

Öffentlichkeitsarbeit und Fastenopfer der Schweizer Katholiken

Die Stiftung Fastenopfer

Das Fastenopfer der Schweizer Katholiken ist eine kirchliche Stiftung nach schweizerischem Recht und dem Codex juris canonici. Es wurde 1962 auf Initiative von Laien ins Leben gerufen. Oberstes Organ ist der Stiftungsrat, dem die acht Mitglieder der Schweizerischen Bischofskonferenz und acht frei gewählte Personen angehören. Diesem Gremium stehen ein Aktionsrat, in dem verschiedenste Organisationen vertreten sind, und sechs Kommissionen zur Seite. Der Aktionsrat hat eine beratende Funktion für die Tätigkeit und Zielsetzung des Fastenopfers, die Kommissionen prüfen die Projekte und arbeiten die Unterlagen für die jährliche Aktion aus. Ausführende Organe sind die Zentralstelle in Luzern und die Regionalstellen in Lausanne und Bellinzona.

Die Stiftung erhält ihre Mittel durch eine alljährliche Sammlung in der Fastenzeit, die in den katholischen Pfarreien am fünften Fastensonntag oder am Palmsonntag erfolgt. In den letzten Jahren kamen jeweils zwischen 10 und 13 Millionen Franken ein; insgesamt 120 Millionen Franken seit der Gründung. Je ein Drittel davon erhalten die Inlandhilfe, die Missionshilfe und die Entwicklungszusammenarbeit. Das Fastenopfer führt keine Projekte in eigener Regie durch, sondern unterstützt Projektträger in der Dritten Welt und in der Schweiz. Die Richtlinien der drei Ressorts, wonach die Gelder vergeben werden, lassen sich folgendermaßen kurzfassen:

In der Entwicklungszusammenarbeit werden Basisprojekte mitfinanziert, die zur Verbesserung der wirtschaftlichen und sozialen Verhältnisse in den Entwicklungsländern beitragen durch Förderung der eigenen materiellen und geistigen Möglichkeiten. Schwerpunkte dieser Hilfe zur Selbsthilfe bilden Erwachsenen- und Berufsbildung, Förderung von Handwerk, Landwirtschaft, Genossenschaften und Gesundheitswesen.

Das Ziel der Missionshilfe ist der Aufbau einheimischer christlicher Gemeinschaften. Damit sie kulturell, religiös und materiell eigenständig werden können, unterstützt das Fastenopfer die Weiterbildung des einheimischen Personals innerhalb des eigenen kulturellen Milieus; die Bereitstellung katechetischer Lehrmittel, welche der Denkweise und Eigenart der Bevölkerung angepaßt sind; die Massenmedien; die theologische und pastorale Planung und Forschung sowie die Katechese.

Der Inlandteil, der überdiözesanen und gesamtschweizerischen Institutionen zukommt, unterstützt Projekte der Jugendarbeit, der sozialen Kommunikation, der Glaubensverkündigung, der Gastarbeiterseelsorge, der Pastoralplanung, der Bildung und Schulung.

Die jährliche Sammlung wird von umfangreichem Informationsmaterial begleitet, das je unter einem Leitmotiv steht: 1973 war es „Gerechtigkeit für alle“, 1974 „Zum Heil der Welt“, 1975 wird es „Befreien und Versöhnen“ heißen.

Die Materialien, die dazu herausgegeben werden, wurden in den letzten Jahren zum größten Teil in ökumenischer Zusammenarbeit mit der evangelischen Aktion „Brot für Brüder“ erstellt.

Die Öffentlichkeitsarbeit

a) Ziel: Die Stiftungsurkunde nennt zwei Hauptaufgaben: Einerseits „Seelsorgewerke der römisch-katholischen Kirche, im Interesse der Seelsorge liegende gemeinnützige Sozialwerke und Projekte im Dienste der Entwicklung zu unterstützen“, wobei der Fonds vermehrt wird „durch das von der Schweizerischen Bischofskonferenz angeordnete alljährliche Fastenopfer . . .“ und andererseits die Information und Bewußtseinsbildung der Öffentlichkeit in den obenerwähnten Bereichen, denn eine Besserung der bestehenden Verhältnisse in der Dritten Welt und hier ist nicht allein durch das Zur-Verfügung-Stellen von Geld zu bewerkstelligen.

b) Mittel: Das Fastenopfer versucht dem angestrebten Ziel durch die folgenden Mittel gerecht zu werden, die teilweise aktionsbezogen sind und die Jahresthematik behandeln (Agenda, liturgische und katechetische Unterlagen, audiovisuelle Mittel), teilweise über das ganze Jahr durchgezogen werden (Informationsdienst Dritte Welt [= i3w], Betreuung der Massenmedien). Zielpublikum ist die katholische Bevölkerung, die hauptsächlich über die Pfarreien angesprochen wird.

1. Information für die Basis

Wichtigstes Mittel ist die *Agenda*, die nächstes Jahr zum dritten Male erscheint. Es handelt sich um einen Abreißkalender mit je einem Blatt für die 40tägige Fastenzeit. Auf der Vorderseite steht eine Schlagzeile und ein Wort aus der Heiligen Schrift, auf der Rückseite wird das angeschnittene Thema etwas ausführlicher behandelt. Eingegangen wird auf die Entwicklungszusammenarbeit, die Missionshilfe, die Probleme der Dritten Welt, die Beziehungen zwischen der Ersten und der Dritten Welt. Eingestreut in die Texte, die teilweise aus den Entwicklungsländern stammen, sind Karikaturen, Fotos, Gedichte. Einige Blätter sind speziell für die Jugendlichen und Kinder ausgearbeitet.

Die Streuung der zusammen mit Brot für Brüder in über 1,3 Millionen Exemplaren in drei Sprachen erschienenen Agenda geschieht durch die Pfarreien, wobei sie von den Pfarrherren teilweise mit Begleitbrief versandt oder in der Kirche aufgelegt sind. Dank der aufgelockerten grafischen Gestaltung fanden die Fastenkalender außerordentlich guten Anklang und erreichten eine hohe Lesequote. Viel hängt dabei von der Präsentierung durch den Pfarrherrn ab.

Zusammen mit der Agenda wird der *Verteilbericht* abgegeben (Auflage 680.000 Exemplare). Darauf sind sämtliche unterstützte Projekte des Vorjahres mit Ort, Land, Kurztitel und Beitrag nach Kategorien und Kontinenten aufgelistet und in einer Zusammenfassung dem Sammelergebnis des Jahres gegenübergestellt. Dieser Bericht wird jeweils auch von der katholischen Presse veröffentlicht.

Ebenfalls eine breite Streuung durch die Pfarreien finden der *Kranken-* und der *Betagtenbrief*. (Auflage über 50.000 bzw. 225.000 Exemplare.) Es sind zwei kleine Broschüren, die einige Gedanken aus dem Jahresthema aufnehmen und vertiefen.

Eine siebenteilige *Posterserie* wird zu günstigen Bedingungen in der Agenda angekündigt und mit einer Anleitung zur Meditation abgegeben. Zielpublikum sind eher Jugendliche, doch werden die Fotos auch oft im Gottesdienst benutzt.

Die Abgabe der Unterlagen wird begleitet von einer verstärkten Information durch die *Massenmedien*. In Zeitungen und Zeitschriften werden kleinere und größere Artikel über die Arbeit des Fastenopfers und die Probleme der Dritten Welt und der Kirche in der Schweiz veröffentlicht, vielfach spontan von außenstehenden Personen geschrieben. Eine Serie von Fotos mit kleinem Begleittext erreicht jeweils hohe Auflagenzahlen; ebenso die „Worte zum Tag“ (Schriftworte verbunden mit einem Zitat), die in praktisch allen katholischen Zeitungen mit dem Signet abgedruckt werden. Radio und Fernsehen weisen, vor allem in den kirchlichen Sendungen, auf die laufende Aktion hin. Die Einschaltung der Massenmedien ist aber nicht auf die Aktion allein beschränkt. Während des Jahres werden, wenn auch in verringertem Maße, Projekte und Beschlüsse der verschiedenen Organe publizistisch ausgewertet. Daneben erhalten die Redaktionen vom Informationsdienst Dritte Welt (i3w) jeden Monat ein Bulletin, das ein aktuelles Thema aufgreift oder ein Problem der Unterentwicklung oder ein bestimmtes Land beleuchtet.

Eine wichtige Funktion haben die *Plakate*. Seit zwölf Jahren besteht das Signet in den Farben violett und orange. Der Aushang erfolgt zum größeren Teil durch die Pfarreien (bei der Kirche und vor allem Kleinplakate in den Geschäften) und an den Litfaßsäulen.

2. Unterlagen für den Klerus

Da die Seelsorger und Pfarreiräte für die Durchführung der Aktion eine wichtige Funktion als Multiplikatoren innehaben, werden ihnen verschiedene zusätzliche Materialien zugestellt.

Grundlage für die Aktion bilden die *Theologischen Reflexionen*. Es handelt sich um eine Vertiefung des Leitmotivs anhand biblischer Texte und wissenschaftlicher Abhandlungen. Sie geben dem Klerus eine Handhabe zum Einstieg ins Thema.

Zur Anregung und leichteren Gestaltung der Gottesdienste und Bußfeiern mit der Thematik des Fastenopfers werden den Seelsorgern *Liturgische Unterlagen* zur Verfügung gestellt. Diese Bußfeiern für Erwachsene und Kinder, Predigtsskizzen, Gottesdienste für die Jugend und die Erwachsenen können ganz oder teilweise übernommen werden und sind deshalb sehr geschätzt.

Der Kontakt zwischen der Zentralstelle und den Seelsorgern, Katecheten und Pfarreiräten beruht hauptsächlich auf einem in loser Reihenfolge erscheinendem *Bulletin*. Schon im Spätherbst werden die Adressaten in das neue Jahresthema eingeführt. Es folgen Vorschläge zur Durchführung der Aktion, Hinweise auf die verschiedenen Materialien, später die ersten Erfolgsmeldungen. Trotz des losen Kontaktes setzen sich sehr viele Priester engagiert für das Hilfswerk ein.

3. Hilfsmittel für den Schulunterricht

Für die Katechisten und Priester werden *Unterlagen für den Schulunterricht* bereitgestellt. Bis jetzt handelte es sich meist um Separatabzüge einzelner Agendablätter, die zusammen mit einem Unterrichtsheft für den Lehrer die vertiefte Behandlung eines Problemkreises, der im Zusammenhang mit dem Jahresthema steht, ermöglichen. Obwohl sie in erster Linie für den Religionsunterricht gedacht sind, werden sie auch häufig von den Hauptlehrern benutzt.

Oft wird auch die zum Aktionsthema ausgearbeitete *Tonbildschau* für den Unterricht verwendet. Dieses Jahr waren die 250 Kopien in kurzer Zeit ausverkauft. Die *Film-liste* gibt einen Überblick über Werke mit dem Thema Dritte Welt. Diese audiovisuellen Mittel werden häufig auch von Pfarreien (Gottesdienst, Veranstaltungen) und Gruppen angefordert. Zur Gestaltung von Ausstellungen oder als Schulzimmer-schmuck konnte dieses Jahr den interessierten Kreisen eine 22teilige *Großplakatserie* angeboten werden. Darin werden die wichtigsten Probleme der Unterentwicklung mit Hilfe von Schrift- und Fotoplakaten aufgezeigt.

4. Seminarien

Ein Schwerpunkt der Bildungsarbeit liegt bei den *Seminarien Dritte Welt*. Es handelt sich um einen Kurs von sechs Abenden, der von den Teilnehmern eine intensive Mitarbeit erfordert. Die angegangenen Problemkreise sind: Unterentwicklung und ihre Ursachen, bestehende staatliche und private Hilfeleistungen, kirchliche Arbeit und konkrete Anregungen zu Aktionen. Die Seminare werden von Basisgruppen organisiert und vom Fastenopfer und dem Sozialinstitut der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung betreut. Neben allgemeinen Informationen wird in diesen Kursen, die nach den Methoden der Erwachsenenbildung aufgebaut sind, auch die politische Bewußtseinsbildung gefördert. Erste Erfolge dieser Art zeigen sich in der Bildung und Intensivierung von Arbeits- und Missionsgruppen.

Träger der Öffentlichkeitsarbeit

Die oben beschriebenen Unterlagen werden von verschiedenen Organen erarbeitet.

a) Das Jahresthema wird auf Vorschlag der *Theologischen Kommission* vom Stiftungsrat bestimmt. Diese Kommission, bestehend aus ehrenamtlich tätigen Fachleuten der Theologie und Katechese, ist auch zuständig für die Erarbeitung der Fastenopfer-Materialien (Agenda, Theologische Reflexionen, Liturgische Unterlagen, Katechetische Unterlagen, Tonbildschau). Die Hauptarbeit geschieht in Subkommissionen, wozu auch Fachleute von außerhalb herangezogen werden. Soweit die Unterlagen auch von der evangelischen Aktion „Brot für Brüder“ benutzt werden (alle außer einem Teil der katechetischen Unterlagen und der Tonbildschau), arbeitet die Theologische Kommission mit einem entsprechenden Ausschuß des evangelischen Werkes zusammen.

b) Die Betreuung der Massenmedien geschieht durch das *Ressort Information und Bildung*, ebenso die Seminare, die zusammen mit dem Sozialinstitut der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung durchgeführt werden. Daneben bestehen von diesem

Ressort aus enge Kontakte mit ähnlichen Stellen der andern CIDSE-Mitglieder (Internationale Arbeitsgemeinschaft für sozio-ökonomische Entwicklung), u. a. mit Misereor, Deutschland.

c) Zusammen mit den drei großen privaten Hilfswerken Brot für Brüder, Swissaid und Helvetas, bildet das Fastenopfer eine *Arbeitsgemeinschaft*. Sie hat den Zweck, die Information in der Schweiz über die Probleme der Dritten Welt möglichst weitgehend gemeinsam zu betreiben und in der Bevölkerung das Bewußtsein für die wirtschaftlichen, politischen, sozialen und kulturellen Zusammenhänge rund um die Entwicklungshilfe zu fördern. Neben der 1969 durchgeführten Informationskampagne wurde ein *Informationsdienst Dritte Welt* geschaffen, der fünf Leute beschäftigt. Dieser Informationsdienst (i3w) baut eine Dokumentation zum Thema Entwicklungsländer auf und bedient die Presse regelmäßig mit einem Bulletin, das einzelne Problemkreise aufgreift (siehe auch Massenmedien). Von den Partnern der Arbeitsgemeinschaft wurde auch ein Tonbild gestaltet mit dem Titel „Neger“, zwei weitere, „Arbeitslosigkeit“ und „Entwicklungszusammenarbeit ist sinnvoll“, sind in Vorbereitung.

Versuch einer Beurteilung

Es ist schwierig, die Öffentlichkeitsarbeit von interner Stelle aus zu beurteilen. Die steigenden Sammelergebnisse lassen darauf schließen, daß das Fastenopfer mit seinen Unterlagen bei der Bevölkerung gut ankommt. Das Vertrauen in die kirchlichen Hilfswerke läßt jene auch das schwierige Jahr 1974 gut überstehen. Ein vor kurzem erschienener Beitrag in einer Tageszeitung (vgl. „National-Zeitung“, Basel vom 13. 7. 1974) bestätigt diese Vermutung.

Weit schwieriger abzuschätzen ist der Erfolg der Information und Bewußtseinsbildung. Umfragen wurden bis jetzt noch nicht durchgeführt. So müssen wir uns hier auf Reaktionen stützen. Der Grundtenor ist sehr positiv, und Bemerkungen während und kurz nach der Aktionszeit lassen vermuten, daß mit den Unterlagen das angestrebte Ziel mindestens teilweise erreicht wird. Dennoch zeigen Reaktionen, wie z. B. auf die indische Atombombe oder auf das Verhalten von Entwicklungsländern im Zusammenhang mit der Fußballweltmeisterschaft, daß in weiten Kreisen der Bevölkerung wenig Verständnis für die Situation und Probleme der Dritten Welt vorhanden ist. Ein Umschwung ist jedoch nur langfristig möglich. Dazu braucht es noch eine Menge Schritte.

Kurt Bucher (Luzern)

Christlicher Rundfunk in Papua-Neuguinea

Die ehemals deutsche Kolonie Kaiser-Wilhelm-Land, seit dem Ende des Ersten Weltkrieges unter Völkerbund- bzw. UNO-Treuhandverwaltung sowie der ehemals britische, jetzt australische Teil Papua, bildeten schon seit 1949 ein einheitliches austra-

liches Verwaltungsgebiet. Im Dezember 1973 wurde Papua-Neuguinea die interne politische Selbstverwaltung verliehen, die in kurzer Zeit zur vollen Unabhängigkeit führen soll.

Die Radiosituation des Landes war bis 1973 durch ein Doppelsystem gekennzeichnet. Während die „Australian Broadcasting Commission“ (ABC) in Port Moresby und Rabaul eigene Mittelwellen- und Kurzwellensender betrieb, baute die Informationsabteilung der australischen Verwaltung (Department of Information and Extension Services) seit 1961 systematisch regionale Radiostationen aus, deren Zahl sich bis 1973 auf insgesamt 13 belief. Zusammen mit der Vorbereitung auf die Selbstverwaltung des Landes wurden diese beiden Rundfunksysteme dann 1973 zu einer Organisation, der „Papua New Guinea Broadcasting Commission“ (NBC) zusammengeschlossen. Die früheren ABC-Sender wurden jetzt „National Network“ und die früheren Verwaltungssender „District Network“.¹

Die christliche Rundfunkarbeit hat bisher im Lande eigentlich noch keine geschlossene organisatorische Form gefunden. Vor allem die Distriktradiostationen waren es, die immer wieder an die verschiedenen christlichen Kirchen und Gruppierungen herantreten und sie um entsprechende Programme bitten. So wurden schon bei den ersten Stationen dieser Art in Rabaul und Wewak vor allem an Sonntagen nach einem bestimmten Schlüssel den christlichen Missionen Programmzeiten zur Verfügung gestellt. Der Inhalt dieser Programme und deren Gestaltung lag dann bei den einzelnen christlichen Gruppen.

Meist wurde eine Ansprache in melanesischem Pidgin oder einer einheimischen Sprache gehalten, die dann durch Kirchenmusik umrahmt wurde, die z. T. in einzelnen Missionsstationen aufgenommen worden war. Da in Australien neben der ABC auch kommerzielle Sender existieren, glaubte man in manchen christlichen Kreisen zunächst auch die Möglichkeit eines oder mehrerer eigener christlicher Sender zu sehen.² Doch scheint in dieser Richtung vorläufig kaum eine weitere Entwicklung möglich. Wachsende Bedeutung haben deswegen Produktionsstudios christlicher Kirchen, die Programme herstellen, welche dann von den betreffenden Stationen gesendet werden. Allerdings ist man mit der Entwicklung solcher Studios noch nicht sehr weit. Es bestehen allerdings sehr feste Pläne, die etwa auf katholischer Seite von einer noch zu gründenden nationalen Fachvereinigung UNDA durchgeführt und koordiniert werden müßten. Bisher gibt es nur in Banz im Hochland Neuguineas ein 1966 von 22 evangelischen Gruppen gegründetes Produktionsstudio. Das Unternehmen wurde zunächst im Rahmen einer Lehrerbildungsanstalt unter dem Titel „Christian Broadcasting Service“ begonnen.³ Es trägt jetzt den Namen „Kristen Redio“ und hat seit seiner Gründung nicht weniger als 23.000 Bibelsendungen ausgestrahlt. Heute arbeiten auch die Katholiken mit „Kristen Redio“ zusammen. Die Leitung des Studios hatte Geoff Baskett zusammen mit Zavieocte Iwekco, der im Training Centre der All Africa Conference of Churches in Nairobi seine Rundfunkausbildung erhielt.

Die Zahl und zeitlicher Umfang der christlichen Sendungen in den einzelnen Stationen des Landes wird aus einer Übersicht deutlich, die nach dem Stand von Ende 1973 von der einheimischen Zeitschrift „Wantok“ (Wewak) veröffentlicht wurde:⁴

Kirchliche Sendungen der Rundfunkanstalten von Papua Neuguinea (Ende 1973)

Sender	werktags	sonntags		
N.B.C. (Port Moresby) Mittelwelle 9. P.A. 1250 khz Kurzwelle VLK 3 3925 khz VLK 4 4890 khz VLT 4 4890 khz VLT 9 9520 khz	Montag — Freitag 8.15 am. (8 min) Bible Story in Motu & Pidgin 5.45 pm. (5 min) Bible Story in English	6.30 am. (14 min) Churches of Papua New Guinea 8.55 am. (5 min) Churches & Mission Review 9.00 am. (45 min) Encounter 6.15 pm. (15 min) Frontier 6.30 pm. (30 min) Community Hymn Singing 11.15 pm. (30 min) Stap na Tingting 11.45 pm. (10 min) The Epilogue		
	Montag — Samstag 11.50 pm. (5 min) Evening Meditation			
	Montag 9.15 am. (15 min) Christian Education Broadcast			
	Dienstag 7.30 pm. (30 min) Lukluk Nabaut			
	Samstag 10.44 am. (15 min) Saturday Saints (for teenagers)			
	<hr/>			
	N.B.C. (Rabaul) Mittelwelle 9. R.B. 810 khz Kurzwelle VH9RA 5985 khz	Montag — Freitag 8.15 am. (8 min) Stori bilong Baibel (Pisin) 5.45 pm. (5 min) Stori bilong Baibel (Inglis)	6.30 am. (14 min) Sios Long Papua Nu Gini 8.55 am. (5 min) Nius Long Misin Na Sios 9.00 am. (45 min) Enkaunta 6.15 pm. (15 min) Frontia 6.30 pm. (30 min) Song Bilong Lotu 11.15 pm. (30 min) Stap na Tingting 11.45 pm. (10 min) Sotpela Lotu	
		Montag — Samstag 11.50 pm. (5 min) Sotpela Lotu		
		Montag 9.15 am. (15 min) Kristen Edukesen		
		Dienstag 7.30 pm. (30 min) Lukluk Nabaut		
Samstag 10.44 am. (15 min) Ol Santu bilong Sarere				
<hr/>				
RADIO RABAUL 3.385 mhz 90 Meter Band		Montag — Freitag 6.00 am. (5 min) Gutpela Nius long Tude 7.30 am. (5 min) Gut Nius (Baibel Riting) 7.55 am. (5 min) Gutpela Nius long Tude 9.00 pm. (5 min) Gut Nius (Kuanua) 11.55 pm. (5 min) Gutpela Nius long Tude	6.00 am. (5 min) Gutpela Nius long Tude 6.05 am. (55 min) Singsing Lotu 7.00 am. (5 min) Laik bilong Wan wan 7.30 am. (5 min) Gut Nius 8.00 am. (30 min) Singsing Kwaia 8.30 am. (30 min) Laik bilong Wan wan 9.00 am. (15 min) Ol Ailan I Singsing Lotu 10.45 am. (1 hour) Lotu Bilong Wanpela Ples 3.30 pm. (30 min) Singsing Kwaia 5.45 pm. (15 min) Singsing long ol pikinini 7.30 pm. (30 min) Lay Missionaries of PNG 8.00 pm. (30 min) Lotu bilong Wailes 8.30 pm. (30 min) Nius I kam long Olgeta Lotu	
		<hr/>		
		RADIO MILNE BAY (ALOTAU) 3.360 mhz 90 Meter Band	Montag — Samstag 10.25 pm. (5 min) Bible Reading	7.30 am. (30 min) Community Hymn Singers 7.00 pm. (30 min) Community Hymn Singers 10.25 pm. (5 min) Bible Reading
			<hr/>	
	RADIO KEREMA 3.245 mhz 90 Meter Band	Montag — Samstag 7.50 am. (3 min 10 sec) Bible Readings 10.50 pm. (3 min 10 sec) Bible Readings	8.50 am. (3.10 min) Bible Readings 7.30 pm. (15 min) United Church 8.00 pm. (15 min) S.D.A. Adventist	

Sender	werktags	sonntags
RADIO GOROKA 2.410 mhz 120 Meter Band	Montag — Samstag 10.50 pm. (5 min) Gut Nius	8.00 pm. (30 min) Lotu Bilong Wailes 10.50 pm. (5 min) Gut Nius
RADIO SOUTHERN HIGHLANDS (MENDI) 3.275 mhz 90 Meter Band	Montag — Samstag 8.55 am. (4 min) Bible Reading	8.30 am. (25 min) Lotu long Redio 6.30 pm. (10 min) Mission News
RADIO MOROBE (LAE) 3.220 mhz 90 Meter Band	Montag — Samstag 6.05 am. (5 min) Gut Nius Montag 10.40 pm. (13 min) Singsing Bilong Lotu 10.53 pm. (5 min) Gut Nius Dienstag 9.10 pm. (20 min) Laik bilong Wan wan 10.55 pm. (5 min) Gut Nius Mittwoch 10.53 pm. (5 min) Gut Nius Donnerstag 9.45 pm. (15 min) Singsing Bilong Lotu 10.53 pm. (5 min) Gut Nius Freitag 10.53 pm. (5 min) Gut Nius Samstag 9.53 pm. (5 min) Gut Nius	6.05 am. (5 min) Gut Nius 7.10 am. (20 min) Laik bilong Wan wan 6.10 pm. (20 min) Laik bilong Wan wan 7.25 pm. (5 min) Nius I kam long ol Misin 7.30 pm. (30 min) Lotu bilong Wailes 9.40 pm. (13 min) Singsing bilong Lotu 9.53 pm. (5 min) Gut Nius
RADIO BOUGAINVILLE (KIETA) 3.322 mhz	Montag — Samstag 10.55 pm. (5 min) Gut Nius Donnerstag 8.15 pm. (15 min) Singsing Lotu	4.00 pm. (1 hour) Singsing Lotu 7.10 pm. (20 min) Singsing Lotu 7.30 pm. (30 min) Lotu Bilong Wailes 8.00 pm. (10 min) Nius I kam long ol Misin 9.00 pm. (30 min) Singsing Lotu 10.30 pm. (25 min) Singsing Lotu 10.55 pm. (5 min) Gut Nius
RADIO NORTHERN DISTRICT (POPONDETTA) 2.468 mhz 120 Meter Band	Montag — Freitag 6.05 am. (2 min) Open Your Bible or Buka Helaga 9.00 pm. (5 min) Thought for the Day, Scripture Union or Buka Helaga Samstag 7.05 am. (2 min) Open Your Bible or Buka Helaga 9.00 pm. (5 min) Thought for the Day, Scripture Union or Buka Helaga	6.05 am. (10 min) Sunday Hymns 6.15 am. (15 min) Sunday Service 6.15 pm. (15 min) Sunday Service 6.40 pm. (20 min) Sunday Hymns 9.00 pm. (5 min) Thought for The Day, Scripture Union, or Buka Helaga
RADIO MADANG 3.260 mhz 90 Meter Band	Montag — Samstag 7.53 am. (5 min) Riding Bilong Baibel 10.54 pm. (5min) Local Bible Reading	7.53 am. (5 min) Riding Bilong Baibel 7.45 pm. (20 min) Lotu Bilong Wailes 10.54 pm. (5 min) Local Bible Reading
RADIO WESTERN DISTRICT (DARU) 3.305 mhz 90 Meter Band	Montag — Samstag 6.15 am. (5 min) Bible Reading 7.55 am. (3 min) Iseda Buka Kehoa 7.55 pm. (5 min) Bible Reading 9.00 pm. (5 min) Thought for the Day 10.25 pm. (3 min) Open Your Bible with Me	6.15 am. (15 min) Service 7.35 am. (10 min) Church Choirs 8.00 am. (15 min) Hymns 5.30 pm. (15 min) Hymns — Local Choirs 6.15 pm. (15 min) Service Local 6.00 pm. (10 min) Bible Story (Children) 7.40 pm. (20 min) Hymns 9.00 pm. (5 min) Thought for The Day 10.25 pm. (3 min) Open Your Bible

Sender	werktags	sonntags
RADIO WESTERN HIGHLANDS (MT. HAGEN) 2.450 mhz 120 Meter Band	Montag — Samstag 6.45 am. (5 min) Kaikai bilong Tude	6.45 am. (5 min) Kaikai Bilong Tude 9.00 pm. (10 min) Lotu Bilong Yumi Christian songs played morning or night
RADIO CHIMBU (KUNDIAWA) 2.376 mhz 120 Meter Band	Montag — Freitag außer Mittwoch 7.55 am. (5 min) Scripture Union 4.00 pm. (5 min) Singsing Lotu na Stori Bilong Buk Baibel Samstag 7.55 am. (5 min) Scripture Union 12.00 pm. (5 min) Singsing lotu na Stori Bilong Buk Baibel	8.25 am. (5 min) Scripture Union
RADIO EAST SEPIK (WEWAK) 3.335 mhz	Montag — Samstag 6.45 am. (5 min) Scripture Union, Kaikai Bilong Tude 9.00 pm. (5 min) Bible Reading	7.00 am. (5 min) S/Union, Kaikai Bilong 7.30 pm. (15 min) Bible Story 9.00 pm. (5 min) Bible Reading

Eine vorläufige Analyse der Programme ergibt einige aufschlußreiche Einsichten. So gibt es keine Hörfunkstation in Papua Neuguinea, die nicht täglich wenigstens einige Minuten ein christliches Programm ausstrahlt. Inhaltlich stehen biblische Sendungen weit an der Spitze kirchlicher Programme. Dabei handelt es sich dann sowohl um Bibellesungen (Baibel riding) als auch um biblische Geschichten (stori bilong Baibel) oder andere Rundfunksendungen mit biblischem Inhalt (Gutpela Nius). Dies gilt vor allem für die Werktage aber auch für einen Teil der sonntäglichen Sendungen. Bei den Sendungen des Sonntags stehen neben den Bibel- und Gottesdienstsendungen (Lotu) vor allem die Sendungen mit kirchlichen Gesängen (Singsing). Auch finden sich hier sowohl im nationalen Netz als auch bei vereinzelt regionalen Stationen Sendungen mit Nachrichten und Informationen aus dem kirchlichen Leben (z. B. Radio Port Moresby: Nius I kam long al Mission oder Radio Rabaul: Nius I kann long Olgeta Lotu). Sprachlich fällt auf, daß die meisten Sendungen in melanesischem Pidgin, der stärksten Lingua Franca des Landes ausgestrahlt werden.

