

Communicatio Socialis

Internationale Zeitschrift für Kommunikation
in Religion, Kirche und Gesellschaft

Gegründet von Franz-Josef Eilers SVD,
Karl R. Höller und Michael Schmolke

Herausgegeben von Walter Hömberg,
Michael Schmolke und Ute Stenert

42. Jahrgang 2009 • Heft 2

Inhalt

Aufsätze

Michael Reder

Religion in postsäkularer Gesellschaft.

Die Überlegungen von Jürgen Habermas
und fünf Einsprüche dagegen 131

Melanie Bradtka

Zwischen öffentlichem Interesse und Voyeurismus.

Die Ethik journalistischer Informationsbeschaffung
und -verarbeitung 138

Constanze Straub

Kirchliche Krisenkommunikation: pathetisch und patriotisch.

Deutschschweizer Radio-Predigten vor und während
des Zweiten Weltkriegs 164

Standpunkt

Klaus Arnold

Soll die Kirche nerven?

Walter Mixa und der Umgang mit den Medien. 186

Berichte

Ansgar Mayer

Mobile Media.

Nur ein „Häppchen“ oder echter Journalismus? 189

Sabine Knott

Mehrwert für das Publikum.

Die Tätigkeit der Zuschauerredaktion des
Ersten Deutschen Fernsehens 197

Dokumentation

Gebhard Fürst

Die Welt am runden Tisch.

Katholisches Medienengagement im digitalen Zeitalter. 202

Notabene 211

Literatur-Rundschau

Klaus Harpprecht: Die Gräfin. Marion Dönhoff.

Eine Biografie (*Wolfgang R. Langenbucher*) 220

Gisela Friedrichsen: Im Zweifel gegen die Angeklagten.

Der Fall Pascal – Geschichte eines Skandals

(*Melanie Verhovnik*) 222

Liane Rothenberger: Von elitär bis populär?

Die Programmentwicklung im deutsch-französischen

Kulturkanal arte (*Victor Henle*) 224

Karl Nikolaus Renner: Fernsehjournalismus. Entwurf

einer Theorie des kommunikativen Handelns (*Jochen Kölsch*) . . . 226

Stefan Piasecki: „Das Schaufenster des Schreckens in den Tagen
des Zorns.“ Eine inhaltliche Analyse der Darstellung von Islam,

Islamismus und islamischer Religiosität in der Berichterstattung
über den Karikaturenstreit (*Nicole Stroth*) 229

Dominik Burkard: Presse und Medien. In: Erwin Gatz (Hg.):

Geschichte des kirchlichen Lebens in den deutschsprachigen
Ländern seit dem Ende des 18. Jahrhunderts, Band VIII:

Laien in der Kirche (*Ferdinand Oertel*) 229

Abstracts 231

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieses Heftes 235

Impressum 236

Religion in postsäkularer Gesellschaft

Die Überlegungen von Jürgen Habermas
und fünf Einsprüche dagegen

In den vergangenen Jahren wurden viele gesellschaftliche Debatten ausgetragen, in denen Religionen eine wichtige Rolle gespielt haben – sei es auf lokaler, nationaler oder globaler Ebene. Angefangen von den in vielen deutschen Städten hitzig geführten Debatten über Moscheebau (lokale Ebene), über den Kopftuchstreit oder die moralischen Implikationen der Stammzellendebatte (nationale Ebene) bis hin zum Karikaturenstreit oder der Regensburger Rede von Papst Benedikt XVI. (globale Ebene). Diese Debatten sind Ausdruck einer erneuten Aufmerksamkeit gegenüber den Religionen in den vergangenen Jahren.

Vergleicht man diese Debatten, so spielen drei Fragen eine besondere Rolle: Welche Funktion kommt der Religion in gesellschaftlichen Diskursen zu? Wie stark darf sie sich dabei als Religion einmischen? Und welchen Status haben Äußerungen von Religionsgemeinschaften? Ein Philosoph, der sich in besonderer Weise dieser Fragen angenommen hat, ist Jürgen Habermas, der am 18. Juni 2009 seinen 80. Geburtstag begeht. Eine Auseinandersetzung mit seiner öffentlich intensiv diskutierten Position ist hilfreich, um diese Debatte insgesamt verstehen, mögliche Schwachpunkte identifizieren und Vorschläge für ein Weiterdenken dieser Fragen entwickeln zu können.

Habermas' Überlegungen zur Religion

Bis in die 1990er Jahre hinein hat sich Jürgen Habermas mit Überlegungen zur Religion eher zurückgehalten. Dort wo sich Äußerungen zur Religion innerhalb seiner politischen Philosophie finden, tragen diese meistens einen eher skeptischen Zug gegenüber einer möglichen Rolle von Religionen in modernen Gesellschaften. Dies hängt mit der Grundintuition der Theorie des kommunikativen Handelns zusammen, in der sich das in den 1970er und 1980er Jahren

populäre Säkularisierungsparadigma widerspiegelt: In vormodernen Gesellschaften – so die These – hatten Religionen die Funktion, Integration herzustellen. In demokratischen Gesellschaften geht diese Funktion auf die säkulare, kommunikative Vernunft über. Religionen stehen in der Perspektive des „frühen Habermas“ immer in der Gefahr, kommunikatives Handeln zu blockieren und damit den Prozess des Diskurses in demokratischen Gesellschaften zu unterminieren. Von der Theorie des kommunikativen Handelns aus fordert Habermas deshalb, dass religiöse Bürger ihre Weltanschauung nicht verabsolutieren dürfen und stattdessen die Bedingungen des liberalen demokratischen Staates voll akzeptieren müssen. Zwar finden sich in vereinzelt Publikationen Äußerungen von Habermas, die auf eine Anerkennung der Bedeutung des Religiösen für moderne Gesellschaften hinweisen (z.B. in dem Band zum „Nachmetaphysischen Denken“), doch stehen auch diese meist unter dem Säkularisierungsparadigma.

Ab Mitte der 1990er Jahre verändert sich diese eher skeptische Grundhaltung, und Habermas wendet sich explizit dem Thema der Religion zu. Zu denken ist z.B. an die Dankesrede bei der Entgegennahme des Karl Jasper Preises 1995, die viel beachtete Rede bei der Verleihung des Friedenspreises des Deutschen Buchhandels 2001, die Diskussion mit dem damaligen Kardinal Joseph Ratzinger in der Katholischen Akademie Bayern 2004 oder die Diskussion mit Vertretern des Lehrkörpers der Hochschule für Philosophie der Jesuiten in München 2007.

In der Friedenspreisrede, die unter dem Titel „Glauben und Wissen“ steht, entfaltet Habermas seine neue Perspektive auf Religion in paradigmatischer Weise. Ausgangspunkt ist die Einschätzung, dass die Säkularisierungsthese heute an Erklärungskraft eingebüßt hat. Religion und säkulare Welt stehen vielmehr in einem Wechselverhältnis zueinander – ja noch mehr: Sie sind in Zeiten komplexer gesellschaftlicher Prozesse auf ein konstruktives Miteinander angewiesen. Hinter dieser Einschätzung steht ein eher skeptischer Blick auf aktuelle (welt-)gesellschaftliche Entwicklungen, beispielsweise auf die ungebremsste Dynamik der Weltwirtschaft oder die schwindende Sensibilität für gesellschaftliche Pathologien auf nationalstaatlicher Ebene. Jürgen Habermas betont, dass aufgrund solcher Entwicklungen die Moderne und mit ihr die modernen Gesellschaften zu entgleisen drohen, vor allem wenn die Solidarität der Bürgerinnen und Bürger und ihre Motivation, sich an den öffentlichen Diskursen zu beteiligen und die politischen Prozesse mitzugestalten, schwindet.

Religion kommt nun in einer funktionalistischen Sichtweise als eine moralische Ressource in den Blick, weil religiösen Bürgern in besonderer Weise ein Begründungspotenzial für moralische Fragen zur Verfügung steht. Auch die Sinnstiftungsfunktion der Religion ist angesichts der komplexen moralischen Fragen moderner Gesellschaften wieder gefragt. Der Begriff „postsäkular“ fungiert als Kulminationspunkt dieser Argumentation: Moderne Gesellschaften müssen sich auf den Fortbestand von Religionen einstellen; sie können nicht länger an der Säkularisierungsthese festhalten. Stattdessen können sie aus einem konstruktiven Dialog mit den Religionen einen Gewinn ziehen.

In dem Gespräch mit Kardinal Joseph Ratzinger vertieft Habermas diese Überlegungen und streicht noch einmal die Bedeutung der Religion für moderne Demokratien heraus. In Anlehnung an das Nachdenken Ernst-Wolfgang Böckenfördes über die vorpolitischen Voraussetzungen des säkularen Staates, betont Habermas in der Perspektive der Theorie des kommunikativen Handelns zwar die Bedeutung fairer und gerechter Verfahren, die sich lediglich aus einer säkularen kommunikativen Vernunft legitimieren lassen, hält aber gleichzeitig daran fest, dass Demokratien immer auch auf moralische Haltungen und Motivation angewiesen sind, die über diese hinausgehen. Religionen bieten hier eine wichtige Ressource für moderne Gesellschaften, denn als Teil der Pluralität gesellschaftlicher Meinungen kommt ihnen eine konstruktive Funktion für die deliberative Demokratie zu.

Im 2005 erschienenen Band mit dem Titel „Zwischen Naturalismus und Religion“ finden sich einige Aufsätze von Habermas, die in pointierter Weise seine Überlegungen zusammenfassen und noch einmal in einen größeren philosophiegeschichtlichen Rahmen stellen (insbesondere findet sich dort eine ausführliche Verhältnisbestimmung zum Religionsbegriff von Immanuel Kant). In systematischer Sicht macht dieser Band abermals deutlich, welche positive Rolle Habermas den Religionen in deliberativen Prozessen mittlerweile zuschreibt. Notwendig ist dabei allerdings, dass Religionen den semantischen Gehalt ihrer religiösen Sprache in eine säkulare Sprache übersetzen, um ihre Inhalte für alle zugänglich zu machen. Erst wenn Religionen sich auf diesen Übersetzungsprozess einlassen, können sie die skizzierte gesellschaftliche Funktion wahrnehmen. Habermas geht sogar noch einen Schritt weiter, wenn er von den nichtreligiösen Bürgerinnen und Bürgern nicht nur eine Offenheit für diese übersetzten religiösen Gehalte fordert, sondern gleichzeitig auch an diese die Forderung richtet, ihre Sprachspiele anderer weltanschaulicher

Prägungen (z.B. szientistische) ebenfalls in einem gesellschaftlichen Diskurs zu übersetzen.

Aber auch diese wechselseitigen Übersetzungsprozesse können letztlich den Riss zwischen Weltwissen und Offenbarungswissen, das heißt zwischen Wissen und Glauben, nicht wieder kitten, wie Habermas in seinem Statement bei der Veranstaltung an der Hochschule für Philosophie der Jesuiten in München betont. Glauben und Wissen werden von ihm deshalb nach wie vor scharf unterschieden, womit er gegenüber Kant die Grenzen der bloßen Vernunft nicht zu weit ziehen will. Philosophie darf Religion nur als etwas ihr Äußeres verstehen. Sowohl in einer genealogischen Perspektive als auch aus Sichtweise der deliberativen Demokratie sind Glauben und Wissen also opake Modi des Geistes. Nicht nur angesichts fundamentalistischer Tendenzen von Religionen in allen Teilen der Welt, sondern gerade auch mit Blick auf die Regensburger Rede des Papstes betont Habermas in seiner Diskussion an der Hochschule für Philosophie der Jesuiten nachdrücklich, dass diese Grenze zwischen Glauben und Wissen nicht überschritten werden darf. Einig sind sich Habermas und der Papst zwar, dass sie ein überzogenes rationalistisches Verständnis von Vernunft zurückweisen wollen. Uneinig sind sie sich allerdings über das Verhältnis von Glauben und Wissen. Pointiert formuliert Habermas, dass sich in den Überlegungen des Papstes ein „Quäntchen zuviel an Vernunftstolz“ zeige, ohne dass dabei deutlich würde, wie eine solche Vernunft unter den Bedingungen liberaler Demokratie zu verstehen sei.

Stattdessen fordert Jürgen Habermas einen zwar universalen, aber dennoch bescheideneren, weil formalen, Begriff von Vernunft. Der liberale Staat muss notwendigerweise von den Religionen die Anerkennung eines universalistischen Egalitarismus von Recht und Moral fordern. Diese Anerkennung muss nicht zu einer Widerlegung oder einem Abdanken des Glaubens führen, genauso wenig wie der Historismus nicht notwendigerweise einen Relativismus mit sich bringt, sondern zu einer erhöhten Sensibilität für kulturelle Differenzen führen kann. Deswegen wird Habermas nicht müde, die Trennung von Glauben und Wissen zu betonen und gleichzeitig für ein offenes Wechselverhältnis von religiöser und säkularer Vernunft zu plädieren. Dies setzt einen gemeinsamen Lernprozess aller Bürgerinnen und Bürger voraus. Liberale Demokratien können nur gemeinsam die anstehenden gesellschaftlichen Probleme lösen. Dazu ist es sinnvoll und notwendig, dass sich religiöse und säkulare Bürger zumuten, ihre Perspektiven auf die Welt wechselseitig zu erklären und zu übersetzen.

Fünf Einsprüche gegenüber Habermas

Die Beschäftigung von Habermas mit der Religion ist auf überaus großes Interesse gestoßen. Nicht nur religiöse Bürger und Theologen haben sich intensiv mit Habermas und seiner Deutung von Religion in postsäkularen Gesellschaften auseinandergesetzt, sondern auch viele Wissenschaftler anderer Disziplinen und Menschen des öffentlichen Lebens. Positiv an den Überlegungen von Habermas ist, dass er eine wichtige und notwendige Korrektur eines zu starken Säkularisierungsparadigmas vorgenommen und auf die nach wie vor große Bedeutung von Religion in (post)modernen Gesellschaften aufmerksam gemacht hat. In seiner gewohnt konstruktiv und kommunikativ angelegten Art, Debatten anzustoßen, hat er einen wichtigen Beitrag für diese aktuelle gesellschaftliche Frage geleistet, der gerade angesichts globaler (multireligiöser) Entwicklungen hohe Bedeutung zukommt. An seine Konzeptualisierung der Rolle von Religion lassen sich allerdings auch einige kritische Rückfragen richten, die im Folgenden in fünf Schritten skizziert werden sollen.

Erstens fragt Hans Joas zu Recht an, ob im Hintergrund des Verständnisses postsäkularer Gesellschaften nicht immer noch ein (zu) starkes Säkularisierungsverständnis stehe. Säkularisierung, so scheint es, wird von Habermas als ein linearer Prozess gedacht, an den sich nun – gewissermaßen als lineare Fortsetzung – die Phase der Postsäkularisierung anschließt. Können aber Säkularisierung und Postsäkularisierung so eindeutig voneinander getrennt oder gar als lineare Fortsetzung gedacht werden? Oder sind beide nicht gerade in globaler Perspektive wechselseitig verschränkend ablaufende Prozesse?

Zweitens scheint Habermas Religionen aus seiner Perspektive der politischen Philosophie auf ihre moralische Funktion zu reduzieren. Natürlich ist es für einen politischen Philosophen erst einmal plausibel, aus der Perspektive der deliberativen Demokratie vor allem auf die normativen Funktionen von Religionen zu achten. Das Bild von Religion, das dabei entsteht, bleibt allerdings verzerrt, weil Religion auf einen Aspekt reduziert wird. Moral, so kann mit Schleiermacher eingewendet werden, ist nur ein Aspekt von Religion, auf den diese nicht reduziert werden darf. Ihre Funktion, ein Sprachspiel der Transzendenz bereitzustellen (vgl. Luhmann), oder ihre kulturelle Funktion (vgl. Geertz) sind mindestens ebenso wichtige Aspekte von Religion, die auch für die politische Philosophie relevant sind.

