lokaljournalisten zu einem zwanglosen Gespräch ein, eventuell verbunden mit einem Essen. Dabei werden langfristige Themen besprochen, Hintergrundinformationen gegeben, seitens der Journalisten anstehende Fragen beantwortet. Vertraulichkeit kann vereinbart werden.

i) Lokale Pressearbeit erfordert Kontinuität. Deshalb muß sie so angelegt werden, daß sie langfristig geleistet werden kann und nicht nach kurzer Zeit wieder einschläft.

7. Informationsarbeit auf regionaler Basis

Die Stadtverwaltungen beispielsweise haben längst die Bedeutung der Informationsarbeit erkannt und deshalb hauptamtliche Pressereferenten eingestellt. Die Kirchen haben diesen Weg für ihre regionalen Zusammenschlüsse (Kirchenkreis/Dekanat) noch kaum beschritten — von einigen Beispielen abgesehen. Soll die kirchliche Lokalkommunikation langfristig wirklich funktionieren, werden die Kirchen nicht umhin kommen, hauptamtliche Pressestellen auf Stadt- oder Kreisebene einzurichten. Diese Stellen dürfen nicht mit Laien besetzt werden. Denn Journalismus ist ein Handwerk, das wie jedes andere auch erlernt sein will. Gute Journalisten kosten natürlich Geld. Aber an der Lokalkommunikation zu sparen, kann sich sehr bald als Bumerang erweisen. Durch die sinkenden Kirchensteuereinnahmen werden die Kirchen immer mehr auf freiwillige Leistungen angewiesen sein. Diese aber hängen nicht zuletzt damit zusammen, wie überzeugend sich die Kirche der Gesellschaft darstellt.

Nur ein hauptamtlicher Pressereferent ist in der Lage, die Lokalzeitungen aktuell über kirchliche Veranstaltungen, Beschlüsse, Aktionen und Stellungnahmen zu informieren. In seinen Aufgabenbereich fällt auch die Information über die sozialen Einrichtungen der Kirche im betreffenden Bereich. Der Pressereferent berät die einzelnen Kirchengemeinden in allen Fragen der Öffentlichkeitsarbeit und bietet den Zeitungen Berichte über die Kirche an (Reportagen, Interviews, Kommentare etc.). Gleichzeitig ist er für den Lokalteil in der überregionalen Kirchenzeitung verantwortlich und fördert die Verbesserung der einzelnen Gemeindebriefe im Zuständigkeitsbereich.

8. Lokale und überregionale Information

In der Vergangenheit hat sich die Kirche vornehmlich mit der überregionalen Informationsarbeit beschäftigt und zum Teil gründliche Reformen durchgeführt. Mehr oder weniger gut ausgestattete Pressestellen bei den Kirchenleitungen und großen kirchlichen Werken sind inzwischen eingerichtet worden. Die Qualität der überregionalen Kirchenzeitungen (auf Diözesan- oder Landeskirkenebene) hat merklich zugenommen.

Diese Anstrengungen werden aber letztlich ohne Erfolg bleiben, wenn sie nicht auf der lokalen bzw. regionalen Ebene durch entsprechende Maßnahmen ergänzt werden. Pressestellen der Kirchenleitungen produzieren oft viel Informationspapier, das aber dann vergeblich ist, wenn es keinen Eingang in die Zeitungsspalten findet. Sicherlich haben die vielfältigen Pressedienste auch die Funktion der innerkirchlichen Kommunikation und der Hintergrund-Information für die Journalisten.

Der Lokalteil unserer Zeitungen aber ist für aktuelle und ortsbezogene Berichte über die Kirche aufnahmefähiger und -bereiter als der überregionale für allgemeine kirchliche Themen. Außerdem wird der Lokalteil am intensivsten gelesen, was zur Folge hat, daß die ortsbezogenen Berichte über die Kirche beim Leser einen bedeutend größeren Aufmerksamkeitsgrad finden als die überregionalen Kirchennachrichten.