Das Gesamt der Sendezeit für kirchliche Sendungen beträgt z. B. bei den nationalen Stationen der NBC für sonntags nicht weniger als 149 Minuten (2 1/2 Stunden). Unter den Distriktstationen liegt Radio Rabaul mit sonntags 340 Minuten, also 5 Stunden 40 Minuten, weit an der Spitze, gefolgt von Radio Bougainville mit 180 Minuten, also drei Stunden. Nach der Sendezeit bildet das Schlußlicht bei den sonntäglichen Programmen Radio Chimbu, Kundiawa, mit nur 5 Minuten, während bei diesem Sender für fünf Wochentage jeweils täglich 10 Minuten „religious programme“ ausgewiesen werden.

Es wäre aufschlußreich, einmal nachzuforschen, weshalb in der kirchlichen Sendungen gegebene Sendezeit zwischen den einzelnen lokalen Stationen solche starken Unterschiede bestehen. Einer der Gründe ist wohl eine beschränkte Sendezeit, ein anderer aber wohl auch die mangelnde Bereitschaft der christlichen Missionen für ein solches Apostolat. Gerade hier gewinnt der Versuch Bedeutung, von seiten der katholischen Mission für Papua Neuguinea eine nationale katholische Rundfunkvereinigung

UNDA zu gründen, die auf regionaler Ebene auch Mitglied der 1973 gegründeten UNDA Ozeanien würde.

Verantwortlich für katholische Rundfunkarbeit in Papua Neuguinea ist augenblicklich P. Kelvin Walcot. Besonders wichtig erscheint angesichts der günstigen Situation des christlichen Rundfunks in Papua Neuguinea die sorgfältige Ausbildung guter Fachleute. Hier sollte man ernstlich alles daransetzen; denn in einem Land, in dem die Mehrheit der Menschen immer noch nicht oder kaum lesen kann, spielt der Hörfunk eine besondere Rolle, und dies um so mehr, je mehr er lokal eingebunden ist, wie es in Papua Neuguinea der Fall ist.

Franz-Josef Eilers (Aachen)

Anmerkungen:

1. Zur Geschichte und Situation des Rundfunks in Neu Guinea vergleiche die ausführlichere Darstellung: Eilers: Presse, Rundfunk im Territorium von Papua und Neu Guinea CS 1:1968, 197—208, 295—307, hier besonders S. 300—350; ferner Dennis L. Wilcox: Radio ist Nationbuilding Role in New Guinea. In: „Gazette“, Deventer, 29:1973, 107—116.
2. Vgl. z. B. CS 4:1971, 168.
3. Vgl. CS 1:1968, 157.
4. „Wantok“ vom 17. Jan. 1974, S. 10 f. Auch die Angaben über Kristen Redio finden sich in dieser Zeitschrift a.a.O. S. 8 f.

Der Welttag der Kommunikationsmittel in Kerala

In den beiden letzten Jahren konnte die „Kerala Social Communications Society Ltd.“ (Gesellschaft für soziale Kommunikationsmittel in Kerala) den bestmöglichen Einsatz der sozialen Kommunikationsmittel in Kerala im Bewußtsein des Klerus wie auch des Volkes als dringend notwendig aufzeigen. Beweis dafür ist der große Erfolg des Welttags der Kommunikationsmittel, der in ganz Kerala im November 1973 unter der Leitung dieser Gesellschaft begangen wurde.

Alle siebzehn Bischöfe der drei unterschiedlichen Riten in Kerala, des lateinischen, des syro-malabarischen und des syro-malankarischen Ritus, gaben am Welttag der Kommunikationsmittel ein gemeinsames Hirten Schreiben heraus. Dieses wurde in den rund 6.000 Pfarreien und verschiedenen anderen Institutionen in Kerala verlesen. Da über 90 Prozent der dortigen Katholiken den Sonntagsgottesdienst besuchen, erreichte die Botschaft fast sämtliche Katholiken des Landes. Ausführlich behandelt wurde der katholische Welttag der Kommunikationsmittel nicht nur in den katholischen Tageszeitungen und anderen katholischen Publikationen, sondern auch in verschiedenen neutralen Presseorganen. Eigene Gebetsgottesdienste, Versammlungen und Seminare wurden in einer Reihe von Pfarreien und Institutionen zum Thema der sozialen Kommunikationsmittel durchgeführt. In den Pfarreien in ganz Kerala wurde am Tage selbst eine Kollekte gehalten. Trotz der schwierigen Zeit, die Kerala augenblicklich durchmacht, kam ein Betrag von 15.000 Rupien (annähernd 5.000 DM) an diesem Tag zusammen. Die Veranstalter erhoffen sich noch besseren Erfolg für die Zukunft.

Unter der Leitung der „Kerala Social Communications Society“ wurde ein Seminar veranstaltet, zu dem sich eine Reihe namhafter katholischer wie nichtkatholischer Teilnehmer einfanden. Das Seminar diskutierte folgende Themen:

1. Den Beitrag der katholischen Zeitungen zur sozialen Wohlfahrt;
2. die Aufgabe der Gemeinde, das katholische Zeitungswesen zu stärken;
3. die Hilfe, die „Kerala Social Communications Society“ leisten kann, um junge Menschen zu ermuntern, sich auf den verschiedenen Gebieten der sozialen Kommunikation Kenntnis und Erfahrung anzueignen.

Das gemeinsame Hirtenschreiben der Bischofskonferenz von Kerala zum Welttag der Kommunikationsmittel hatte betont, „daß eine gemeinsame Anstrengung unternommen werden muß, um die verschiedenen Kommunikationsmittel zur Verbreitung des Evangeliums einzusetzen. Die sozialen Kommunikationsmittel gehören zu den größten Errungenschaften der modernen Zeit“. Leider — so fahren die Bischöfe fort — würden sie nicht selten zu unmoralischen Zwecken und zur Ausbeutung der Schwachen mißbraucht. Um Christi Auftrag zu erfüllen, müßten die Kommunikationsmittel diesem dienlich gemacht werden. Im revolutionären Prozeß der vermehrten Information durch Presse, Rundfunk, Fernsehen usw. „ist es unsere Pflicht, diese Mittel im bestmöglichen Sinne zu nutzen, wie das Zweite Vatikanische Konzil es deutlich ausgesprochen hat“.¹ Der rechte Einsatz dieser Mittel fördert die Kommunikation des Guten in der Gesellschaft und „ermutigt zu Einigkeit und Duldsamkeit. Die Schranken, die Kaste, Rasse und Hautfarbe aufrichten“ — sagen die Bischöfe insbesondere angesichts der Verhältnisse im eigenen Land — „werden dadurch abgebaut“. Nicht zuletzt bezeichnen sie die auf Geheiß Papst Pauls VI. von einer eigenen Päpstlichen Kommission für die sozialen Kommunikationsmittel erstellte Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“² als die „Magna Charta der Kommunikatoren für die Zukunft“.

George Veliparampil (Cochin)

Anmerkungen:

1. Dekret über die sozialen Kommunikationsmittel, Nr. 13, in: Lexikon für Theologie und Kirche, Das Zweite Vatikanische Konzil I, S. 116—135, hier besonders S. 126—129.
2. Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“ über die Instrumente der sozialen Kommunikation. Nachdruck des amtlichen deutschen vatikanischen Texts. In: Kirche und Publizistik, Beiheft 1 zu „Communicatio Socialis“, Paderborn 1972. S. 129—199.

CARAVS — christliches Kommunikationszentrum in Indien

CARAVS (The Christian Association for Radio and Audio Visual Service = Die christliche Vereinigung für Rundfunk und audiovisuellen Dienst) ist eine gesamtindische und interkirchliche Organisation. Sie begann 1952 ihre Arbeit als eine Abteilung des National Christian Council (des Nationalen Christenrats) von Indien (NCCI). Mit Zustimmung dieses obersten Gremiums wurde die Abteilung später ein selbständiges Arbeits- und Studienzentrum mit Sitz in Jabalpur (Madhya Pradesh) und führt seitdem ihren heutigen Namen. Der Generalsekretär des NCCI hat ex officio Sitz und Stimme im Vorstand der Vereinigung, in der nicht nur über hundert protestantische Kirchenleitungen, Diözesen und gesamtindische christliche Organisationen, sondern auch die katholische indische Bischofskonferenz vertreten sind. Die Organisation gliedert sich in sechs Abteilungen, über deren Arbeit der kürzlich veröffentlichte Jahresbericht für 1973 Auskunft gibt, anhand dessen wir kurz informieren.

I. Filmothek und Verkaufsabteilung

Mit einer durchschnittlichen Ausleihziffer von 70—80 Filmen im Monat stellt CARAVS eine der größten religiösen Filmotheken des Landes dar. Die Organisation leistet damit einen beachtlichen Beitrag zur Verbreitung des Evangeliums und zur sozialen Entwicklung, vor allem unter den Bewohnern ländlicher Gebiete. Der Jahresbericht weist allerdings darauf hin, daß das Verleihprogramm veraltet ist, weil die Produktion einheimischer religiöser Filme nur begrenzt finanziert werden kann und Importrestriktionen die Einfuhr neuer religiöser Filme verhindern.

Die Filmabteilung bietet darüber hinaus andere audiovisuelle Mittel, etwa Diaserien und Bildkarten zur Gesundheitspflege, Flanelltafeln, Poster und Unterrichtsmaterial für Sonntagsschulen zum Verleih oder Verkauf an. Als Schwerpunkt der Arbeit sieht man die Aufgabe, die in der Evangelisierung stehenden Kräfte im Gebrauch der verschiedenen audio-visuellen Mittel zu unterweisen.

II. Ausbildung

Diese Ausbildung fällt in den Aufgabenbereich der Abteilung von CARAVS, die ihren Sitz in Hyderabad hat. Unter ihrem derzeitigen „field director“ (Bereichsdirektor), Miss A. Hansen, organisiert der Verband Schulungskurse und Arbeitstagungen oder bildet die von den Kirchen bestimmten Personen in Hyderabad selbst aus.

III. Foto- und Filmabteilung

Während die Bildproduktion von CARAVS sich lange Zeit auf Schwarz-Weiß- und Farbfotos für Zwecke der Berufswerbung erstreckte, kann der jüngste Jahresbericht auf eine beachtliche Produktionsliste von Filmen und Diaserien verweisen. Namentlich werden folgende Filme aufgeführt:

1. United To Witness (Vereint zum Zeugnis) — Ein Farbfilm über die Einführung der Kirche von Nord-Indien (30 Min.);
2. Springs of Eternal Life (Quellen des ewigen Lebens) — Ein Film über die berühmte Pilgerfahrt Dharur Jathra, die 15.000 Christen zu einer religiösen Erneuerungswoche zusammenführte (30 Min.);
3. With Love Serve One Another (In Liebe einander dienen) — Ein Film zur Jahrhundertfeier der Methodist Stanley Girls School, Hyderabad (30 Min.).

Diese Filme und einige andere, die im Auftrag weltlicher Organisationen hergestellt wurden, konnten auf halbkommerzieller Basis produziert werden. Dazu kommen noch 9 Dia- bzw. Tonbildserien, die religiöse Themen behandeln oder kirchliche Organisationen und Persönlichkeiten vorstellen. Zu dieser Thematik sind zwei weitere Filme in Arbeit; ferner steht eine dreiteilige Tonbildserie zum Leben Jesu kurz vor der Vollendung.

Der Jahresbericht deutet an, daß die Qualität der Filmproduktion von CARAVS noch gesteigert werden muß, was hauptsächlich durch eine Verbesserung der Studioausstattung zu erreichen sei.

IV. Musikabteilung

Als einzige christliche Organisation in Nord-Indien widmet sich CARAVS durch Musik- und Textkompositionen auch dem Aufbau einer indischen christlichen Musik. Über 500 Lieder wurden bereits auf Tonband aufgenommen; drei Schallplatten

werden für den Gebrauch beim Gottesdienst oder bei religiösen Veranstaltungen vertrieben. Hauptabnehmer der Musik- und Liedschöpfungen sind die CARAVS Abteilungen für Radio, Film und Tanz. Als Indiz für die Popularität der Lieder führt der Jahresbericht an, daß das alljährliche Weihnachtskonzert Tausende von Zuhörern anzieht und daß ein Titel der CARAVS-Produktion auch schon im staatlichen Fernsehprogramm aufgeführt wurde. Allerdings räumt man ein, daß sich die indische Jugend mehr und mehr von der traditionellen Musik abwende und sich für westliche Harmonie und Rhythmen begeisterte.

V. Tanzabteilung

Die jüngste Aktivität von CARAVS besteht in der Vermittlung biblischer Themen in der Form des traditionellen indischen Tanzdramas. Die Tanzgruppe des Verbandes hat bereits an verschiedenen Orten mit Engagement und Einfühlungsvermögen Szenen aus dem Leben Jesu im Tanz vorgestellt und bei Christen und Nichtchristen großen Anklang gefunden. In einer Rezension der in New Delhi erscheinenden Hindustan Times heißt es: „Ein einzigartiges Passionsspiel, das die Predigten, Parabeln und Lehren Christi durch Kathak zu vermitteln suchte, wurde in New Delhi aufgeführt. Es begann mit dem ‚Lord’s Prayer‘ (= Vaterunser), das sehr gut in Hindi wiedergegeben wurde. Die aus 35 Personen bestehende Gruppe gehört der CARAVS an und überraschte die Zuschauer vor allem durch die Qualität der geschulten Stimmen und der tonalen Synchronisation. Die eindrucksvollste Stelle des Tanzdramas war die überzeugende Veranschaulichung des Verses, der uns ermahnt zu vergeben... Diese Szene zeigt wieder einmal die reichen Möglichkeiten, Geschichten jedweden Inhalts in der Form des traditionellen Tanzes zu erzählen.“

VI. Rundfunkabteilung

Die größte Abteilung des Verbandes bildet mit 33 Mitarbeitern die Radioabteilung. Sie gliedert sich in drei Unterabteilungen: Produktion, Musik und Hörerbetreuung. Die Rundfunkarbeit begann 1964. Zur Zeit werden zwei Programme produziert:

1. „Sangam“ über Radio Voic of the Gospel (RVOG = Radio-Stimme des Evangeliums) in Äthiopien, ein tägliches 40-Minuten-Programm in der Zeit von 8.00 bis 8.40 Uhr abends;
2. „Swar Sangam Prabhat“ über Radio Ceylon mit wöchentlich 5 Sendungen in der Zeit von 7.15 bis 7.30 Uhr morgens.

Die Sendungen über RVOG behandeln nach einem bekannten Schema zu 70 % Themen der Entwicklungshilfe, etwa Erziehungsfragen, Gesundheitspflege, Familienplanung, Landwirtschaft, sowie zu 30 % ethische und religiöse Probleme im Sinne der Evangelisierung. Demgegenüber haben die Sendungen über Radio Ceylon rein religiösen Charakter. Sie bestehen in der Regel aus religiösen Liedern und einer kurzen Predigt.

Daß die Arbeit des Radio Departments effektiv ist, zeigen die zahlreichen Hörerzuschriften, vor allem von Seiten nichtchristlicher Hörer. Dazu kommt, daß ein hoher Prozentsatz der Hörerpost von gebildeten Christen und Nichtchristen stammt. CARAVS betrachtet dies als Anzeichen dafür, daß die in ihren Sendungen vor-

gestellten ethischen und moralischen Werte für die Menschen in Indien in einer Zeit des sozialen, politischen und wirtschaftlichen Umbruchs Bedeutung erlangen.

Einen Überblick über das Hörerecho vermitteln die folgenden Tabellen aus dem Jahresbericht:

1973			insgesamt
Gesamtzahl der Briefe	RVOG	2.312	
	R/Ceylon	25.405	27.717
Christen	RVOG	718	
	R/Ceylon	4.008	4.726
Nichtchristen	RVOG	1.594	
	R/Ceylon	21.397	22.991
1974 (Januar bis April)			insgesamt
Gesamtzahl der Briefe	RVOG	1.064	
	R/Ceylon	16.654	17.718
Christen	RVOG	274	
	R/Ceylon	1.521	1.795
Nichtchristen	RVOG	790	
	R/Ceylon	15.133	15.923

Das sprunghafte Ansteigen der Hörerpost im Jahre 1974 läßt sich dadurch erklären, daß 1973 die Sendungen über Radio Ceylon aufgenommen wurden. Von diesem Zeitpunkt an ist die Zahl der eingehenden Briefe auf das Fünffache gestiegen. Wie aus der Tabelle zu entnehmen ist, stammen 92 % der Zuschriften von Hörern des Swar Sangam Prabhat (Radio Ceylon) und lediglich 8 % von Hörern des Sangam (RVOG). Jeweils etwa 80 % beider Hörergruppen sind Nichtchristen. Auf der Grundlage der Statistik für die ersten vier Monate 1974 rechnet die Abteilung für Audience Relations (= Hörerbeziehungen) für dieses Jahr mit rund 50.000 Zuschriften.

Die Tatsache, daß die rein religiösen Sendungen über Radio Ceylon ein weitaus größeres Echo finden als das gemischte Programm von RVOG, wirft für CARAVS die Frage auf, wo die Schwerpunkte der künftigen Arbeit zu setzen sind. K. D. Bhasker, der Direktor dieses Unternehmens in Indien, meint hierzu: „Nicht der Mangel an Nahrung und Kleidung, sondern die Charakterschwäche ist dafür verantwortlich, daß die Menschen das Lebensnotwendige entbehren. Daher besteht der größte Beitrag, den wir zum Wohlergehen des indischen Volkes leisten können (man nenne dies Entwicklung, wenn man will), darin, das Wort Gottes zu predigen — nicht über Engel, Himmel und Hölle zu sprechen, sondern über die Bedeutung der Lehre Jesu Christi für die Alltagsprobleme der einzelnen und der ganzen Nation.“

Allerdings sieht der Jahresbericht als Ursache für das unterschiedliche Hörerecho auch die ungleichen technischen und geschichtlichen Voraussetzungen bei beiden Programmen. Beide Stationen sind Kurzwellensender mit einer Leistung von 100 kW. Während aber Radio Ceylon nur 20 Meilen von der Südspitze Indiens entfernt ausstrahlt, muß RVOG aus einer Entfernung von 1.500 Meilen von der Westküste Indiens senden. Radio Ceylon ist deshalb wesentlich besser zu empfangen. Ferner ist RVOG erst 10 Jahre in Betrieb, während Radio Ceylon schon so alt ist wie der

Allindische Rundfunk und seit seinem Bestehen immer schon einen großen Teil der Hindi sprechenden Bevölkerung in Indien angesprochen hat. Schließlich ist noch zu erwähnen, daß Radio Ceylon 18, RVOG jedoch nur 3 Stunden täglich für Indien sendet.

Aus diesen und anderen Gründen hält CARAVS es für sinnvoll, das Schwergewicht der Rundfunkarbeit auf das Programm bei Radio Ceylon zu konzentrieren. Die mit religiösen Sendungen verbundenen Probleme werden nicht verkannt. Die Erfahrung zeigt, daß viele im Ausland hergestellten und für Indien übernommenen Programme oft nur auf Christen, nicht aber auf Nichtchristen zugeschnitten sind. Andererseits weisen die im Lande selbst in Regionalsprachen aufgenommenen Sendungen oft eine mindere Qualität auf. Bhasker folgert daraus: „Damit das Medium und die Botschaft richtig eingesetzt werden, benötigen wir gut ausgerüstete Studios, einen großen Etat und geschultes Personal. Da die Massenmedien kostspielig sind, kann keine einzige Kirche in Indien sich ein sachlich und personell wohl ausgerüstetes Studio ohne Hilfe ausländischer Kirchen leisten. Daher muß mehr Verständnis, Zusammenarbeit und Koordination bei all jenen entstehen, die auf dem Gebiet der Massenmedien arbeiten, bei den für die Richtlinien Verantwortlichen und bei den aktiven Mitarbeitern.“

Wilhelm Herzog (Münster)

Kirche und Massenmedien:

Beschlossene Fassung der von der Kommission IV
des Österreichischen Synodalen Vorgangs
erarbeiteten Vorlage

Bei seiner zweiten und letzten Arbeitssitzung vom 1. bis 5. Mai 1974 in Wien hat der Österreichische Synodale Vorgang die im Folgenden dokumentierte Vorlage „Kirche und Massenmedien“ mit 134 Ja-Stimmen (von 140 abgegebenen Stimmen) beschlossen. Nach der für die Österreich-Synode geltenden Regelung bedarf der Synoden-Beschluß der Zustimmung der österreichischen Bischöfe, die sich am 2. Juli 1974 mit dem Text beschäftigten. Die Änderungen aus dieser Sitzung befinden sich auf Seite 360 dieser Ausgabe.

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. Motivation 2. Grundsätzliche Überlegungen 2.1. Kirche und Kommunikation <ul style="list-style-type: none"> 2.1.1. Die Ordnung der Kirche 2.1.2. Lebensvorgänge der Kirche 2.2. Verkündigung in den Massenmedien <ul style="list-style-type: none"> 2.2.1. Verkündigung 2.2.2. Verkündigung in den Massenmedien 2.2.3. Probleme der gegenwärtigen Situation 3. Grundsätzliche Regelungen 4. Konkrete Regelungen 4.1. Öffentlichkeitsarbeit <ul style="list-style-type: none"> 4.1.1. Werbung durch die Kirche 4.1.2. Kirchliche Informationsstellen 4.1.3. Medienreferenten 4.1.4. Kathpress 4.2. Die Presse 4.3. Die audiovisuellen Medien 4.4. Medienerziehung und Nachwuchspflege 4.5. Planung und Forschung 5. Anhang 5.1. Träger der kirchlichen Kommunikationsarbeit 5.2. Beiträge zur Situationsanalyse | <ul style="list-style-type: none"> 5.2.1. Die österreichischen Massenmedien im Licht der Media-Analyse <ul style="list-style-type: none"> 5.2.1.1. Tagespresse 5.2.1.2. Illustrierte 5.2.1.3. Wochenzeitungen 5.2.1.4. Fernsehen 5.2.1.5. Hörfunk 5.2.1.6. Kino 5.2.2. Katholische Presse in Österreich <ul style="list-style-type: none"> 5.2.2.1. Anzahl der Publikationen 5.2.2.2. Eigentümer 5.2.2.3. Sachgruppen 5.2.2.4. Erscheinungsweise 5.2.2.5. Zur Situation der österreichischen Kirchenpresse 5.2.2.6. Zur Situation der Pfarrblätter in Österreich 5.2.3. Die Kirche im ORF <ul style="list-style-type: none"> 5.2.3.1. Hörfunk 5.2.3.2. Fernsehen 5.2.4. Kathpress 5.2.5. Kirchliche Öffentlichkeitsarbeit 5.2.6. Kirche und Film 5.2.7. Die Kirche und die Journalisten 5.2.8. Katholisches Zentrum für Massenkommunikation 5.2.9. Religion und Kirche in den Massenmedien 5.2.10. Nachwuchspflege |
|---|---|

1. Motivation

Das Pastorschreiben „Communio et progressio“ stellt fest: „Gemeinschaft und Fortschritt der menschlichen Gesellschaft sind die obersten Ziele sozialer Kommunikation und ihrer Instrumente“, Presse, Hörfunk, Fernsehen, Film. Sie versammeln „die Zeitgenossen sozusagen um einen runden Tisch... die Kommunikationsmittel bilden gewissermaßen ein öffentliches Forum, auf dem das Gespräch der Menschen hin und her geht... Da die Entfaltung der öffentlichen Meinung in der Kirche lebensnotwendig ist, muß jeder Gläubige das Recht und die Möglichkeit haben, sich über alles zu informieren, was erforderlich ist, um im Leben der Kirche eine aktive Rolle zu übernehmen. Dazu bedarf es einer Vielfalt weitreichender Kommunikationsmittel... Wenn die Kirche lebendig sein und ihre Aufgaben wirklich erfüllen will, muß es zwischen kirchlichen Autoritäten auf jeder Ebene, katholischen Einrichtungen und allen Gläubigen einen ständigen, wechselseitigen und weltweiten Fluß von Informationen und Meinungen geben. Dafür sind entsprechende Institutionen zu schaffen und hinreichend auszustatten... Da die Kommunikationsmittel oft die einzige Nachrichtenverbindung zwischen Kirche und Welt darstellen, würde jemand, der sie ungenutzt ließe, von Gott verliehene Talente in die Erde vergraben... Wenn die Kirche hofft und erwartet, daß Nachrichtenagenturen und Medien sich religiösen Themen zuwenden... dann muß die Kirche auch bereit sein, diesen Institutionen vollständige wahre und genaue Informationen anzubieten.“

In diesem Geist hat es die Kommission IV für notwendig gehalten, an die Spitze ihrer Vorschläge für eine verbesserte kirchliche Medienarbeit grundsätzliche Überlegungen zum Verhältnis von Kirche und Kommunikation zu stellen. Eine positive Einstellung zum Kommunikationsprozeß der Gesellschaft überhaupt wird die Lösung der großen Aufgaben möglich machen, die der Kirche heute durch den weitreichenden Einfluß der Medien gestellt sind.