Drittens scheint Habermas vor allem auf die Weltreligionen zu fokussieren, was angesichts der globalen Situation sowohl in den Gesellschaften des Westens als auch weltweit problematisch erscheint. Auch die großen Weltreligionen sind beispielsweise durch eine hohe interne Vielfalt ausgezeichnet und können nur schwer auf eine bestimmte Form der Weltdeutungen oder Moral zurückgeführt werden. Diese Heterogenität zeigt sich auch, wenn man die Vielfalt der Religionen insgesamt betrachtet. Diese Vielfalt gilt es stärker zu beachten, wenn man die (welt-)gesellschaftliche Bedeutung von Religion umfassend thematisieren will.

Viertens: Daran anschließend lässt sich ein weiterer kritischer Aspekt formulieren. Gerade angesichts der großen internen wie externen Vielfalt von Religion erscheint es besonders wichtig, das Wechselverhältnis von Religion und Kultur systematisch in den Blick zu nehmen. Religionen sind nicht nur ein wichtiger Teil von Kultur, sie prägen diese auch – wenngleich in unterschiedlicher Form und Intensität. Gerade angesichts der globalen Situation erscheint es für eine überzeugende Konzeptualisierung der Religion in postsäkularen Gesellschaften wichtig, dieses Wechselverhältnis von Religion und Kultur stärker in den Blick zu nehmen, als dies im Diskurs der politischen Philosophie bislang der Fall ist.

Fünftens erscheint auch der Prozess der wechselseitigen Übersetzungen von religiösen und säkularen Äußerungen nur teilweise verständlich. Als Abgrenzungskriterium zwischen religiösen und säkularen Äußerungen im öffentlichen Diskurs benennt Habermas die allgemeine Zugänglichkeit der Sprache und die öffentliche Akzeptanz der zugelassenen Gründe. Dahinter steht eine Idealvorstellung gesellschaftlicher Diskurse, die sich zwar von einem starken materialen Vernunftverständnis frei gemacht hat, die aber ein mindestens ebenso starkes formales Vernunftkonzept in die Gesellschaftstheorie einführt. Anzufragen wäre, ob Vernunft angesichts der postmodernen Ausgangssituation nicht stärker plural und deshalb auch die Grenze zwischen religiösen und säkularen Äußerungen durchlässiger zu konzeptualisieren ist. Gibt es beispielsweise rein säkulare Diskurse, in denen die Argumente von allen weltanschaulichen Signaturen befreit sind? Oder leben deliberative Diskurse nicht gerade davon, dass genau diese Signaturen – seien sie religiös oder anderer weltanschaulicher Prägungen – mit eingespeist werden? Ein solches Verständnis von Vernunft impliziert die Annahme, dass Glauben und Wissen doch nicht so scharf getrennt werden können – und auch nicht getrennt

werden müssen. In der Argumentation von Habermas ist eine solche Nähe von Glauben und Wissen bereits angelegt, wenn er (scheinbar problemlos) eine wechselseitige Übersetzungen zwischen den beiden Modi des Geistes annimmt.

Für diese Verschränkung von Glauben und Wissen spricht auch ein soziologischer Blick auf den religiösen Bürger selbst: Kann man sich einen religiösen Bürger vorstellen, der in einer Innenperspektive die religiösen und säkularen Aspekte seiner Argumentation eindeutig trennen kann? Wohl kaum, denn religiöse und säkulare Aspekte gehen innerhalb der Argumentation eines Individuums oftmals fließend ineinander über. Gerade aus Perspektive der deliberativen Demokratie könnte eine (post)moderne Gesellschaftstheorie an dieser Stelle gegenüber den Religionen noch „mutiger“ sein. Dies setzt allerdings voraus, dass das Konzept der deliberativen Demokratie noch einmal geweitet und damit das Feld der zugelassenen Gründe und Argumente vergrößert wird.

Literatur

- Geertz, Clifford (1983): *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Frankfurt am Main.
- Habermas, Jürgen (2001): *Glauben und Wissen. Ansprachen aus Anlass der Verleihung des Friedenspreises des deutschen Buchhandels*. Frankfurt am Main.
- Habermas, Jürgen (2005): *Zwischen Naturalismus und Religion*. Frankfurt am Main.
- Joas, Hans (2002): Eine Rose im Kreuz der Vernunft. In: *Die Zeit* vom 7.2., S. 32.
- Luhmann, Niklas (2002): *Die Religion der Gesellschaft*. Frankfurt am Main.
- Reder, Michael/Schmidt, Josef (Hg.) (2007): *Bewusstsein von dem, was fehlt. Eine Diskussion mit Jürgen Habermas*. Frankfurt am Main.

Zwischen öffentlichem Interesse und Voyeurismus

Die Ethik journalistischer
Informationsbeschaffung und -verwertung

Der Schauspieler Raimund Harmstorf, bekannt aus „Der Seewolf“, ist ein starker Mann. Eine rohe Kartoffel soll er mit der bloßen Hand zerdrücken können. Als „Bild“ am 2. Mai 1998 fälschlicherweise über ihn berichtet, er sei mit aufgeschnittenen Pulsadern umhergelaufen, sieht Harmstorf, der an Depressionen leidet, keinen Ausweg mehr – er erhängt sich.

In der Nacht zum 31. August 1997 flüchten Lady Diana und ihre Begleiter vor einem Pulk motorisierter Paparazzi, die den Wagen der Prinzessin verfolgen. Diese wollen nur eines: Fotos. Es sind die letzten Bilder von Diana Spencer. Wenige Stunden später ist sie tot.

Die Tatsache, dass vor allem Skandalmedien die Intimsphäre systematisch verletzen, verweist auf „ein nachhaltig gestörtes Gefühl für das, was dem öffentlichen Raum anzugehören hat, und für das, was privat ist“¹. Was einst verpönt war – der Blick ins Private, Intime, Geheime – ist in unserer Unterhaltungskultur salonfähig geworden und wird massenmedial an ein großes, disperses Publikum verbreitet. Ein ganzer Berufszweig, der Boulevardjournalismus, lebt von der Veröffentlichung des Privaten und Intimen. Doch längst sind es nicht mehr nur jene Reporter der einschlägig bekannten Revolverblätter, die in Reservaten des Privaten und Intimen nach verwertbaren Informationen stöbern. Auch Qualitätsmedien fallen durch reißerische Berichterstattung auf. Das führte zum Beispiel der Fall der im Januar 2006 von einem Sexualstraftäter entführten Stephanie R. aus Dresden vor Augen. Im Stile großer Boulevardblätter enthüllte „Der Spiegel“ Stephanies Martyrium, schilderte im Detail, wie die damals 13-Jährige von ihrem Peiniger missbraucht worden war.

Journalisten rechtfertigen Grenzgänge häufig mit dem Verweis auf das Interesse der Öffentlichkeit. Zweifelsohne legitimiert das öffentliche Interesse die Aufdeckung gesellschaftlicher Missstände. Doch davon zu unterscheiden sind rein private Angelegenheiten, die niemanden etwas angehen. Medienanwalt Matthias Prinz kommt zu dem Schluss: „Immer mehr Blätter berichten immer sensationeller über im-

1 O. V.: Die Vermarktung des Privaten. In: Neue Zürcher Zeitung vom 6.9.1997, S. 1.

mer mehr Leute. Immer mehr werden Opfer der Berichterstattung.² Aber immer mehr setzen sich auch dagegen zur Wehr, wie ein Blick auf die Statistiken des Deutschen Presserats zeigt.³ Die Zahlen der dort eingehenden Beschwerden sowie der ausgesprochenen Rügen sind seit den achtziger Jahren kontinuierlich gestiegen.

Dieser Beitrag⁴ reflektiert ethische Fragestellungen und Probleme der journalistischen Informationsbeschaffung und -verwertung anhand von drei Fallbeispielen:

- dem Absturz eines Überschall-Verkehrsflugzeugs des Typs Concorde am 25. Juli 2000 bei Paris, bei dem 113 Menschen, darunter vor allem deutsche Touristen, starben;
- dem Tod der Schauspielerin Jennifer Nitsch, die am 13. Juni 2004 aus ihrer Münchner Wohnung stürzte, wobei nicht geklärt werden konnte, ob es sich um Selbstmord oder einen Unfalltod handelte;
- dem Fall des österreichischen Entführungsofers Natascha Kampusch, die achteinhalb Jahre von einem Mann gefangen gehalten wurde, ehe sie sich am 23. August 2006 selbst aus ihrer Gefangenschaft befreien konnte.

Im Mittelpunkt steht das Interesse der Massenmedien am Privaten und Intimen sowie die Anwendung ethisch fragwürdiger Methoden der Informationsbeschaffung und -verwertung unter dem Deckmantel des öffentlichen Interesses.

Die Untersuchung der Fallbeispiele folgte nicht dem Grundmuster empirischer Untersuchungen. Vielmehr wurde ein relativ freies methodisches Vorgehen gewählt, um fallspezifisch auf bestimmte ethische Problemfelder im Journalismus hinzuweisen. Für die Dokumentation der Fälle wurde die Berichterstattung ausgewählter Boulevard- und Qualitätsprintmedien (u. a. „Bild“, „Bunte“, „Stern“, „Süddeutsche Zeitung“) analysiert.⁵ Der Untersuchungszeitraum betrug jeweils einen Monat ab dem Tag nach Bekanntwerden des jeweiligen Falles.

2 Matthias Prinz: Reform des Presserechts. Wie weit darf der Persönlichkeitsschutz gehen? Vortrag vor dem Gesprächskreis Politik und Wirtschaft des Forschungsinstituts der Friedrich-Ebert-Stiftung am 15. Dezember 1994 in Bonn. Bonn 1994, S. 7.

3 Vgl. Statistiken des Deutschen Presserats (Online-Quelle: www.50jahre.presserat.de/Statistik.246.0.html, Zugriff: 9.12.2007).

4 Der Aufsatz basiert auf einer Diplomarbeit, die am Lehrstuhl Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt entstanden ist: Melanie Bradtka: Zwischen öffentlichem Interesse und Voyeurismus. Die Ethik der journalistischen Informationsbeschaffung und -verwertung anhand von Fallbeispielen. Eichstätt 2008. Die Arbeit wurde von Prof. Dr. Walter Hömberg betreut.

5 Für den Fall Kampusch wurden neben deutschen auch österreichische Printmedien untersucht.

Fokussiert wurden unter anderem neben den Inhalten auch Verlauf und Dauer der Berichterstattung, Quellentransparenz, Medienkritik und Recherchemethoden. Von zentraler Bedeutung waren repräsentative Zitate von Medienvertretern, vor allem aus dem Bereich des Boulevards, von Anwälten der Betroffenen sowie von Experten.

Der vorliegende Aufsatz geht im Anschluss an die theoretischen Grundlagen vor allem auf die Berichterstattung über den Tod von Jennifer Nitsch ein. Aus Platzgründen werden zu den anderen beiden Fällen nur einige wenige Aspekte an verschiedenen Stellen reflektiert.

Öffentliches und Privates im Wandel

Beispiele für die zunehmende Verschränkung von Öffentlichem und Privatem gibt es viele. Homestories der „Yellow Press“, „Daily Talks“ und realitätsnahe TV-Formate wie „Big Brother“ führen eindrucksvoll vor Augen, wie die Medien in die Privatsphäre des Menschen vordringen und das Private öffentlich machen. In der Politikberichterstattung ist das Private auf dem Siegeszug. Galt es zu Zeiten der Bonner Republik für Journalisten noch als ein Tabu, über das Privatleben von Politikern zu berichten, so ist dies heute fast schon gängige Praxis.⁶ Das vermeintlich getönte Haar des ehemaligen Bundeskanzlers Gerhard Schröder, die Gerüchte um eine gleichgeschlechtliche Beziehung der Bundesbildungsministerin Annette Schavan und die außereheliche Beziehung des CSU-Politikers Horst Seehofer waren einigen Medien mehr als nur eine Meldung wert. Fast möchte man meinen, dass weniger das politische Profil eines Politikers, sondern vielmehr dessen Privatleben über seine Tauglichkeit für ein Amt entscheidet.

Die personalisierende Darstellung politischer Akteure in den Medien ist mitunter darauf zurückzuführen, dass vielen Menschen die eigentlichen politischen Aussagen immer unverständlicher erscheinen. Die Folge ist eine Konzentration auf leichter begreifliche Aspekte. Jedoch haben manche Politiker wie auch andere prominente Zeitgenossen einen entscheidenden Anteil an dieser Entwicklung. Nicht selten vermarkten sie ihr Privatleben zu Zwecken der Imagewerbung und zur Steigerung ihres Bekanntheitsgrades. Der ehemalige Verteidigungsminister Rudolf Scharping etwa ließ sich 2001 mit seiner Lebensgefährtin in einem Swimmingpool auf Mallorca von der Illustrierten „Bunte“ ablichten. Mit Bezug auf das widersprüchliche Verhalten

6 Vgl. Christina Holtz-Bacha: Das Private in der Politik: Ein neuer Medientrend? In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, H. 41-42/2001, S. 20-26.

mancher Prominenter, die einerseits auf den Schutz ihrer Privatsphäre pochen, diese aber zugleich an den Meistbietenden verkaufen, hat das Bundesverfassungsgericht klargestellt, die Persönlichkeitsrechte seien nicht im Interesse einer Kommerzialisierung gewährleistet.

Die Verschränkung von Öffentlichkeit und Privatheit ist ein ambivalentes Phänomen, das schwer zu fassen ist. Ralph Weiß konstatiert: „Die Praxis der Unterscheidung, was ‚privat‘ und was ‚öffentlich‘ ist, verläuft nicht mehr parallel zu den Grenzen sozialer Handlungsfelder – dem Nahraum der Familie, dem ‚öffentlichen Raum‘ der Plätze, der Bühne der Medien, dem ‚öffentlichen Leben‘ von Politik und Kultur.“⁷ Um dies nachvollziehen zu können, ist der Rekurs auf gesamtgesellschaftliche Entwicklungen einer sich immer weiter ausdifferenzierenden Gesellschaft notwendig, die durch gegenläufige Prozesse geprägt sind. So sehen viele Gesellschafts- und Kulturkritiker soziale Beziehungen durch eine fortschreitende Individualisierung und den Wandel von Lebensstilen bedroht, die zu Isolation, sozialer Entfremdung und Vereinsamung des Individuums führen können. In der Konsequenz zieht sich der Mensch zunehmend aus der öffentlichen bzw. halböffentlichen Sphäre in den privaten Bereich zurück.

Dennoch haben es Kommunikationswissenschaftler mit widersprüchlichen Befunden zu tun: Während sich der Einzelne zum Zweck der Regeneration hinter die Schutzmauern des Privaten zurückzieht, wird es andererseits Medien gestattet, in die privatesten Winkel des Lebens vorzudringen. Andrea Claudia Hoffmann beschreibt die neue Nähe zwischen Mensch und Medium am Beispiel der „Daily Talks“ so: „Der Nachbar, den wir nie kennengelernt haben, die verschlossene Kollegin, die nie Zeit hatte, mit uns Kaffee trinken zu gehen – diese Menschen artikulieren plötzlich im Licht der Scheinwerfer Probleme, Sehnsüchte und Ängste.“⁸ Joachim Westerbarkey erklärt dies mit einem allgemeinen Orientierungsverlust, der Kompensation von Beachtungsdefiziten sowie dem enormen Einfluss publizistischer Medien, unter den Menschen zuweilen geraten können, die nicht mehr ausreichend durch persönliche Beziehungen geschützt sind.⁹

7 Ralph Weiß: Vom gewandelten Sinn für das Private. In: ders./Jo Groebel: Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung. Opladen 2002, S. 28.

8 Andrea Claudia Hoffmann: Öffentlichkeit als Therapie? Zur Motivation von Daytime-Talk-Gästen. München 1998, S. 9.

9 Vgl. Joachim Westerbarkey: Banales auf dem Jahrmarkt der Eitelkeiten. In: Gerfried W. Hunold/Klaus Koziol (Hg.): Seelenfrust als Quotenbringer? Zur Veröfentlichung des Privaten. Forum Medienethik 2. Tübingen, Stuttgart 1995, S. 10.