9. Informationsarbeit als Teil der Ausbildung

Ein wichtiger Bestandteil zur Verbesserung der lokalen Kirchenkommunikation bildet eine entsprechende Ausbildung der jungen Theologen im Rahmen ihres Studiums. Die Theologischen Fakultäten und Priester- bzw. Predigerseminare tragen bislang dieser notwendigen Forderung keine Rechnung.

Deshalb sollten dem Theologiestudenten Seminare und Übungen angeboten werden, in denen er mit den Grundlagen der lokalen Kommunikation vertraut gemacht wird und lernen kann, wie man eine Meldung, einen Bericht, einen Kommentar etc. schreibt. Denn die Form der kirchlichen Informationsarbeit hat der der Journalisten zu entsprechen.

Erfolgversprechend sind in der katholischen Kirche die Arbeit des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses in München (das Studenten aller Fachrichtungen, die nach Studienabschluß einen journalistischen Beruf ergreifen wollen, eine studienbegleitende Ausbildung in Redaktionen, Rundfunkstudios sowie eine gründliche Publizistiktheorie in sogenannten Ferienakademien anbietet)²³ und die regelmäßigen Kurse der Thomas-Morus-Akademie Bensberg für Pfarrbriefredakteure.²⁴

Anmerkungen:

1. Vgl. auch Hans-Eckehard Bahr: Verkündigung als Information, in: Konkretionen 1, S. 27 ff., Hamburg 1968. Als dritter Kommunikator muß noch die Schule erwähnt werden. Diese aber kann in unserem Zusammenhang unberücksichtigt bleiben.
2. Vgl. Dieter Buhl: Götterdämmerung eines Mediums?, in: „Die Zeit“ v. 15. August 1975.
3. Vgl. dazu die sehr informative Schrift von Günter Rinsche: Dynamische Kommunalpolitik, Recklinghausen 1975.
4. Das Thema Pfarr- oder Gemeindebrief wird hier ausgeklammert. Verwiesen wird auf die Aufsätze von Clemens Kreuzer, Das Pfarrblatt als gemeindebildende Kraft, in: CS 6:1973, S. 193 ff.; Maximilian Gottschlich: Pfarrblätter in Österreich — Katholische Publizistik zwischen Postwurf und Sendung, in: CS 7:1974, S. 197 ff., und K. Rüdiger Durth: Nachrichten für die geistige Provinz? Zur Überwindung des Getto-Daseins örtlicher Kirchenpublizistik, in: „Homiletische Monatshefte“ 50:1974/75, S. 499 ff.
5. Fast alle örtlichen Vereine verfügen über ehrenamtliche Pressereferenten, die sehr erfolgreich arbeiten. Ganz abgesehen von den kommunalen Pressestellen, die durch aktuelle Informationsdienste, Pressekonferenzen etc. bereits sehr stark den Inhalt der Lokalteile bestimmen.
6. Vgl. K. Rüdiger Durth: Der Lokalredakteur. Wege zur bürgernahen Kommunikation, Journalismus und Praxis 2, S. 7 ff., Remagen 1975.
7. Die Kirche als Gegenstand des christlichen Glaubens bleibt hier unberücksichtigt.
8. Vgl. K. Rüdiger Durth: Lokalkommunikation der Kirchen. Der Pfarrer und die Zeitung, Journalismus und Praxis 3, Remagen 1975. In dieser Schrift wird die anstehende Problematik ausführlich dargestellt; vgl. die Rezension dieser Schrift in CS 8:1975, S. 387.
9. Joachim Scharfenberg: Seelsorge als Gespräch, Göttingen 1972, S. 13.
10. Vgl. Durth: Der Lokalredakteur, a.a.O., S. 19 ff.
11. rde 79, S. 125.
12. Wolfgang R. Langenbacher: Der Lokalredakteur als Sozialisator und Sozialisand im Prozeß der Lokalkommunikation, in: Sozialisation durch Massenkommunikation, hrsg. von Franz Ronneberger, Bd. IV, Stuttgart 1971, S. 153.
13. Vgl. K. Rüdiger Durth: Haben Pfarrer Angst vor der Zeitung? in: „Homiletische Monatshefte“ 48 (1972/73), S. 138 ff.
14. Der Lokalteil wird von rd. 85 Prozent aller Bezieher einer Lokal- oder Regionalzeitung gelesen.
15. Vgl. dazu K. Rüdiger Durth: Nachbarschaft von Kirche und Zeitung, in: „Sein und Sendung“ 6:1974, S. 273 ff.
16. 1. Kor. 14,8.
17. Kirchliche Kontakte mit Publizisten, in: „Missionierende Gemeinde“ 19, S. 14, Berlin/Hamburg 1969.
18. Ebd., S. 12.
19. Ebd., im Wortlaut abgedruckt, S. 18.
20. Ebd., S. 17.
21. Vgl. K. R. Durth: Der Lokalredakteur, a.a.O., S. 13 ff.
22. Umgang mit Presse und Presseleuten, in: „Sein und Sendung“ 6:1974, S. 80 ff und S. 135 ff.
23. Vgl. CS 4: 1971, 350—353.
24. 1975 fanden folgende Veranstaltungen für Pfarrbriefredakteure statt: das 8. Werkstattgespräch (12./13. April); ein dreiteiliges Presseseminar (26. April, 24. Mai und 14. Juni); und das 9. Meeting für Pfarrbriefredakteure (13./14. September). Am 13./14. März 1976 wird ein weiteres Meeting angeboten.