2. Grundsätzliche Überlegungen

2.1. KIRCHE UND KOMMUNIKATION

2.1.1. Die Ordnung der Kirche

2.1.11. (Kommunikation oder Ex-Kommu-

nikation.) Das öffentliche Interesse und die Tatsache, daß sich über die Amtsträger hinaus immer mehr Christen am Leben und an der Meinungsbildung der Kirche beteiligen, machen die Überschaubarkeit und Leitung der Kirche immer schwieriger. Das Unvermögen, eine Ordnung von hoher Komplexität aufrechtzuerhalten, weil in ihr der Platz des einzelnen ungewiß geworden ist, verleitet nicht nur die Amtsträger, sondern gleichermaßen den einzelnen Christen und verschiedene Gruppen in der Kirche immer wieder zum Versuch, die allseitige Kommunikation so weit abubrechen, daß die je eigenen Meinungen und Ansprüche auf markierten Wegen durchgesetzt werden können. Störende Einflüsse werden ex-kommuniziert. Die Folge davon ist aber, daß an den Abbruchstellen Stauungen entstehen: Während sich die Kirche auf diesem Weg vorläufige Ruhe sichert, weil sie sich der permanenten Reform entzieht, wachsen solche Stauungen zu einer weit größeren Gefahr für die Ordnung des kirchlichen Lebensvollzugs an.

2.1.12. (Kommunion statt Kommunikation?). Die Verbindung der Kirche mit ihrem Herrn ist der Grund ihrer Einheit. Kommunion und Kommunikation können daher in der Kirche nicht gut voneinander getrennt werden. Weder kann Kommunikation den Glauben ersetzen, noch darf der Glaube zum Vorwand des Abbruchs der Kommunikation verwendet werden. Der Hinweis, daß in Christus alle Glieder und Gemeinden der Kirche am tiefsten verbunden seien, bleibt eine Phrase, wenn er nicht als Anspruch aufgefaßt wird, diese Verbindung greifbar zu realisieren: In der vollen, uneingeschränkten, über alle Spannungen hinweg aufrechterhaltenen Kommunikation innerhalb der Kirche und mit der Welt kann die Kirche ihre Kommunion mit dem Herrn am besten glaubhaft machen.

2.1.2. Lebensvorgänge der Kirche

2.1.21. (Rezeption.) Die Erfüllung der Aufgabe, die der Kirche in der Welt gestellt ist, erfordert eine doppelte Hörbereitschaft: auf die Heilsbedürftigkeit der Situation und auf die Heilsbotschaft des Evangeliums. Die ständig wechselnde Situation, auf die hin die Botschaft gesprochen werden muß, läßt — wird sie ernstgenommen — die Ausformung stereotyper Antworten nicht zu. Neue

Strömungen in der Gesellschaft, geistesgeschichtliche Entwicklungen und politische Veränderungen erfordern die Mühe einer immer neuen Verkündigung, wenn die Kirche verstanden werden will. Daher muß die Kirche in möglichst vielen ihrer Glieder enge Verbindung mit den Zeitströmungen halten. Christen, die das Charisma haben, sich diesen Strömungen zu öffnen, müssen von der Gemeinschaft der Glaubenden getragen werden, auch wenn von ihnen der Anstoß zu Veränderungen in der Kirche ausgeht.

2.1.22. (Meinungsbildung.) Je abweichender eine innerhalb der Kirche vertretene Meinung gegenüber offiziellen Standpunkten ist, um so größer muß die Anstrengung sein, mit der die Kommunikation dorthin aufrechterhalten wird. Auch die Amtsträger dienen daher der Einheit vor allem, indem sie die Kommunikation fördern und wieder anknüpfen, gerade wo es am schwersten ist. Ernstnehmen aller Meinungen ist eine Voraussetzung fruchtbarer Meinungsbildung. Doch darf dieses Ernstnehmen nicht nur von Amtsträgern gefordert, sondern muß von allen Gruppen in der Kirche untereinander und auch gegenüber den Amtsträgern geleistet werden. Meinungsmonopole bestimmter kirchlicher Gruppen, seien es auch die Amtsträger, und die Verhinderung der Kritik bedeuten Kommunikationsabbruch und führen zu einseitigen, für das Ganze der Kirche schädlichen Entscheidungen.

2.1.23. (Reform.) Die laufenden Veränderungen der Situation erfordern immer neue Entscheidungen; diese sind jeweils Entscheidungen zur Reform oder zum Aufschub der Reform. Soll eine Reform Aussicht auf Erfolg haben, so muß die Entscheidung zu ihr bereits von einer möglichst umfassenden Meinungsbildung getragen werden. Dabei führt gerade die ernstgenommene Meinungsverschiedenheit rascher zur Entscheidung als das Ausweichen von ihr. Mit der Durchführung beginnt neuerlich ein Prozeß der Kommunikation, in dem die Praxis einer laufenden Korrektur unterzogen wird, weil Reaktionen und Erfahrungen aller Betroffenen bereits Elemente einer neuen zur Reform führenden Meinungsbildung sind. Das ist allerdings nur möglich, wenn einmal getroffene Entscheidungen auch tatsächlich durchgeführt werden. Neue Überlegungen

müssen zu neuen Entscheidungen führen. Denn Reformen, deren Diskussion nur weitergetrieben wird, um sich das Handeln zu ersparen, bleiben ebenso fruchtlos wie solche, die mit der Absicht durchgesetzt werden, weitere Diskussionen zu unterbinden.

2.1.24. (Verkündigung und Information.) Jede Verkündigung hat dialogischen Charakter, denn nur so wird sie Antwort auf die tieferen Fragen des Hörers geben. Ihre Form ist abhängig vom Verstehenshorizont des Adressaten, der seinerseits durch das jeweilige gesellschaftliche Bewußtsein entscheidend mitgeprägt ist. Eine wirksame Verkündigung des Wortes braucht das Zeugnis des Lebens. Die Kirche kann sich der gesellschaftlichen Kommunikation nicht entziehen und muß daher die Öffentlichkeit über ihr Leben wahrheitsgetreu und umfassend informieren. Erst wenn Kirche je zur Bedeutungslosigkeit herabgesunken sein sollte, würde sie vor Gespräch und Kritik verschont bleiben. Solange dies nicht der Fall ist, erzeugt die Verweigerung der Information nur Gerüchte und Mißverständnisse; ebenso beeinträchtigt eine Einengung der Information auf Propaganda die Glaubwürdigkeit der Kirche. Die Informationsarbeit in der Kirche und für die Kirche steht gerade dann im Dienste der Verkündigung, wenn sie sich nicht als Verkündigung mißverstehet.

2.2. VERKÜNDIGUNG IN DEN MASSEN MEDIEN

2.2.1. Verkündigung

2.2.11. (Wesen.) Verkündigung geschieht dort, wo der Glaube an Jesus Christus als solcher oder als Weg zur Erhellung des Lebens ins Bewußtsein gebracht wird. Insofern es verschiedene Grade solcher Bewußtheit gibt und die verschiedenen Lebenssituationen des einzelnen und der Gesellschaft mehr oder weniger deutlich mit der Glaubensentscheidung zusammenhängen, ist Verkündigung ein abgestuftes Geschehen, dessen Ausdrücklichkeit von der direkten Bezeugung bis zur Enthaltenheit in allen Vorgängen der zwischenmenschlichen Kommunikation, der Wissensvermittlung, des wissenschaftlichen Erkennens und künstlerischen Schaffens reicht.

2.2.12. (Inhalt.) Die Person und das Werk Jesu Christi, des menschengewordenen Wortes

Gottes, ist der zentrale Inhalt der Verkündigung. Sie proklamiert die Heilstaten des lebendigen Gottes, der in diesem Jesus den Menschen nahegekommen ist, und zielt zugleich auf die Annahme dieser Botschaft durch den Glauben des einzelnen und auf den Aufbau der Gemeinde. Insofern es dem zentralen Inhalt nähere und entferntere Verkündigungsinhalte gibt, ist Verkündigung ein abgestuftes Geschehen, dessen Relevanz von absoluter Verbindlichkeit bis zum Angebot von Rat und Beispiel reicht.

2.2.13. (Träger.) Jeder Getaufte hat Anteil am prophetischen Amt Christi und ist daher berechtigt und beauftragt, dessen Botschaft zu verkündigen. Aber je ausdrücklicher (vgl. 2.2.11.) solche Verkündigung ist, je relevanter (vgl. 2.2.12.) ihre Inhalte sind und je mehr Öffentlichkeit ihr zukommt, um so qualifizierter müssen Ausbildung und Autorisierung des Verkündeten für seine Aufgabe sein. Denn Verkündigung entspringt nicht der eigenmächtigen Initiative des einzelnen, sondern kann nur in der Gemeinschaft der Kirche geschehen.

2.2.2. Verkündigung in den Massenmedien

Erläuterung:

Eine wesentliche Aufgabe kirchlicher Arbeit in den Massenmedien ist die Bereitung eines geistigen Vorfeldes, die Bildung einer Einstellung, auf der ausdrückliche Verkündigung erst möglich wird, auf der sie gedeihen kann. Verkündigung hat mit dem Anspruch absoluter Wahrheit aufzutreten, aber "... im Gespräch der Gesellschaft insgesamt, das diese Gnade nicht als gemeinsame Basis voraussetzen kann, ist es ein Wort unter anderem und zugleich eine Sprache unter anderen". (Dirks, W., Die Bildungsaufgabe des Rundfunks, in: Becker/Siegel, Rundfunk und Fernsehen im Blick der Kirche, Frankfurt 1957, S. 157.)

Demnach wird das „Vorfeld“ der Verkündigung ein weltanschaulicher Standpunkt unter anderen sein. Eine Weltinterpretation allerdings, an der Wahrheit der Offenbarung orientiert, um für den Suchenden den umgekehrten Weg gangbar zu machen: aus christlicher Erfahrung und Weltinterpretation zum Glauben zu kommen. Der Katholizismus muß als Vorfeld der Verkündigung "... in einer Welt der totalen Immanenz und immer dichter sich verspannender ‚Interessen‘ eine Luke zur Transzendenz hin offenhalten". (Maier, H., Kirche und Gesellschaft, München 1972, S. 202.)

Eine Ausrichtung auf das Transzendente hin geht aber letztlich nur über den Menschen im Vollgriff seiner Personalität. So müßte das Vorfeld der Verkündigung die Arena sein, in der christliches Weltverständnis sich mit allen Bereichen der Kultur auseinandersetzt. In dieser Auseinandersetzung muß — das hat Dirks bereits 1957 (!) erkannt — "... keineswegs immer in religiösen Kategorien gesprochen werden". Vielmehr wird sich in diesem „Vorfeld“ mitunter eine recht wissenschaftliche Sprache als notwendig erweisen, wenn sich die Haltung des Christentums zur Welt profilieren will. Daraus ergibt sich weiter, daß in diesem besprochenen Bereich „kirchlicher“ Sendungen das Wort mehr der Wissenschaftler und vielleicht weniger der Priester oder der offizielle Vertreter der Kirche haben wird.

Es geht darum, dem Christentum ein echtes und lebendiges Verhältnis zur heutigen Welt zu verschaffen, die heutige Kultur in Wissenschaft, Technik, Kunst und Freizeit mit christlichem Geist zu durchdringen, indem die Eigenständigkeit und Einmaligkeit des Humanum als Brücke zur Transzendenz in den Mittelpunkt aller Weltbetrachtung gestellt wird. Es geht darum, "... den Christen ins Spiel zu bringen"!

2.2.21. (Grenzen.) Man wird von der medialen Verkündigung nicht erwarten dürfen, daß sie unmittelbar gemeindebildend, im territorialen oder kategorialen Sinn, wirkt. Wie aber wirtschaftliche und ideologische Interessengruppen bereits seit langem über die Massenmedien auf ein möglichst disperses Publikum einzuwirken versuchen, so muß die Verkündigung die Botschaft Jesu zu einem Bestandteil des durch die Medien vermittelten „Weltbildes“ machen und damit Glauben ermöglichen und fördern.

2.2.22. (Reichweite.) Der nichtchristliche Teil der Gesellschaft und die Mehrheit der getauften Christen wird durch die herkömmlichen Formen der Verkündigung nicht mehr erreicht. Für unzählige Menschen sind die Massenmedien der einzige Weg, auf dem ihnen die Heilsbotschaft nahegebracht werden kann. Die Reichweite der Massenmedien (wobei in dieser Untersuchung die Presse nicht berücksichtigt ist) greift über die Grenzen aller Gruppen hinaus, die die Verkündigung auf anderer Weise anspricht.

Erläuterung:

Laut einer Erhebung stehen 42 Prozent der österreichischen Bevölkerung der Kirche in-

different, 20 Prozent ablehnend gegenüber. 30 Prozent gehen regelmäßig in die Kirche, aber 76 Prozent hören mindestens eine religiöse Sendung im Monat. (Vgl. dazu Alois Huter, Religion in den Massenmedien einer modernen Gesellschaft, in: „multimedia“ 3/73/1, S. 7.)

2.2.3. Probleme der gegenwärtigen Situation

2.2.31. (Mißverhältnis der Mittel.) Trotz des Öffentlichkeitscharakters der Kirche hat sie zuwenig geschulte Fachleute für die Massenmedien. Der personelle und finanzielle Einsatz, der für die Verkündigung auf den herkömmlichen Wegen für einen Bruchteil der Getauften aufgewendet wird, steht in einem krassen Mißverhältnis zum Aufwand für die mediale Verkündigung, die den weitaus größeren Teil der Gesellschaft und damit vor allem auch die Fernstehenden erreicht.

2.2.32. (Konkurrenz.) Immer noch wird die mediale Verkündigung als „außerordentliche Verkündigung“ angesehen, deren Durchführung der „ordentlichen Verkündigung“ Mittel und Kräfte entzieht. Wer sich daher für die Verkündigung in den Massenmedien engagiert, tut es im Verständnis vieler Katholiken, auch mancher Amtsträger und Kollegen, immer noch freiwillig und aus privater Initiative, kann daher kaum Unterstützung erwarten, sondern wird in einer Zeit knapper werdender Kräfte für die herkömmlichen offiziellen kirchlichen Aufgaben eher als Konkurrent empfunden.

2.2.33. (Mediengerechtigkeit.) Soweit Verkündigung heute geplant wird, wird die Notwendigkeit, sie über die Medien zu vermitteln, sehr oft nicht berücksichtigt. Bei der Verkündigung durch die Massenmedien fehlt es häufig an der mediengerechten Gestaltung, weil befürchtet wird, der Inhalt der Botschaft könnte verändert werden, wenn man versucht, sie auf neue Weise zur Sprache zu bringen.

2.2.34. (Autorisierung der Träger.) Während allgemein in der Verkündigung an die Ausbildung und Autorisierung ihrer Träger notwendigerweise strenge Maßstäbe angelegt werden, steht der in den Medien Verkündende oft in einem schweren persönlichen Dilemma: Im Falle von Meinungsverschiedenheiten wird seine grundsätzliche Verkündigungsberechtigung als Getaufter und Gefirmter im Hinblick auf die Wirksamkeit der

Medien als unzureichend erklärt, auch wenn die nötige Ausbildung gegeben ist, so daß den Trägern der Verkündigung in den Massenmedien mangels eines festumschriebenen Mandats oft der notwendige Rückhalt fehlt.

3. Grundsätzliche Regelungen

3.1. Leitsatz

Kirche als Volk Gottes artikuliert sich im Prozeß sozialer Kommunikationen mehr denn je in der Entscheidung des einzelnen. Daher wird der personale Kommunikationsbeitrag gegenüber dem institutionellen heute immer wichtiger. Zur Glaubwürdigkeit dessen, der in der medialen Verkündigung arbeitet, gehören wesentlich seine Bereitschaft und Fähigkeit, die eigene Erfahrung der christlichen Botschaft mit den Angesprochenen zu teilen. Aus diesem „Teilen“ ergibt sich ein zur Gemeinschaft der Kirche einladender Charakter der Verkündigung.

3.2. Leitsatz

Wo immer Kirche und ihre Botschaft im Gespräch sind, muß unterschieden werden: Über die Kirche zu reden, steht jedem zu. Als Mitglied der Kirche kann jeder Christ seinen Gesprächsbeitrag liefern. Im Namen der Kirche sprechen jene, die dafür von der kirchlichen Gemeinschaft und ihren Autoritäten beauftragt sind. Je nach dieser Stellung im Gespräch trägt der Sprechende eine je unterschiedliche Verantwortung vor der Kirche und für die Zuhörer.

3.3. Leitsatz

Diskrepanzen im Innerkirchlichen Dialog und Widersprüche eines gesellschaftlichen Verhaltens (oder eines Verhaltens einzelner) zu den in der Kirche anerkannten Normen können nur in kommunikativer Form beseitigt werden. Bewußtes Totschweigen, Zensur und Redeverbot sind ungeeignete Methoden zur Herstellung gemeinsamer Überzeugungen. Mehr Verständnis für geänderte Denk- und Ausdrucksweisen könnte entscheidend zur Verbesserung des Kommunikationsklimas beitragen.

3.4. Leitsatz

Den wirksamsten Schutz vor einem Mißbrauch der Freiheit sieht der OSV in der persönlichen Verantwortung jedes einzelnen Mitarbeiters der Massenmedien. Zur Vertiefung des Bewußtseins dieser außerordentlich großen Verantwortung beizutragen, ist ein Dienst an den Massenmedien, den zu leisten auch die Kirche berufen ist.

3.5. Leitsatz

Es genügt nicht, daß die Kirche als Gesellschaftsfaktor einen Anspruch, in den Medien gehört zu werden, erhebt und durchzusetzen versucht. In einer freien Gesellschaft muß die Kirche auch Information „veranstalten“. Die Bedeutung der Information und der Verkündigung über die Massenmedien erfordert eine Umschichtung des personellen und finanziellen Einsatzes, um mehr als bisher qualitativ hochwertige Beiträge für die Medien zu inspirieren und zu fördern.

3.6. Leitsatz

Die Gestalter kirchlicher Medienarbeit müssen das Evangelium auch dort als befreiende Botschaft glaubhaft machen, wo ein konsequentes christliches Leben im Gegensatz zu eingeschliffenen Zuständen in der Gesellschaft steht. Solche Gegensätze auszusprechen ist notwendig und bietet Ansatzpunkte für die Themenwahl in der Verkündigung.

3.7. Leitsatz

Bei der ausdrücklichen Verkündigung (2.2.11.) in den Massenmedien kommt dem zentralen Inhalt der Botschaft (2.2.12.) ein klarer Vorrang zu. Die mediengerechte Gestaltung muß darauf abzielen, diesen zentralen Inhalt der Botschaft immer klarer erkennbar zu machen.

3.8. Leitsatz

Die Bemühung um die Fähigkeit zur umfassenden Kritik und Bewertung der Qualität des Angebotes der Massenmedien ist ständige Aufgabe jedes Katholiken, die durch die kirchliche Medienarbeit gefördert und unterstützt werden muß. Kritische Stellungnahmen in ne-

gativer und positiver Weise gegenüber dem Medienangebot in der Presse, im Hörfunk, TV und Film können und sollen die Konsequenz dieser Kritikfähigkeit sein. Dabei ist vom Ganzen jenes Welt- und Menschenbildes auszugehen, das sich an der christlichen Botschaft orientiert, und eine Konfrontation mit allen Aspekten des Angebotes zu versuchen, um einseitige Bewertungen zu vermeiden. Kritik soll nicht als endgültiges Urteil, sondern als Orientierungshilfe angeboten werden.

3.9. Leitsatz

Zur kritischen Auseinandersetzung mit den Massenmedien gehört die Schulung des Rezipienten zu eigener Kritikfähigkeit. Dazu ist eine umfassende Medienpädagogik notwendig, die als Teil der Erziehung und Erwachsenenbildung in allen damit befaßten kirchlichen Institutionen zu verankern ist.

4. Konkrete Regelungen

4.1. OFFENTLICHKEITSARBEIT

4.1. Leitsatz

Um heute Verkündigung auf breiter Basis, in breite Schichten des Volkes hinein, überhaupt möglich zu machen, muß die Kirche im Vorfeld der Verkündigung eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit entfalten, das heißt durch Information mit allen möglichen Mitteln und auf allen Ebenen um Vertrauen werben.

4.1.1. Werbung durch die Kirche

4.1.11. Leitsatz

Die Sorge der Kirche umfaßt mehr als die Sorge um die Eingliederung von Menschen in die Kirche. Die Kirche darf nicht Selbstzweck werden, sondern soll sich auch ernstlich um die Menschen kümmern, für die keine Aussicht auf Eingliederung in das kirchliche Leben besteht. Werbung durch die Kirche muß daher, bevor noch für die Kirche geworben wird, auf die Fragen der Menschen eingehen und versuchen, die Basis möglicher Gottes- und Menschenbeziehungen zu schaffen.

4.1.12. Beschluß

Für Belange gesamtösterreichischer Werbung durch die Kirche wird ein „Ausschuß für Öffentlichkeitsarbeit“ im Katholischen Zentrum für Massenkommunikation errichtet. Für diesen Ausschuß nominieren das Zentrum und die Pastoralkommission Österreichs Fachleute für PR- und Medienarbeit, für Theologie und Seelsorge, die Pastoralämter und Zentren der Diözesen einvernehmlich jeweils einen Diözesanvertreter mit einschlägiger Erfahrung.

4.1.13. Beschluß

Die Österreichische Bischofskonferenz stellt für die unter 4.1.12. genannten Belange der Werbung durch die Kirche jährlich ein Budget zur Verfügung. Über den Einsatz der Mittel entscheidet aufgrund der Vorschläge des „Ausschusses für Öffentlichkeitsarbeit“ ein Komitee, in dem Bischofskonferenz und Ausschuß je zwei Mitglieder stellen. Den Vorsitz führt ein Bischof mit Dirimierungsrecht.

Erläuterung:

Der Ausschuß für Öffentlichkeitsarbeit soll als Redaktionskomitee alle Dinge sammeln und verarbeiten, die für die Öffentlichkeitsarbeit von Nutzen sind. Nach Genehmigung einer Aktion wird das Material über die Kanäle der Public Relations (PR-Agenturen, Pressestellen, Organisationen, Rundschreiben usw.) weitergeleitet.

Eine wesentliche Aufgabe des Ausschusses liegt darin, einerseits Anliegen der kirchlichen Ämter zu verbreiten, andererseits unter Heranziehung des Instituts für kirchliche Sozialforschung und anderer Forschungsstellen die Situation der Gläubigen und Fernstehenden in Österreich zu erforschen und daraus Rückschlüsse auf die einzuschlagende Politik in der Öffentlichkeitsarbeit zu ziehen.

Dem Zentrum für Massenmedien obliegt auch die Aufgabe, Kontakt mit allen in Österreich relevanten Meinungsbildnern zu halten und die Kontakte zu vertiefen.

4.1.14. Empfehlung

Im Sinn einer Öffentlichkeitsarbeit, die „durch Information um Vertrauen wirbt“, soll jede Diözese wenigstens einmal jährlich durch eine Sonderausgabe ihrer Kirchenzeitung, die mittels einer gesonderten Finanzierung gratis an alle Haushalte verteilt wird, über die religiöse

Situation informieren und Rechenschaft über ihre Tätigkeit geben.

4.1.2. Kirchliche Informationsstellen

4.1.21. Beschluß

Der Pastoralinstruktion „Communio et progressio“ gemäß (175) „muß der Austausch von Nachrichten und Informationen gewährleistet werden, damit einerseits ein wahres Bild von der Kirche vermittelt wird, andererseits die Strömungen, Meinungen und Erwartungen der Öffentlichkeit sichtbar werden und die Verantwortlichen in der Kirche darüber genau unterrichtet sind“. Diesen Auftrag, die Kommunikation in beiden Richtungen anzuregen und in Gang zu halten, sollen kirchliche Informationsstellen wahrnehmen.

4.1.22. Empfehlung

Auf nationaler Basis soll für diesen Austausch von Nachrichten und Informationen bei der Kathpress eine Informationsstelle errichtet werden, die mit dem Sekretariat der Österreichischen Bischofskonferenz zusammenarbeiten soll.

4.1.23. Beschluß

Auf diözesaner Basis nehmen den Auftrag von „Communio et progressio“ zur umfassenden Öffentlichkeitsarbeit Informationsstellen der Diözesen wahr, die je nach den Gegebenheiten personell (mit zumindest einer erfahrenen Fachkraft) und materiell ausreichend auszustatten sind.

4.1.24. Beschluß

Dem Leiter einer solchen Informationsstelle sind auf geeignete Weise alle erforderlichen Informationen zugänglich zu machen, und zwar sowohl von den Amtsstellen wie auch den Entscheidungsgremien der Diözese, zu deren Sitzungen er als Berater in Fragen der Öffentlichkeitsarbeit und als Berichterstatter einzuladen ist. In letzterem Fall ist die für alle Sitzungsteilnehmer geltende Vertraulichkeit bestimmter Tagesordnungspunkte jeweils sofort festzulegen.

4.1.25. Appell

Entscheidungsgremien und führende Persönlichkeiten der Kirche sollen mit der

Informationsstelle regelmäßig Fragen der Öffentlichkeitsarbeit beraten, um in ihrer Tätigkeit auf Erfordernisse und Gesetzmäßigkeiten des Informationswesens möglichst Rücksicht nehmen zu können.

4.1.26. Beschluß

Die Arbeit der Informationsstelle ist mit der Tätigkeit des diözesanen Zentrums für Massenkommunikation zu koordinieren, sofern sie diesem nicht direkt angeschlossen ist.