Den „Exhibitionisten“ steht eine Schar anonymer Schaulustiger gegenüber, die Westerbarkey „Medienvoyeure“ nennt. Aus lebensweltlicher Perspektive ist dem Medienpublikum eine stärkere Orientierung an eigenen Bedürfnissen zu bescheinigen. So werden politisch gesetzte Themen bedeutungsloser, wohingegen Themen, die sich subjektiven Lebenserfahrungen widmen, an Bedeutung gewinnen. Das zeigt die Popularität bestimmter Genres wie Boulevardmagazine, Kuppel-, Talk- und Spielshows. Bundesverfassungsrichter Udo Di Fabio hat darauf verwiesen, dass Medien heute größtenteils wichtige Verständigungs- und Orientierungsangebote wie Lebenserfahrungen, Urteile, Klatsch und Sensationen ersetzen oder ergänzen, die dem Einzelnen vormals im sozialen Nahbereich traditioneller Gesellschaften zur Verfügung standen. Diese Angebote sind seiner Meinung nach wichtig, denn „Menschen wollen unterhalten werden, sie wollen mitleiden, sich mitfreuen, sie wollen Neues, Spektakuläres [...], sie wollen Namen und Bilder“¹⁰.

Nach dem Absturz einer Concorde im Juli 2000 bei Paris, bei dem 113 Menschen, darunter 97 Deutsche, starben, veröffentlichten einige Printmedien auf mehreren Seiten Bilder der Verstorbenen. Nur zwei Tage waren seit der Katastrophe vergangen, da zeigte „Bild“ auf der Titelseite passfotoartige Aufnahmen der Opfer – Porträts wie aus einem Familienalbum (Abb. 1). Zu sehen sind unter anderem ein Münchner Ehepaar in festlicher Kleidung mit seinen zwei Kindern und ein älteres Ehepaar, das sich innig im Arm hält. Unter den Bildern sind Vor- und Zuname, Alter, Beruf, Wohnort und eine Kurzvita der Verunglückten aufgeführt. „Bunte“ und „Stern“ druckten wenige Tage später ebenfalls Bilder der Concorde-Opfer. Eine „Bunte“-Leserin bekennt in einem Leserbrief: „Natürlich habe ich mir die Bilder der Verunglückten angesehen, die Lebensgeschichten gelesen. Warum? Ich glaube, wir Menschen möchten mittrauern. Das kann man weniger, wenn man die nackte Zahl [...] vor Augen hat.“¹¹

Di Fabios Aussage deckt sich mit Befunden der Sozialpsychologie, wonach Klatsch und Tratsch unentbehrliche Kommunikationsformen in der Gesellschaft darstellen. Ethnologischen Berichten zufolge war Klatsch schon bei Mitgliedern schriftloser Stammesgesellschaften ein beliebter Zeitvertreib. Wie der Klatsch ist auch das menschliche Bedürfnis nach Sensationen kein Phänomen der Postmoderne, son-

10 Udo Di Fabio: Persönlichkeitsrechte im Kraftfeld der Medienwirkung. Zur ethischen Dimension der Medienfreiheit. In: Gesellschaft für Rechtspolitik Trier (Hg.): Bitburger Gespräche, Jahrbuch 1999/I. München 2000, S. 161.

11 Bunte 33/2000 vom 8.8.2000, o. S.



Abb. 1: Berichterstattung über den Concorde-Absturz bei Paris mit den Fotos und Namen der Opfer: oben Titelgeschichte in „Bunte“ 32/2000 vom 3. August 2000, rechts die Titelseite von „Bild“ am 27. Juli 2000.

dem vielmehr anthropologisch begründet. Von zentraler Bedeutung sind auch hier Befunde der Psychologie, wonach dieses Bedürfnis des Gaffens der Stabilisierung des eigenen Ichs dient, „denn man vergleicht und sieht, dass es anderen Menschen schlechter geht als einem selbst“¹².

Die klassischen Öffentlichkeitstheorien nach Jürgen Habermas, Hannah Arendt und Richard Sennett beschreiben die zunehmende Veröffentlichung des Privaten als eine Geschichte des Verfalls. Ihr Demokratieverständnis fußt auf einer strikten Trennung von Öffentlichkeit und Privatheit. Seit der Aufklärung wurden die Begriffe streng ideologisch getrennt. Diese Trennung konnte aufgrund gesellschaftlicher Umwälzungen nicht aufrechterhalten werden.

¹² Sonja Ganguin/Uwe Sander: Einleitung: Sensationen, Skurrilitäten und Tabus in den Medien. In: dies.: Sensation, Skurrilität und Tabus in den Medien. Wiesbaden 2006, S. 12.

War seit der Aufklärung der Bereich des Privaten stetig gewachsen, da sich Meinungsfreiheit, Religionsausübung etc. aus der öffentlichen in die private Sphäre verlagerten, so rückte das Private mit dem Aufkommen der Massenmedien wieder stärker ins Licht der Öffentlichkeit. Es wäre aber zu einseitig, Habermas, Arendt und Sennett zu folgen und die Veröffentlichung des Privaten als eine Geschichte des Verfalls zu betrachten. Sie hat auch Positives hervorgebracht: zum Beispiel die Thematisierung häuslich-privater Missstände wie innerfamiliäre Gewalt, Schwangerschaftsabbruch und Kindererziehung – ein Verdienst der in den 1960er Jahren aufkommenden Frauenbewegung. Mit ihrer Forderung, auch das Private sei politisch, stellten die feministischen Theoretikerinnen die strenge Trennung von Öffentlichem und Privatem in Frage. Sie begründeten dies unter anderem damit, dass diese Trennung unkontrollierten Macht- und Gewaltverhältnissen in der Familie Raum gebe und die Ausklammerung des Privaten aus der Öffentlichkeit Abhängigkeiten verleugne.¹³

Ohne auf die Begriffsbestimmung von Privatheit und Öffentlichkeit weiter einzugehen, bleibt festzuhalten: Die Privatsphäre ist ein zu schützendes Gut, denn sie gibt Bedürfnissen wie der Entfaltung und Bewahrung der individuellen Identität und der Selbstverwirklichung in autonom gestalteten Beziehungen Raum.¹⁴ Privatheit ist, wie es Klaus Müßigbrodt beschreibt, „ein Mittel zum Schutz von Autonomie und Menschenwürde“¹⁵. Anthropologisch ist Privatheit im Anspruch des Einzelnen auf „Territorien des Selbst“¹⁶ (Ervin Goffman) verankert, die er als höchstpersönlichen Schutzraum und Teil seiner Identität begreift. Goffman unterscheidet acht „Territorien des Selbst“, darunter den persönlichen Raum, Besitzterritorien („persönliche Habe“), die Hülle (z. B. Körperhaut) und das Gesprächsreservat (Kontrolle, wer den Einzelnen wann zum Gespräch auffordern kann). Sozialwissenschaftler sind sich einig: Die letzten privaten Refugien stellen territoriale und materielle Reservate – Wohnen und Konsum – dar.

13 Vgl. Friederike Herrmann: Der kleine Unterschied in der Darstellungsweise und seine Folgen für private Themen. Überlegungen zu ethischen und professionellen Kriterien des Journalismus. In: dies./Margret Lünenborg (Hg.): Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien. Opladen 2001, S. 51f.

14 Vgl. Ralph Weiß: Privatheit im „öffentlichen Raum“ – Klärungsbedarf. In: ders./Jo Groebel: Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung. Opladen 2002, S. 20.

15 Klaus Müßigbrodt: Journalismus und der Schutz des Privaten. Paderborn 2006, S. 58.

16 Erving Goffman: Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung. Frankfurt am Main 1974, S. 54-71.

Medienethische Diskussion

Die zunehmende Verzahnung von Öffentlichkeit und Privatheit birgt zwar, wie bereits aufgezeigt wurde, durchaus positive Aspekte. Doch sind in einer Gesellschaft, in der Öffentliches und Privates zunehmend verschwimmen, Übergriffe der Medien in geschützte Bereiche der Privat- und Intimsphäre im Laufe der Zeit vehementer geworden.

Mit Bezug auf ihre wichtigen Funktionen innerhalb der Gesellschaft wird den Massenmedien häufig die Rolle der „Vierten Gewalt“ im Staat zugeschrieben, im Sinne einer „Publikative“ neben den klassischen Staatsgewalten Legislative, Exekutive und Judikative. Heinz Pürer betrachtet diese Metapher als nicht unproblematisch: Zum einen mangle es der Mehrheit der Journalisten an der notwendigen Kompetenz, einem solchen Auftrag gerecht zu werden, zum anderen sei der Gedanke schon deshalb fragwürdig in einer Zeit, in der Journalismus zunehmend von ökonomischem Erfolg in Form von Auflagen, Quoten und Reichweiten abhängt.¹⁷ Die primäre Kunden- und Erfolgsorientierung der Medien ist augenfällig, insbesondere seit dem Aufkommen des privaten Rundfunks in den achtziger Jahren.

Mit Blick auf die verschärften Konkurrenzbedingungen unter den Medien und die zunehmende Gewinnorientierung wird die journalistische Recherche immer mehr zum vermeidbaren Kostenfaktor degradiert. Die Rivalität zwischen Ökonomie und Publizistik wirkt sich insbesondere negativ auf die sogenannten gegenstandsbezogenen journalistischen Qualitäten wie Richtigkeit, Vollständigkeit, Unabhängigkeit und Wahrhaftigkeit aus.¹⁸ Um das Kaufinteresse ihrer jeweiligen Zielgruppe zu wecken, suchen vor allem Boulevardprintmedien und kommerzielle Rundfunkanbieter verstärkt „nach neuen, die Seh- und Lesegewohnheiten ständig verändernden Einblicksmöglichkeiten, insbesondere in die Privat- und Intimsphäre Dritter“¹⁹. Der gezielte Tabubruch wird dabei nicht selten zum Programm. Das

17 Vgl. Heinz Pürer: Medien und Journalismus zwischen Macht und Verantwortung. In: Ute Nawratil/Philomena Schönhagen/Heinz Starkulla (Hg.): Medien und Mittler sozialer Kommunikation. Beiträge zu Theorie, Geschichte und Kritik von Journalismus und Publizistik. Festschrift für Hans Wagner. Leipzig 2002, S. 278ff.

18 Vgl. Horst Pöttker: Recherche – chronisches Defizit des Journalismus. Die INA bemüht sich um Ausgleich. In: ders./Christiane Schulzki-Haddouti (Hg.): Vergessen? Verschwiegen? Verdrängt? 10 Jahre „Initiative Nachrichtenaufklärung“. Wiesbaden 2007, S. 18.

19 Christian Schertz/Philipp Beyer: Im Konkurrenzkampf die Würde des Einzelnen achten. Der Schutz der Persönlichkeit und die Medien. In: ARD-Jahrbuch 05, 37. Jg., Baden-Baden 2005, S. 42.

Privatfernsehen führt dies regelmäßig eindrucksvoll vor Augen. Sendungen wie das RTL-Dschungelcamp, in dem es nicht mehr um die Abbildung des privaten Alltags geht, sondern um die „Inszenierung von Extrem-Situationen mit teilweise eindeutig die Menschenwürde verletzenden ‚Mutproben‘“²⁰, bestimmen die Fernsehlandschaft. Die Aussicht auf hohe Quoten und Auflagen rechtfertigt eine permanente Überschreitung des bislang moralisch und sittlich Akzeptierten.

Borken, Gladbeck, Ramstein: Diese Orte stehen für Fälle, in denen berufsethische Standards des Journalismus verletzt wurden. Sie haben die großen Debatten über Medienethik entfacht. Das Vertrauen in die Selbstkontrolle der Medien steht mit jedem neuen Skandal auf dem Prüfstand. Fragwürdig sind Methoden der Informationsbeschaffung wie sie etwa beim Gladbecker Geiseldrama 1988 zum Einsatz kamen. Die Interviews, die Journalisten vor laufender Kamera mit den Geiselnehmern führten, galten „zunächst als neues Muster von Authentizität“²¹, ehe die mediale Euphorie in den Redaktionen schließlich der Einsicht und Ernüchterung wich. Auch das Grubenunglück im hessischen Borken 1988, bei dem 51 Bergleute starben und sechs gerettet werden konnten, zeugte von grenzenlosem Medienvoyeurismus. Während es den Einsatzkräften gelang, über ein Rundfunk-Mikrofon Signale längst Totgeglaubter zu empfangen, strömten Scharen von Reportern zum „Witwenschütteln“²² bei Angehörigen aus, verkleideten sich als Ärzte oder Feuerwehrleute, um sich Zutritt zum Unglücksort zu verschaffen und zückten für Exklusivgeschichten das Scheckbuch.²³ Auch gegenüber Angehörigen der Opfer der Flugschaukatastrophe von Ramstein 1988 fielen einige Journalisten unangenehm auf: Ein Medienvertreter drängte eine Mutter dazu, dass sie ihn doch als ihren Mann ausgeben und an das Bett ihres Kindes in die Verbrennungsklinik mitnehmen solle.²⁴ Auch nach dem Concorde-Absturz wurden Angehörige von Journalisten belagert und bedrängt,

20 Ebd., S. 42.

21 Siegfried Weischenberg: Medienzwänge oder Bedenkenlosigkeit? Erfahrungen mit dem „Grenzfalljournalismus“. In: Thomas Gruber (Hg.): Was bieten die Medien? Was braucht die Gesellschaft? Chancen und Risiken moderner Kommunikation. München 2002, S. 188.

22 Der Begriff bezeichnet Informationsbeschaffungsmethoden wie das Erpressen oder unter Druck setzen zum Beispiel von Angehörigen oder anderen Informanten. Besonders verbreitet ist das Witwenschütteln im Boulevardjournalismus.

23 Vgl. Weischenberg 2002, S. 189.

24 Vgl. Hartmut Jatzko/Sybille Jatzko/Heiner Seidlitz: Katastrophen-Nachsorge am Beispiel der Aufarbeitung der Flugkatastrophe von Ramstein 1988. Edewecht, Wien 2001, S. 209.

Auskunft zu geben. Die reißerische Berichterstattung im Fall Concorde habe die Gefühle der Angehörigen verletzt und den Trauerprozess erschwert, stellte der ehemalige Bundesinnenminister Gerhart Baum, der die Angehörigen als Anwalt vertrat, nach vielen Gesprächen mit den Betroffenen fest: „Die Würde der Toten und damit auch der Angehörigen wurde nicht respektiert. Das ist leider so, dass bei einigen Presseorganen keinerlei Disziplin besteht. Und wenn man versucht, dagegen vorzugehen, wird das sehr teuer und im Grunde macht man ja die Veröffentlichung damit nicht rückgängig. Den Presseorganen kommt es darauf an, das zu veröffentlichen. Die Folgen sind ihnen dann ziemlich gleichgültig.“²⁵

Medienvertreter rechtfertigen Grenzgänge häufig mit dem Argument des öffentlichen Informationsinteresses. Dieser Begriff ist keineswegs präzise. Generell gilt: „Je bedeutsamer die Information für die Allgemeinheit ist, desto weiter müssen die Interessen der Betroffenen hinter dem ‚öffentlichen Informationsinteresse‘ zurücktreten.“²⁶ Die Bedeutsamkeit einer Information ist anhand der öffentlichen Aufgabe normativ zu beurteilen und nicht in Bezug auf das empirische Merkmal, wie viele Rezipienten an der Veröffentlichung interessiert sind. Von Interesse für die Öffentlichkeit sind generell Ereignisse, die für die politische Meinungs- und Willensbildung relevant sind. Doch der Begriff des öffentlichen Interesses birgt verschiedene Deutungsprobleme, die hier nicht im Detail erläutert werden können.