S U M M A R Y

The Churches have for too long counted on the so-called "big media" and their influence, neglecting local communications in doing so. This is especially true of the important relationship between the parish and the local newspaper, which seems to be somewhat distorted. The author demonstrates various opportunities for the parish to make its presence felt in the local newspapers. From this it becomes clear that the local papers are still the most widely read, the most up-to-date, and give the greatest measure of publicity. It seems

that the Church has an obligation to make its presence felt through this medium. The author also tries to investigate the reasons for the tenuous relationships between the parish priest and the local editor. He shows ways and means for both to meet and enjoy a fruitful dialogue. Finally, he suggests that every parish has its own "press officer" to maintain contact between local church and local newspaper.

R É S U M É

Les Eglises ont trop longtemps considéré les soi-disants «grands moyens» et leurs prétendus effets comme bannis, elles en ont oublié la communication locale. Particulièrement, le rapport si important entre les communautés religieuses isolées et le journal local semble détruit. K. Rüdiger Durth signale de nombreuses possibilités comment l'Eglise peut être présente dans la partie régionale des journaux. A cette occasion, il devient de plus en plus clair que le journal local est jusqu'à présent le moyen de communication le plus universel, le plus actuel et celui qui atteint la plus grande publicité. C'est le devoir de l'Eglise d'être présente dans ce moyen. Durth fait en outre des recherches sur les raisons plus profondes du rapport détruit entre le prêtre et le rédacteur local et montre des voies, comment tous deux peuvent en venir à un dialogue fructueux. Enfin, il exige que chaque communauté ait un «attaché de presse» qui permette le contact constant entre l'Eglise locale et les journaux paraissant à cet endroit.

R E S U M E N

Durante demasiado tiempo las Iglesias han mantenido en entredicho los llamados «grandes medios» de comunicación social y sus perniciosas consecuencias, olvidando al mismo tiempo la comunicación a nivel local. Es especialmente deficiente la relación de cada comunidad parroquial con el periódico local, a pesar de la incuestionable importancia de esta relación. K. Rüdiger Durth detalla una serie de posibilidades con vistas a lograr que la «Iglesia del lugar» esté presente en las páginas de los periódicos dedicadas a información local. En este contexto señala que es cada vez más evidente que el periódico local es hasta ahora el medio de comunicación social más universal, más actual y de mayor difusión. Es obligación de la Iglesia hacer acto de presencia en este medio. Durth analiza las razones profundas de la pésima relación entre el párroco y el redactor de temas locales e indica opciones para lograr un diálogo fructífero entre ambos. Por último pide para cada comunidad eclesial un «delegado de prensa», que sirva de enlace permanente entre la Iglesia local y los periódicos de la localidad.