4.1.3. Medienreferenten

4.1.31. Beschluß

Die Öffentlichkeitsarbeit der Kirche — speziell im Dienste wechselseitiger Information — ist in geeigneten Stufen bis hinunter zur Pfarrbasis zu organisieren. Zu diesem Zweck sind Medienreferenten in Vikariats-, Dekanats- und Pfarrgemeinderäten zu bestellen, die zur Erfüllung ihrer Aufgaben von den diözesanen Zentren und Informationsstellen laufend geschult und betreut werden.

4.1.4. Kathpress

4.1.41. Beschluß

Die Kathpress ist als katholische Nachrichtenagentur Österreichs im Rahmen eines umfassenden Konzepts für kirchliche Öffentlichkeitsarbeit zweckentsprechend einzusetzen; ihr materieller Bestand ist auch unter Berücksichtigung steigender Anforderungen zu sichern, ihre Funktionsfähigkeit ist auszubauen.

4.1.42. Empfehlung

Die Österreichische Bischofskonferenz wird gebeten, ihren Beitrag zum Bestand der Kathpress gemäß Punkt 4.1.41. unabhängig von Entscheidungen gemäß Punkt 4.1.22. zu leisten.

4.1.43. Beschluß

Insbesondere ist eine ausreichende personelle Besetzung sicherzustellen, die auch die ständige Betreuung der Diözesen ermöglicht. Die technische Ausrüstung ist dem Standard leistungsfähiger Agenturen anzupassen, ein Dokumentations- und Bildarchiv ist auszubauen, die Problematik der Errichtung einer Bildagentur ist zu überprüfen.

4.1.44. Appell

Der Freiheitsraum, den die Kirche mit Recht in der Öffentlichkeit fordert, muß auch innerhalb der Kirche gesichert bleiben: Für die Kathpress bedeutet dies als geistige Voraussetzung zur Erfüllung ihrer Aufgaben die Anerkennung der Eigengesetzlichkeit, nach der sich die Arbeit einer Nachrichtenagentur vollzieht, die Beurteilung dieser Arbeit von einer Basis gegenseitigen Vertrauens aus und die Unterstützung dieser Arbeit durch die Offenheit in Form von Information wie Stellungnahme.

4.2. DIE PRESSE

4.2.1. Leitsatz

Dem katholischen Journalisten kommt eine besondere Verantwortung zu. Er soll ein möglichst objektiver Vermittler im Prozeß der gesellschaftlichen Kommunikation sein und sich bemühen, durch profilierte, an den Glaubensgrundsätzen der Kirche ausgerichtete Kommentare zur Orientierung in einer unübersichtlich und undurchschaubar gewordenen Gesellschaft beizutragen.

4.2.2. Beschluß

Die Katholische Pressekommission soll im Einvernehmen mit den Verantwortlichen der betroffenen Publikationen ein Pressekonzept der Kirche ausarbeiten und der Bischofskonferenz vorschlagen. Dieses Konzept soll den Bestand, die Möglichkeiten und die anzustrebenden Ziele in einer Spannweite von gesamtösterreichischen Organen bis zu den Pfarrblättern, einschließlich der Ordensschriften, erfassen, ordnen und aufeinander abstimmen, um Konzentrations- und Ausbautrends und einen Prioritätenplan festlegen zu können.

4.2.3. Empfehlung

Die Kirchenzeitungen bilden als Kommunikations- und Informationsorgane der Diözesen einen wesentlichen Bestandteil der kirchlichen Medienarbeit in Österreich. Um ihre Wirksamkeit zu erhöhen, soll von den Diözesen mehr als bisher in die personelle Besetzung der Redaktionen, in die Aufmachung der Zeitungen

sowie in Vertrieb und Werbung investiert werden, insbesondere aus den Erlösen der Kirchenzeitungen selbst.

4.2.4. Appell

In allen Kirchenzeitungen gemeinsamen Bereichen (wie weltkirchliche Berichterstattung, religiöse Weiterbildung, Hilfen in Lebensfragen) soll im Hinblick auf eine Qualitätsverbesserung und eine mögliche Kostensenkung von den Kirchenzeitungen eine rationelle Zusammenarbeit angestrebt werden. Insbesondere soll ein rasches gemeinsames Vorgehen der Kirchenzeitungen in gesamtösterreichischen Seelsorgeanliegen wie in aktuellen, die Kirche in Österreich berührenden Fragen ermöglicht werden.

4.2.5. Beschluß

„Die Arbeit der Kirchenzeitungsredakteure muß auf der Basis journalistischer Eigenverantwortung im Rahmen der Eigengesetzlichkeit dieser Arbeit gewährleistet werden. Da sie im Auftrag der kirchlichen Gemeinschaft und ihrer Autoritäten geschieht, ist dabei die Verantwortung gegenüber der Lehre der Kirche und ihren pastoralen Richtlinien zu sehen. Die Arbeit soll im Zusammenwirken mit Amtsstellen und Entscheidungsgremien der Diözese von gegenseitigem Vertrauen getragen werden. In Diözesen, wo es die Größe der Redaktion sinnvoll erscheinen läßt, sollen in Zusammenarbeit zwischen Diözesanleitung (Bischof und mitverantwortliche Gremien) sowie der Kirchenzeitung Redaktionsstatute erarbeitet und beschlossen werden.

Erläuterung:

Unter anderem sollen diese Statuten enthalten: den Charakter und die Aufgaben der Zeitung (Kommunikations- und Informationsorgan der Diözesankirche; Information über das lokale und weltweite kirchliche Geschehen sowie über Strömungen und Ereignisse in der Gesellschaft, die die Kirche berühren; Stellungnahmen aus kirchlicher Sicht; Forum des Gesprächs und der Meinungsbildung; Teilnahme an der Heilsverkündigung und dem pastoralen Auftrag der Kirche in der Art und Weise einer Zeitung; Vermittler der Kommunikation zwischen Kirche und Welt), die Kompetenzen des Bischofs und der mitverantwortlichen Gremien, besonders des Pastoralrates (allgemeine Richtlinien für die grundsätzliche

Haltung), des Herausgebers (Grundhaltung und deren Auslegung) sowie der Redaktion (inhaltliche und formelle Gestaltung im Rahmen der Grundhaltung) und schließlich das Recht der offiziellen kirchlichen Stellungnahmen auf entsprechende Darstellung, aber auch die grundsätzliche Offenheit für Gegenmeinungen in Kontroversfragen.

4.3. DIE AUDIOVISUELLEN MEDIEN

4.3.1. Appell

Die optimale Nutzung der Möglichkeiten, die der Kirche im Österreichischen Rundfunk geboten werden, erfordert ein entsprechendes Angebot an Information und Material jeder Art, nicht nur für den Kirchenfunk, sondern für alle Sparten des Rundfunks, insbesondere auch für die Länderstudios. Die Kommissionen für Hörfunk und Fernsehen in den katholischen Zentren für Massenkommunikation mögen dafür sowohl ihre Dienste anbieten als auch von sich aus mithelfen, geeignete Ereignisse aufzugreifen.

4.3.2. Beschluß

Die Katholische Filmkommission wird beauftragt, die zukunftsorientierten Probleme des Films — über den Kinofilm hinaus — in allen Aspekten zu studieren und auszuwerten sowie Förderungsaktionen für den guten Film schwerpunktmäßig und interesseweckend durchzuführen.

4.3.3. Appell

Besonderes Augenmerk ist der Produktion von Filmen für die Verkündigung, deren Vertrieb und sinngemäßen Einsatz zu schenken, wobei nicht nur der reine Unterrichtseinsatz, sondern auch der Gebrauch in der außerschulischen Bildungsarbeit ins Auge zu fassen ist (zum Beispiel „Christ + Film“).

4.3.4. Beschluß

Das Katholische Zentrum für Massenkommunikation wird beauftragt, ein Studio für Übungsproduktionen und einen zentralen kirchlichen Schmalfilmverleih zu errichten und personell zu versorgen. Ein solcher Verleih hat sich unter Wahrung der Bestände in den einzelnen Diözesanfilmstellen Österreichs dem laufen-

den Ankauf von neuem Filmmaterial zu widmen und daneben auch die technische Pflege der vorhandenen Filme zu übernehmen.

Erläuterung:

Eine wirksame Medienerziehung ist nur dann möglich, wenn ein umfassendes Angebot an entsprechendem Material zur Verfügung steht. Eine solche zentrale Verleihstelle wird von den verschiedensten kirchlichen Bildungseinrichtungen schon seit Jahren urgiert. Diese zentrale Verleihstelle hat im Unterschied zu diözesanen Verleihstellen die Aufgabe, vor allem jene Filme usw. anzukaufen, deren Anschaffung für jede Diözesanstelle allein zu teuer wäre oder die in einer Diözese allein zu selten verwendet würden.

4.3.5. Beschluß

Die Bedeutung neuer audiovisueller Medien, vor allem der Bild-Ton-Kassetten und Bildplatten, für die kirchliche Bildungsarbeit und Katechetik erfordert es, finanzielle Mittel auf die Beteiligung an ihrer Entwicklung und Auswertung zu konzentrieren. Das Katholische Zentrum für Massenkommunikation wird beauftragt, in Zusammenarbeit mit den pastoralen Gremien, mit einschlägigen Institutionen der Medienarbeit und der Erwachsenenbildung die Voraussetzungen für einen Abonnementring in Pfarren und Bildungseinrichtungen und damit für die Produktion geeigneter Kassetten und Bildplatten zu schaffen. Die Träger kirchlicher Bildungsarbeit auf allen Ebenen, insbesondere auch in größeren Pfarren und in Schulverbänden, sind aufgerufen, von den gebotenen Möglichkeiten Gebrauch zu machen.

Erläuterung:

Katholische Privatschulen, Bildungshäuser, Dekanate sollten einen guten Recorder anschaffen, Kassetten mit wichtigen Sendungen speichern, um sie dann bei verschiedenartigster Gruppenarbeit zu verwenden (z. B. Jägerstätter u. a.). Hierzu hätten die diözesanen Schulämter, aber auch das Zentrum und die KA ein Konzept auszuarbeiten, wie man sich dieses Mediums bedienen könnte, das über ein Leihsystem (mit einem zugehörigen Bedienungsmann) viel effektiver sein könnte als Pfarrbibliotheken usw.

Damit hängt nun das Problem der Kassette überhaupt zusammen, weil ihr Vertrieb und ihre Effektivität dieselbe konzeptive Ausstat-

zung von Zentren und Schulen mit den Abspielapparaten voraussetzen.

Rezipienten der Kassette im katholischen Bereich: Schulen und Klassen, Fach „Religion“, Jugendgruppen der Pfarren; Eheberatungskurse; Fortbildungskurse; Pädagogische Akademien; Theologische Fakultäten.

Hersteller und Autoren des Filmmaterials: Kath. Verlage (nach dem Bücher-Vorbild) in Zusammenarbeit mit Theologen, Laien, Pädagogen, Psychologen, Filmemachern. Dabei müßte internationale Kooperation im deutschsprachigen Raum gesucht werden (etwa „Verlagsgruppe Engagement“ oder Herder-Verlag, Freiburg usw.).

Produktion: Hier müßten wirtschaftliche Kooperations-Versuche ventiliert werden, um sich an eine Produktionsstätte anzuhängen, die über effektive Mittel verfügt. (Dabei ist vermutlich gar nicht so wichtig, um welches technische Verfahren es sich handelt.)

Vgl. zu dieser Problematik im besonderen auch die Ausführungen von Hanns Sassmann über Kassetten-Fernsehen in „multi-media“ 3/74.

4.4. MEDIENERZIEHUNG UND NACHWUCHSPFLEGE

Erläuterung:

Das Gespräch der Gesellschaft mit seinem Austausch von Gedanken, Erfahrungen und Erkenntnissen findet heute in weitem Maß durch die Massenmedien statt. Denn das direkte Gespräch der Menschen reicht nicht mehr aus, jene Weltweite zu erreichen, die notwendig ist, um der engen Verflochtenheit auf kulturellem, politischem und wirtschaftlichem Gebiet gerecht zu werden.

Mit Elternhaus und Schule vermitteln daher heute die Massenmedien dem Menschen ein Bild des Lebens in der Welt. Darum haben die Medien nicht nur im Bildungsgefüge der Gesellschaft ihren festen Platz, sie müssen auch in ihrer Bedeutung voll erkannt werden. Daraus ergeben sich Konsequenzen für jegliche Bildungsplanung und Bildungsarbeit.

4.4.1. Beschluß

Der Umgang mit den Medien muß als ordentlicher Bestandteil schullischer und akademischer Ausbildung von Religionslehrern und Theologen gelehrt werden. Die katholische Erwachsenenbildung soll sich verstärkt um diese Aufgabe bemühen. Für Theologen sind medienkundliche Ausbildungsstipendien auszusetzen, um den qualifizierten Nachwuchs in den Me-

dien zu fördern. Es soll aber auch interessierten Journalisten die Möglichkeit geboten werden, sich in kirchlichen und theologischen Fragen weiterzubilden.

4.4.2. Beschluß

Da die Medienarbeit eines fachlich qualifizierten Referentenstabes bedarf, sollen Referenten für die verschiedenen Bereiche der Medienarbeit, Bildung, Erziehung und Organisation ausgebildet und gezielt eingesetzt werden.

4.4.3. Appell

An den theologischen Fakultäten soll für Forschung und Lehre auf dem Gebiet der Kommunikationswissenschaft und Kommunikationspraxis Vorsorge getroffen werden.

4.4.4. Beschluß

An den Priesterseminaren und den Ausbildungsstätten für Religionslehrer verschiedener Schulformen sind Bildungsmöglichkeiten für Kommunikationstheorie und -praxis einzurichten.

Erläuterung:

Dieser Beschluß wird als Erfüllung des Auftrages erachtet, der in der Pastoralinstruktion „Communio et progressio“ ausgesprochen wurde (110–111). „Künftige Priester und Ordensleute, auch Ordensschwester, müssen während ihrer Ausbildung mit der Rolle und Auswirkung dieser Medien in der menschlichen Gesellschaft vertraut gemacht und in den Gebrauch dieser Technik eingewiesen werden; sonst bleiben sie völlig lebensfern und für ihr späteres Apostolat ungeeignet. Die Vermittlung solcher Kenntnisse muß integraler Bestandteil ihrer Ausbildung sein.“

Solange diesem Beschluß nicht im ordentlichen Studienbetrieb Rechnung getragen werden kann, sollen Blockseminare und Studienwochen für die Aus- und Fortbildung von Priestern und Laientheologen angeboten werden. Das Kath. Zentrum für Massenkommunikation ist mit der Planung und Durchführung solcher Veranstaltungen zu beauftragen.

4.4.5. Beschluß

Die Publikation des Katholischen Zentrums für Massenkommunikation soll zu einem Instrument der Medientheorie und -praxis ausgebaut werden und durch eine intensive Anregung der kirchlichen Me-

dienarbeit auf allen Ebenen die Voraussetzung für eine zunehmende Wirksamkeit medialer Bildungsarbeit und Verkündigung schaffen helfen. Der Bezug von „multimedia“ durch jede Pfarre bietet die Grundlage dafür.

4.4.6. Appell

Alle kirchlichen Bildungsinstitutionen sollen sich mit dem Angebot der Massenmedien auseinandersetzen und so deren Adressaten zu kritischen Hörern, Sehern und Lesern erziehen.

4.5. PLANUNG UND FORSCHUNG

4.5.1. Beschluß

Die Tatsache, daß die Massenmedien im allgemeinen sehr breit gestreute Zielgruppen haben und die wichtigsten unter ihnen über alle Diözesangrenzen hinaus wirksam sind, erfordert eine gesamtösterreichische Planung. Das Katholische Zentrum für Massenkommunikation soll mit geeigneten Fachleuten aus Theologie und Medienwirtschaft einen langfristigen medialen Arbeitsplan erstellen, der mit dem von der Österreichischen Pastoralkommission erstellten Pastoralplan abgestimmt ist. Dabei sollen auch Methoden entwickelt werden, mit deren Hilfe die mediale Verkündigung für den Aufbau christlicher Gemeinden benützt werden kann.

4.5.2. Empfehlung

Einzelne Verkündigungsvorhaben auf gesamtösterreichischer Ebene und in den einzelnen Diözesen (zum Beispiel Hirtenbriefe) müssen von vornherein auf multimediale Vermittlung hin, eventuell in verschiedenen Varianten, formuliert werden. In Zusammenarbeit mit den Zentren für Massenkommunikation sollen dazu Medienfachleute herangezogen werden.

4.5.3. Beschluß

Um geeignete Modelle medialer Verkündigung zu erarbeiten, müssen Experimente gemacht und ihre Wirksamkeit getestet werden. Durch Wettbewerbe zur medien-gerechten Vermittlung bestimmter theologischer Inhalte muß die Kreativität der in den Medien Schaffenden auf die Aufgaben der Verkündigung gelenkt wer-

den. Das Katholische Zentrum für Massenkommunikation soll in Zusammenarbeit mit bestehenden Instituten einen Forschungsplan vorlegen, für dessen Finanzierung die österreichischen Diözesen gemeinsam sorgen.

4.5.4. Appell

Zur optimalen Ausnutzung der in den Massenmedien geleisteten Verkündigung soll das Katholische Zentrum für Massenkommunikation die Dienste des ORF und anderer Medien vermitteln und eigene Dienste anbieten. (So kann etwa an die Speicherung mancher Sendungen und ihren Einsatz in der Bildungsarbeit, an Abschriften von Manuskripten und die Archivierung wichtiger Texte und Literatur aus dem Bereich der medialen Verkündigung gedacht werden.)

4.5.5. Empfehlung

In diesem Zusammenhang ist die Funktion der bestehenden diözesanen Bildstellen zu überprüfen und ihre Integration in die diözesanen Zentren für Massenkommunikation vorzubereiten.

4.5.6. Appell

Die Berücksichtigung der Themenkreise Theologie und Religion muß durch einen ständigen Vertreter der Kirche in den zuständigen Gremien der ORF-Akademie und der Bildungsprogramme gewährleistet werden. Daraus ergibt sich als Konsequenz, daß wir unserselts qualifizierte Angebote bereitstellen müssen.

5. Anhang

5.1. Träger der kirchlichen Kommunikationsarbeit

4.1. Öffentlichkeitsarbeit:

4.1.1. — Werbung durch die Kirche: Ausschuß für Öffentlichkeitsarbeit, Österreichische Bischofskonferenz.

4.1.2. — Kirchliche Informationsstellen: Österreichische Bischofskonferenz, Diözesen.

4.1.4. — Kathpress: Verein Kathpress, Österreichische Bischofskonferenz.

4.2. Die Presse:

4.2.2. — Diözesen.

4.2.3. — Kirchenzeitungskonferenz.

4.2.4. — Diözesen und Kirchenzeitungen.

4.3. Audiovisuelle Medien:

4.3.1. — Katholisches Zentrum für Massenkommunikation.

4.3.2. und 4.3.3. — Filmkommission.

4.3.4. und 4.3.5. — Kath. Zentrum für Massenkommunikation.

4.4. Medienerziehung und Nachwuchspflege:

4.4.2. und 4.4.5. — Kath. Zentrum für Massenkommunikation.

4.4.3. — Theologische Fakultäten.

4.4.4. — Diözesen.

4.5. Planung und Forschung:

4.5.1., 4.5.2., 4.5.3., 4.5.4., 4.5.5. — Kath. Zentrum für Massenkommunikation.

4.5.3. — auch BAKEB.

Anmerkung:

Das Präsidium des Zentrums macht darauf aufmerksam, daß dem Zentrum hier eine Fülle von umfassenden und langfristigen Aufgaben zugewiesen wird. In der gegenwärtigen personellen und finanziellen Situation sieht sich aber das Zentrum völlig außerstande, auch nur eine einzige zusätzliche Aufgabe zu übernehmen. Sollen alle diese Aufgaben erfüllt werden, ist ein entsprechender Ausbau des Zentrums unbedingte Voraussetzung.

5.2. Beiträge zur Situationsanalyse

Die folgenden Beiträge zur Situationsanalyse sind zum Stichtag 1.2.1974 erstellt worden. Die rasche Entwicklung auf dem Gebiet der Massenmedien bringt es mit sich, daß viele der Zahlenangaben in diesem Abschnitt bald wieder überholt sein werden. Dies möge bei der Benützung solcher Angaben berücksichtigt werden.

5.2.1. Österreichs Massenmedien im Licht der Media-Analyse

5.2.1.1. Die Tagespresse hat in den letzten Jahren ihren Leserkreis wesentlich erweitern können, so daß der prozentuelle Anteil der Tageszeitungsleser von knapp 50 Prozent im Jahr 1965 auf rund 60 Prozent anstieg. Da in den letzten sieben Jahren eine ganze Reihe von Tageszeitungen eingestellt werden mußte (Neues Österreich, Volksblatt, Neue Österr. Tageszeitung, Die Neue Zeitung, Expresß) bedeutet diese Auflagensteigerung bei sinkender Zahl von Zeitungstiteln die Zunahme publizistischer Macht bei jenen Zeitungsunternehmen, die in dem immer schärfer werdenden Konkurrenzkampf zu bestehen vermögen. Inzwischen scheint in der Entwicklung der Leserziffern eine Stagnation eingetreten zu sein, vor allem zugunsten der Ausbreitung der Mehrblattleser.

Das Lesen einer Tageszeitung ist offensichtlich eine Funktion der sozialen Schicht (Einkommen, Schulbildung, Berufsstellung) sowie der Gemeindegrößenklassen, nicht zuletzt aber auch ein Vertriebsproblem. Wenn es gelänge, auch die Bewohner von Gemeinden unter

5.000 Einwohnern mit 60 Prozent zu Tageszeitungslesern zu machen, würde der Gesamtdurchschnitt auf 67 Prozent und damit auf ein international bemerkenswertes Niveau steigen.

Die heutige Parteipresse hat in der heutigen Form einen Endpunkt erreicht. Die Tageszeitung kann ohne Marketingkonzept nicht existieren. Es ist Aufgabe der Zeitung, sich stärker an dem Wunsch des Lesers zu orientieren, wobei eine Segmentierung der Leser vorgenommen werden muß. Es ist unrichtig, ein erfolgreiches Rezept auf alle übrigen Blätter übertragen zu wollen.

5.2.1.2. Die Illustrierten sind gegenwärtig in einer ruhigeren Phase, die aus dem Übergang von der allgemeinen Illustrierten zur Fachillustrierten resultiert. Der eigentliche Kreis der Illustriertenleser ist aus der MA kaum abzuschätzen, da in ihr nur ein Teil der Objekte, die aus dem Ausland nach Österreich gelangen, enthalten sind.

In Österreich selbst werden praktisch nur 2 Illustrierte — auch diese nur als Lizenzausgaben deutscher Verlage — hergestellt, während alle anderen aus der Bundesrepublik oder aus der Schweiz zu uns gelangen. Die importierten Auflagen sind zum Teil enorm — allein für den allgemeinen Illustriertensektor dürfen sie auf rund 1 Million geschätzt werden.

Wenn auch die beobachteten Titel in der letzten Zeit Rückschläge in Kauf nehmen mußten, so ist die Entwicklung noch nicht abgeschlossen, die endgültige Richtung auch noch nicht klar festgelegt; auch auf dem Gebiet der Fachzeitungen gibt und gab es Fehlentwicklungen. („akut“, „X-magazin“, „Epoche“.) Die richtige Mischung scheint noch nicht gefunden zu sein.

Generell kann gesagt werden, daß sich die Leserschaft von Illustrierten vor allem in den unteren Alterssegmenten angesiedelt hat und zweifellos auch über die nötige Kaufkraft verfügt. In Fremdenverkehrsgebieten ist das Eindringen deutlich stärker als in anderen Gebieten.

5.2.1.3. Wochenzeitungen: Innerhalb dieser Gruppen müssen wir zwischen 3 Arten unterscheiden.

● Die allgemeine Wochenpresse — ihr wichtigster Repräsentant wäre heute die Neue Illustrierte Wochenschau — ist in den letzten 10 Jahren stark abgesunken.

● Die regionale Wochenpresse: Unter ihr gibt es eine Unmenge von Titeln. Ihre Bezieher wohnen vor allem in kleinen und mittleren Gemeinden, die von der Tagespresse nach-

richtenmäßig nicht erfaßt werden. Die regionale Wochenpresse konnte in den letzten Jahren ihre Position festigen und sogar leichte Gewinne erzielen. Der Bedarf an regionaler Information stieg im gleichen Maße, wie das Fernsehen diesem Informationsbedarf nicht gerecht werden konnte. So gesehen darf man der regionalen Wochenpresse günstige Zukunftschancen geben, wenn es ihr vor allem gelingt, die Informationslücke in Rundfunk, Fernsehen und Tagespresse zu füllen. Je mehr sich größere Kreise für politische Anliegen aller Art zu interessieren beginnen, um so mehr wird auch eine Information auf kleinregionaler Basis nötig. Dort liegt die Chance. Der Trend zur übersehbareren lokalen Information hält weiter an.

● Die Fach-Wochenpresse ist nur durch sehr wenige Titel vertreten. Zu ihr zählen auch einige monatlich erscheinende Publikationen. Trend, Wochenpresse, Profil, Economy sind wohl die wichtigsten Vertreter, die sich gut behaupten können oder erst in den letzten Jahren eine starke Entwicklung nach oben mitgemacht haben. Der Bedarf an solchen Publikationen scheint, wenn auch nur langsam, zu steigen. Die Leser solcher Publikationen gehören fast ausschließlich den gehobenen Schichten aus Wirtschaft, Kultur und Politik an.

5.2.1.4. Fernsehen hat in den letzten 15 Jahren eine rasante Entwicklung durchgemacht, die noch nicht abgeschlossen ist. 70 Prozent der Haushalte sind heute in Österreich mit einem TV-Empfänger ausgerüstet. Mehr als 3 Millionen Menschen sitzen Tag für Tag wenigstens für kurze Zeit vor dem Fernsehschirm. Die Zuseherschaft geht quer durch die Bevölkerung. Grenzen sind eigentlich nur durch Empfangsschwierigkeiten gegeben.

In letzter Zeit sind merkwürdige Tendenzen der Seherschaft zur stärkeren Auswahl der Programme festzustellen. Es scheint, als habe die Faszination des Mediums TV seinen Höhepunkt schon erreicht.

Die neuen elektronischen Medien (Kabel, Kassette usw.) werden von Fachkreisen eifrig studiert und dürften in absehbarer Zeit auch in Österreich zur Einführung gelangen.

5.2.1.5. Der Hörfunk war dagegen nach Einführung des FS in seiner Bedeutung stark zurückgedrängt worden.

Nur wenigen „profilierten“ Sendungen gelang es, sich in die TV-Ära herüberzuretten und dagegen zu bestehen, etwa die Sendung „Autofahrer unterwegs“, die täglich 1,5 Millionen Hörer anlockt. Eine gute Position konnte sich das Programm Ö3 erobern. Das Pro-

gramm \cup 1 dagegen ist ausgesprochen ein Programm für Kenner und „Außenseiter“ im Programmgeschmack:

— \cup 1: etwa 500.000 Hörer im Tag; städtische Bevölkerung, ältere Menschen, höhere Schulbildung.