Zweifelsohne war der Absturz einer Concorde ein überragendes Ereignis der Zeitgeschichte. Doch sind auch jene Bilder der Opfer sowie Details aus deren privatem Umfeld von Interesse für die Öffentlichkeit? Das Ausmaß dieser Katastrophe legitimiere die Berichterstattung über diese Privatleute samt Fotos, argumentierten die im Rahmen der Fallstudie befragten Boulevardjournalisten. Die Angehörigen der Opfer setzten sich gegen die Berichterstattung zur Wehr und wandten sich an den Presserat.²⁷ Das Selbstkontrollorgan sprach eine Rüge gegen den „Stern“²⁸ sowie fünf Missbilligungen gegen Zei-

25 Telefonisches Interview mit Rechtsanwalt Gerhart Baum am 15.2.2008.

26 Udo Branahl: Medienrecht. Eine Einführung. 3. Aufl. Wiesbaden 2000, S. 28.

27 Entscheidungen des Presserats werden in den Jahrbüchern dokumentiert.

Zum Fall Concorde vgl. Deutscher Presserat (Hg.): Jahrbuch 2001 mit der Spruchpraxis des Jahres 2000. Konstanz 2001.

28 Unter dem Titel „Das Leben geht weiter“ veröffentlichte das Magazin passfotoartige Bilder von Concorde-Opfern. Die Porträts sind in das rauchende Trümmergeschehen neben gut erkennbaren, verkohlten Leichen eingeblockt. Vgl. Stern 32/2000 vom 3.8.2000, S. 30f.

tungen und Zeitschriften aus, die in Bild und Text private und intime Lebenssachverhalte der Verstorbenen publiziert und somit gegen den Pressekodex verstoßen hatten. Die Beschwerdeführer kritisierten das „Ausschlachten“ der Schicksale und die personalisierende Darstellung der Verunglückten. Generell wurde der Standpunkt vertreten, ein Sensationsbedürfnis sei benutzt worden, um ein öffentliches Informationsbedürfnis zu begründen.

Sind die Bilder des Kellerverlieses, in dem Natascha Kampusch achteinhalb Jahre lang festgehalten wurde, von öffentlichem Interesse? Zwei Tage nach Kampuschs Flucht wurden die Fotos, die den engen Raum zeigen, in sämtlichen Medien abgedruckt. Mit einem Brief wendet sich Kampusch an die Weltöffentlichkeit. Sie schreibt, dies sei ihr Raum gewesen und nicht zum Herzeigen bestimmt. In diesem Bulletin, das in fast allen der untersuchten Printmedien veröffentlicht wurde, verteidigt das Entführungsoffer sein Recht auf Privatheit: Die Presse solle sie vor den Verleumdungen ihrer selbst, den Fehlinterpretationen, dem mangelnden Respekt und der Besserwisserei verschonen. Intime Fragen gingen niemanden etwas an.

Auf ihren Brief erhält sie rasch eine Antwort – von der „Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung“, ebenfalls in Briefform. „Unsere Neugier ist grenzenlos“²⁹, bekennt Autor Harald Staun. „Sie wollen wissen, warum wir so sind? Warum wir Sie nicht einfach in Ruhe lassen können, Ihnen Zeit geben, bis Sie die Kraft haben, Ihre Geschichte zu erzählen? [...] Die raffinierte Antwort lautet: Wir glauben, daß die Öffentlichkeit ein Recht darauf hat, Ihre Geschichte zu erfahren – ob Sie das wollen oder nicht. [...] Das Gesetz unseres Berufs heißt nicht: ‚Du sollst nicht lügen!‘ Es heißt: ‚Du sollst nicht langweilen!‘“ Doch Neugier und Voyeurismus legitimieren öffentliches Interesse nicht.

Immer mehr Menschen setzen sich gegen mediale Übergriffe mit rechtlichen Mitteln oder Gegendarstellungen zur Wehr. Unterstützung erhalten die Betroffenen von Gerichten und dem Gesetzgeber.³⁰ Richtungsweisend sind der 2004 eingeführte § 201a Strafgesetzbuch, der Bildaufnahmen aus dem höchstpersönlichen Lebensbereich unter Strafe stellt, sowie das „Caroline-Urteil“, das der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte am 24. Juni 2004 fällte. Die Straßburger Richter entschieden, dass Bildveröffentlichungen Prominenter künftig nur noch zulässig sind, insofern die betreffenden Personen in

29 Im Folgenden Harald Staun: Unsere Neugier ist grenzenlos. Das Entführungsoffer Natascha Kampusch hat den Medien einen Brief geschrieben. Eine Antwort. In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 3.9.2006, S. 25.

30 Vgl. Schertz/Beyer 2005, S. 41.

öffentlicher Funktion gezeigt werden oder die Veröffentlichung einen Beitrag zur Debatte mit Allgemeininteresse leistet.

Das „Caroline-Urteil“ hat in der Folge zu einer restriktiveren Rechtsprechung deutscher Gerichte in Bezug auf Bildveröffentlichungen Prominenter und deren Lebenspartner geführt. Dem Straßburger Richterspruch folgend, entschied der Bundesgerichtshof im Juni 2004, dass Bildaufnahmen der Illustrierten „Bunte“, die den Sänger Herbert Grönemeyer mit seiner neuen Lebensgefährtin beim Einkaufsbummel und in einem Café zeigten, unzulässig sind.³¹ Bild und Text leisten nach Auffassung des Gerichts keinen relevanten Beitrag zu einer Debatte der Öffentlichkeit. In der Praxis stoßen solche Urteile häufig auf Unverständnis. „Bild“-Chefredakteur Kai Diekmann findet, das Persönlichkeitsrecht werde immer häufiger benutzt, um die Berichterstattung zu verhindern.³² Als Beispiel nennt er die zunehmende Einschränkung der Prozess- und Verdachtsberichterstattung zugunsten prominenter Angeklagter, deren Persönlichkeitsrechte nach Auslegung der Gerichte durch eine identifizierende Berichterstattung verletzt würden. Jedoch kalkulieren manche Verlagshäuser und Rundfunkanstalten, vor allem aus dem Bereich des Boulevards, Persönlichkeitsrechtsverletzungen zugunsten ökonomischer Vorteile gelegentlich mit ein. Unerlaubte Prominenten-Fotos sind noch rentabel, da sie die Auflage steigern und mehr Geld einbringen als später an Schmerzensgeld zu zahlen ist.³³ Medienanwalt Prinz fordert zur Abschreckung Entschädigungszahlungen in Millionenhöhe nach US-amerikanischem Vorbild.³⁴ Doch es stellt sich die Frage, ob die zunehmende Verrechtlichung, wie sie im Medienbereich seit geraumer Zeit zu beobachten ist, nicht die Funktionsfähigkeit publizistischer Kommunikation einschränkt. Vielmehr müssen die journalistische Verantwortung und Selbstkontrolle gestärkt werden.

In vielen Ländern wurden zu diesem Zweck Grundsatzregelungen entwickelt, die freiwillige Übereinkünfte in Form von Standesethiken regeln. Auf internationaler Ebene nahm bereits 1952 die Generalversammlung der Vereinten Nationen eine Konvention über das interna-

31 Vgl. BGH-Urteil vom 19.6.2007, AZ: VI ZR 12/06.

32 Vgl. Kai Diekmann: Boulevard und Persönlichkeitsrechte – wie weit darf die Neugierde gehen? In: Deutscher Presserat (Hg.): Jahrbuch 2007. Mit der Spruchpraxis des Jahres 2006. Schwerpunkt: Boulevard und Persönlichkeitsrechte. Konstanz 2007, S. 10f.

33 Vgl. Schertz/Beyer 2005, S. 43.

34 Vgl. Götz Hamann/Florian Klenk: Die Beute wehrt sich. In: Die Zeit vom 26.10.2006, S. 84.

tionale Recht der Berichtigung (Gegendarstellung) an, die allerdings erst zehn Jahre später in Kraft trat.³⁵ Zu nennen sind auch die Berufsgrundsätze der „Internationalen Journalisten Föderation“ (1954), die Unesco-Mediendeklaration (1978) und die nationalen Pressekodizes. Diesen Dokumenten ist gemein, dass sie an das Verantwortungsethos des einzelnen Journalisten appellieren und versuchen, mittels Richtlinien praktische Anweisungen im Alltag zu generieren. Ungeachtet der Notwendigkeit solcher Berufskodizes handelt es sich dabei doch meist um sehr allgemeine Handlungsanleitungen, die im journalistischen Alltag nur eingeschränkt greifen können. Siegfried Weischenberg etwa wirft den Pressekodizes allgemein eine Idealisierung der Berufswirklichkeit vor: „[S]ie bieten keine Chancen für eine Verbesserung des Journalismus, denn sie setzen Werte absolut, die in der modernen Gesellschaft relative Wertigkeit besitzen.“³⁶

Ulrich Saxer räumt ein, dass Selbstkontrollorgane wie der Deutsche Presserat nur fallweise und mit geringer Verbindlichkeit Medienunternehmen auf eine gemeinsame Ethik verpflichten können.³⁷ Eine öffentlich ausgesprochene Rüge könne aber für Journalisten unter Umständen berufliche Nachteile mit sich bringen. Gleiches gilt für das betreffende Unternehmen, dessen Reputation und Glaubwürdigkeit durch häufiges Rügen auf dem Spiel stehen.

Trauma und Journalismus

Hinter den schrecklichen Ereignissen stehen die Betroffenen – Menschen, die traumatisiert wurden. Auslöser für ein Trauma können Unfälle, Naturkatastrophen oder Verbrechen sein. Da Journalisten im Rahmen ihrer Arbeit häufig mit Unglücken und Kriminalität konfrontiert werden, ist es wichtig, dass sie die Verhaltensregeln im Umgang mit Traumatisierten kennen, um den Betroffenen keinen weiteren Schaden zuzufügen. Immerhin haben 60 bis 70 Prozent aller Nachrichten einen traumatischen Kern. Doch nur die wenigsten Journalisten wissen über die Gesetzmäßigkeiten eines Traumas Bescheid.

35 Vgl. auch im Folgenden Walter Hömberg: Verantwortung des Journalisten. In: Peter Schiwy/Walter J. Schütz/Dieter Dörr (Hg.): Medienrecht. Lexikon für Praxis und Wissenschaft. 4. Aufl. Köln, Berlin, München 2006, S. 555.

36 Siegfried Weischenberg: Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen 1992, S. 211.

37 Vgl. Ulrich Saxer: Journalismus und Medienethik: Möglichkeiten und Grenzen ethischer Selbstverpflichtung. In: Media Perspektiven, 15. Jg. 1984, H.1, S. 24f.

Bei einem Trauma (griechisch: Wunde) handelt es sich um „eine radikale Verletzung der seelischen und körperlichen Integrität des Menschen“³⁸. Traumatisierte zeigen unterschiedlichste Erstreaktionen: Weinen, Lachen, (scheinbare) Gelassenheit oder paradoxes Benehmen wie fröhliche Unbekümmertheit. Psychologische Notfallhelfer müssen auf alles vorbereitet sein. Häufig leiden die Betroffenen unter panischen Angstzuständen, Sprachlosigkeit und Herzrasen. Diese Reaktionen können im Falle einer missglückten Verarbeitung des Traumas selbst Jahre später noch durch die Konfrontation mit Auslösereizen, so genannten „Trigger“ wie ein Geruch oder ein bestimmter Anblick, in genau der gleichen Heftigkeit wieder auftreten.

Viele Betroffene entwickeln nach dem Ereignis eine Posttraumatische Belastungsstörung: Sie erleben das auslösende Ereignis in Form so genannter „Flashbacks“ immer wieder. Dies kann Wochen oder Monate andauern. Ein Trauma wird unterschiedlich wahrgenommen. Am schlimmsten sind Traumata, die zielgerichtet und bewusst durch andere Menschen herbeigeführt wurden.³⁹ Eine sensationelle Medienberichterstattung, die darauf abzielt, erniedrigende Einzelheiten der Tat zu schildern und die Identität des Betroffenen ohne seine Zustimmung öffentlich zu machen, kann Spuren auf der Seele hinterlassen. Man spricht von einer „sekundären Traumatisierung“.

Das mediale Interesse am Fall Kampusch war weltweit enorm. Kaum war sie frei, kam eine mediale Hatz in Gang. Vor allem in den Boulevardmedien wurde über eine mögliche sexuelle Beziehung zwischen Kampusch und ihrem Entführer spekuliert. Wie grenzenlos die journalistische Neugier ist, demonstrierte insbesondere das österreichische Magazin „News“, das am 31. August 2006 auf 30 Seiten „Das Protokoll des Grauens“⁴⁰ von Natascha Kampusch nachzeichnete, angereichert mit vermeintlichen Kampusch-Zitaten. Ihr Entführer sei keine „Sexbestie“ gewesen, die beiden hätten „eine zärtliche Beziehung geführt“⁴¹, soll Kampusch demnach gesagt haben. Unter Berufung auf „News“ bringt „Bild“ taggleich einen ähnlichen Text.⁴²

38 Gaby Gschwend: Notfallpsychologie und Trauma- Akuttherapie. Ein kurzes Handbuch für die Praxis. Bern 2004, S. 7.

39 Vgl. Rolf von Siebenthal: Gute Geschäfte mit dem Tod. Wie die Medien mit den Opfern von Katastrophen umgehen. Basel 2003, S. 19.

40 Vgl. News 35/2006 vom 31.8.2006.

41 Martina Prewein: Das Kidnapping. Der Entführer erklärte seinem Opfer, es sei von ihm „auserwählt“ worden. In: News 35/2006 vom 31.8.2006, S. 21.

42 Vgl. o. V.: Die ganze Wahrheit über Natascha. So war es wirklich im Horror-Keller. In: Bild vom 31.8.2006, S. 18.

Die Traumatherapeutin und Journalistin Fee Rojas findet Spekulationen über eine mögliche sexuelle Beziehung zwischen Täter und Opfer sehr taktlos.⁴³ Das gehe, außer die Ermittlungsbehörden, niemanden etwas an. „Aber das ist natürlich dieses gierige Gaffen und Spekulieren über die Intimsphäre anderer.“ Auch die Bilder des Verlieses, die immer wieder abgedruckt wurden, sind nach Meinung der Traumatherapeutin wenig förderlich für den Genesungsprozess.

Das Interesse am Thema Journalismus und Trauma, vor allem am journalistischen Umgang mit traumatisierten Menschen, war lange sehr zurückhaltend. Das änderte sich im Dezember 2005. Der Grund war ein Interview, das die ZDF-Journalistin Marietta Slomka mit der im Irak entführten Ex-Geisel Susanne Osthoff kurz nach deren Freilassung geführt hatte.⁴⁴ Zwar hatte Slomka journalistisch korrekte Fragen gestellt, doch diese waren nicht angemessen im Umgang mit einem traumatisierten Menschen. Schlechte Vorbereitungen und emotionale Formulierungen – das Interview „geriet von Frage zu Frage immer mehr zu einer Katastrophe“. Für das Thema Journalismus und Trauma aber war es ein Durchbruch, denn das Interview führte vor Augen, wie wichtig es ist, dass Journalisten die Regeln der Opferbefragung kennen. Die USA sind Vorreiter auf diesem Gebiet. In den neunziger Jahren wurde das „Dart Center for Journalism & Trauma“ gegründet, eine amerikanische Stiftung, die für die Thematik sensibilisieren möchte.⁴⁵ Angehende Journalisten lernen an der Michigan State University und der University of Washington in Seattle, wie sie mit Opfern von Verbrechen und Unglücksfällen umgehen.⁴⁶ Auch hierzulande ist eine dezente Entwicklung im Gange. 2007 wurde ein deutsches Dart Center für Journalismus und Trauma ins Leben gerufen. Mittlerweile werden Workshops für Journalisten angeboten, beispielsweise in der ARD/ZDF-Medienakademie. In Anlehnung an die Notfallpsychologie hat das Dart Center für Journalisten bestimmte Regeln im Umgang mit Opfern aufgestellt.⁴⁷

43 Vgl. Leitfadengespräch mit Traumatherapeutin und Journalistin Fee Rojas am 14.12.2007 in Hannover.

44 Vgl. Ulla Fröhling: „Sie sehen aber schlecht aus!“ Standards: Der Fall Natascha Kampusch hat gezeigt: Journalisten haben im Umgang mit Betroffenen eine große Verantwortung. Hier die wichtigsten Regeln der Opferbefragung. In: Message Werkstatt 4/2006, S. 5ff.