— \cup Regional: etwa 2,5 Millionen Hörer im Tag; quer durch die Bevölkerung in mittleren und kleineren Gemeinden, ältere Menschen, eher mittlere und untere Schicht, niedere Schulbildung.

— \cup 3: rund 1,3 Millionen Hörer im Tag; städtisch orientiertes Publikum, junges Alterssegment, obere soziale Schichten, höhere Schulbildung.

In letzter Zeit scheint es, daß dem Hörfunk wieder ein größeres Gewicht zuteil wird und dieses Medium sich durch größere Lebhaftigkeit und interessante Programmgestaltung wieder einen größeren Hörerkreis sichern kann.

5.2.1.6. Kino: Seit 1958 fallende Tendenz. 1953 wurden noch 122 Millionen Kinokarten verkauft, 1970 nur noch 33 Millionen, zum Teil eine Folge des Fernsehens. Die generelle Tendenz gilt nicht, wenn man einzelne Lichtspieltheater analysieren würde. Die Programmwahl spielt doch eine wesentliche Rolle für Erfolg oder Mißerfolg eines Kinos.

5.2.2. Katholische Presse in Österreich

5.2.2.1. Anzahl der Publikationen

Im Handbuch 1973 für „Österreichs Presse, Werbung, Graphik“ scheinen 440 Publikationen auf, die mit Sicherheit als „katholisch“ zu bezeichnen sind, sowohl ihrer Trägerschaft (Eigentümer und Herausgeber) als auch ihrer Tendenz nach. Sicher ist damit aber nicht die Gesamtzahl katholischer Presseerzeugnisse in jener Spannweite erfaßt, die nach dem zitierten Handbuch von Tageszeitungen bis zu Nachrichtendiensten und Korrespondenzen einerseits, bis zu Vereinsmitteilungen und Kalendern andererseits reicht. Vor allem kennt niemand die genaue Zahl der Pfarrblätter in Österreich; das Presse-Handbuch weist unter den 440 katholischen Publikationen 173 Pfarrblätter aus; die Gesamtzahl wird aber auf 1.100 bis 1.600 geschätzt (siehe 5.2.2.6.). Auch die Erfassbarkeit diverser (oft nur hektographierter) Mitteilungsblätter katholischer Organisationen und Institutionen ist begreiflicherweise beschränkt und eher dem Zufall überlassen. Dennoch gibt das Presse-Handbuch mit 440 — zieht man die „zufällig“ erfaßten Pfarrblätter ab: 267 — eine verlässliche Richtzahl an, die durch Aufschlüsselung wertvolle Hinweise liefert.

5.2.2.2. Eigentümer

Als Hauptkriterium der Trägerschaft („Wem gehört die Publikation?“) wertet das Presse-Handbuch die Frage, wer Eigentümer ist. Danach richtet sich die folgende Einteilung, wobei der Eigentümer in der Regel mit dem Herausgeber und meist auch mit dem Verleger identisch ist; Abweichungen ergeben sich fast nur dann, wenn sich ein katholischer Verlag und eine kirchliche Einrichtung oder Organisation die Funktionen teilen. Im Presse-Handbuch sind als Eigentümer der 440 katholischen Publikationen ausgewiesen:

● Kirchliche Ämter und Einrichtungen,	
— überdiözesane	15
— diözesane	43
— Pfarren	175
● Orden und Kongregationen	47
● KA, katholische Organisationen und Institutionen	113
● Katholische Verlage	47

5.2.2.3. Sachgruppen

Der im Presse-Handbuch getroffenen Einteilung nach Sachgruppen ist vorauszuschicken, daß diese Einteilung hinsichtlich der katholischen Publikationen weder konsequent noch differenziert genug ist. Augenscheinliche Mängel — z. B. die unterschiedliche Zuordnung von Kirchenzeitungen — wurden in der folgenden Übersicht ausgeglichen. Einer genaueren Gliederung bedürfte vor allem noch der „Eintopf“, dem das Handbuch Zeitschriften der großen Gruppe „Religion, Religionsgemeinschaften, karitative Einrichtungen“ ohne Rücksicht auf Funktion und Bedeutung zuweist. So scheinen unter den 298 (!) katholischen Publikationen dieser Gruppe die Pfarrblätter und Schriften diverser Organisationen ebenso auf wie andererseits theologische Periodika („Österreichisches Klerus-Blatt“, „Theologisch-praktische Quartalschrift“, „Zeitschrift für katholische Theologie“) oder die letzten repräsentativen Zeitschriften, die dem österreichischen Katholizismus nach der Einstellung von „Wort und Wahrheit“ noch verblieben sind: „Diakonia“, „Entschluß“, „Kairos“. Unter diesen Vorbehalten ergibt die Einteilung nach den Sachgruppen des Presse-Handbuchs folgende Gliederung der 440 katholischen Publikationen:

Tageszeitungen	2
Montagblätter	2
Wochenzeitungen	36
Zeitschriften für:	
Politik, Sozialpolitik	3
Sport	2
Heimatkunde	1
Kultur, Kunst	2

Massenmedien	4
Erziehung, Unterricht, Volksbildung, Studenten	32
Religion, karitative Einrichtungen	298
Jugend	25
Lebensreform	1
Unterhaltung	1
Frauen, Familie	2
Vereinsmitteilungen	2
Kalender und Jahrbücher	22
Nachrichtendienste, Korrespondenzen	5

Anmerkungen zu den Kuriosa: Das Pfarrblatt von Breitenfurt und Laab bei Wien, „Aus unserer Heimat“, fiel unter die „Heimatblätter“. Unter „Lebensreform“ scheint „Der Rufer“ des Kreuzbundes abstinenter Katholiken auf. Als einziges Unterhaltungsblatt katholischer Provenienz wertet das Handbuch den „Granatapfel“ der Barmherzigen Brüder (im Gegensatz etwa zur „Stadt Gottes“ aus St. Gabriel).

5.2.2.4. Erscheinungsweise

Von den angeführten 440 Publikationen erscheinen

täglich	3
wöchentlich	44
14täglich	9
monatlich	115
10mal jährlich	39
7mal bis 10mal jährlich	8
6mal jährlich	44
5mal jährlich	18
vierteljährlich	95
halbjährlich	12
jährlich	22
fallweise	31

Zu den monatlichen Publikationen zählen de facto auch die zehnmal (oder elfmal) jährlich erscheinenden Schriften, die den Sommer über pausieren. Zu den Vierteljahrsschriften wurden sechs Viermonatsschriften gezählt.

Täglich erscheint neben der Kathpress die von der Styria herausgegebene „Kleine Zeitung“ in Graz und Klagenfurt.

Wöchentlich erscheinen: die beiden Montagszeitungen der Styria („Grazer Montag“ und „Kärntner Montag“), elf Kirchenzeitungen (der neun Diözesen, der slowenischen Ausgabe in Klagenfurt und der kroatischen in Eisenstadt), die „Neue Bildpost“, „präsent“, „Die Furche“, „die wende“ als Wochenzeitung „für junge Erwachsene“, die „Niederösterreichischen Nachrichten“ mit 15 und die „OO. Rundschau“ mit 5 Regionalausgaben, der „Vorarlberger Volksbote“, Informationsdienste der Diözesen Innsbruck und Linz (im Bedarfsfall auch mehrmals wöchentlich) sowie vier verbandinterne Schriften.

5.2.2.5. Zur Situation der österreichischen Kirchenpresse

Die elf österreichischen Kirchenzeitungen haben Anfang 1974 eine Wochenaufgabe von rund 470.000 Exemplaren. Die letzten zehn Jahre verzeichneten einen rund zehnprozentigen Auflagenrückgang. 1960 betrug die Auflage noch 530.000 Stück, 1968 waren es 510.000 Exemplare.

Die Ursachen liegen u. a. in der Mentalitätsänderung bei den Lesern. Es gehört nicht mehr unbedingt zu den Pflichten eines Christen, eine Kirchenzeitung zu halten (wobei das Lesen zweitrangig war). Rücksichten auf den Pfarrer oder den Bischof sind für einen Großteil der Gläubigen bedeutungslos geworden. In den meisten Diözesen ist die Zahl der Sonntagsmeßbesucher (praktisch der Abnehmerkreis) zurückgegangen, besonders stark in den Stadtgebieten. Lesemüdigkeit, zunehmendes Fernsehen, nachkonziliare Gruppenbildung usw. wirken sich aus. Vor allem aber haben sich die Kirchenzeitungen zu spät und zu wenig auf die neue Situation umgestellt, in der für Vertrieb und Werbung aktuelle Maßnahmen erforderlich sind, was früher nicht war. Die Redaktionen sind personell total unterbesetzt (noch immer Einmannredaktionen, drei Redakteure sind bereits ein sehr großer Fortschritt), die technische Ausrüstung läßt zu wünschen übrig. Es wird auch immer schwieriger, ein gemeinsames Organ für alle Christen (alt — jung, progressiv — konservativ usw.) zu gestalten.

Innerhalb der einzelnen Kirchenzeitungen ergibt sich ein buntes Bild. Wien und Eisenstadt haben Großformat. Sankt Pölten druckt in Kupfertiefdruck auf Illustriertenformat. Die übrigen — z. T. Offset, z. T. Zeitungsrotation — haben Kleinformat. Der Auflage nach liegt Linz mit 107.000 an der Spitze. Graz, St. Pölten und Wien liegen in ihrer Auflage zwischen 80.000 und 70.000. Die übrigen haben weniger als 40.000. Die beiden Minderheitenblätter mit kaum 5.000 Auflage haben selbstverständlich große Probleme, vor allem finanzieller Natur, soweit sie nicht finanziell von den Diözesen unterstützt werden.

Die Zusammenarbeit der Kirchenzeitungen umfaßt halbjährlich Konferenzen, ein ständiges Sekretariat (wird von Redaktionen bisher mitgetragen und ist zuwenig wirksam) sowie gemeinsame Artikel bei besonderen Anlässen (Mischehenregelung, Aktion Leben usw.). Gespräche über engere Kooperationen ziehen sich seit Jahren hin.

Die großen Mentalitätsunterschiede, die ungünstige Verkehrslage und oft auch technische Schwierigkeiten waren bisher meist stärker als der vorhandene gute Wille zur echten

Zusammenarbeit. Eine intensive Kooperation gibt es nur zwischen Wien und Eisenstadt (gemeinsamer Druck, mit drei Mutationseiten). Seit Jänner 1973 gibt es zwischen Wien, Eisenstadt, Salzburg, Klagenfurt und Linz eine etwa zwei Drittel des Umfangs umfassende Manuskript-Zusammenarbeit (Ressorts sind auf die Redaktionen aufgeteilt), zwischen den drei Kleinformat-Zeitungen sogar eine gut funktionierende Maternkooperation.

Die Beziehungen zu den Bischöfen und Spitzenkräften der Diözesen sind im allgemeinen gut. Im voraus wird auch kaum ein Druck ausgeübt, höchstens im nachhinein, wobei das große Problem vor allem gewisse Gruppen des Klerus und der Verteiler sind. (Es gab z. B. bei Unzufriedenheit mit einzelnen Beiträgen Abbestellungen für ganze Pfarren, Verweigerungen der Weitergabe usw.) Herausgeber und Verleger sind fast überall die bischöflichen Ordinariate, meist die Seelsorgeämter oder Pastoralämter. In den meisten Diözesen haben die Redaktionen gute Kontakte zu den diözesanen Gremien. Von daher ergibt sich eine gute Information der Redaktionen, was aber noch keineswegs eine gute Information der Leser bedeutet. Viele Informationen werden diskret behandelt und — aus seelsorglichen oder Klugheitserwägungen — verschwiegen, also nicht an die Leser weitergegeben.

Es wäre eine der dringendsten Aufgaben zur Verbesserung der innerkirchlichen Information, eine Bewußtseinsänderung bei der Kirchenleitung, bei den Redaktionen und bei der Leserschaft herbeizuführen und mit gewissen Klischeevorstellungen aufzuräumen, unangenehme Dinge dürfe höchstens eine neutrale Zeitung, niemals aber eine Kirchenzeitung bringen, eine kritische, freimütige Information baue nicht auf usw.

Neben dieser Bewußtseinsänderung bei Kirchenleitung und Leserschaft (Informationsrecht und Informationspflicht auch im kirchlichen Bereich) braucht eine entsprechende innerkirchliche Information mehr Fachleute. Die Redaktionen müssen personell ausgebaut werden. Die interessanten Informationen aus den Pfarren und Dekanaten fehlen weithin. Die wenigen Redakteure kommen nicht dazu, zu den verschiedenen Fragen nicht nur Bischof und Diözesanführung zu Wort kommen zu lassen, sondern auch interessante Meinungen von unabhängigen Fachleuten und „von draußen“, gemeint ist von den Pfarren, einzuholen und so die Kirchenzeitung zur Stimme der ganzen Diözese zu machen. Daher besteht der Eindruck der kommunikativen Einbahn.

Aktuelle, dringende Aufgaben wären ferner:

— Für den Leser mehr „nützliche“ Information zu bieten;

— eine Identifizierungsmöglichkeit für jeden Leser, wenigstens mit Teilen der Kirchenzeitung, zu ermöglichen;

— der mittleren und jüngeren Generation mehr Beachtung zu schenken, ohne die älteren Leser vor den Kopf zu stoßen. Dabei sind neben dem redaktionellen Beitrag auch entsprechende Werbemaßnahmen unerlässlich.

5.2.2.6. Zur Situation der Pfarrblätter in Österreich

In ganz Österreich gibt es derzeit zwischen 1.100 und 1.600 Pfarrblätter, davon etwa ein Drittel gedruckt, die übrigen abgezogen. Die Erscheinungsweise liegt zwischen monatlich und viermal im Jahr (wenn man von wöchentlichen „Verkündzetteln“ absieht).

In einem — eher geringeren — Teil der Pfarren gibt es Redaktionsteams, die gemeinsam mit dem Pfarrer das Pfarrblatt erarbeiten. In vielen Pfarren liegt diese Arbeit aber noch allein auf den Schultern des Pfarrers. In Wien hat sich ein Pfarrblattring (Auflage über 100.000, erste und letzte Seite für jede beteiligte Pfarre mutiert) sehr bewährt. Kooperationen gibt es auch in einigen Dekanaten und mit evangelischen Pfarren (Mödling, Schwechat).

Als Spezifikum der Pfarrblätter wird angesehen:

— Lokale Abstimmung (Gemeindezeitung).

— Kostenlose Verteilung an jeden Haushalt (Katholiken).

— Information über das pfarrliche Geschehen, Lebenshilfe in konkreten lokalen Problemen, Einsatz für Anliegen des Ortes, Einladung zur Teilnahme am kirchlichen Leben, Glaubensinformation (in geringen Dosen) an Fernstehende.

— Besonders durch Pfarrchronik (Jubiläen, Taufen usw.) ist eine starke Leserbindung möglich.

Als Hilfen für die Pfarrblattdruckarbeit stehen einzeln Schulungen in den Diözesen zur Verfügung. Von der Arbeitsgemeinschaft der Pastoralämter wird eine Pfarrblattkorrespondenz (1010 Wien, Stephansplatz 6) monatlich herausgegeben. Anregungen bietet auch „multimedia“ (1010 Wien, Singerstraße 7). Einzelne Pfarren beziehen auch Pfarrblatthilfen aus Deutschland:

„Image“ (Verlag Bergmoser und Höller, D-51 Aachen, Laurensberg, Ortstraße 3), Pfarrbrief-Service („Lebendige Zelle“, D-8 München 2, Maxburgstraße 2), Regensburger Pfarrbriefdienst (Seelsorgeamt Regensburg, D-84 Regensburg, Obermünsterplatz), „themen

— tips — termine“ (Seelsorgeamt Köln) und „Kirche — Meinungen — Medien“ (Gesellschaft für christliche Öffentlichkeitsarbeit, D-8702 Lengfeld, Mozartstraße 18).

Angesichts einer Gesamtauflage über einer Million und der großen Wirksamkeit durch den lokalen Charakter hätten gegenwärtig und in den nächsten Jahren die Pfarrblätter eine große Bedeutung in der kirchlichen Arbeit. Dazu wird die Gewinnung von Mitarbeitern in den Pfarren (Ausschuß des PGR) und ihre fachliche Ausbildung notwendig sein. Es wäre zu überlegen, wie die Diözesen praktische Hilfen bieten könnten (z. B. fertige illustrierte Kurz-Glaubensartikel, bezahlte Eigeninserate der Diözese etwa über Diözesanbudgetverwendung und andere Kirchenbeitragsfragen).

(Eine Übersicht über die Pfarrblätter in Österreich findet sich in der Nr. 4 von 1974 — 27. 2. 1974 — der Kirchenzeitungen von Wien, Eisenstadt, Salzburg, Klagenfurt und Linz. Auszüge aus einer Untersuchung des Publizistischen Instituts der Universität Wien erscheinen in „multimedia“, die gesamte Untersuchung kann im Pastoralamt Wien — Msgr. Velechovsky — eingesehen werden.)

5.2.3. Kirche im ORF

5.2.3.1. Hörfunk: Seit 1. Juli 1961 sind die Kirchen im ORF durch eine eigene Sparte vertreten. Zu den Aufgaben der Hauptabteilung „Kirchenfunk“ gehört — seit der Rundfunkreform im Organisationsplan genau festgelegt — die Koordination aller Hörfunkprogramme im Fachbereich Kirchenfunk, die Planung und Produktion aller religiösen Sendungen, die von gesamtösterreichischem Interesse der Religionsgemeinschaften sind, die Koordination aller Fragen der Kirchenmusik und die ständige Kontaktnahme mit den in Österreich gesetzlich anerkannten Religionsgemeinschaften in allen Programmfragen und schließlich die Vertretung des ORF in allen Kirchenfunkfragen nach außen hin.

Der föderalistischen Organisationsform des Hörfunks entsprechend sind dem Hauptabteilungsleiter 2 Studioreferenten in der Sparte „Kirchenfunk“ zugeordnet.

Die Kirchenfunksendungen können im wesentlichen in 4 große Gruppen gegliedert werden:

1. Verkündigungssendungen (Morgenbetrachtung, Geistliche Stunde, Einfach zum Nachdenken usw., also „Rundfunkpredigt“ in verschiedener Form).
2. Gottesdienste (Messen, Ökumenische Morgenfeier usw., also Live-Übertragungen als „Home-Service“ bzw. mediengerecht gebaute Sendungen).

3. Informationssendungen (Nachrichten, Aktuelles aus der Christenheit usw.).

4. Religiöse Bildungssendungen (Theologische Vorträge, Alte Hymnen — neue Lieder usw.).

Darüber hinaus werden an nahezu allen Feiertagen des Jahres spezielle Sendungen für alle Programme (also für Ö1, ÖR und Ö3) produziert. Besonders die in zeitnaher Präsentation gestalteten Ö-3-Programme (z. B. Jesusreport, Bethlehem-Report, Halleluja-Report) erfreuen sich vor allem bei der jüngeren Generation großer Beliebtheit. Ihre internationale Beachtung wird vor allem in den UNDA-Bewerben bestätigt, wo sie bisher sechsmal als Sieger gegen schärfste internationale Konkurrenz hervorgingen.

Neben den Produktionshilfen für diese Sendereihen gestalten die Kirchenfunk-Referenten auch religiöse Lokalsendungen im eigenen Studiobereich.

Bei den Präsentationsformen der Kirchenfunksendungen wird streng auf die verschiedene Strukturierung der drei Programme geachtet (vor allem Ö3!).

Die Hörerbefragung im Jahre 1973 — die umfassendste, die jemals in Österreich durchgeführt wurde — ergab überraschend hohe Einschaltziffern für nahezu alle religiösen Sendungen. So wird die tägliche „Morgenbetrachtung“ von über 1,2 Millionen Menschen „zumindest gelegentlich“ gehört, sie steht somit auch an dritter Stelle aller Sendungen im Programm Ö1. Auch der „Katholische Gottesdienst“, die „Geistliche Stunde“ und die „Ökumenische Morgenfeier“ sind im Spitzfeld des Programmes Ö1 zu finden. Bemerkenswert sind auch die Einschaltziffern von „Einfach zum Nachdenken“ in Ö3. Über 400.000 hören sie „zumindest gelegentlich“, über 200.000 regelmäßig (um 11 Uhr nachts!). Die „Gospel-Matinee“ und „Alte Hymnen — neue Lieder“ in Ö3 Sonntag früh hören ca. 250.000 bis 430.000 Menschen.

Angesichts des so bewiesenen starken Interesses an Kirchenfunksendungen wurde die „Geistliche Stunde“ an Sonntagen als Publikumskontaktsendung gestaltet, das heißt, die Hörer können den jeweiligen geistlichen Sprecher im Studio nach der Sendung anrufen. Fragen von allgemeinem Interesse werden in späteren Sendungen beantwortet.

Die Erarbeitung der Programme erfolgt im katholischen Bereich für alle Reihensendungen vierteljährlich gemeinsam mit der Katholischen Hörfunkkommission Österreichs; für die aktuellen Kirchensendungen sind ständige Redaktionen eingesetzt, die kurzfristig planen.

Im gesamten Bundesgebiet beschäftigt die Hauptabteilung „Kirchenfunk“ ständig etwa

200 freie Mitarbeiter, die nach den für alle Abteilungen gültigen Sätzen honoriert werden. Den Kirchen erwachsen für die Sendungen keinerlei Kosten. (Hinweise für die Höhe des Ausgabenrahmens: Allein die Gottesdienstübertragungen kosten jährlich etwa 3 Millionen Schilling.)

Die geistlichen Sprecher und Zelebranten werden von Zeit zu Zeit zu Sprecherseminaren eingeladen, die durchschnittlich einmal im Jahr in jeder Diözese in Zusammenarbeit zwischen ORF und den diözesanen Hörfunkkommissionen abgehalten werden. Darüber hinaus treffen sich alle ständigen Mitarbeiter des Kirchenfunks einmal jährlich zu einer Studientagung, die der Standortbestimmung, dem Gedankenaustausch und der Erarbeitung neuer Arbeitsmethoden dient.

Die Gesamtsendezeit für Kirchenfunk-Sendungen im Hörfunk beträgt monatlich etwa 26 Stunden. Sie sind auf die verschiedenen Religionsgemeinschaften aufgeteilt: 75 Prozent katholisch, 20 Prozent evangelisch, 5 Prozent sonstige.

Die Zusammenarbeit der Religionsgemeinschaften untereinander ist im Bereich des Hörfunks als außerordentlich befriedigend zu bezeichnen, was nicht zuletzt durch die für ganz Europa noch immer beispielgebende wöchentliche Sendereihe „Ökumenische Morgenfeier“ dokumentiert wird.

5.2.3.2. Fernsehen: Laut Rundfunkgesetz ist der ORF verpflichtet, „die in Österreich gesetzlich anerkannten Kirchen und Religionsgemeinschaften im Gesamtprogramm angemessen zu berücksichtigen“. Im Bereich des Fernsehens wurde eine Abteilung „Kirche“ im Rahmen der Hauptabteilung Kultur und Wissenschaft errichtet.

Dem Kirchenfunk ist ein „Leistungsplan“ auferlegt, die Programmabteilung „Kirchenfunk“ hat in Zusammenarbeit mit kirchlichen Fachgremien Sendungen zu produzieren.

Diese Produktionen werden entweder

- a) selbst produziert;
- b) in Auftrag gegeben (an eine Filmfirma);
- c) als fertige Sendungen einer anderen Anstalt eingekauft.

Die Produktionen sind folgende:

Wöchentlich: 5 Minuten „Christ in der Zeit“, So FS 1 20.10; einmal im Monat: Das Wort zum Sonntagabend (evang.); einmal im Jahr: Lebendiges Wort (alkath.). Insgesamt 56 Sendungen.

5 Minuten „Fragen des Christen“, So FS 2 nach dem Hauptabendprogramm. Insgesamt 52 Sendungen.

Monatlich: 25 Minuten Magazin: Orientierung (Fr FS 1 18.00); insgesamt 12 Sendungen.

Feiertagsprogramm: 2 kath. Gottesdienstübertragungen (live);

2 evang. Gottesdienste (Karfreitag und Reformationstag);

10 Halbstundenfilme mit rel. oder kirchl. Thematik.

Sondersendungen: 1 bis 2 Fernsehspiele mit rel. Thematik (pro Jahr). Diskussionssendungen je nach aktuellem Anlaß.

Beispiele aus den letzten Jahren:

Zwischenfall in Antiochia (Fernsehspiel);

Rebell in der Soutane (Camilo Torres, Fernsehspiel);

Theodor Kardinal Innitzer (Dokumentarspiel);

Der Fall Jägerstätter (Dokumentarspiel);

Hat Franz Jägerstätter richtig gehandelt? (Diskussion);

Das Hohelied (Fernsehspiel);

Enttabuisierung der Sexualität (Diskussion).

Der ORF veranstaltet laufend Meinungsfragen bei den Rezipienten des Programms. Die wöchentliche Wortsendung „Christ in der Zeit“ bzw. „Wort zum Sonntagabend“ erreicht eine Einschaltziffer von 30 bis 40 Prozent, das heißt, bei rund 1.600.000 Fernsehapparaten in Österreich sind bei diesen Sendungen durchschnittlich 480.000 bis 540.000 Apparate eingeschaltet. Pro Apparat kann man rund zweieinhalb Personen rechnen.

Es ist klar, daß die Mehrheit der eingeschalteten Zuseher diese Sendung nicht gezielt und beabsichtigt ansieht, da vorher die große Abendsportsendung des Sonntags ausgestrahlt wird. Hier liegt aber auch die große Chance der Sendung, weil die Masse der Zuseher zu den Randschichten gehört und nicht mit dem Kirchenpublikum identisch ist. Die Sendung muß daher auf diese Zielgruppe gerichtet sein, in Sprache und Diktion jede „innerkirchliche“ Thematik und Ausdrucksweise vermeiden.

Die Sendung Orientierung (monatlich, freitags 18.00 bis 18.25) hat keine günstige Sendezeit. Die Zuseherfrequenz liegt meist unter den meßbaren Werten. Ähnliche Ergebnisse weisen die Halbstundenfilme an Feiertagen auf, die besonders in den wärmeren Jahreszeiten am späten Nachmittag ungünstig platziert sind. Die Fernsehspiele und Sendungen im Hauptabendprogramm hatten durchweg guten Erfolg bei Presse und Publikum, da sie meist an Tagen platziert waren, die von vornherein eine größere Aufnahmebereitschaft für ernstere Themen gewährleisteten. („Zwischenfall in Antiochia“ am 1. November, „Rebell in der Soutane“ am Aschermittwoch, „Der Fall Jägerstätter“ am Nationalfeiertag, 26. Oktober.)

Die Katholische Fernsehkommission im Zentrum für Massenkommunikation veranstaltet vierteljährlich gesamtösterreichische Konferenzen, in der die Programmvorhaben besprochen und für die personelle Besetzung der Redaktionen Vorschläge unterbreitet werden. In diesen Fernsehkommissionssitzungen werden auch alle Vorhaben der Programmabteilung Kirchenfunk im Fernsehen erörtert. Für Sendungen und Sendereihen, soweit es sich nicht um künstlerische Eigenschöpfungen handelt, werden redaktionelle Gruppen vorge schlagen und beauftragt.