45 Vgl. www.dartcenter.org, Zugriff: 5.3.2008.

46 Vgl. von Siebenthal 2003, S. 70.

47 Vgl. Dart Center for Journalism & Trauma: Tragedies & Journalists. A guide for more effective coverage. (Online-Quelle: www.dartcenter.org/media/en_tnj.pdf, Zugriff: 12.12.2007) Vgl. dazu auch Fröhling 2006, S. 6.

Hier nur die wichtigsten Regeln. Journalisten sollen demnach

- Opfer immer respektvoll behandeln und ein „Nein“ akzeptieren. Es empfiehlt sich, die Visitenkarten dazulassen, falls es sich der Betroffene doch anders überlegt;
- einen sicheren Raum aufsuchen, falls das Interview am Ort des Geschehens geführt wird, niemals aber neben einem Rettungswagen mit angeschalteter Sirene;
- sich und ihr Medium ausführlich vorstellen;
- ausreichend Zeit mitbringen und dem Interviewpartner ein Gefühl der Kontrolle über die Situation vermitteln und Sicherheit schaffen. Es sollten Stopp-Zeichen (z. B. Hand heben) vereinbart werden, da in Extremsituationen das Sprachzentrum versagen kann;
- ruhig und sachlich fragen, keine emotionalen Formulierungen („Wie fühlen Sie sich?“) verwenden oder nach anschaulichen Details fragen, da diese wie Auslösereize wirken;
- keine Floskeln wie „Ich weiß, wie Sie sich fühlen“ verwenden, denn das weiß niemand;
- falls möglich, gewisse Aussagen von Fachleuten kommentieren lassen. Es wäre eine Bloßstellung, die Aussagen eines Betroffenen eins zu eins zu übertragen, wenn dieser abnormale Reaktionen zeigt, etwa im Freudentaumel über das Unglück berichtet.

Auch für den Schreibprozess gibt es Regeln. So sollten Journalisten darauf achten, keine Passivkonstruktionen zu verwenden, um den Betroffenen nicht im Opferstatus festzuschreiben. Für Menschen, die etwas Schlimmes erlebt haben, kann es hilfreich sein, wenn Journalisten nach einiger Zeit den „Akt zwei“ eines Traumas schildern, also den schmerzhaften Weg eines Opfers zu seiner Heilung aufzeigen.⁴⁸ Wichtig ist Detailgenauigkeit: Traumatisierte Menschen sind sehr sensibel, wenn sie ihren Fall als unkorrekt oder ungenau dargestellt empfinden. Fee Rojas: „Für Menschen, die einen Tag erlebt haben, an dem sich ihr ganzes Leben verändert hat, ist es sehr wichtig: Das Unglück ist um fünf vor drei passiert und nicht um fünf nach drei.“⁴⁹

Die Medien können zwar Schaden anrichten, doch Experten sind sich auch weitgehend einig, dass Journalismus ebenso ein Hilfsangebot für die Betroffenen sein kann. „Für Menschen, die extreme Erlebnisse hatten, hat es etwas sehr Wohltuendes, Heilendes und wieder Ordnendes, wenn sie darüber berichten“, konstatiert Fee Rojas.

⁴⁸ Vgl. von Siebenthal 2003, S. 78.

⁴⁹ Im Folgenden Interview mit Traumatherapeutin und Journalistin Fee Rojas am 14.12.2007 in Hannover.

Der Tod von Jennifer Nitsch und Reaktionen in der Berichterstattung

Am Nachmittag des 13. Juni 2004 stürzte die Schauspielerin Jennifer Nitsch aus dem vierten Stock ihrer Wohnung in München-Schwabing in den Tod. Sie wurde nur 37 Jahre alt. Wie rechtsmedizinische Untersuchungen ergaben, hatte Jennifer Nitsch zum Zeitpunkt ihres Todes einen Blutalkoholwert von 3,1 Promille. Ungeklärt blieb, ob ihr Tod ein tragischer Unfall oder Suizid war. Eine Fremdeinwirkung, wie sie anfangs vermutet wurde, konnte ausgeschlossen werden.

Jennifer Nitsch zählte zu den bekanntesten deutschen Schauspielerinnen. Sie wirkte unter anderem in verschiedenen Krimis wie „Derrick“, „Tatort“ oder „Der Alte“ mit. Den Durchbruch schaffte sie 1991 als Emanze in der Komödie „Allein unter Frauen“ unter der Regie von Dieter Wedel. Dieser engagierte Nitsch 1994 auch für den Fünfteiler „Der Schattenmann“ (1996). Für ihre schauspielerische Leistung im ZDF-Fünfteiler „Nur eine kleine Affäre“ (1994) wurde sie mit dem Adolf-Grimme-Preis und dem Bayerischen Fernsehpreis ausgezeichnet. Häufig wurde die gebürtige Kölnerin als die deutsche Sharon Stone bezeichnet.

Einen Tag nach Jennifer Nitschs Fenstersturz bringt „Bild“ die Meldung vom Tod der Schauspielerin.⁵⁰ In Anlehnung an die Mordkommission wird zunächst das Drama des tödlichen Sturzes rekonstruiert. Demnach soll Nitsch leicht bekleidet auf den Fenstersims ihrer Dachgeschosswohnung gestiegen sein, soll sich abgestoßen haben und zwölf Meter in die Tiefe gestürzt sein. „Mit einem Knall schlägt ihr Körper auf dem Radweg auf.“ Eine Nachbarin darf beschreiben, wie die Tote ausgesehen hat – „wie eine verdrehte Puppe“. Das Blatt weiß, dass Nitsch bis in die Morgenstunden in einem Münchner Szeneclub gefeiert hat. Auch das Motiv für den Selbstmord hat „Bild“ schon parat. Nicht namentlich genannten Freunden zufolge soll Jennifer Nitsch alkohol- und kokainabhängig gewesen sein, weshalb sie, so vermuten „Bild“ oder jene „Freunde“, „möglicherweise auch immer weniger Rollen“ bekam und bei Dreharbeiten mitunter schon mal ausgerastet sei. „Eine Folge von Alkohol und Kokain?“, spekuliert das Blatt und erklärt, dass suchtkranke Menschen in ein „tiefes Psycho-Loch“ fallen, wenn die Euphorie abebbt. „Schon in der Vergangenheit galt Nitsch als selbstmordgefährdet. Mehrfach soll sie versucht haben, sich die Pulsadern aufzuschneiden“, so ist zu lesen.

50 Vgl. im Folgenden M. Biss/B. Wittmann/M. v. Appeldorn: Hier sprang Jennifer Nitsch in den Tod. In: Bild vom 14.6.2004, S. 3.

Von wem diese Informationen sehr intimer Natur stammen, wird nicht klar. Hat „Bild“ selbst jene „Freunde“ befragt oder stützt sich das Blatt ausschließlich auf den Online-Dienst der Zeitschrift „Bunte“? Das Internet-Portal der Illustrierten wird im Text erwähnt. Demzufolge soll sich die Schauspielerin eine Woche zuvor auf die Schienen der Tram gelegt haben, um ihre Freunde zu zwingen, sie nachts nicht alleine zu lassen, schreibt „Bild“ und lässt sodann durchsickern, dass Nitsch unter Autoaggressionen – selbstverletzendem Verhalten – gelitten haben soll, „weil sie als Kind angeblich missbraucht wurde“. Die Schlussfolgerung: „Lauter Hilferufe. Verbote eines Psycho-Dramas [...]“ Dies gibt einen Vorgeschmack auf das, was in den kommenden Wochen noch alles über Jennifer Nitsch verbreitet werden wird. Der Großteil davon hat privaten und intimen Charakter.

Die „Süddeutsche Zeitung“ (SZ) bringt die Nachricht ebenfalls am Tag nach dem Todessturz – hier fällt Nitsch allerdings nicht wie bei „Bild“ zwölf, sondern „fast fünfzehn Meter“⁵¹ tief. Auch die „SZ“ bezieht sich auf das Internet-Portal von „Bunte“. Und auch hier ist „von Aussagen Nitsch-Vertrauter“ zu lesen, „die 37-Jährige habe an Autoaggressionen gelitten und sich schon mehrmals die Pulsadern aufgeschnitten, weil sie als Kind missbraucht worden sei – was den Verdacht auf Selbstmord erhärten würde“. Ähnliches findet sich am 15. Juni 2004 auf der Medienseite der „SZ“: „Freunde berichten von Alkohol- und Kokain-Exzessen, von wechselnden Partnern und der Neigung zur Auto-Aggression. Sie lebte nach dem ‚Wenn schon, denn schon‘-Prinzip, und so starb sie auch.“⁵² Die Schilderungen von angeblichen Freunden sind am selben Tag – unter Verweis auf „Bunte. T-online“ – erneut auch in „Bild“ zu lesen, wobei das Blatt detailliert die letzten Stunden im Leben Jennifer Nitschs nachzeichnet.⁵³ Nach einer ersten Blutanalyse, so heißt es, seien bei Nitsch Reste von Alkohol- und Schmerzmitteln nachgewiesen worden. In Interviews schildern Schauspielerkollege Mario Adorf und Regisseur Dieter Wedel („Schlechte Rollen haben sie kaputt gemacht“; „Sie nahm auch Koks – wie Schnupftabak“) ihre Eindrücke von der Schauspielerin.⁵⁴

51 Im Folgenden Rudolf Neumaier: Jennifer Nitsch stürzt in den Tod. Filmstar fällt aus dem vierten Stock – Polizei schließt Fremdverschulden aus. In: Süddeutsche Zeitung vom 14.6.2004, S. 42.

52 Christine Dössel: Tiefgründig einsam. Zum Tode der Schauspielerin Jennifer Nitsch. In: Süddeutsche Zeitung vom 15.6.2004, S. 21.

53 M. van Appeldorn/M. Biss/G. Brandenburg et al.: Die letzten Stunden im Leben von Jennifer Nitsch. In: Bild vom 15.6.2004, S. 5.

54 Bild vom 15.6.2004, S. 4f.

Bemerkenswert ist, was „Bild“-Chefredakteur Kai Diekmann einmal in einem Interview mit der „FAZ“ gesagt hat: „Wer sich mit seinem Privatleben in die Öffentlichkeit begibt, um den eigenen Marktwert zu steigern, muß sich publizistische Kontrolle gefallen lassen. [...] Wer sein Privatleben privat lebt, bleibt privat.“⁵⁵ Zweifelsohne war Jennifer Nitsch eine Person der Zeitgeschichte, die, wie ihr Rechtsanwalt Viggo von Wietersheim sagt, gewissen Wert darauf gelegt habe, dass über sie in den Medien berichtet wurde. „Sie hat aber sehr darauf geachtet, dass ‚intime‘ Informationen über sie nicht in die Medien gelangten. Natürlich ist es ein schmaler Grat, auf dem man hier geht.“⁵⁶ Wie schmal der Grat ist, zeigt sich im Laufe der weiteren Berichterstattung über den mysteriösen Todesfall, über den „Bild“ und „Bunte“ anhaltend berichten. Wurden anfangs noch Jennifer Nitschs schauspielerische Leistungen gewürdigt, so treten diese in den folgenden Tagen und Wochen zunehmend in den Hintergrund.

Recherchen der Autorin ergaben, dass zu Lebzeiten der Schauspielerin so gut wie nichts aus ihrem Privatleben öffentlich wurde. Die Privatperson Jennifer Nitsch kannte das Medienpublikum also de facto kaum, was nach der Aussage ihres Anwalts auf einer freiwilligen Entscheidung Nitschs basierte. Sie wollte ihre Privatsphäre vor den Blicken der Öffentlichkeit schützen. „Der Spiegel“ schreibt: „Man kannte sie eigentlich nicht, lernte sie dann aber schnell kennen.“⁵⁷

Nicolaus Fest, stellvertretender „Bild“-Chefredakteur erklärt, über die meisten Prominenten – ob Schauspieler, Politiker, Schriftsteller oder Sportler – werde im Zusammenhang mit ihren beruflichen Leistungen berichtet. Anlass für Berichte über Jennifer Nitsch seien üblicherweise schauspielerische Leistungen gewesen. „Ein Freitod oder tödlicher Unglücksfall unter erheblicher Alkoholisierung fällt dann allerdings so stark aus dem Rahmen der üblichen Lebensentwürfe einer erfolgreichen und relativ jungen Frau, daß sich Fragen nach den Gründen geradezu aufdrängen.“⁵⁸ Fest merkt darüber hinaus an, die „weniger glamourösen Details“ aus Nitschs Privatleben seien in

55 Kai Diekmann: Wir sind die gedruckte Barrikade der Straße. Interview: Michael Hanfeld. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.9.2005.

56 Interview mit Rechtsanwalt Viggo von Wietersheim am 15.1.2008 in München.

57 Thomas Tuma: Tod auf dem Boulevard. Drei Monate nach ihrem Tod zeigt die ARD die letzte große TV-Produktion der Schauspielerin Jennifer Nitsch. Vor ihrem Fenstersturz galt sie als erfolgreich-starke Karriere-Blondine, seither wird sie von der Yellow Press als drogenkranke Halb-Irre vorgeführt. Eine Stilkritik. In: Der Spiegel 37/2004, S. 68-71, hier S. 69.

58 Schriftliche Befragung von Nicolaus Fest.



Abb. 2: Berichterstattung nach dem Tod von Jennifer Nitsch in „Bild“ am 16. Juni 2004 (links) sowie am 10. Januar 2005.

der Szene längst bekannt gewesen. „Derartige Erlebnisberichte hätten die Medien auch vor dem Tod schon drucken können, haben es aber mit Rücksicht auf Frau Nitsch nicht getan. Auch der postmortale Persönlichkeitsschutz wird durch wahre und authentische Schilderungen Dritter nicht tangiert.“

Gerüchte und Spekulationen

Für Nitschs Anwalt Viggo von Wietersheim steht fest, dass in den Wochen nach Jennifer Nitschs Tod zahlreiche „Wichtigtuer“⁵⁹ am Werk waren, die sich an die Presse wandten. Immer wieder tauchen vermeintliche Freunde und Bekannte auf, die enthüllen, was es da noch zu enthüllen gibt. Von Wietersheim: „Es wurde von irgendwelchen ‚Begebenheiten‘ berichtet, welche aber in aller Regel wenig ergiebig waren.“ Manches von dem, was in den Medien über Nitsch gemunkelt wurde, war nach Meinung des Anwalts schlichtweg frei erfunden, „um den Informanten als ‚wichtigen Informanten‘ erscheinen zu lassen“. Informanten wurden durch die Journalisten geschützt, Namen fielen nur selten. Auf diese Weise konnte ein üppiger Nährboden für Gerüchte und Unwahrheiten gedeihen. Betrachtet man die Berichterstattung, insbesondere von „Bild“, in ihrer Gesamtheit, so fällt auf, dass in diesem verworrenen Dickicht aus Halbwahrheiten, Spekulationen und Gerüchten der Mensch Jennifer Nitsch fast vollständig ins Hintertreffen gerät – als müsse Nitsch ein zweites Mal sterben: auf

⁵⁹ Interview mit Rechtsanwalt Viggo von Wietersheim am 15.1.2008 in München.

dem Boulevard. Dort wird die „deutsche Sharon Stone“ einem Millionenpublikum schonungslos „als drogenkranke Halb-Irre“⁶⁰ vorgeführt. Auffällig ist auch, dass sich eine Qualitätszeitung wie die „SZ“ im Fall Nitsch erstaunlich bedeckt hält. Medienkritik ist in den ersten Wochen nach Nitschs Tod Fehlanzeige.