5.2.4. Kathpress

Die Kathpress ist die katholische Nachrichtenagentur Österreichs. Eine Agentur verbreitet Nachrichten, keine Meinungen; Tatsachen und keine Wunschvorstellungen. Sie hat die Tatsachen nicht erfunden, sie berichtet darüber. Sie macht kein Schönwetter und kein Schlechtwetter, sie ist nicht schuld, wenn es regnet, aber sie muß davon berichten. Eine Agentur ist ein Spiegel, sie kann nur das wiedergeben, was vorhanden ist. Eine Agentur ist keine Werbestelle, kein Public-Relations-Büro, kein Propagandaamt. Sie ist auch etwas anders als eine diözesane oder überdiözesane Pressestelle.

Eine Agentur verkauft Nachrichten, eine Pressestelle verschenkt Nachrichten. Wer für Nachrichten bezahlt, will Nachrichten haben und kein Propagandamaterial.

Als katholische Agentur sammelt und verteilt die Kathpress katholische Nachrichten aus dem Inland und Ausland.

Sie ist eine katholische Agentur, aber kein kirchliches Unternehmen. Die Kathpress ist zur Zeit in Form eines Vereines organisiert, dem eine Reihe von katholischen Verlagen sowie die Bischofskonferenz als Mitglieder angehören. Der jeweilige Pressebischof ist Vorsitzender des Vereines und des Vorstandes. Der Vorstand des Vereines bestellt den Chefredakteur und den Geschäftsführer. Redaktion und Geschäftsführung sind allein dem Vorstand verantwortlich.

Agenturarbeit ist teuer und wird immer teurer. Keine Agentur arbeitet mit so wenig Geld wie die Kathpress. Diözesane Pressestellen kosten die Diözesen ein Vielfaches von dem, was sie zu den Ausgaben der Kathpress beitragen. Die Mitgliedsbeiträge, auch die der Bischofskonferenz, sind die unerläßliche finanzielle Voraussetzung für die Tätigkeit der Kathpress. Das wurde und wird immer dankbar anerkannt. Die Mitgliedsbeiträge ermöglichen der Agentur, ihre Aufgaben zu erfüllen, sie sollen aber nicht den Charakter einer Agentur verändern.

Die Kathpress unterhält Korrespondenten in einer Reihe von Ländern. Eigene Sonderkorrespondenten hat sie in England und Israel. Gemeinsam mit den anderen katholischen Nachrichtenagenturen Mitteleuropas, mit KNA (Bonn), KIPA (Fribourg), CIP (Brüssel) unterhält die Kathpress seit dem Konzil eine eigene Redaktion in Rom (CIC-Roma). Die beträchtlichen Kosten dieser römischen Redaktion werden nach einem Schlüssel aufgeteilt, nach dem die Kathpress 10—11 Prozent der gemeinsamen Ausgaben zahlt. Die Ausgaben sind in den letzten Jahren, wie überall, auch bei der römischen Redaktion stark angestiegen. Der Beitrag der Bischofskonferenz für diese römische Redaktion wurde aber seit dem Konzil nicht erhöht.

Eine besondere Stärke der Kathpress liegt in ihrer Osterberichterstattung. Hier wird die Kathpress von den Weltagenturen als Quelle erster Ordnung betrachtet.

Die Kathpress verbreitet ihre Nachrichten auch im Ausland, sie ist gerade für die Bischöfe in Osteuropa oft die einzige Quelle der Information. Wer einmal mit Bischöfen in Polen, in der DDR, in der CSSR oder in Ungarn gesprochen hat, der weiß, wie wichtig für sie die Informationen der Kathpress sind. Die Arbeit der Kathpress wird im Ausland sehr hoch eingeschätzt. Obwohl in Deutschland keinerlei Werbung für die Kathpress gemacht wurde, hat ein Großteil der deutschen Kirchenblätter die Kathpress zusätzlich zur KNA bestellt, weil sie ihnen in vielen Bereichen nützlicher erscheint als KNA. Die Kathpress ist eine katholische Agentur, aber kein offizielles kirchliches Organ. Nicht alles, was in der Kathpress steht, muß allen gefallen, auch nicht allen Bischöfen. Die Kathpress will aber sehr wohl Sprachrohr der Bischöfe sein, indem sie sich den Bischöfen jederzeit und zu jeder Frage zur Verfügung stellt. Immer wieder werden die Bischöfe eingeladen, Stellung zu nehmen, Meinungen zu vertreten, andere, auch gegenteilige Ansichten zu äußern. Die Kathpress will aber nicht Opfer kirchlicher Zensuren sein. Das Verschweigen, das Unterdrücken einer Nachricht hat ein Ereignis noch niemals ungeschehen gemacht. Eine Stellungnahme von zuständiger kirchlicher Seite aber, das klärende Wort des Bischofs, kann vieles wieder zurechtrücken. Um dieses klärende Wort in der Kathpress sind die Bischöfe immer gebeten.

Die Kathpress ist keine Verlautbarungsstelle katholischer Organisationen oder solcher, die sich dafür halten. Die Kathpress kann nicht dazu verpflichtet werden, ihr eingesandte Manuskripte, Meldungen und Berichte unverändert und ungekürzt zu veröffentlichen. Ande-

rungen, die die Redaktion vornimmt, sind immer im Interesse der Veröffentlichung.

Die Kathpress kann nur über etwas berichten, wovon sie erfährt. Sie bittet daher, sie von Veranstaltungen und Ereignissen zu verständigen, sie auch einzuladen, dabei aber stets zu bedenken, daß sie nur einen begrenzten Mitarbeiterstab hat und nicht immer alle Veranstaltungen besetzen kann.

Was braucht die Kathpress?

Die steigenden Kosten können nicht zur Gänze auf die Abonnementpreise abgewälzt werden. Agenturarbeit kann sich niemals selbst tragen. Verstärkte finanzielle Mittel sind daher nötig für den Ausbau der Redaktion.

Wichtiger noch als die materiellen sind die geistigen Voraussetzungen. Der Freiheitsraum, den die Kirche mit Recht in der Öffentlichkeit fordert, muß auch innerhalb der Kirche gerade für eine Nachrichtenagentur gesichert bleiben. Grundlage jeder Zusammenarbeit ist gegenseitiges Vertrauen. Die Kathpress kann nicht der Prügelknabe sein für alles, was an der Entwicklung der Kirche mißfällt, weil sie von dieser Entwicklung pflichtgemäß berichtet. Die Kathpress sollte von Aufgaben entlastet werden, die sie seit Jahren zusätzlich erfüllt, ohne daß sie in ihren direkten Aufgabenbereich fallen. Eine Nachrichtenagentur ist nicht primär eine Stelle für Öffentlichkeitsarbeit. Diese Stelle müßte auch im Raum der Erzdiözese Wien geschaffen werden. Die Kathpress kann nicht den bevollmächtigten Sprecher der Diözese ersetzen. Ein solcher Sprecher der Erzdiözese Wien, der so rasch wie möglich zu allen auftauchenden Fragen sachgemäß und zuständigerweise Stellung nimmt, ist notwendig. Ebenso ein Sprecher der Bischofskonferenz.

Der Aufbau eines kirchlichen Dokumentationsarchives, auch der Aufbau eines Photoarchives wäre dringend notwendig. Jede Öffentlichkeitsarbeit wird sich in Zukunft stärker auf das Bild stützen. Die Angliederung einer Bildagentur an die Kathpress wurde mehrfach erwogen, dazu bedarf es aber großer Mittel. Die technische Ausrüstung der Kathpress muß auch den jeweiligen technischen Entwicklungen folgen.

Vorbedingung jeder wirkungsvollen Arbeit ist eine enge Kooperation. Die Kathpress als katholische Nachrichtenagentur wird dabei eine Mittlerstellung einnehmen müssen. Niemand kann heute allein für sich wirtschaften. Daher erachtet die Kathpress die Erstellung eines Gesamtplans für kirchliche Öffentlichkeitsarbeit als vordringlich.

5.2.5. Kirchliche Öffentlichkeitsarbeit

Die Kirche hat schon immer ein Verhältnis zur Öffentlichkeit gesucht, ja mußte es su-

chen. Verkündigung und Mission sind ihrem Wesen nach Öffentlichkeitsarbeit: Weckung der Aufmerksamkeit durch das Ansprechen der Interessen des Hörers, Information und Bezeugung der Botschaft und Aufforderung zu deren aktiver Annahme. Öffentlichkeitsarbeit ist daher für die Kirche nichts Neues, nur sind die technischen Mittel zu ihrer Verwirklichung heute so umfangreich geworden, daß sie zu einem eigens zu reflektierenden Arbeitsbereich wurde.

● **Projekt Linz:** Ende 1969 erste Inseraten-Kampagne, die geteiltes Echo fand. Einrichtung eines Arbeitskreises für Öffentlichkeitsarbeit. Zusammen mit einer Werbeagentur, Entwicklung eines Konzeptes für Öffentlichkeitsarbeit. Das mittelfristige Pressekonzept zielt auf Imagepflege (Abbau von Vorurteilen, gezielte Information) und Öffentlichkeitsarbeit im Bereich für die Verkündigung.

Schwerpunkt: Synode, Finanzen, Bauwesen, Soziales, Strukturfragen.

Methoden: Presseeinschaltungen in Zeitungen, statt Postwurfsendungen, Illustrierte, Hirtenbrief u. a. Die Wirksamkeit konnte durch Mehrthemenuntersuchungen überprüft werden.

● **Projekt Wien:** Geplant und vorbereitet war eine Informationskampagne zum Kirchenbeitrag, kam aber aus finanziellen Gründen nicht zur Durchführung.

● **Projekt Graz:** 1. Planung: Nach zweijähriger Vorbereitung wurden im Spätherbst 1972 und im Oktober bis Dezember 1973 Aktionen der Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt. Zur Vorbereitung und Durchführung wurde ein Werbeunternehmen beauftragt, das gemeinsam mit einem diözesanen Team Konzept und Durchführungsplan erstellte. Gegen den ursprünglichen Wunsch nach einer Aufklärungskampagne zum Kirchenbeitrag bestanden von Anfang an Bedenken: sie könnte den Anschein erwecken, der Kirche gehe es nur um das Geld; durch das Hervorheben der sozialen und kulturellen Leistungen könnte sich die Kirche ihres spezifischen Auftrags begeben, sei sie von anderen gesellschaftlichen, sozialen, kulturellen Institutionen ablösbar. Ihr spezifischer Auftrag bestehe hingegen darin, den Transzendenzbezug des einzelnen Menschen zu verbessern und in keiner ihrer eigenen Aktivitäten diesen Bezug zu verleugnen. Weiters wurde die Differenz zwischen der Kirche und ihrer Aufgabe klargestellt; da sich die beiden nie voll decken, muß die Kirche auch selbstkritisch sein.

2. Durchführung: Die Aktion wurde mit Hilfe von Plakat, Inserat, Kinodia und einer Mitarbeiterbroschüre durchgeführt. Eine Einbeziehung des ORF (Werbefunk) war aufgrund

der gesetzlichen Bestimmungen nicht möglich. Themen waren: Konsumfetischismus, Freiraum des Menschen für Transzendenz, die gesellschaftskritische Aufgabe der Kirche. In der 2. Phase waren es vor allem der „Wegwerfmensch“, Vertrauen der Menschen zueinander und zur Kirche (Plakat „Spring“), in den Inseraten das Thema Besinnung und auch eine Art von Rechenschaftsbericht mit Zahlen über die Diözese, der jedoch die Grundlinien der Arbeit fortsetzte und daher nicht beim Zahlenmaterial stecken blieb. Außerdem wurde von der gesamtösterreichischen Aussendung an alle neuen Kirchenbeitragspflichtigen in der Diözese Graz-Seckau ein Brief (als Poster) versandt, der sich an die Grundlinien des Grazer Konzeptes hielt.

3. Ergebnis: Innerhalb der Kirche ist man in manchen Kreisen nach wie vor nicht von der Notwendigkeit dieser Öffentlichkeitsarbeit überzeugt. Sie entsprach bisher sowohl inhaltlich wie auch in graphischer Gestaltung nicht allen Wünschen der Priester und Mitarbeiter. Es herrscht nach wie vor die Meinung, man dürfe dem Menschen außerhalb der Kirche nur das sagen und zeigen, was innerhalb der Kirche als problemlos gilt. Dahinter steht auch ein pastorales Getto-Denken: Man hat nicht Zeit und Möglichkeit, sich über den inneren Kreis (z. B. Kirchengänger) hinauszubegeben. Es herrscht auch wenig Vorstellung darüber, welche Themen und welche Form der Präsentation für jene Menschen notwendig wären, die nicht zum Kern der Kirche zählen.

Außerhalb des engeren Kreises war das Echo im großen und ganzen sehr positiv, man wertete diese Aktionen als ein deutliches Lebenszeichen der Kirche. Man weiß es zu schätzen, daß die Kirche nicht rasch Lösungen, sondern Themen vorlegt, die zur Beschäftigung zwingen. Es wird betont, daß die herkömmlichen Kommunikationswege der Kirche (Predigt, Schule, Runden usw.) durch die heute üblichen Kommunikationsweisen erweitert werden müssen. Die Kirche komme nun dem Stil der Zeit entsprechend ihrer Aufgabe nach und hole den Menschen dort ab, wo er sich in seiner konkreten Situation befinde.

● **Überdiözesane Bestrebungen:** Im Anschluß an Studientagungen der postkonziliaren Studienkommissionen 1967 und 1969 fand ein Studientag der PKÖ zum Problem des Kirchenbeitrages statt. Es erfolgte eine gemeinsame Eingabe von PKÖ und Konferenz der Finanzkammerdirektoren an die österreichische Bischofskonferenz mit Vorschlag, die Frage einer Information an alle Kirchenbeitragszahler zu prüfen. Seitens der Bischofskonferenz erging ein diesbezüglicher Auftrag an das Zentrum für Massenkommunikation und

an die PKÖ. Die Hager-Gesellschaft KG, Wien, erstellte im Sinne dieses gemeinsamen Arbeitskreises ein „Konzept eines Organisationsmodells für Öffentlichkeitsarbeit der Kirche von Österreich“. Es sah eine ständige Kommission für die Öffentlichkeitsarbeit vor, das im Auftrag der Bischofskonferenz nach einem von dieser festgelegten Konzept arbeiten sollte. Dieses Arbeitsergebnis wurde der Bischofskonferenz vorgelegt, die aber keinen neuerlichen Auftrag an Zentrum und PKÖ zur Bildung eines Ausschusses gab. Dieser soll auf Grund bereits vorhandener Erfahrungen konkrete Projekte einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit entwickeln und prüfen, um der Bischofskonferenz entsprechende Vorschläge zu unterbreiten. Weiter soll er dem gesamtösterreichischen Erfahrungsaustausch dienen. Seiner Fundierung sollen die Beschlüsse 4.1.12. und 4.1.13. dienen.

Diözesane Pressereferenten:

Eisenstadt: Franz Buchberger, Rochusstraße 21, 7000 Eisenstadt.

Graz: Dr. Johann Trummer, Bürgergasse 2, 8010 Graz.

Innsbruck: Dr. Michael Forcher, Wilhelm-Greil-Straße 7, 6021 Innsbruck.

Klagenfurt: Kan. Franz Schröer, Waaggasse 18, 9010 Klagenfurt.

Linz: Wolfgang Katzböck, Seilerstätte 14, 4020 Linz.

St. Pölten: Josef Bauer, Klosterstraße 15—17, 3100 St. Pölten.

Salzburg: Werner Kaplaner, Kapitelplatz 6, 5020 Salzburg.

Wien: Erich Leitenberger, Singerstraße 7, 1010 Wien.

5.2.6. Kirche und Film

Das Medium Film wurde 1895 geboren. Die Zeit der Pioniere (Rumler, Gesek, Rudolf) dauerte die erste Hälfte unseres Jahrhunderts. Im Oktober 1947 gründeten die Bischöfe die Katholische Filmkommission für Österreich. Zwischen 1946 und 1964 errichteten alle Diözesen in den Pastoralämtern oder in der Katholischen Aktion Filmreferate, z. T. vorausblickend gleich als Diözesanstellen für Film, Funk und Fernsehen. Presseorgan der Katholischen Filmarbeit war von 1951 bis 1972 die „Filmschau“, die 1973 in die gemeinsame Zeitschrift „multimedia“ integriert wurde.

Weil sich die Filmkommissionen und Filmreferate bis in unsere Zeit besonders der Bewertung des Kinofilms verpflichtet fühlten, wurden als Vereine 1948 die „Katholische Filmgilde“ für Verleih und Produktion und 1968 „Christ + Film“ für Nachwuchsförderung und Produktion gegründet.

Leistungen:

Katholische Filmkommission, Wiener Zentrale: Wöchentliche Bewertungen der Kinofilme in „multimedia“, Handbücher, Tagungen, Ausschuß für Medienerziehung, Büro des Diözesanfilmreferates Wien; Mitarbeit bei Filmprädikatisierung, Jugendeinstufung, Filmfestivale (von 1949 bis 1963 alle zwei Jahre Internationale Festwochen des religiösen Films). Mitarbeit im Internationalen Katholischen Filmbüro (OCIC).

Diözesanstellen: Film- und Fernseherziehung (Seminare, Diskussionen, besonders im KBW und KA-Gliederungen), Gewinnung und Betreuung von Medienreferenten für Dekanate und Pfarren, Lehrtätigkeit an Pädagogischen Akademien, Theologischen Lehranstalten und Seminaren, Förderung des wertvollen Films (oft rege Zusammenarbeit mit der Aktion „Der gute Film“), Beratung der Kinobesitzer, Verbreitung der katholischen Filmkritiken, Initiativen gegen Brutalität und Pornographie. Verleih von 16-mm-Filmen und anderem audiovisuellen Material. 1970 hatte Feldkirch 3 Filme, Linz 33, Salzburg 121, St. Pölten 20 und Wien 30. Steigende Nachfrage! 1973 verlieh Linz schon 79 Filme, den beliebtesten 53mal im Jahr. Die „Katholische Filmgilde“ tritt nicht mehr in Erscheinung. Die Gesellschaft „Christ + Film“ veranstaltet jährlich Treatmentwettbewerbe und Kurse in Aktiver Filmkunde. „Christ + Film“ hat ein kleines Studio in Linz ausgebaut (mit S 54.000,— Jahresbudget), den wichtigen Schritt zur professionellen Kurzfilmherstellung für Bildungsarbeit und Fernsehen aber noch nicht tun können.

Schwierigkeiten:

In den Diözesen ist die Situation durch starke Unterschiede gekennzeichnet. Eine Diözese (Linz) wendete 1973 490.000 Schilling auf, andere begnügten sich mit 10.000 bis 20.000 Schilling. Ein Großteil der Diözesen hat nur ehrenamtliche Referenten, einige keine eigenen Büros. Die Aufgaben werden immer mehr (Einsatz der audiovisuellen Mittel im Religionsunterricht, Film im Fernsehen, Brutalitäts- und Pornowelle), die Bedeutung der Massenmedien nimmt zu, auch die des Films, weil ca. 50 % der TV-Programme vom Film gesendet werden und auch sonst immer mehr 16- und 8-mm-Filme für die Kommunikationsprozesse verwendet werden. Die Kirche trägt dieser Entwicklung zu wenig Rechnung. Z. B. wurde der von verschiedenen Stellen (BAKEB, Diözesanfilmreferate) gewünschte Zentrale 16-mm-Filmverleih von der Österreichischen Bischofskonferenz nicht bewilligt.

5.2.7. Kirche und die Journalisten

Während des Katholikentages 1952 wurde die Gründung der „Arbeitsgemeinschaft Katholischer Journalisten“ als Gliederung der Katholischen Aktion beschlossen, die in den folgenden Jahren eine recht fruchtbare Aktivität entfaltete (Informationsgespräche mit Bischöfen des In- und Auslandes, katholischen Politikern u. a., ein Schulungskurs „Dialektischer Materialismus“ — Referent N. Hovorka —, ein Fortbildungsseminar für Jungredakteure in Krems u. a.).

Neben der AGKJ entstand eine entsprechende Verlegerorganisation; als Dachverband für beide wurde der Verband katholischer Publizisten gegründet, der fortan vor allem für die internationalen Kontakte zuständig war.

Da eine Aktivität der AGKJ in den Bundesländern nicht zu erreichen war und auch in Wien personelle Schwierigkeiten auftauchten, wurde 1970 der Verband katholischer Publizisten in eine Mitgliederorganisation umgewandelt, die nun über ganz Österreich verbreitet war und Journalisten wie Verleger als Einzelmitglieder erfaßte. Eine Einbindung der Wiener Arbeitsgemeinschaft als Ortsgruppe des Verbandes war nicht möglich, doch trat die Mehrzahl der Mitglieder der AGKJ auch dem Verband bei.

Die AGKJ umfaßte im Mai 1972 nach Anlaufen einer Werbekampagne, die gerade bei den jungen Kollegen erfreuliche Aufgeschlossenheit feststellen konnte, 101 Mitglieder, vorwiegend aus Wien, aber auch aus St. Pölten und Eisenstadt. Von ihnen arbeiten:

- 17 in Tageszeitungen,
- 16 beim ORF,
- 17 in Pressestellen,
- 13 bei Agenturen und Pressediensten,
- 6 bei Wochenzeitungen (außer Kirchenblättern),
- 6 bei Kirchenzeitungen,
- 6 bei Zeitschriften,
- 5 als freie Journalisten oder Photographen,
- 2 als Filmjournalisten und
- 16 in sonstigen Funktionen (meist außerhalb der unmittelbaren Journalistik).

Der Verband katholischer Publizisten wies in seiner Mitgliederliste mit Stand vom 15. März 1974 120 Mitglieder auf, die sich verteilen:

- Verleger 19,
- Wochenzeitungen 18,
- Tageszeitungen 20,
- Kirchenzeitungen 12,
- Agenturen und Pressedienste 12,
- ORF 8,
- Zeitschriften 5,
- Pressestellen 5,
- freie Journalisten 21.

Von ihnen arbeiten in

Wien 55,
Oberösterreich 12,
Steiermark 15,
Salzburg 8,
Niederösterreich 10,
Tirol 5,
Kärnten 7,
Vorarlberg 4,
Burgenland 3,
Ausland 1.

Die Mehrzahl der Wiener Mitglieder — mit Ausnahme der Verleger — gehört gleichzeitig der AGKJ an.

Spätere Analysen liegen nicht vor. In der Zeit vor und während der OSV-Sessionen trat die Aktivität beider Verbände hinter der Vorbereitungsarbeit für den OSV zurück.

5.2.8. Katholisches Zentrum für Massenkommunikation

Aus Anfängen institutionalisierter Medienarbeit, die bis in die unmittelbare Nachkriegszeit zurückreichen, wurde 1970 das „Katholische Zentrum für Massenkommunikation“ errichtet. Es schloß die Hörfunkkommission, die Fernsehkommission, die Filmkommission und die Pressekommission zusammen, denen es in den vorhergehenden Jahren nach dem Zweiten Vatikanum bereits als Dachorganisation gedient hatte.

Das Katholische Zentrum für Massenkommunikation hat laut Statut folgende Aufgaben: Es ist als überdiözesanes Werk der Österreichischen Bischofskonferenz mit der Wahrnehmung jener Aufgaben betraut, die im Dekret „Inter mirifica“ des Zweiten Vatikanischen Konzils und in der Pastoralinstruktion „Communio et progressio“ für die Bereiche Film, Hörfunk, Fernsehen und Presse aufgezeigt sind.

Das Katholische Zentrum für Massenkommunikation gliedert sich in vier Kommissionen: die „Katholische Filmkommission für Österreich“, die „Katholische Hörfunkkommission für Österreich“, die „Katholische Fernsehkommission für Österreich“ und die „Katholische Pressekommission für Österreich“.

Die Aufgaben des Zentrums sind insbesondere:

a) Zusammenarbeit der Katholischen Film-, Hörfunk-, Fernseh- und Pressekommission untereinander und mit anderen kirchlichen Institutionen;

b) Planung und Durchführung gemeinsamer Aktionen, insbesondere auf dem Gebiet der Produktion, der Publikation, der Öffentlichkeitsarbeit und der Erziehung zum richtigen Gebrauch der Massenmedien;

c) Vertretung gemeinsamer Interessen gegenüber gesellschaftlichen und staatlichen Institutionen;

d) kategoriale Seelsorge;

e) internationale Zusammenarbeit.

Der sachlichen Gliederung in Kommissionen entspricht die regionale Gliederung in neun diözesane Zentren, die ihrerseits wieder in Sachkommissionen gegliedert sind. Allerdings ist diese organisatorische Struktur in den einzelnen Diözesen noch sehr unterschiedlich ausgeformt.

5.2.9. Religion und Kirche in den Massenmedien

5.2.9.1. Vorbemerkung:

Die folgende Übersicht soll einiges aus Ergebnissen einer Untersuchung mitteilen, die DDr. Paul M. Zulehner über die Verteilung und Wertigkeit religiöser und kirchlicher Themen in den österreichischen Massenmedien durchgeführt hat. Die Untersuchung stützt sich auf eine detaillierte Analyse des Jahres 1969 und behandelt im ersten Teil Religion und Kirche im ORF, wobei nicht nur die Sendungen des Kirchenfunks, sondern auch jene anderer Abteilungen, insbesondere der Nachrichtendienste (Journale und Zeit im Bild) herangezogen wurden. Im zweiten Teil der Untersuchung geht es um Religion und Kirche in der österreichischen Tagespresse. Grundlage bildete eine Untersuchung aller Nummern des Jahres 1969 und — um Entwicklungslinien aufzuspüren — eine Stichprobenerhebung jeder fünften Nummer jedes fünften Jahres, also 1949, 1954, 1959 und 1964 bei folgenden Organen: Kronen-Zeitung, Kurier, Arbeiter-Zeitung, Salzburger Nachrichten, Die Presse, Volksstimme.

5.2.9.2. Religion und Kirche im ORF

Halten wir einige wichtige Ergebnisse dieser ORF-Analysen fest. Zunächst konnte eine gesetzlich verankerte institutionelle Präsenz der Kirche in den Medien festgestellt werden, die durch die Kirchenfunkabteilungen wahrgenommen wird. Ihre verfügbaren Sendezeiten haben sich in den sechziger Jahren verdoppelt. Neben Informationen über die christliche Welt versucht die Kirche in diesen Sendungen hauptsächlich religiöse Glaubensinhalte zu vermitteln und Lebensfragen des Menschen aus christlicher Haltung zu deuten.