„Bild“ schildert Jennifer Nitsch als zerrissene Persönlichkeit: „Sie wollte alles. Sofort und intensiv und gleichzeitig. Gute Filme drehen, die Liebe leben, ein Kind bekommen.“⁶¹ In diesem Artikel wird Nitsch selbst mehrfach zitiert, jedoch erschließt sich auch hier nicht, woher die Zitate stammen. Weiter listet „Bild“ Männer auf, mit denen Jennifer Nitsch eine Beziehung oder ein Verhältnis gehabt haben soll. Einer davon habe „Jennys Maßlosigkeit“⁶² nicht mehr ertragen, ein anderer nennt sie „eine verrückte Diva“ und ein Tattoo-Künstler, mit dem Nitsch liiert gewesen sein soll, gibt zu Protokoll, sie habe nicht allein sein können und in der Beziehung regelmäßig Kokain zu sich genommen. Schauspielerkollege Mathieu Carrière, der mit ihr, wie er „Bild“ verrät, „heimlich“ zusammen war, vergleicht Nitsch gar mit Romy Schneider – „eine Kerze, die an beiden Enden brannte“.

„Bunte“ berichtet am 17. Juni 2004 erstmals über den Todessturz der Schauspielerin. „Zu viel Alkohol, zu wenig Liebe“⁶³, titelt die Illustrierte. Auch hier wird fortan viel Privates preisgegeben. Der letzte Abend vor dem Fenstersturz wird geschildert, wonach Nitsch mit Freunden zunächst beim „Griechen“ verabredet war. Dann verrät eine von Nitschs besten Freundinnen – auch sie bleibt anonym –, die Schauspielerin habe „große Probleme im Elternhaus“⁶⁴ gehabt und „litt unter dem Gefühl, dass sie von ihrer Mutter nicht genug geliebt wurde. Wahrscheinlich hatte sie deshalb schon als junges Mädchen Essstörungen. Sie litt an Bulimie und hat sich aus Hass gegen sich selbst immer wieder selbst verletzt“. Von Alkohol, Tabletten und Drogen ist wieder die Rede. Ein namentlich genannter Vertrauter berichtet von Nitschs Selbstmordversuch und erzählt von den „zwei Seelen“ der Schauspielerin: „Nach außen hin immer die Starke, witzige Partykönigin, aber im Innern neigte sie zu schweren Depressionen.“ Ein von „Bunte“ befragter Nervenarzt bescheinigt der Schauspielerin

60 Tuma 2004, S. 68.

61 Marion Horn: Jennifer Nitsch. Hat die Einsamkeit sie krank gemacht? In: Bild vom 16.6.2004, S. 11.

62 O. V.: Nur Pech mit den Männern. In: Bild vom 16.6.2004, S. 11.

63 Bunte 26/2004 vom 17.6.2004.

64 Vgl. im Folgenden Amélie Besirsky/Katja Böttcher/Sissi Benner et al.: Sie spielte das Glück und lebte verzweifelt. In: Bunte 26/2004 vom 17.6.2004, S. 34-36.

„eine emotional instabile Persönlichkeitsstörung, auch ‚Borderline‘ genannt“⁶⁵. Freunde und Schauspielerkollegen zeigen Betroffenheit.

Auflagensteigerung bei „Bunte“

Nach dem ersten Titel mit Jennifer Nitsch gingen die Verkaufszahlen beim Magazin „Bunte“ nach oben, wie die Redaktion mitteilte. Immerhin müsse man auch auf die Auflage schauen, heißt es. Und Jennifer Nitsch habe sich positiv verkauft. So verwundert es nicht, dass die Schauspielerin auch in den nächsten Ausgaben Dauerthema ist. Im Heft vom 24. Juni 2004 beharren die Eltern im Interview darauf, dass ihre Tochter nicht mit Absicht aus dem Leben geschieden sei, vielmehr sei es ein tragischer Unfall gewesen.⁶⁶ Die Eltern gehen an die Öffentlichkeit, um die Ehre ihrer Tochter zu retten. Die „bösen Gerüchte“, die derzeit über sein Kind verbreitet werden, würden so nicht stimmen, meint der Vater und ergänzt: „Mir fehlen die Worte dafür, was jetzt gerade in der Öffentlichkeit passiert.“ Daneben berichtet die „Bunte“ über den „wahren körperlichen und seelischen Zustand“⁶⁷ der Jennifer Nitsch.

Anwalt Viggo von Wietersheim meint, einiges von dem, was über Nitschs Tod und ihren familiären Hintergrund durch die Presse geisterte, habe nicht der Wahrheit entsprochen. Auch in „Bunte“ sei „die eine oder andere falsche Information enthalten“⁶⁸ gewesen. Er könne jedoch nicht beurteilen, ob es eine Erfindung des jeweiligen Redakteurs war oder ob dieser falschen Informationen „aufgesessen“ sei. Falsch sei unter anderem, dass Nitschs Vater eine uneheliche Tochter habe, wie es zum Beispiel am 22. Juli 2004 in „Bunte“ zu lesen ist.⁶⁹ Auch stimmt laut von Wietersheim nicht, dass der Vater von der kirchlichen Trauerfeier ausgesperrt war, wie „Bild“ am 1. Juli 2004 titelt.⁷⁰

65 O. V.: Der Fall Nitsch: Das sagt der Psychologe. In: Bunte 26/2004 vom 17.6.2004, S. 40.

66 Vgl. im Folgenden Tanja May/Marie Waldburg: „Unsere Tochter wurde ein Engel“. In: Bunte 27/2004 vom 24.6.2004, S. 34-38.

67 O. V.: Warum starb Jennifer Nitsch wirklich? Alkohol, Medikamente – und niemand nahm das ernst. Die Schauspielerin war körperlich am Ende – bevor sie aus dem Fenster stürzte [...]. In: Bunte 27/2004 vom 24.6.2004, S. 38.

68 Interview mit Rechtsanwalt Viggo von Wietersheim am 15.1.2008 in München.

69 O. V.: Ein Opfer der Drogen-Society. Jennifer Nitsch soll von der Münchner Schickleria mit Koks versorgt worden sein. Jetzt wollen ihre Eltern die Dealer ihrer toten Tochter jagen. In: Bunte 31/2004 vom 22.7.2004, S. 32. Künftig zitiert als Bunte: Drogen-Society 2004.

70 Vgl. Jupp Ley: Jennifer Nitsch. Geliebter Vater bei der Trauerfeier ausgesperrt. In: Bild vom 1.7.2004, S. 4.

„Bild“ recherchiert weiter im Privaten und Intimen. Die Reporter nehmen die psychische Labilität der Schauspielerin unter die Lupe: „Schon 1998 ließ sie sich wegen Autoaggressionen in einer Spezialklinik am Tegernsee behandeln. Allein in den vergangenen zwölf Monaten ging sie zu drei verschiedenen Therapeuten.“⁷¹ Diese sollen laut „Bild“ ausgesagt haben, dass die Schauspielerin unter schwersten Depressionen litt, was auf „eine ausgeprägte Berufsangst und Furcht vor der Zukunft“ zurückzuführen sei. Aussagen wie diese verwundern, zumal Therapeuten eigentlich an die Schweigepflicht gebunden sein müssten. Darüber hinaus wird durch die Preisgabe psychischer Erkrankungen die Intimsphäre eines Menschen berührt. Nach Ansicht der Autorin werden hier massiv ethische Grenzen überschritten – von „Bild“, aber auch von den Therapeuten. Die Quintessenz des Artikels: Jennifer Nitsch war im Herzen ein abgrundtief einsamer, psychisch kranker und haltloser Mensch. Eine Frau, die sich nach einem festen Partner gesehnt und sich ein Kind gewünscht hat. Eine „deutsche Sharon Stone“, die dem Kokain und dem Alkohol verfallen war.

In den folgenden Tagen und Wochen rätselt man in den Boulevardmedien unter anderem darüber, ob Jennifer Nitsch gar ermordet wurde – Nitschs Vater selbst schließt nach „Bild“-Angaben ein Verbrechen nicht aus.⁷² Es folgt ein Streit der Eltern um die Beerdigung ihrer Tochter⁷³, das erste Foto vom Tatort, das die abgedeckte Leiche zeigt⁷⁴ und der Streit der Angehörigen um das Erbe.⁷⁵ Die Berichterstattung gipfelt schließlich – außerhalb des Untersuchungszeitraums – in der von „Bunte“ aufgestellten und von „Bild“ übernommenen Behauptung, die Eltern würden den Drogendealer ihrer Tochter mit Hilfe von Privatdetektiven in der Münchner Schickeria jagen.⁷⁶

71 M. Biss/G. Brandenburg/J. Damsch et al.: Jennifer Nitsch wünschte sich so sehr ein Baby. In: Bild vom 18.6.2004, S. 10.

72 Vgl. J. Ley/B. Wittmann/S. Kiener: Ihr Vater hat einen furchtbaren Verdacht. Wurde Jennifer Nitsch ermordet? In: Bild vom 21.6.2004, S. 4.

73 Vgl. Jupp Ley/Malte Biss: Tote Jennifer Nitsch. Freunde dürfen nicht zur Beisetzung. In: Bild vom 22.6.2004, S. 11.

74 Vgl. o. V.: Hier liegt die tote Jennifer Nitsch. 1. Foto vom Tatort. In: Bild vom 24.6.2004, Titelseite.

75 Vgl. J. Ley/M. Biss: Wie reich starb die traurige Jennifer Nitsch? In: Bild vom 25.6.2004, S. 4. Vgl. dazu auch o. V.: Der hässliche Erbstreit. Jennifer Nitsch hinterlässt 700.000 Euro. Um die zanken sich die Erben – noch vor der Beerdigung. In: Bunte 28/2004 vom 1.7.2004, S. 47.

76 Vgl. Bunte: Drogen-Society 2004. Vgl. o. V.: Neue Spur im Todesfall der Schauspielerin Jennifer Nitsch. Ihre Eltern jagen Münchner Koks-Dealer. In: Bild vom 21.7.2004, S. 3.

Dauer der Berichterstattung und Recherchemethoden

Bis knapp zwei Wochen nach dem Tod der Schauspielerin berichtet „Bild“ ausführlich und nahezu täglich über den Fall Nitsch, anschließend ebbt die Berichterstattung allmählich ab. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Untersuchung der Berichterstattung von „Bunte“. Die Inhalte der beiden Boulevardblätter sind größtenteils identisch, wobei „Bild“ nach Ansicht der Autorin viel reißerischer vorgeht. Auch fällt auf, dass „Bunte“ im Vergleich zu „Bild“ dem Leser Quellen beziehungsweise Informanten stärker offenlegt, wobei sich auch hier viele anonyme Freunde und Bekannte finden. Die „SZ“ berichtet lediglich in den ersten Tagen über den tödlichen Sturz. Danach erscheinen nur noch vereinzelt kurze Artikel. Nach Medienkritik sucht man vergeblich.

Viggo von Wietersheim erklärt, Jennifer Nitschs Angehörige seien über Medienberichte entsetzt gewesen. „Anwaltliche Vertreter der Familienangehörigen haben darüber diskutiert, ob gegen die zu reißerische Berichterstattung im Fall Jennifer Nitsch rechtliche Maßnahmen ergriffen werden sollten.“⁷⁷ Man entschied sich dagegen, da sich die Berichterstattung zum Zeitpunkt der Überlegungen bereits in einer Auslaufphase befand. Durch juristische Schritte hätte man nur wieder neue Aufregung verursacht, vermutet von Wietersheim. „Diese wäre nicht im Sinne der Angehörigen gewesen.“

Ein Jahr nach Jennifer Nitschs Tod macht die „SZ“ die Informationsbeschaffungspraxis des Boulevards zum Thema. Für „Bild“ seien nach Nitschs Tod rund ein Dutzend Reporter damit beschäftigt gewesen, im Umfeld der verstorbenen Schauspielerin Sensationen aufzuspüren, fand die Zeitung heraus.⁷⁸ Auch sei „Bild“ ein halbes Jahr nach Jennifer Nitschs Tod an die Ermittlungsakte der Münchner Staatsanwaltschaft gelangt. Anwalt Viggo von Wietersheim: „Da es sich bei dem Tod von Jennifer Nitsch um einen Unfalltod handelte und bei Todesursachen dieser Art grundsätzlich die Staatsanwaltschaft eingeschaltet wird, wurde durch die Staatsanwaltschaft München I eine umfangreiche Ermittlungsakte angelegt. Anwaltliche Vertreter des Opfers bzw. der Angehörigen erhalten in diese Akte Einsicht.“⁷⁹

⁷⁷ Interview mit Rechtsanwalt Viggo von Wietersheim am 15.1.2008 in München.

⁷⁸ Vgl. Jan Grossarth: Ein Stern, der verglühte. Wie aus dem starken Mädchen Jennifer Nitsch eine traurige Frau wurde – Sie stürzte vor einem Jahr in den Tod. Süddeutsche Zeitung vom 8.6.2005, S.43.

⁷⁹ Interview mit Rechtsanwalt Viggo von Wietersheim am 15.1.2008 in München.

Wie das Dokument in die Hände der Presse gelangen konnte, ist von Wietersheim ein Rätsel. „Bild“-Reporter Malte Biss ließ gegenüber der „SZ“ durchblicken, da sei ihnen wohl jemand „auf den Leim gegangen“⁸⁰ – wahrscheinlich jemand aus Nitschs Familie, vermutet die „SZ“. Am 10. Januar 2005 hatte „Bild“ aus dieser Akte intime Details veröffentlicht, darunter Auszüge eines psychologischen Fragebogens, den Jennifer Nitsch im Vertrauen auf die ärztliche Schweigepflicht ausgefüllt hatte.⁸¹ Zu lesen ist von Alkohol, Drogen und familiären Differenzen. Der Blick in die Ermittlungsakte ist für „Bild“ des Rätsels Lösung: „Alkohol, Drogen, Depressionen, so hießen die Dämonen, gegen die Jennifer Nitsch seit Jahren kämpfte.“ Unter anderem werden Aussagen von Ärzten und Freunden, die im Rahmen der Ermittlungen befragt wurden, veröffentlicht.

Wie im Fall Concorde wurden auch nach Nitschs Tod Angehörige von Journalisten „sehr belagert, wobei die einschlägig bekannte Tagespresse und deren Redakteure wohl am penetrantesten versuchten, Informationen zu erhalten“⁸², weiß Anwalt Viggo von Wietersheim. Er berichtet, die Angehörigen seien angerufen worden, was dazu führte, dass sie in den Wochen nach Nitschs Tod kaum noch ans Telefon gingen. Auch an ihren jeweiligen Wohnorten im Rheinland seien sie von Journalisten „belagert“ worden, berichtet der Anwalt. Das Medieninteresse habe nach ungefähr zwei bis drei Monaten nachgelassen. „In diesen ersten zwei bis drei Monaten war es aber heftig.“

Resümee

Der Fall Nitsch ist ein anschauliches und zugleich abschreckendes Exempel für die Veröffentlichung des Privaten und Intimen. Zwar war Jennifer Nitsch als bekannte Schauspielerin eine Person der Zeitgeschichte. Sie besaß somit eine gewisse Vorbildfunktion für das Medienpublikum und die Menschen, die sie verehrten und ihre schauspielerischen Leistungen würdigten. Es ist durchaus nachvollziehbar, dass an einem tödlichen Fenstersturz einer Prominenten ein großes öffentliches Interesse besteht und dass die Medien und ihr Publikum erfahren wollen, ob es sich um Selbstmord oder einen Unfall handelte. Auch die Suche nach Ursache und Motiv scheint legitim, sofern sie zurückhaltend erfolgt.

80 Grossarth 2005, S. 43.

81 Vgl. im Folgenden Malte Biss/Mark Pittelkau: Alkohol, Drogen, Depressionen. Das zerrissene Leben der Jennifer Nitsch. In: Bild vom 10.1.2005, S. 10.

82 Interview mit Rechtsanwalt Viggo von Wietersheim am 15.1.2008 in München.

Nach Meinung der Autorin wurde jedoch im Rahmen der Boulevard-Berichterstattung der Bogen weit überspannt. Unter Sensationslust wurden intimste Lebensumstände und Geheimnisse aufgebrochen. Den Menschen Jennifer Nitsch, dessen Würde auch über den Tod hinaus bestehen bleibt, haben einige Medien kaum berücksichtigt. Insbesondere für die Angehörigen muss es eine Belastung gewesen sein, neben der Trauer fast täglich mit neuen Enthüllungen und skandalträchtigen Meldungen über Jennifer Nitsch konfrontiert zu werden. Absolute Grenzen der Berichterstattung sind im Fall Nitsch überall dort auszumachen, wo im Detail Kenntnisse über psychische Erkrankungen sowie innerfamiliäre Differenzen veröffentlicht wurden. Es darf nicht sein, dass ein Boulevardblatt intimste Sachverhalte aus Ermittlungsakten, die nicht für die Öffentlichkeit bestimmt sind, zitiert.

Von Bedeutung in diesem Kontext ist auch, dass Jennifer Nitsch – anders als einige prominente Personen – zu Lebzeiten Wert darauf gelegt hatte, dass ihr Privatleben privat bleibt. Es kann also nicht in ihrem Sinne gewesen sein, der Nation als körperliches und psychisches Wrack vorgeführt zu werden. Thomas Tuma vom „Spiegel“ bringt die unbarmherzige mediale Hatz im Fall Nitsch auf den Punkt: „Wer alles liest, was seit dem 13. Juni über sie erschien, der muss die deutsche Sharon Stone für eine koksende Nymphomanin halten, die sich selbst verstümmelte, weil sie schon als Kind missbraucht wurde, unter Magersucht wie Männern litt und Wodka-geschwängert von einer Psychotherapie in den nächsten Selbstmordversuch wankte.“⁸³ Solch schonungslos harte, aber ehrliche Worte, an die Adresse des eigenen Berufsstandes gerichtet, sucht man bei der „SZ“ vergeblich.

Jennifer Nitschs Schicksal ist von einigen Medien als Mittel zum Zweck der Auflagensteigerung ausgeschlachtet worden. Als gebrochener Charakter war sie anscheinend der ideale Köder, um den Kaufreiz und das Publikumsinteresse aufrechtzuerhalten. Reporter unternahmen alles Erdenkliche, um in den intimsten Lebensbereichen der Schauspielerin zu stöbern. Es galt, die „deutsche Sharon Stone“ noch etwas länger am Leben zu erhalten – zumindest auf dem Boulevard.

⁸³ Tuma 2004, a.a.O., S. 69.

Kirchliche Krisenkommunikation: pathetisch und patriotisch

Deutschschweizer Radio-Predigten
vor und während des Zweiten Weltkriegs

In Kriegszeiten interessieren besonders die veränderten Inhalte und Merkmale massenmedialer Kommunikation, welche u. a. durch Propaganda und Zensur der Krieg führenden Länder beeinflusst werden. Wie sich die Krisen- und Kriegskommunikation während der Zeit des Nationalsozialismus im Schweizer Hörfunkprogramm manifestierte, wurde im Rahmen einer Lizentiatsarbeit am Fallbeispiel der Radio-Predigten untersucht.¹ Diese Sendung war damals ein wichtiger Programmpunkt, denn den Landeskirchen wurde als einzigen Institutionen in der Konzession der Schweizerischen Rundspruchgesellschaft (SRG) Sendezeit in Form von Radio-Predigten zugesichert. Eine Auswahl der Deutschschweizer Radio-Predigten, die der Landessender Beromünster ausstrahlte, wurde mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse untersucht. Die zentrale Forschungsfrage lautete: Welche Unterschiede sind in der Krisen- und Kriegskommunikation der Radio-Predigten vor und nach Ausbruch des Zweiten Weltkriegs festzustellen? Da das strukturelle Umfeld, in dem die zu untersuchenden Radio-Predigten entstanden, für eine Inhaltsanalyse entscheidend ist, musste zunächst die Geschichte dieses Sendeformats von 1925 bis 1945 erstmals aufgearbeitet werden.

Dieser Beitrag stellt zunächst theoretische Grundlagen vor, anschließend werden der mediale und der historische Kontext beschrieben sowie die Konzeption und die Methode des empirischen Teils erläutert. Abschließend folgen die Präsentation der wichtigsten Ergebnisse und das Fazit der explorativen Fallstudie.

Merkmale der Krisen- und Kriegskommunikation

Insbesondere seit dem ersten Golfkrieg sind die Merkmale und Funktionen massenmedialer Kommunikation in Krisen- und Kriegszeiten (vgl. z. B. Löffelholz 1993; Löffelholz 2004) sowie (staatliche) Propa-

1 Die gesamte Untersuchung erscheint als Publikation im August 2009 (unter neuem Namen der Autorin): Constanze Jecker: Sendungsbewusstsein. Kirchliche Kriegskommunikation und die Anfänge der Radio-Predigten in der Schweiz 1925–1945. Fribourg/Schweiz: Verlag Academic Press Fribourg (=Religion – Politik – Gesellschaft in der Schweiz, Band 49).

ganda- und Zensurtechniken (vgl. z. B. Bussemer 2005; Stoiber 2007; Zimmermann 2007) von großem Interesse, so dass sich jüngere Inhaltsanalysen vor allem auf Kriegskommunikation von 1990 an beziehen (vgl. Forschungsüberblick bei Eilders/Hagen 2005).

Kriegskommunikation bezeichnet Löffelholz als eine besondere Kategorie der Krisenkommunikation, da eine Krise in der Vorphase eines Kriegs beginnt und während des gesamten Gewaltkonfliktes bestehen bleibt (2004a, S. 48). Krisenkommunikation umfasst demnach die gesamte Kommunikation über und in Krisen und bezieht sich auf „gegenwärtige, akut ausgelöste oder schwelende krisenhafte Ereignisse“ (ebd., S. 49). Gemäß Imhof führen Krisen in der öffentlichen Kommunikation zur „Konstruktion von Kollektividentitäten bzw. zur Imagination von ‚Gemeinschaft‘ in der ‚Gesellschaft‘. Krisenphasen sind deshalb regelmässig Anlass zum historisierenden Eingehen auf die Geschichte“ und spülen Gründungsmythen wieder an die Oberfläche (Imhof 1996, S. 20, 32).

Charakteristisch für Kriegskommunikation ist eine Vermischung religiöser, moralischer und politischer Argumentationsebenen: „Der Feind wird verteufelt und die eigene Volksgemeinschaft unter den Machtschutz Gottes gestellt“ (Iten 1995, S. 15). Gerade in Kriegs- und Krisenzeiten werden religiöse Symbole und theologische Deutungsmuster auf die Nation bezogen, um sie zu einem Wert an sich zu stilisieren. „Deshalb lassen sich [...] verstärkt Tendenzen synkretistischer Verknüpfung alter christlicher Opfer- und Liebessemantik mit nationalpolitischen Imperativen beobachten“ (Graf 2000, S. 305).

Hinter der Vermischung religiöser und politischer bzw. nationalistischer Argumentationslinien steht die Konstruktion von Feindbildern. Mit Hilfe eines Schwarz-Weiß-Schemas werden dabei Religionen, Ethnien, politische und militärische Systeme oder Repräsentanten idealisiert und glorifiziert, während andere entsprechend abgewertet werden (Kunczik 2001, S. 97, 99). Feindbilder haben einen „stark negativierenden, polarisierenden, Komplexität reduzierenden und häufig auch personalisierenden Charakter“ (Staiger 2004, S. 165). Aufgebaut werden sie durch eine vereinfachende und verallgemeinernde Vorstellung über einzelne Menschen, Gruppen oder Nationen, indem sie mit negativ belegten Stereotypen in Verbindung gebracht werden (Klenner et al. 1993, S. 111). In diesem Zusammenhang werden die Akteure eines Kriegs mit Bewertungen versehen und als Helden, Schurken, Opfer, Tyrannen, Aggressoren oder Psychopathen bezeichnet (ebd., S. 115-121). Weitere Stereotype lassen sich in der Darstellung der Geschlechter finden: Während Männer als Kämpfer und Helden mit körperlicher Kraft, Tapferkeit und Mut dargestellt

werden, die Schmerz und Schmutz überleben, kommt den Frauen die Rolle der zu beschützenden Wesen und zu rettenden Opfer zu. Frauen werden als friedfertig dargestellt, weshalb sie in der Krisen- und Kriegsberichterstattung als im Hintergrund agierende Helferinnen dargestellt oder ganz negiert werden (Pater 1993, S. 98-101).

In der Kriegskommunikation ist zudem eine ausgesprochene Personalisierung des Kriegsgeschehens festzustellen: „Im Maße der Parteilergreifung werden die hervortretenden Personen glorifiziert oder dämonisiert und die Kollektivtypisierungen erscheinen im interpretativen Rahmen religiös, ethnisch oder kulturalistisch argumentierender Ideologien der Ungleichheit“ (Kunczik 1995, S. 96). Weitere Merkmale der Kriegskommunikation sind die starke Tendenz zur Historisierung der Gegenwart und zur Politisierung der Geschichte. Die Steuerung der Medien in Krisen- und Kriegszeiten geschieht durch Zensur sowie durch gezielte Desinformationen (ebd., S. 99, 212f.; Schmolke 1995, S. 196f.).

Persuasion durch religiöse und politisch (-ideologische) Propaganda

Von den zahlreichen Propaganda-Definitionen sei zunächst jene von Gerhard Maletzke erwähnt: „„Propaganda‘ sollen geplante Versuche heißen, durch Kommunikation die Meinungen, Attitüden, Verhaltensweisen von Zielgruppen unter politischer Zielsetzung zu beeinflussen“ (Maletzke 1984, S. 100). Diese Definition beschränkt sich allerdings auf politische Propaganda und greift bezüglich der vorliegenden Fragestellung zu kurz. Überzeugender ist daher, Propaganda als „eine Technik zur Akzeptanz angesonnener Verhaltensprämissen, bei der die kommunizierte Botschaft durch Reflexivisierung generalisierte Wahrheitsansprüche erzeugt, deren Akzeptanz durch Kommunikation latenter Sanktionspotenziale sichergestellt wird“ (Merten 2000, S. 161). Sinnvoll erscheint der Versuch einer sogenannten Super-Definition, die Bussemer entwickelt hat. Er definiert Propaganda „als die in der Regel medienvermittelte Formulierung handlungsrelevanter Meinungen und Einstellungen politischer oder sozialer Großgruppen durch symbolische Kommunikation und als Herstellung von Öffentlichkeit zugunsten bestimmter Interessen“, die sich durch die „Komplementarität vom überhöhten Selbst- und denunzierendem Fremdbild“ auszeichnet, und die „Wahrheit dem instrumentellen Kriterium der Effizienz unter[ordnet]. Ihre Botschaften und Handlungsaufforderungen versucht sie zu naturalisieren, so dass diese als selbstverständliche und nahe liegenden Schlussfolgerungen erscheinen“ (Bussemer 2005, S. 29f.).

Religiöse Propaganda ist aus theologischer Sicht Mission im Sinne einer „Beeinflussung, Werbung durch Wort oder Schrift in Verfolgung eines bestimmten Interesses“ (Reinbold 2000, S. 12). Diese richtet sich traditionell u. a. mittels Schriften und Ansprachen (Predigten) an Menschen der gleichen oder anderer Religion(en) oder Konfession(en) und bezweckt die Ausbreitung der eigenen Religionsgemeinschaft (Reinbold 2000, S. 13-15; Winter 2006, S. 272-278).

Im Vergleich dazu ist politisch-ideologische Propaganda „in der Regel auf den Gewinn oder den Erhalt von Macht orientiert“ und geht vom politischen System bzw. von einem politischen Akteur aus, der sich die Medien durch Gleichschaltung und Zensur gefügig macht und die Ideologie mit Handlungsaufforderungen verbindet (Bussemer 2005, S. 31). Während Kriegspropaganda kurzfristig angelegt und ein Teil der militärischen Taktik ist, will politische Kampagnen-Propaganda, wie z. B. die Wahlkämpfe der Nationalsozialisten in den 1920er und 1930er Jahren, die Ziele einer Partei oder Interessengruppe vermitteln (Bussemer 2005, S. 33f.).

Die Techniken der religiösen und politisch (-ideologischen) Propaganda zeigen große Parallelen, weil beide z. B. mit präzisen Verhaltensprämissen arbeiten (Merten 2000, S. 153f.) und gemeinschaftlich zelebrierte Rituale und öffentliche Versammlungen als Instrumente der Persuasion nutzen (ebd., S. 160). Parallelen treten auf, da totalitäre Ideologien – wie der Nationalsozialismus – politische Heilslehren sind, die viele Elemente aus der christlichen Tradition übernommen und in den politischen und sozialen Kontext gestellt haben (Lehmann 2004, S. 98, 103).

Laut Merten ist religiöse bzw. kirchliche Propaganda der politischen überlegen, da sich die skizzierten Konsequenzen bei Nichteinhaltung des verlangten Verhaltens nicht überprüfen lassen. Die politische Propaganda muss daher die angestrebte oder bereits erlangte Macht permanent stabilisieren (Merten 2000, S. 159). Religiöse Propaganda und politische Propaganda haben aber nicht nur eine ähnliche Struktur, sondern sie benutzen zum Teil auch die gleichen Instrumente, um die Rezipienten zu überzeugen (ebd., S. 160). Arnold kritisiert den Begriff politische Propaganda in diesem Zusammenhang als ungenau und bevorzugt den der ideologischen Propaganda. Diese Konkretisierung ist sinnvoll, denn Ideologien, verstanden als universalistische Wertsysteme – wie etwa Faschismus, Nationalsozialismus – betrachten sich als wahr und bekämpfen andere Wertsysteme als falsch, weshalb Propaganda als ideologische Kommunikation nicht an einer pluralen und diskursiven Öffentlichkeit interessiert sei (Arnold 2003, S. 74, 76).

Die wichtigsten Propaganda-Techniken sind identisch mit den weiter oben genannten Instrumenten der Krisen- und Kriegskommunikation. Kennzeichen von Propaganda sind darüber hinaus der Gebrauch von (Sprach-) Bildern, semiotischen Kopplungen (z.B. „Juden sind geizig“) und die Verfälschungen von Fakten (Bussmer 2005, S. 30). Ein weiteres wichtiges Merkmal zum Zweck der Manipulation ist die Erfindung von Schlagworten, die allgemein verbreitet werden und eine „vage deskriptive Bedeutung und eine intensive emotionale Bedeutung besitzen“ (Kunczik 1990, S. 72f.). Schlagworte, die ein Feindbild aufbauen helfen, sind z.B. heiliger Krieg, Kreuzzug, kommunistische und jüdisch-bolschewistische Verschwörung (ebd., S. 74f.).

Schweizer Hörfunk: Zur Unparteilichkeit verpflichtet

Neben den theoretischen Grundlagen spielten für die geplante Inhaltsanalyse der mediale und historische Kontext eine wichtige Rolle, um die Ergebnisse interpretieren zu können. Es werden deshalb wichtige Erkenntnisse der bisherigen Forschung vorgestellt.