Religiös-kirchliche Themen werden aber nicht nur vom Kirchenfunk vermittelt. Sie sind als Nachrichtensendung in den Journalen oder in Zeit im Bild da, zudem gibt es Sendungen der Abteilung Musik, Literatur, Unterhaltung, die solche Themen aufgreifen. Allerdings wer-

den vor allem in den Nachrichtensendungen die Themen nach bestimmten Kriterien gewählt. Eine Titelanalyse ergab, daß zwei Kategorien gehäuft aufgegriffen werden: Meldungen über kirchliche Amtsträger, die im (gesellschafts-)politischen Bereich agieren, vor allem der Papst, aber auch Bischöfe, besonders der Wiener Kardinal. Der politisch orientierte Charakter der Nachrichtenabteilung macht diese Auswahl verständlich. Kirche ist im Bereich der gesellschaftlichen Öffentlichkeit eben durch ihre befugten Amtsträger präsent. Ihnen gilt demnach das Hauptinteresse. Zudem gewinnen auch die vom II. Vatikanischen Konzil geschaffenen Beratungs- und Entscheidungsgremien an Bedeutung.

Die andere Kategorie religiös-kirchlicher Thematik sind die „interessanten“ Meldungen, vor allem jene, mit negativ-sensationellem Grundton, wie die „konfessionellen Unruhen“ in Nordirland oder auch innerkirchliche „Fälle“ (Defregger, Schoiswohl, Irmgardis Strauß, Holl). Die Reichweite solcher Sendungen, insbesondere in den Fernsehnachrichten „Zeit im Bild“, ist groß. Die Nachrichten werden von mehr als 3 Millionen gehört bzw. gesehen.

Das Bild, das somit im ORF von Religion und Kirche vermittelt wird, ist zunächst die Kirche, die aus einem reisenden, lehrenden und mahnenden Papst, aus konferierenden Bischöfen und Synoden, aus zum Teil unzufriedenen und rebellischen Priestern (und Laien) besteht. Es ist eine Kirche, die in den „Religionskrieg“ in Irland und in politische Spannungen in Spanien und Lateinamerika verwickelt ist. Es ist eine Kirche, die im Umbruch ist und in der es somit eine Reihe von „Fällen“ aus Gegenwart und Vergangenheit gibt. Zugleich begegnet der Rezipient des ORF aber auch einem dichten Angebot religiöser Belehrung, vor allem am Beginn oder am Ende des Tages. Nahezu jeder zehnte Österreicher wird täglich mit ihm konfrontiert, am Sonntagabend sogar jeder dritte.

5.2.9.3. Religion und Kirche in der Tagespresse

Wir entnehmen die folgende Zusammenfassung der Ergebnisse dem Buch von P. M. Zulehner: „Säkularisierung von Gesellschaft, Person und Religion“, Verlag Herder 1973, S. 109 ff.

So ergab die Analyse für das Jahr 1969, daß ÖVP-eigene oder -nahe Zeitungen mit Abstand am häufigsten religiös-kirchliche Themen aufgegriffen haben. Das Volksblatt (1970 eingestelltes ÖVP-Parteiorgan) wies 651 Untersuchungseinheiten auf, gefolgt von den Salzburger Nachrichten mit 621. Auch die Presse liegt mit 399 Artikeln noch weit über

den anderen, eher „linken“ Blättern. Von diesen hatte die Arbeiter-Zeitung 1969 am öftesten religiös-kirchliche Themen behandelt (214), dann folgt bereits die Volksstimme, das Organ der KPO, mit 189 und am Ende der Liste stehen die Kronen-Zeitung (156) und der Express (137). Der Kurier liegt mit 249 Einheiten nahe dem Gesamtdurchschnitt (327). In dieser Verteilung religiös-kirchlicher Meldungen spiegelt sich zweifellos das Verhältnis der jeweils hinter den Zeitungen stehenden (politischen) Gruppen wider. Nicht uninteressant ist die Beobachtung, daß sich die meisten Meldungen in den eher weniger gelesenen Zeitungen finden; „Gewichtet“ man daher die Anzahl der Artikel mit der „Reichweite“ (Leserzahl) des jeweiligen Blattes, dann vermitteln Kurier und Kronen-Zeitung die meisten Informationen über Religion und Kirche. Die Untersuchung bestätigt zudem den Wandel der österreichischen Großparteien zur Kirche in den Nachkriegsjahren. Generell steht fest, daß gemessen an der Zunahme der Meldungen auch das Interesse der Tageszeitungen an Religion und Kirche gestiegen ist. Bemerkenswert ist, daß die wenigsten Artikel für das Jahr 1954 festgestellt wurden, jenes Jahr also, das dem Höhepunkt kirchlichen Lebens in Österreich um die Mitte der fünfziger Jahre am nächsten liegt. Diese Zunahme konnte nun nur im ÖVP-Parteiorgan nicht beobachtet werden. Demgegenüber hat sich in der Arbeiter-Zeitung die Zahl der Meldungen seit 1954 verdreifacht. Welches Bild von Religion und Kirche wird nun aber in diesen Medien vermittelt? Welches wird vorausgesetzt? Die Analyse aller bisher beschriebenen Themen läßt zwei Schwerpunkte erkennen. Fast zwei Drittel der Beiträge (59 %) behandeln innerkirchliche Themen, wobei das Interesse besonders Personen (39 %), religiösen Handlungen (14 %) und kirchlichen Aktionen (12 %) gilt. Kirche ist daher vor allem insoweit interessant, als sie in Personen und Ereignissen in der Öffentlichkeit begegnet. Demgegenüber werden Fragen der Lehre (5 %), der Normen (5 %) oder der religiösen Organisationen (4 %) selten aufgegriffen. Kirche in der Tagespresse ist somit vor allem kirchliche Hierarchie, und zwar nicht so sehr die Hierarchie des Inlandes, sondern die römische Hierarchie. Das Kirchenbild ist daher stark von den Enunziationen des Papstes und des Vatikans mitgeformt. Nur 42 % der Meldungen beziehen sich direkt auf die Kirche in Österreich. Der ORF ist noch mehr auslandsorientiert. Die Gleichsetzung von Kirche und Hierarchie scheint sich vor allem daraus zu erklären, daß es in der Berichterstattung der Massenmedien vor allem um kirchliche Ereignisse in der gesellschaftlichen

Öffentlichkeit geht. Dies wird auch dadurch bestätigt, daß religiös-kirchliche Meldungen zu 50 % in der Sparte „Weltpolitik“ auf den beiden ersten Seiten anzutreffen sind. In diesem Bereich der „Politik“ ist aber die Kirche traditionellerweise hauptsächlich durch ihre Amtsträger präsent, wenn auch neben dem Konzil die neuerrichteten Gremien (Bischofs- und Diözesansynoden) selbst in der Berichterstattung der Medien zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Ein Drittel der Meldungen behandelt direkt das Verhältnis Kirche und Gesellschaft. Meist geschieht das in einer allgemeinen Form (22 %). Von den Teilthemen steht das Verhältnis von Kirche und Politik (18 %) mit Abstand an der Spitze, wobei dieser Aspekt besonders in den Nachrichtensendungen des ORF aufscheint. Im weiten Abstand folgen die Themen Kirche und Schule (5 %), Kirche und Familie (Sexualität, 3 %), kaum Beachtung findet das Thema Kirche und Wirtschaft (1 %).

5.2.10. Nachwuchspflege

Die Kirche wird nur dann die an sie herantretenden Kommunikationsaufgaben bewältigen können, wenn sie einerseits selbst für den eigenen Raum über eine genügende Anzahl versierter Journalisten verfügt, andererseits in den Medien mit Gesprächspartnern rechnen kann, die die „innere Antenne“ für die Probleme der Kirche ausgefahren haben und auch über das nötige Sachwissen verfügen, um über diese Probleme zu berichten und sie zu kommentieren.

Um die Nachwuchspflege will sich im besonderen das „Karl-Maria-Stepan-Werk zur Förderung der Publizistik“ annehmen, das in Gründung begriffen ist. Diese Nachwuchspflege sollte in verschiedene Richtungen gehen:

5.2.10.1. Suche nach geeigneten jungen Menschen, die Lust und Voraussetzung mitbringen, sich journalistischen Aufgaben zu widmen.

Die Suche nach jungen Menschen, die Journalist werden wollen, sollte schon in den Abschlußklassen der höheren Schulen einsetzen, wozu vor allem die führenden katholischen Privatschulen — Kalksburg, Strebersdorf, Schotten, Stella, Matutina, Melk usw. — mithelfen müßten. In Zusammenarbeit zwischen den Direktionen und den diözesanen Zentren für die Massenkommunikation sollte — etwa im Bereich der politischen Bildung — auf diesen Aufgabenbereich und die Berufsaussichten des Journalisten aufmerksam gemacht werden. Interessenten könnten von Fall zu Fall bereits zu einschlägigen Veranstaltungen eingeladen werden.

5.2.10.2. Hilfe zur Ausbildung von Nachwuchs-

kräften, die dann im kirchlichen Informationswesen zum Einsatz kommen können (oder in die Medien weitergehen).

Die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses leidet in Österreich unter der Schwierigkeit, daß es keine Ausbildungsvorschriften gibt und nur wenige Medien eine echte Nachwuchspolitik betreiben. Der Weg zum Journalisten kann mit und ohne Hochschulstudium beschritten werden. Für Nachwuchskräfte, die den Ehrgeiz haben, Führungspositionen vor allem im politischen Bereich anzupeilen, dürfte jedoch in absehbarer Zeit ein Wissen Voraussetzung sein, wie es normalerweise nur durch ein Hochschulstudium vermittelt werden kann. Die Ausbildungshilfen sollten daher in verschiedener Richtung versucht werden:

— Aufnahme von Volontären in die der Kirche nahestehenden Zeitungen, Zeitschriften, Agenturen sowie in die Zentren der Massenkommunikation (Furche, präsent, Kirchenzeitungen, Alle Welt, Kathpress) in einem Maß, das die Ausbildung ermöglicht. Hierbei muß dafür gesorgt werden, daß sich ein erfahrenes Redaktionsmitglied um den Nachwuchs annimmt. Bei jenen Redaktionen, deren wirtschaftliche Lage solche Maßnahmen unmöglich macht, müßte durch Ersatz der Kosten ausgeholfen werden. Ein Austausch der Volontäre sollte angestrebt werden.

— Gewährung von Stipendien an Studenten und Volontäre zum Besuch von Ausbildungs- und Fortbildungskursen im In- und Ausland (Salzburg und Wien geplant, Düsseldorf, München, Straßburg).

— Mitarbeit der Zentren bei den Bemühungen, eine geregelte Journalistenausbildung zu erreichen.

Falls die im Medienkonzept der ÖVP geforderte Medienschule Wirklichkeit wird, sollte sich das österreichische Zentrum schon in der Planungsphase einschalten, um auch die kirchlichen Aspekte berücksichtigen zu lassen.

5.2.10.3. Hilfe für die Weiterbildung bereits im Beruf stehender Journalisten zu jenen Fragen, die für das Gespräch zwischen Kirche und Welt relevant sind.

Für die bereits im Beruf stehenden Journalisten, die als Gesprächspartner der Kirche im Kommunikationsprozeß zwischen Kirche und Welt gewonnen werden sollen, sind Fortbildungsseminare zu veranstalten, in denen sie auf gerade anstehende, für die Kirche relevante Probleme eingeschult werden. Die Schulungskurse mit dem Wissensgut des Laienjahres wären für die Redakteure kirchlicher Publikationen einzurichten, soweit sie nicht selbst theologische Vorbildung mitbringen.

Nachbemerkung:

Die Österreichische Bischofskonferenz hat sich mit den Ergebnissen des Österreichischen Synodalen Vorgangs in einer außerordentlichen Sitzung am 2. Juli 1974 in Linz eingehend beschäftigt und sich dabei den Großteil der Beschlüsse zu eigen gemacht. Nur bei einigen Texten wurden Ergänzungen und Klärungen hinzugefügt. Diese sind für das Kapitel „Kirche und Massenmedien“:

„Die bestehenden, geplanten und allenfalls sonst noch erforderlichen gesamtösterreichischen Institutionen aller Art sind auf ihre Notwendigkeit zu prüfen, aufeinander abzustimmen und personell, organisatorisch und finanziell auszustatten, daß sie den Aufgaben der Kirche in Österreich bestmöglich dienen können“ (= Leitsatz I/8.2.2.). Die österreichische Bischofskonferenz stellt fest, daß 8.2.2. auch auf die vom ÖSV beschlossenen Gremien und Einrichtungen anzuwenden ist. Als Generalkommentar gilt dies auch für die folgenden Texte des Abschnitts IV „Kirche und Massenmedien“: 4.1.12.; 4.1.13.; 4.1.14.; 4.1.22.; 4.1.41.; 4.1.43.; 4.2.2.; 4.3.4.; 4.3.5.; 4.4.5.; 4.5.3.; 4.5.4.

Für die Durchführung des obigen Leitsatzes ist eine von der Bischofskonferenz beauftragte Kommission verantwortlich.¹

Ebenso wird in den folgenden Punkten ergänzt:

Zu 3.3. Präzisierung: Das Wort ‚nur‘ am Schluß des ersten Satzes wird ergänzt durch

‚am besten‘. Ferner wird darauf hingewiesen, daß dem innerkirchlichen Dialog dort Grenzen gesetzt sind, wo Glaube und Sitte bewußt gefährdet werden.

Zu 3.4. Die österreichische Bischofskonferenz präzisiert: Der Beginn soll lauten ‚Wirksamen Schutz...‘ statt ‚Den wirksamsten Schutz...‘

Zu 4.1.22. Es wird darauf hingewiesen, daß Kathpress bereits die Pressestelle der Bischofskonferenz ist.

Zu 4.2.1. Die Österreichische Bischofskonferenz verweist auf die Ansprache Papst Pauls VI. vom Januar 1974 an die Vertreter der deutschen Medienkommission: „Es ist darum doppelt beklagenswert, wenn Christen verantwortungslos und kritiklos Falschmeldungen übernehmen und verbreiten. Seien Sie überzeugt vom Sieg der Wahrheit, auch wenn Ihr Dienst oft große Opfer fordert!“ (Siehe deutsche Wochenausgabe des ‚Osservatore Romano‘ vom 25. Jänner 1974.)

Anmerkung:

1. Sämtliche Ergänzungen und Änderungen durch die österreichische Bischofskonferenz können entnommen werden der nunmehr im Druck vorliegenden Dokumentation: „Österreichischer Synodaler Vorgang“. Dokumentation. Hrsg. vom Sekretariat des ÖSV. Wien: 1974

DOKUMENTATIONSHINWEISE

Paul VI.: La funzione evangelizzatrice dei ‚mass-media‘. In: „L'Osservatore Romano“ 114:1974 (N. 121) vom 27./28. Mai 1974.

Angelus-Ansprache des Papstes zum Welttag der Kommunikationsmittel. Original: Italienisch.

Paul VI.: La Comdiunicazione sociale al servizio della verità. In: „L'Osservatore Romano“ 114:1974 N. 146) vom 27. Juni 1974.

Ansprache des Papstes an belgische katholische Journalisten.

CHRONIK · CHRONIK · CHRONIK

Innerhalb der geographischen Ordnung gilt grundsätzlich folgende Reihenfolge: a) allgemeine Publizistik, b) Presse, c) Hörfunk, d) Sehfunk, e) Film, f) sonstige Gebiete (Meinungsforschung, Werbung etc.)

AFRIKA

ÄTHIOPIEN

Die „*Stimme des Evangeliums*“, lutherischer Missionssender in der Hauptstadt des Landes, Addis Abeba, soll für Südafrika in den frühen Abendstunden ein 30- bis 60minütiges Programm ausstrahlen. Dies wurde auf einer Konferenz südafrikanischer Experten vom 16. bis 18. April 1974 in Johannesburg beschlossen. Das neue Programm soll versuchen, „den an der Außenwelt interessierten südafrikanischen Christen erläuternde Darstellungen zu Ereignissen in ihren Ländern“ zu geben und sie über kirchliche Maßnahmen im Ausland zu unterrichten, die für Südafrika von Interesse sein könnten. — Am 29. bzw. 30. April 1974 wurde der Sender mit der staatlichen Rundfunkstation, im Zusammenhang mit den politischen Schwierigkeiten des Landes von äthiopischen Truppen vorübergehend besetzt.

ELFENBEINKÜSTE

Die *Publizistikkommission* der Bischofskonferenz hielt Anfang Juni 1974 ihre erste nationale Versammlung in Man ab. Den Vorsitz führte der Nationaldirektor für die Kommunikationsmedien, Msgr. Agré. Es wurde u. a. beschlossen, diözesane Kommunikationskommissionen zu bilden, einen besseren Kontakt zur Presse und zu den Rundfunkverantwortlichen zu schaffen und auf diözesaner Ebene Informationsseminare zu gestalten. Auch wurde ein Exekutivkomitee auf nationaler Ebene begründet, in dem unter dem Vorsitz von Msgr. Agré je ein Vertreter einer jeden Diözese als Mitglied tätig ist.

GHANA

Ein audiovisuelles Zentrum wurde in der Holy Child School in Cape Coast am 9. Mai 1974 eröffnet. Die Schule begann bereits mit der Produktion audiovisueller Programme für den Unterricht. Besondere Aufgabe des neuen Zentrums ist es, Schüler an entlegenen Stellen des Landes besser und umfassender zu informieren.

KAMERUN

„*Le Serviteur*“ heißt eine neue evangelische illustrierte Monatsschrift, die Ende April 1974 zum ersten Mal in Yaounde erschien. Die 70 Seiten umfassende und im Magazinformat veröffentlichte Zeitschrift geht auf eine Initiative der Vereinigung Evangelischer Kirchen und Missionen in Kamerun (FEMEC) zurück. Sie soll in ganz Afrika verbreitet werden und enthält außer Information und Dokumentation Artikel zu religiösen Fragen, kulturellen Ereignissen usw.

KENIA

Neun Bischöfe des Landes nahmen vom 17. bis 20. April 1974 an einer Schulung zur Pastoralen Kommunikation im Karen College in Nairobi teil. Der Kurs sollte theoretisch und praktisch in den Gebrauch der modernen Kommunikationsmittel bei der pastoralen Arbeit einführen. So wurden u. a. Interviews geübt, Hirtenbriefe abgefaßt und Pressekonferenzen gehalten. Anschließend fand für 20 Priester des Landes eine ähnliche Arbeitstagung am gleichen Platz statt. Beide Schulungskurse wurden von der Kommunikationsabteilung des Katholischen Sekretariats der Bischofskonferenz veranstaltet.

Zum *Welttag der Kommunikationsmittel 1974* wurde am 26. Mai auf Beschluß der

Bischofskonferenz Kenias eine Kollekte zur Unterstützung der diözesanen Kommunikationsvereinigungen und des nationalen Büros für Kommunikation durchgeführt.

„*Daystar Communications*“, evangelistisches Kommunikationszentrum und Verlagshaus, verlegte seinen Sitz von Bulawayo in Rhodesien nach Nairobi. Die wachsende Isolierung Rhodesiens und die steigende Produktion des Zentrums machten die Verlegung notwendig.

LIBERIA

Eine Sondermarke zum 20jährigen Bestehen des evangelischen Missionssenders ELWA gab die Post des Landes Anfang 1974 heraus. Die 17-Cent-Marke zeigt einen nach Westafrika ausstrahlenden Sendemast mit der Inschrift „Eternal Love Winning Africa“, dem Motto und dem Namen des Senders.

NIGERIA

Unda-Nigeria, neu errichtete katholische Rundfunkvereinigung des Landes, gab sich Anfang Mai 1974 bei einer Konferenz in Lagos ihre Statuten. Insgesamt sollen 12 örtliche Sektionen der Vereinigung im ganzen Land errichtet werden.

OBERVOLTA

Der afrikanische Szenario-Schreiber in seiner Bedeutung für die schwarze Zivilisation war Thema eines Seminars, das im April 1974 in Ouagadougou mit Vertretern aus sieben afrikanischen Ländern stattfand. Vor allem wurde die Bedeutung afrikanischer Filmproduktionen unterstrichen.

RUANDA

Das Gitarama Kommunikations-Zentrum bestand Anfang 1974 zehn Jahre. Das Zentrum widmet sich vor allem der audiovisuellen Arbeit in den Schulen und beim Rundfunk. Audiovisuelle Methoden spielen eine besondere Rolle beim Unterricht in Landgegenden und bei der Erwachsenenbildung. Für Schulprogramme stehen nicht weniger als 100.000 Farbdias zur Verfügung.

„*Kinyamateka*“ und „*Hobe*“, katholische Zeitschriften des Landes, bezogen neue Redaktions- und Arbeitsräume im Diözesanzentrum der Erzdiözese Kigali in Kigali. Im neuen Diözesanzentrum, das Anfang Mai

1974 eingeweiht wurde, haben u. a. auch die Büros für katechetische Arbeit und für Entwicklungsprojekte der Diözese ihren Sitz.

SAMBIA

2.406 christliche Hörfunkprogramme, Gesamtsendezeit 335 Stunden, werden im Jahre 1974 vom staatlichen Rundfunk des Landes ausgestrahlt. Die Programme werden von den verschiedenen christlichen Kirchen einzeln oder gemeinsam gestaltet. Im Fernsehen des Landes werden wöchentlich gemeinsame christliche Programme von jeweils 30 Minuten Dauer ausgestrahlt.

SENEGAL

„*Film und Glaube*“ war das Thema von zwei Arbeitssitzungen, die im April 1974 gemeinsam von Interfilm und vom Internationalen Katholischen Filmbüro (OCIC) in Dakar durchgeführt wurden. Neben theoretischen Einführungen wurden vor allem Filmbeispiele gezeigt und diskutiert.

TANSANIA

Für die Bischöfe des Landes fand vom 18. bis 22. Juni 1974 ein Schulungskurs zum Einsatz moderner Kommunikationsmittel in der Pastoralarbeit statt. Die Tagung wurde vom Informationsminister des Landes eröffnet und von der Kommunikationsabteilung der Tansanischen Bischofskonferenz durchgeführt. Ähnliche Kurse für Bischöfe fanden bereits in Malawi und Kenia statt.

AMERIKA

BRASILIEN

Der Sender des Bischofs in Goiás mußte auf Verbot der brasilianischen Behörden hin am 13. Mai 1974 seine Sendungen einstellen. Der kirchliche Sender war die einzige Rundfunkstation im Distrikt des gleichen Namens. Ein kirchlicher Sender in São Paulo war bereits zu einem früheren Zeitpunkt geschlossen worden (vgl. CS 7:1974, 184).

PERU

„*Radio del Pacífico*“, evangelische Bibel-Rundfunkstation in Lima, bestand 1973 seit zehn Jahren. Die ursprünglich von auswärtigen Missionaren gegründete Station wird

heute von einheimischen Kräften geleitet (seit 1970) und auch im Lande selbst finanziert. Leiter des Senders ist Pedro Ferreira. Sendungen von „Radio del Pacifico“ werden sowohl im Mittel- als auch im UKW- und Kurzwellenbereich ausgestrahlt. Die tägliche Sendezeit beträgt 17 Stunden.

VEREINIGTE STAATEN

Die *Bischofskonferenz* der Vereinigten Staaten befaßte sich Ende April/Anfang Mai 1974 in zwölf über das Land verteilten Regionalversammlungen mit dem Thema „Einsatz der modernen Kommunikationsmittel und Evangelisation“. Bei zwei dieser Konferenzen schlug der Vorsitzende der Kommunikationsabteilung der nordamerikanischen Bischofskonferenz, Robert Beusse, eine nationale Kollekte zur Finanzierung der Arbeit mit den modernen Kommunikationsmitteln vor.

Der *„Welttag der Kommunikationsmittel 1974“* fand nach einem ausführlichen Bericht der katholischen Nachrichtenagentur NC, Washington, in den Vereinigten Staaten wenig Begeisterung und viel Kritik. Diese richtete sich u. a. auch auf das Thema 1974: Evangelisation. So bedeutet die Vorstellung, man könne die Massenmedien unmittelbar für die Evangelisation einsetzen, nach William Mac-Kaye, Kirchenredakteur der „Washington Post“, einen Vorstoß in falscher Richtung. Wenn die Kirche das Evangelium lebe, würden die Medien es spüren und davon berichten. Evangelisation sei mehr eine Sache des Tuns als eine Sache der Worte.

Die *„Catholic Press Association“* hielt ihre Jahresversammlung im April 1974 in Denver, Colorado. Zwischen den Vertretern der CPA und Vertretern der deutschen Kirchenpresse wurde ein stärkerer Austausch von Information und Erfahrung sowie eine stärkere gemeinsame Arbeit innerhalb der Katholischen Weltunion der Presse vereinbart.

Diözesanpresse: Der Erfolg der Diözesanpresse hänge zu einem großen Teil vom Einsatz der Bischöfe und Pfarrer ab, heißt es in einem gemeinsamen Brief einer Gruppe katholischer Kirchenzeitungsredakteure an die amerikanischen Bischöfe. Eine Kirchenzeitung liefere jährlich, so heißt es u. a. in dem Schreiben der Redakteure aus San Francisco, 500 bis 1000 Seiten Informationen aus

dem lokalen, nationalen und internationalen Bereich. Es gehe da auch, so heißt es, um eine Leseerziehung der Gläubigen.

Aktivitäten der Laien in der Kirche würden von der kirchlichen Presse nicht genügend beachtet, kritisierten Don Zirkel und Sr. Betty Lamb, Redakteure von „The Tablet“, Blatt der Diözese Brooklyn. Wer ein Diözesanblatt aufschlage, so Mr. Zirkel, müsse meinen, das Leben der Kirche werde zu 50 % vom Papst und Bischöfen, zu 40 % von den Priestern und Ordensleuten und nur zu 10 % von den Laien bestritten. Die Aussagen der Redakteure gründeten sich auf eine Untersuchung, die von der Redaktion ihrer Zeitschrift durchgeführt wurde und über die sie März 1974 in More House, dem katholischen Zentrum der Yale Universität berichteten.

„*Communio*“ heißt eine neue Zeitschrift für Religion und Kultur, die Mai 1974 zum ersten Mal in Spokane, Washington, erschien. Die Zeitschrift wird von Dr. James Hitchcock, Professor für Geschichte an der St.-Louis-Universität, als Chefredakteur geleitet. Sie ist Teil der internationalen „Communio“-Gruppe.

Die *Presse* wird von den Diözesen weit mehr genutzt als Hörfunk und Fernsehen. In einer Untersuchung, die im Januar und Februar 1974 in 162 der 164 nordamerikanischen Diözesen von Unda-USA durchgeführt wurde, wird festgestellt, daß 136 der 162 Diözesen durch katholische Zeitschriften, davon 120 durch diözesaneigene, versorgt werden. Nur 31 Bistümer haben ein eigenes Rundfunkbüro. 133 Diözesen haben allerdings Arbeitsbeziehungen zu lokalen Hörfunkstationen und 126 pflegen Beziehungen zu örtlichen Fernsehstationen.

„*Back to the Bible Broadcast*“, evangelische Radiomission, beging am 1. Mai 1974 den Jahrestag ihres 35jährigen Bestehens. Die Mission entstand aus einer 15-Minuten-Sendung, die Dr. Theodore Epp mit seiner „Good News Broadcasting Association“ erstellte. Heute werden wöchentlich 3.600 Sendungen in englischer Sprache über 550 Rundfunkstationen in aller Welt ausgestrahlt. Auch Sendungen in anderen Sprachen werden von der Radiomission durchgeführt.

Die *„Lutheran Hour“* beging Anfang Mai 1974 den Jahrestag ihres 40jährigen Be-

stehens mit einer Festveranstaltung in der „Los Angeles Sports Arena“, die auch über Satelliten nach Ostasien übertragen wurde. Die Sendungen werden unter dem Titel „Bringing Christ to the Nations“ ausgestrahlt.

Die Abteilung für Film und Rundfunk der amerikanischen Bischofskonferenz wandte sich in einem Artikel des „Catholic Film Newsletter“ April 1974 gegen die „neue Reife“, mit der beim Fernsehen die Berücksichtigung von Themen gerechtfertigt wird, die früher tabu waren.

ASIEN

INDIEN

„*Moderne Mittel der Kommunikation*“ war Thema eines nationalen Seminars, das von der „Gesellschaft des hl. Paulus“ (Paulisten) vom 29. April bis 4. Mai 1974 in Bangalore veranstaltet wurde. Die Arbeitstagung wurde vom neuen Vorsitzenden der Kommunikationskommission der indischen Bischofskonferenz Bischof Alphonse Mathias von Chickmagalore eröffnet. 65 Teilnehmer aus ganz Indien und aus Sri Lanka nahmen daran teil.

„*New Leader*“, bisher in Madras erscheinende katholische Wochenzeitung, wurde von den Päpstlichen Missionswerken Indiens in Bangalore übernommen. Die Wochenzeitung wird ab August 1974 in der Druckerei der Missionswerke in Bangalore gedruckt und auch dort redigiert. Bis Ende Juli 1974 leitete P. James Kottor sechs Jahre die Redaktion der Zeitung und machte sie zu einem bedeutenden Sprachrohr in der innerkirchlichen Diskussion Indiens. Als neue Manager wurden P. Charles Andrade sj und P. Justin Saldanha sj ernannt. Präsident der Päpstlichen Missionswerke Indiens ist Msgr. Hermann D'Souza.

Die erste katholische Zeitschrift in Madras erschien 1837 unter dem Titel „Madras Catholic Expositor“. Dieses Blatt fusionierte später mit dem 1851 gegründeten „Madras Examiner“ zur „Madras Times“. Der 1887 gegründete „The Catholic Watchman“ änderte seinen Titel 1920 zu „The Catholic Leader“ und 1937 zu „The New Leader“. Die Zeitung erscheint seit 1887 als Wochenzeitung.

JAPAN

Die japanische Bischofskonferenz gliederte auf ihrer Vollversammlung vom 21. bis 25. Mai 1974 ihre Strukturen neu. Es gibt jetzt sechs Bischöfliche Kommissionen, sieben nationale Kommissionen und vier Räte. Die Publizistik wurde unter die nationalen Kommissionen eingegliedert. Vorsitzender der Kommission ist Bischof Itonaga.

Die Vereinigung der männlichen Ordensoberen bat bei ihrer Jahresversammlung vom 22. bis 24. April 1974 in Tokyo die Bischofskonferenz des Landes, über die Frage einer katholischen Wochenzeitung und katholischer Diözesanblätter zu entscheiden.

KOREA

Die Bischofskonferenz des Landes diskutierte mit den Vereinigungen der männlichen und weiblichen Ordensoberen am 11. März 1974 in Suwon bei Seoul u. a. die mangelnde innerkirchliche Kommunikation und den daraus resultierenden geringen Einfluß auf die öffentliche Meinung. Um dem abzuhelpfen, wurden u. a. der gezieltere Einsatz der katholischen Presse, ein neu zu gründendes allgemeines Monatsmagazin und eine zweimonatlich erscheinende Priesterzeitschrift vorgeschlagen. Es wurde darauf hingewiesen, daß es dabei nicht so sehr um Techniken, sondern um eine Frage der Haltung und Überzeugung gehe. Konkrete Beschlüsse wurden noch nicht gefaßt.

PHILIPPINEN

BISA-Seminar: Das „Bishop's Institute of Social Action“ (BISA) schlug auf seiner Seminartagung in Quezon City Anfang März 1974 u. a. vor, die im Besitz oder unter dem Einfluß der Kirche stehenden Massenmedien stärker für die Ortsgemeinden in den Landbezirken und deren Entwicklung einzusetzen. Am BISA-Seminar nahmen Bischöfe und Priester aus sechs asiatischen Ländern teil.

TAIWAN

Ein katholisches Hörfunkprogramm wird seit dem 15. März 1974 täglich morgens von der Cheng Seng Rundfunkgesellschaft im ganzen Land ausgestrahlt. Die Programme werden in den Kuangchi-Studios hergestellt und von Unda, der katholischen Rundfunkvereinigung, betreut.

THAILAND

Eine *Regionalkonferenz für Kommunikation* veranstaltete die Päpstliche Kommission für die Soziale Kommunikation vom 8. bis 16. Juni 1974 in Bangkok. An dem Treffen nahmen Vertreter aus Kambodscha, Indonesien, Singapur, Malaysia, Thailand, Laos und den Philippinen teil. U. a. wurde gefordert, ein eigenes Kommunikationssekretariat im Rahmen der Vereinigung der asiatischen Bischofskonferenzen (FABC) einzurichten.

AUSTRALIEN/OZEANIEN

AUSTRALIEN

Ein *„Verband der religiösen Presse Australiens“* wurde Anfang Mai 1974 in Canberra, der Hauptstadt des Landes, in Anwesenheit des Generalgouverneurs Sir Paul Hasluck gegründet. Hasluck betonte bei dieser Gelegenheit die Bedeutung der religiösen Presse, die den Menschen die „wahren Werte des Lebens“ vor Augen führe.

GUAM

Trans-World-Radio, evangelische Rundfunkgesellschaft, erhielt Anfang 1974 von der amerikanischen Kommunikationskommission „Federal Communications Commission“ (FCC) die Erlaubnis, einen neuen internationalen Sender auf dieser zum amerikanischen Territorium gehörenden Insel zu betreiben. Man glaubt von hier aus sowohl Festland-China, als auch Südostasien, Ostrußland, Indonesien und Australien gut erreichen zu können. (Vgl. CS 7:1974, 259)

EUROPA

DEUTSCHLAND

Zum *„Welttag der Kommunikationsmittel“* stellte Kardinal Julius Döpfner eine „Verschlechterung des öffentlichen Klimas gegenüber den sittlichen Werten, der Religion und

der Kirche“ fest. In seiner Erklärung vom 28. Mai 1974 sagte der Kardinal weiter, es wäre einseitig, für diese Entwicklung die Medien verantwortlich zu machen, die die Vorgänge in der Gesellschaft widerspiegeln. Allerdings lasse sich die „verstärkte Rückwirkung durch selektive, subjektive Auswahl“ nicht übersehen. Der Kardinal dankte den Journalisten für ihre „oft schwierige, risikoreiche und verantwortungsvolle Tätigkeit“. — In einem Faltblatt zum Weltkommunikationstag rief die Kirchliche Hauptstelle für Bild- und Filmarbeit in Köln die Gläubigen auf, auch mit Filmen und Tonaufzeichnungen der Verkündigung des Glaubens zu dienen.

Die *„Deutsche Tagespost“*, katholische Zeitung in Würzburg, baut ihren regionalen Teil weiter aus. Neben der bisherigen wöchentlichen Beilage „Der Pfälzer“ veröffentlicht die Zeitung ab 1. Juli 1974 eine weitere wöchentliche Beilage „Nord-West“ für den Raum Nordrhein-Westfalen und Teile von Niedersachsen. Eine weitere Beilage für den süddeutschen Raum ist vorgesehen. Anzeigenkunden können mit der Zeitung einen Kombinationstarif zusammen mit der Bistumszeitung von Münster „Kirche und Leben“ abschließen. Die Auflage der „Tagespost“ wird mit 28.000 angegeben.

Bei der *Wochenzeitung „Rheinischer Merkur“*, Koblenz, wurden die Gesellschaftsanteile im Verlag des Blattes umverteilt, um es gegen die „Risiken der Pressenkonzentration abzusichern“, wie der Herausgeber, Prof. Dr. Otto B. Roegele, am 3. September 1974 in Köln bestätigte. Die Ganske-Gruppe (Jahreszeiten-Verlag) hat inzwischen 70% der Gesellschafteranteile für rund 8 Millionen DM an den Kölner Notar Dr. Franz Lemmens verkauft. Bei der Transaktion im August dieses Jahres fungierte Lemmens als Treuhänder der Bistümer Aachen, Essen, Freiburg, Hildesheim, Münster und Paderborn unter Federführung der Erzdiözese Köln. Wie Lemmens erklärte, wurde die Umverteilung der Gesellschafteranteile erforderlich, weil die Ganske-Gruppe ihre Anteile sonst anderweitig verkauft hätte. Die Transaktion wurde erst Anfang September bekannt.

Am *Verlag Winfried-Werk GmbH* werden die bayerischen Diözesen, wie der Augsburg-

ger Verleger Dr. Winfried Hall am 12. September 1974 bekanntgab, dessen 50prozentigen Anteil erwerben. Im Verlag erscheinen die Zeitschriften „Weltbild“, „Mann in der Kirche“, „top — Neue Staffette“ und das Magazin „Zenit“. Die Diözesen Augsburg und München besitzen bereits 23%, die Bistümer Freiburg, Fulda, Köln, Münster und Trier 27% des Gesamtkapitals. Hall will nach seinen Angaben nicht aus wirtschaftlichen Gründen verkaufen, sondern um einer „aktiveren Medienpolitik der katholischen Kirche Raum zu verschaffen“.

„Welt des Kindes“, Fachzeitschrift für Kleinkindpädagogik und außerschulische Erziehung erscheint seit Juni 1974 in einer inhaltlich erweiterten und neugestalteten Form. Die Zeitschrift wird vom Zentralverband katholischer Kindergärten und Kinderhorte Deutschlands herausgegeben.

„medien aktuell“ (*mak*) heißt ein neuer katholischer Mediendienst, der in knapper Form Aktuelles über Funk und Film berichtet. Der neue Dienst erscheint seit Mai 1974 zweimal wöchentlich, vorerst ad experimentum. Herausgabe und Redaktion liegen beim Katholischen Institut für Medieninformation, Köln.

„Kontinente“, von 27 Missionsorden und -Gemeinschaften herausgegebene Zeitschrift, erscheint seit Mai 1974 in neuer Gestaltung und mit dem neuen Untertitel: „Magazin für Kirche und Gesellschaft in der Dritten Welt“.

Der „Bonifatiusbote“, Fulda, besteht 1974 90 Jahre; aus diesem Anlaß erschien zum 16. Juni 1974 eine umfangreiche Jubiläumsausgabe der Kirchenzeitung des Bistums.

Die *katholische Jugendpresse* der Bundesrepublik von 1945 bis 1970 untersuchte CS-Mitarbeiter Jürgen Hoeren, Münster. Die im Juni 1974 veröffentlichte Studie, die 16 repräsentative Zeitschriftentitel für 10- bis 18jährige erfaßt, will durch eine systematische Darstellung von Daten und Fakten einen Beitrag zur Geschichte der katholischen Jugendzeitschriften nach dem Zweiten Weltkrieg leisten.

Eine *Kontaktstelle „Verlagskooperation“* gründete der Verband der Deutschen Diözesen. Die auf eine Anregung der Publizistischen Kommission der Bischofskonferenz zu-

rückgehende Gründung einer solchen Stelle gab das Sekretariat der Bischofskonferenz am 5. Juli 1974 bekannt. Die Stelle soll kirchennahen Verlagsanstalten beratend und vermittelnd zur Seite stehen.

Der *Journalisten-Preis 1974* der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtsverbände wurde im Juni Petra Michaely für ihren Beitrag „Warum sammelt Frau Schumann Tabletten?“ („Frankfurter Allgemeine Zeitung“) verliehen. Der mit 3.000,— DM ausgestattete Preis wurde von Caritaspräsident Dr. Georg Hüssler, dem augenblicklichen Vorsitzenden der Arbeitsgemeinschaft, überreicht. Weitere Preise erhielten Josef Dörr („Rhein-Zeitung“) für eine Serie über die berufliche Situation Behinderter und Raimund Hoghe („Westfalenblatt“) für einen Beitrag „Bethel zwischen Gestern und Morgen“.

„Das katholische Schrifttum“ heißt ein Buchverzeichnis, das nach einem Beschluß des Vorstands der „Vereinigung des katholischen Buchhandels“ zum Herbst 1974 erscheint. In der Vereinigung arbeiten 75 Buchverlage und 200 Buchhandlungen zusammen.

NDR: Neuer Sendebeauftragter beim Norddeutschen Rundfunk wurde ab 1. Juli 1974 als Nachfolger von Heinz Hinse der Prior des Dominikanerkonvents Hamburg, P. Suso Klehr. — Ein mediendidaktisches Projekt der Redaktion „Religion und Gesellschaft“ in Hannover soll erforschen, inwieweit Hörfunksendungen zu einer Bewusstseinsbildung in Fragen der Entwicklungspolitik beitragen können. Das Projekt wird gemeinsam von der Rundfunkanstalt und der Evangelischen Kirche finanziert und ist auf zwei Jahre hin angelegt.

Festtagsprogramme: Der Leiter des Infra-test-Instituts, Wolfgang Ernst (München), wies in einem Referat an der Katholischen Akademie in Hamburg am 11. 6. 1974 auf vier Fehlleistungen kirchlicher Sendungen hin, die sich bei Festtagsprogrammen leicht ergäben: 1. Ein Nebeneinander kirchlicher und hochliterarischer Sendungen, 2. ein Schwund an Kirchlichkeit, 3. Gleichsetzung von Religiösität und Kirchlichkeit und 4. die Meinung, kirchliche Programme müßten modern sein.

Einen Taubstummgottesdienst übertrug das „Zweite Deutsche Fernsehen“ am Pfingstsonntag 1974 aus der St.-Augustinus-Kirche in Willingen-Waldeck. Die Lesetexte des Gottesdienstes und die Predigt wurden von einer Taubstummenlehrerin in sogenannte Ablese-Bilder für Taubstumme übersetzt und auf dem Bildschirm eingeblendet.

„Tellux-Film“: Die Stellung der „Tellux-Film GmbH“ (München) im publizistischen Konzept der katholischen Kirche war u. a. Thema einer Beratung zwischen Mitgliedern der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz und der Tellux-Film, die Anfang Juni 1974 in Hamburg stattfand.

Fernsehzuschauer: Eine internationale Organisation der Fernsehzuschauer, die Einfluß auf das Programm nehmen und den Dialog zwischen Produzenten und Konsumenten verstärken soll, regte die Medienkommission des Internationalen Katholischen Büros für das Kind bei einer Konferenz in München am 16. 6. 1974 an. An der Konferenz nahmen 16 Fernsehexperten aus Deutschland, Italien, Belgien und Frankreich teil.

Berlinale: Der Preis des Internationalen Katholischen Filmbüros (OCIC) bei den 24. Berliner Filmfestspielen wurde dem französischen Spielfilm „Der Uhrmacher von Saint-Paul“ (L'Horloger de Saint-Paul) von Bertrand Tavernier verliehen. Das Erstlingswerk dieses Regisseurs schildert in geradliniger Erzählform, heißt es in der Begründung, „wie durch die immer deutlichere Bewußtwerdung ihrer Situation Vater und straffällig gewordener Sohn einander zu verstehen beginnen“. Eine Empfehlung erhielten der Film „Stilles Leben“ von Sohrab Shahid-Sales (Iran) und „Brot und Schokolade“ (Pane e Cioccolata) von Franco Brusati (Italien). Im Internationalen Forum des Jungen Films ging der Preis der Jury des OCIC an „Ein einfaches Ereignis“ des jungen iranischen Regisseurs Sohrab Shahid-Sales. — Gegen die Aufführung des französischen Films „Unmoralische Geschichten“ des polnischen Regisseurs Walerian Borowczyk während des Festivals erhoben das Berliner Ordinariat und die OCIC-Jury schärfsten Protest. Der Film zeigt in teilweise blasphemischer Weise sexuelle Aktivitäten kirchlicher Würdenträger im Mittelalter.

Die Verteufelung der Konsumwerbung lehnten der Vorsitzende der Deutschen Bischofskonferenz, Kardinal Julius Döpfner, und der Vorsitzende des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, Bischof Helmut Claß, übereinstimmend ab. In einem Interview mit dem vom Zentralausschuß der Werbewirtschaft (ZAW) herausgegebenen Informationsdienst „ZAW-service“ Anfang Mai 1974 erläuterte Döpfner den Begriff „Konsumverzicht“. Wo Konsum nicht wirkliche Bedürfnisbefriedigung, sondern Selbstzweck sei, bestehe die Forderung nach Verzicht zu Recht, sagte der Kardinal. Sinnvoller Konsum dagegen sei „ein durchaus normaler Vorgang“.

FRANKREICH

In Cannes wurde bei den Filmfestspielen 1974 im Mai erstmalig ein ökumenischer Filmpreis gemeinsam vom Internationalen Katholischen Filmbüro und der evangelischen Vereinigung „Interfilm“ verliehen. Der Preis ging an Rainer Werner Fassbinders Film „Angst essen Seele auf“. Der Streifen zeigt am Beispiel eines Nordafrikaners, der eine 20jährige Deutsche heiratet, die Schwierigkeiten von Minderheiten und Randgruppen in unserer Gesellschaft. Eine Empfehlung erhielt der Film „The Conversion“ von Francis Ford Coppola (USA).

GRIECHENLAND

Eine überdiözesane Wochenzeitung zu gründen, beschloß die Hl. Synode der orthodoxen Kirche in Griechenland unter dem Vorsitz von Erzbischof-Primas Seraphim im Mai 1974 in Athen. Bisher war es den einzelnen Diözesen überlassen, ihre eigene Presse aufzubauen, wovon die wenigsten Gebrauch machten. Die neue Wochenzeitung soll das Zentralorgan für den gesamten Kirchenverband der griechischen Kirche werden. Es bestehen bereits als Monatsschriften das Amtsblatt „Ecclesia“ und die Fachzeitschrift „Theologia“.

GROSSBRITANNIEN

Das Pressebüro der schottischen Bischofskonferenz wandte sich im Mai 1974 brieflich an alle Pfarreien und rief dazu auf, in den Kommunikationsmitteln mitzuarbeiten. „Ent-

weder wir anerkennen die Bedeutung der Massenmedien“, heißt es u. a., „oder wir werden eine Kirche im Verborgenen“. Das Schreiben bedauert die geringe Kenntnis vieler Geistlicher über die Wirkweise von Presse und Funk sowie das herrschende Mißtrauen gegenüber diesen Medien. — Das gleiche Büro gab auch eine Broschüre unter dem Titel „Kommunikation und Schule“ für die Schüler katholischer Schulen Schottlands heraus. Sie wurde zum Welttag der Kommunikationsmittel am 26. Mai 1974 verteilt. Die Veröffentlichung soll der Medienerziehung der Schüler dienen.

Unda-England/Wales, eine nationale Vereinigung katholischer Rundfunkleute, wurde am 4. April 1974 in Hatch End bei London gegründet. Zum Vorsitzenden wurde James Keegan (Leeds) gewählt, während als Präsident Msgr. Harris, Weihbischof von Liverpool, fungiert. Als eine der ersten Aktivitäten ist ein nationales Hörfunkfestival vorgesehen und eine jährliche Vorlesungsveranstaltung über Kommunikation.

ITALIEN

„*Charakteristika der Lokalpresse*“ war das Thema eines Rundgesprächs, das die italienische Vereinigung katholischer Wochenzeitungen im Kongreßpalast der italienischen Hauptstadt Anfang Juni 1974 durchführte. In der Vereinigung sind 117 diözesane Wochenblätter Italiens zusammengeschlossen. „*Com*“ und „*Nuovi Tempi*“, katholische und evangelische Zeitschrift, werden sich ab Oktober 1974 zusammenschließen. In einem im Mai 1974 veröffentlichten Dokument heißt es u. a.: „Bereiche der katholischen Welt und evangelische Gruppen sind sich in den letzten Jahren im politischen Kampf — vereint mit dem Proletariat — nähergekommen.“ Bei der Fusion wird mit einer Auflage zwischen 15.000 und 20.000 Exemplaren gerechnet. Der Vorschlag zum Zusammenschluß war bereits unmittelbar nach dem Kongreß „Christen für den Sozialismus“ 1973 in Bologna gemacht worden.

Das römische Strafgericht (2. Strafkammer) erklärte sich in einer Sitzung am 6. 5. 74 für kompetent, die Strafsache gegen den Chefredakteur des „*L'Osservatore*“ zu verhandeln, weil die Zeitung in italienischer Spra-

che erscheine und unmittelbar in Italien verbreitet werde. Manzini war von dem Ordinaris für Humangenetik, Prof. Buzzati Traverso, wegen eines Beitrages in der Vatikanzzeitung angeklagt worden (vgl. CS 7:1974, 192). Eine zweite Verhandlung wurde für den 21. 10. 1974 angesetzt.

„*Pastoralpsychologie der Kommunikationsmittel*“ heißt eine Vorlesungsreihe an der Päpstlichen Lateranuniversität, die von Enrico Baragli, Redaktionsmitglied von „*Civiltà Cattolica*“, im Studienjahr 1973/74 durchgeführt wurde.

„*Der Film und die Katholiken in Italien*“ war das Thema eines Kongresses der Bewegung „Kulturelle Präsenz“, der Ende Juni 1974 in Rimini stattfand. Die Bewegung bekräftigte bei der Gelegenheit ihre Verpflichtung, das Film-Niveau zu heben, das sich auf kulturelle und ethische Werte gründe und machtpolitische Erwägungen überwinden müsse.

LUXEMBURG

„*Stimme der Hoffnung*“, deutschsprachige Abteilung der Internationalen Radiomission der Adventisten, bestand im Juni 1974 25 Jahre. Die ersten Sendungen der Mission in deutscher Sprache wurden über Radio Luxemburg ausgestrahlt. Augenblicklich werden wöchentlich 38 Programme in 17 Sprachen gesendet. Die monatlichen Briefzuschriften werden mit 500 beziffert.

NORWEGEN

Tonkassetten mit Gottesdiensten und Predigten bietet jetzt die Skandinavische Abteilung von Trans World Radio, „*Norea-Radio*“, vor allem für norwegische Schiffe auf See an. Außerdem können auch Kassetten mit touristischen Informationen über die einzelnen Häfen angefordert werden. Alle Programme werden zusammen mit der norwegischen Seemanns-Mission erstellt.

ÖSTERREICH

Eine gemeinsame Redakteurstagung der katholischen Kirchenpresse der Bundesrepublik und Österreichs fand am 26. und 27. 6. 1974

in Salzburg statt. In seiner Eröffnungsansprache hob der Erzbischof von Salzburg, Dr. Karl Berg, die Pflicht der Kirchenpresse und ihrer Redakteure zur Solidarität mit der Kirche hervor. Das Ja zur Kirche bedeute nicht selten auch den Verzicht auf Publizierung der eigenen Meinung, wenn das Gemeinwohl wichtiger sei. Die Salzburger Tagung stand unter dem Thema „Sprache der Verkündigung — Sprache der Kirchenpresse“.

SCHWEIZ

Alexander Solschenizyn, in Zürich lebender russischer Schriftsteller, wurde von der Italienischen katholischen Presse Union mit dem „Goldenen Klischee 1973“ ausgezeichnet. Der 1963 gestiftete Preis wurde dem Schriftsteller vom Präsidenten der Union, dem Abgeordneten Flaminio Piccoli, am 31. Mai 1974 in Zürich überreicht. Der Preis soll die Öffentlichkeit auf die diejenige Persönlichkeit hinweisen, die jeweils im vergangenen Jahr mit ihrem Werk oder durch ihr Schicksal die Menschen an die Werte der Menschlichkeit, der Menschenwürde und des zivilisierten gesellschaftlichen Zusammenlebens erinnerte.

Ein kirchlicher „*Fernsehworkshop*“ wurde von der Weltvereinigung für christliche Kommunikation (WACC) vom 4. bis 8. Mai 1974 unter dem Thema „Experimente christlicher Lebenspraxis“ veranstaltet.

SPANIEN

Ein *Strafverfahren* wurde vom Gericht für öffentliche Ordnung in Madrid gegen den Chefredakteur der in Sevilla erscheinenden Tageszeitung „*El Correo de Andalucia*“ eingeleitet, weil die Zeitung den Text der Predigt des Bischofs Antonio Anoveros Ataún von Bilbao, abgedruckt hatte. Die Predigt hatte sich für die baskische Minderheit eingesetzt und zu ersten Spannungen zwischen Kirche und Staat geführt.

Der *Staatsrundfunk* strich im Mai 1974 fast sämtliche kirchlichen Sendungen aus seinen Hör- und Sehfunkprogrammen, nahm aber zwei Wochen später die Sendungen wieder auf und setzte den zunächst aufgelösten,

vom Staat ursprünglich ernannten Rat für religiöse Sendungen unter Bischof José Guerra Campos von Cuenca, einem Verfechter des Regimes, wieder ein. Angeblich soll General Franco persönlich seinen Informationsminister zu dieser Maßnahme veranlaßt haben. In ihrer Sitzung vom 22. Juni 1974 verabschiedete die Bischofskonferenz nach einwöchigen Beratungen u. a. einen Beschluß, der die Bischöfe auffordert, in Hinsicht auf die staatlichen Massenmedien und ihre religiösen Programme mit der Bischofskommission für die Medien zusammenzuarbeiten. Damit wird nach Auffassung von Beobachtern dem staatlichen Beratergremium und Bischof Guerra das Vertrauen der Bischofskonferenz entzogen.

VATIKAN

Msgr. Andreas Maria Deskur, Präsident der Päpstlichen Kommission für die Soziale Kommunikation, wurde von Papst Paul VI. am 30. Juni 1974 zusammen mit sechs anderen Priestern zum Bischof geweiht.

Pressesprecher nationaler Bischofskonferenzen von Europa und Nordamerika hielten auf Einladung der Päpstlichen Kommission für die Soziale Kommunikation am 29. und 30. 5. 74 eine Konferenz im Vatikan ab. Dabei wurden u. a. Fragen der Berichterstattung zur Bischofssynode und zum bevorstehenden Heiligen Jahr behandelt.

Die *deutsche Abteilung* des Vatikanensenders erhielt in P. Lothar Groppe einen neuen Leiter. Groppe ist Nachfolger von P. Karlheinz Hoffmann, der zum Untersekretär der Päpstlichen Kommission für die Soziale Kommunikation ernannt worden war.

ZYPERN

Trans-World-Radio, evangelischer Missionsender, strahlt mit einem 600 kW starken Mittelwellensender seit dem 1. 5. 74 Evangeliumsprogramme in arabischer, armenischer, französischer und englischer Sprache aus. Die Abendprogramme sollen Hörer in Ägypten, Israel, Jordanien, Libyen, Saudi-Arabien, Syrien sowie im Irak und Libanon erreichen.