Bereits seit den Anfängen des Hörfunks in den 1920er Jahren wurde das privatrechtlich organisierte Radio in der Schweiz von den politischen Instanzen kritischer beobachtet als die Presse (Drack 1996, S. 77-96). Der sogenannte Rundspruchdienst hatte die Landesinteressen zu verfolgen und die Unparteilichkeit zu wahren (§ 9 Konzession SRG 1931, 1936). Nachdem es gegen die konzessionsgebundene Neutralität wiederholt Verstöße gab, wurde der gesamte Vortragsdienst, zu dem auch die Radio-Predigten gehörten, ab Juni 1933 unter Vorzensur gestellt (Schade 2000, S. 332-340). Am Tag des Kriegsausbruchs wurde mit dem Pressenotrecht die Zensur aller Medien eingeführt, für die die Abteilung Presse und Funkspruch (APF) zuständig war, die eine Reihe von Sanktionsmöglichkeiten wie Verwarnung, Konfiskation, Vorzensur und vorübergehende oder dauernde Betriebseinstellung entwickelte (Ihle 1997, S. 94-99; Kreis 1973, S. 59). Einen Tag nach Kriegsausbruch wurde die Konzession der privatrechtlich organisierten SRG außer Kraft gesetzt, so dass nun die APF-Sektion Radio einzelne Textstellen zensieren, ganze Sendungen verbieten und durch Abhören (Nachkontrolle) überwachen konnte (Halter-Schmid 1979, S. 62f., 128). Der Leiter der Sektion Radio, Kurt Schenker, der gleichzeitig Direktor des Studios Bern war, zeigte sich überzeugt, dass das Radio in Krisenzeiten die Rolle einer defensiven psychologischen Kriegswaffe zu übernehmen habe (ebd., S. 107). Diese Überzeugung entsprach der sogenannten Geistigen Landesverteidigung, die von der Schweizer Regierung und der Rundfunkgesellschaft

propagiert wurde; sie sollte durch die Rückbesinnung auf die helvetische Kultur den Willen zur politischen Unabhängigkeit in der Bevölkerung stärken und so den nationalsozialistischen Totalitarismus abwehren helfen (Jorio 2005).

Konfessionelle Presse: Zwischen Anpassung und Auflehnung

Ähnlich wie die konfessionelle Presse in Deutschland (vgl. z.B. Rosenstock 2002, S. 83-135) reagierten auch die kirchlich geprägten Blätter in der Schweiz unterschiedlich auf den Nationalsozialismus. Das „Vaterland“ beispielsweise, damals die bedeutendste Schweizer katholische Tageszeitung (Zollinger 1991, S. 319-329), stand dem Nationalsozialismus nach Hitlers Machtergreifung zunächst positiv gegenüber, da sie dessen Kritik am Liberalismus und Marxismus teilte (Altermatt 1999, S. 212; Imhof 1999, S. 459f.). Diese Haltung änderte sich mit den Judenverfolgungen in Deutschland (Huber 1989, S. 296). Die katholische Wochenzeitung „Schildwache am Jura“ fiel hingegen durch ihren radikalen Antisemitismus auf. Zu ihren Gründern und Redakteuren gehörte Pfarrer Robert Mäder, der auch als Radio-Prediger tätig war. Mäder verteufelte die Juden geradezu, indem er sie 1929 mit biblischen Figuren wie Judas und Kain gleichsetzte (Altermatt/Metzger 1998, S. 43, 48, 66).

Es ist festzustellen, dass die Haltung in der katholischen Presse nach den ersten Judenverfolgungen differenzierter wurde: Die große Mehrheit der katholischen Journalisten verurteilte die Judenverfolgungen grundsätzlich, während sie „in den allermeisten Fällen im Sinne des sozialen Antisemitismus eigene judenfeindliche Stereotype anbrachte“ (Altermatt 1999, S. 212). So zeigten katholische Journalisten durchaus Verständnis für die Ausschreitungen in Deutschland – auch wenn sie ihnen zu gewalttätig und radikal waren – und führten die Unruhen auf das „dekadente“ Judentum zurück (ebd., S. 212).

Eine zentrale Figur der protestantischen Publizistik war der Theologe Leonhard Ragaz, der als religiöser Sozialist die Zeitschrift „Neue Wege“ redigierte (Kocher 1996, S. 411). Ragaz berichtete schon 1933 detailliert über antisemitische Aktionen in Deutschland, wandte sich gegen die Politik der Schweizer Regierung und setzte sich für die Aufnahme jüdischer Flüchtlinge ein (ebd., S. 413). Im Gegensatz dazu begrüßte der freisinnige Pfarrer Hans Baur, der das kirchlich-liberale „Schweizerische Protestantenblatt“ leitete, die nationalsozialistische Machtergreifung, zeigte 1933 Verständnis für die Repressalien gegen die deutschen Juden und verklärte Hitler, da dieser seiner Meinung

nach die Einheit des Vaterlandes, der Religion und der Kirchen förderte (Kuhn 2003, S. 31f.; Kocher 1996, S. 400).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die katholischen Blätter grundsätzlich politischer und konservativer waren als die evangelisch-reformierten (Conzemius 2001; Kocher 1996). Einzelne konfessionelle Blätter kamen wegen ihrer politischen Kritik in Konflikt mit den Schweizer Zensurbehörden und mussten vorübergehende Vorzensurmaßnahmen bzw. Publikationsverbote hinnehmen (Stocker 1987; Ihle 1997). Während die reformierten Publizisten gegen diese Maßnahmen protestierten, sind von katholischen keine Interventionen bei den Zensurbehörden bekannt (Käser-Leisibach 1994; Kocher 1996).

Wie die konfessionell geprägte Presse so hatten auch die Kirchen in der Schweiz eine heterogene Haltung zu den nationalsozialistischen Ideen und zum Antisemitismus. Die römisch-katholische Kirchenleitung nahm das erste Mal zum Nationalsozialismus Stellung, als der St. Galler Bischof Scheiwiler 1937 den Nationalsozialismus öffentlich als Rassismus und Verabsolutierung des Staates verurteilte, ohne dabei jedoch Hitler-Deutschland explizit zu erwähnen (Bischof 2001, S. 471). Altermatt stellt zur damaligen politischen Haltung fest: „In der katholischen Schweiz trugen die Mehrheit der Pfarrer, Universitätstheologen, Publizisten und Politiker den allgemeinen ‚Überfremdungs‘-Diskurs mit, jedenfalls protestierten sie kaum gegen die ‚Überfremdungs‘-Phobie“ (Altermatt 1999, S. 136). Für viele Katholiken war die „Judenfrage“ allerdings nicht eine rein politische, sondern eine religiöse, da die Juden für die Kreuzigung Jesu verantwortlich gemacht wurden (Späti 1999).

Nationalsozialismus: Skepsis der Reformierten

Der prominenteste Vertreter, der sich in der evangelisch-reformierten Kirche gegen Nationalsozialismus und Antisemitismus engagierte, war der damals in Deutschland lebende Basler Theologieprofessor Karl Barth (Conzemius 2001a, S. 404), der sich bereits 1933 öffentlich mit den Juden solidarisierte (Rusterholz 1991, S. 95). Auch der Schweizerische Evangelische Kirchenbund (SEK) verfasste 1934 eine Erklärung, in der er sich dezidiert von der NS-Ideologie abgrenzte und eine Gemeinschaft des Blutes ablehnte, da sie mit dem reformierten Glauben unvereinbar sei (Rusterholz 1991, S. 95f.). Die genannten Beispiele dürfen jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass der christliche Antijudaismus in der reformierten Kirche tief saß. Die Ablehnung des Judenhasses schloss nicht aus, dass Pfarrer den Holocaust rechtfertigten, indem sie das Leiden der jüdischen

Menschen mit deren Ablehnung von Jesus Christus erklärten (Jehle-Wildberger 2001, S. 143f.). Die Unabhängige Expertenkommission Schweiz–Zweiter Weltkrieg (UEK) weist darauf hin, dass sich beide großen Schweizer Landeskirchen bei der Flüchtlingshilfe zwar stark engagierten, jedoch primär Menschen der eigenen Konfession halfen, während sie sich für jüdische Flüchtlinge erst im Laufe der Zeit engagierten (UEK 2002, S. 143).

Geistige Landesverteidigung: Patriotismus der Katholiken

Die Idee zur Geistigen Landesverteidigung übernahmen beide großen Landeskirchen, wenn auch unterschiedlich stark, indem sie die christliche Tradition der Schweiz betonten (Käser-Leisibach 1994, S. 141-159). Vor allem für römisch-katholische Kirchenführer waren Geistige Landesverteidigung und Glaube ein scheinbar homogenes Gebilde (UEK 2002, S. 76). Während des gesamten Kriegs setzten sich die Bischöfe insbesondere für die Erhaltung der christlichen Familie, des christlichen Staates und die Achtung vor der Autorität der Kirche, der Familie und des Staates ein (Bischof 2001, S. 476). Einen Höhepunkt erlebte die Geistige Landesverteidigung der Katholiken 1941, als 8000 katholische junge Männer unter der Leitung zahlreicher Geistlicher und Zentralschweizer Regierungsvertreter eine Fahrt zum Rütli unternahmen (Lang 2001, S. 429). Der Historiker Altermatt sieht die Schweizer Katholiken im Schmelztiegel der Geistigen Landesverteidigung, der Mobilmachung der Kriegsjahre und der helvetischen Konkordanz: „Die Parteieliten, die Vereinsführer und der Episkopat zeichneten sich in der Weltkriegszeit durch einen prononcierten Patriotismus aus, der die Behörden auf allen Ebenen unterstützte“ (Altermatt 1994, S. 21).

Im Gegensatz dazu blieb ein Teil der evangelisch-reformierten Theologen lange Zeit gegenüber der Geistigen Landesverteidigung skeptisch (Sibold 2002, S. 16-23). Sie fragten sich, ob Verfolgungen, wie sie die oppositionelle „Bekennende Kirche“ in Deutschland erlebte, ebenso in der Schweiz möglich wären (Binnenkade 1999, S. 20). Skeptisch zeigte sich auch der SEK-Vorstand: Er sah die „wahre Landesverteidigung [...] in der rechten Verkündigung des Evangeliums“, denn der SEK fürchtete, dass der „christliche Glaube zu einer Art Vaterlands-Religion säkularisiert“ werden könnte (SEK 1939, S. 7). Schließlich ließ sich der Protestantismus doch auf die Geistige Landesverteidigung ein, weil die Mehrheit der Kirchenvertreter in der politisch bedingten Aufwertung des christlichen Glaubens eine Chance sah, die protestantische Stellung zu stärken (Binnenkade 1999, S. 20).

Fallstudie: Konzeption der beiden Untersuchungsschritte

Da über Schweizer Radio-Predigten für den Untersuchungszeitraum weder eine deskriptive (medien-)historische noch eine inhaltsanalytische Arbeit vorlag, wurde in einem ersten Teil der empirischen Fallstudie das strukturelle Umfeld der Radio-Predigten aufgearbeitet. Dazu wurden in Rundfunk-, Staats- und Kirchenarchiven Dokumente recherchiert und analysiert (zur Methode vgl. Bobrowsky/Langenbucher 1987; von Brandt 1998). Dieser Teil der Untersuchung, der sich auf die Zeit von 1925 bis 1945 bezieht, dokumentiert, wie die Volkskirchen die Radio-Predigten organisierten, auf welchen rechtlichen Grundlagen diese kirchlichen Reden basierten und welche Resonanz die Radio-Predigten in der Öffentlichkeit auslösten. Weitere untersuchte Aspekte sind die Konkurrenz zwischen den Konfessionen sowie Konflikte zwischen der reformierten Kirche und den Rundfunkbehörden, die wegen der staatlichen (Vor-) Zensur entstanden.

Vor diesem Hintergrund wurde im zweiten Teil das Kategoriensystem der explorativen Inhaltsanalyse wie üblich deduktiv entwickelt und induktiv ergänzt (Mayring 2003; Schönhagen/Nawratil 2008). Aus zwei Gründen bot sich diese Untersuchungsanlage an: Erstens gab es keinerlei Untersuchungen zu den Inhalten der Radio-Predigten im besagten Zeitraum, und zweitens legte die damalige Praxis der Vorzensur nahe, dass eine qualitative Inhaltsanalyse aussagekräftigere Resultate erzielen würde als eine quantitative. Das Untersuchungsraster bestand aus 37 Kategorien, die zwischen universalen, sprachlichen und religiösen Propaganda- und Kriegskommunikationstechniken unterschieden. Da keine Tonaufnahmen zur Verfügung standen, wurden die Sendungsmanuskripte analysiert. Ursprünglich war geplant, Manuskripte aus den drei Deutschschweizer Radiostudios zu berücksichtigen, um die Zensurpraktiken der regionalen Radiodirektoren vergleichen zu können. Nach eingehenden Recherchen erwies sich dieser Vergleich jedoch als unmöglich, da die Archivbestände in den Radiostudios Zürich und Basel extrem lückenhaft sind. Deshalb wurden ausschließlich Predigten analysiert, die im Studio Bern produziert wurden, so dass die Grundgesamtheit der Studie die dort archivierten 211 Radio-Predigt-Manuskripte bildeten, die im Zeitraum 1933 bis 1945 aus Bern über den Deutschschweizer Landessender Beromünster ausgestrahlt wurden.

Die Fallauswahl erfolgte theoriegeleitet, d.h. sie orientierte sich einerseits an historischen Eckdaten und andererseits an einem breiten Spektrum von Einzelfällen (Saxer 1987, S. 71). Als Stichjahr vor Kriegsbeginn wurde 1938 ausgewählt, da dieses Jahr als Anfang der

Ära der Geistigen Landesverteidigung gilt (Kaestli 2005, S. 265, 273). Während des Kriegs wurde mit 1940 ein Jahr ausgewählt, in dem die Bedrohungslage für die Schweiz extrem groß war, weshalb die Geistige Landesverteidigung ihren Höhepunkt im Radioprogramm erreichte (Mäusli 1998, S. 336). In beiden Jahren wurden jeweils acht Predigten untersucht, die die Konfessionen paritätisch berücksichtigten. Für jede Predigt wurden die 37 Kategorien mit Hilfe von Excel-Tabellen erfasst. Auf dieser Basis wurden die wichtigsten Merkmale jedes Manuskripts zusammengefasst. In einem nächsten Schritt wurden die Merkmale unter Berücksichtigung der theoretischen Grundlagen und des historischen und medialen Kontextes interpretiert.

Ergebnisse I: Konzession und Zensur – Sonderstellung der Kirchen

Die Ära der Radio-Predigten begann im Schweizer Hörfunk regional verschieden: Der Sender in Lausanne strahlte ab Anfang 1924 sonntags Predigten auf Französisch aus (Radioklub 1924), in Zürich wurde die erste Radio-Predigt am Karfreitag 1925 (RG Zürich 1925) und in Bern drei Tage nach Sendestart im November 1925 gesendet (Schenker 1973, S. 20).

Als im Jahr 1931 die Schweizerische Rundspruchgesellschaft (SRG) als nationale Rundfunkorganisation gegründet wurde und die erste SRG-Konzession in Kraft trat, erhielten die religiösen Sendungen der Landeskirchen eine rechtliche Absicherung und somit einen Vorteil gegenüber anderen religiösen, politischen und wirtschaftlichen Institutionen. Die Kirchen waren nicht nur die einzigen namentlich erwähnten Organisationen in der Konzession, sondern auch die einzigen Institutionen, denen die Konzession Sendezeit (für Predigten) zusicherte (§ 10 Konzession SRG 1931). Erneut eine bevorzugte Stellung erhielten die Landeskirchen, als ab Juni 1933 die Texte geschichtlicher, religiöser und wirtschaftlicher Vorträge der Vorzensur unterlagen. Denn Manuskripte mit religiösen Inhalten waren die einzigen, welche die Radiodirektoren nur im Zweifelsfall vom Vorstandsdelegierten genehmigen lassen mussten. Alle anderen Manuskripte mussten diesem obligatorisch zur letzten Kontrolle vorgelegt werden (Schade 2000, S. 336f.).

Die römisch-katholische Radiokommission des Schweizerischen Katholischen Volksvereins (SKVV) beschäftigte sich an einer Sitzung mit der Frage der Zensur. Hermann Odermatt, Präsident der SKVV-Radiokommission und Redakteur der „Neuen Zürcher Zeitung“, stellte fest, dass „eine gewisse Scheu vor der Einsendung und Zensur der Manuskripte“ bestehe (SKVV 1933).

Für die evangelisch-reformierte Landeskirche war die Zensur der Radio-Predigten ein großes Problem. Immer wieder beschäftigten sich die Gremien mit der Einschränkung ihrer Meinungs- und Redefreiheit am Radio. Ein Hauptargument war, dass es sich bei der „Verkündigung des Evangeliums [...] um eine so wichtige Angelegenheit [handelt], dass sie nicht unter eine Zensur gestellt werden kann“ (SEK 1935, S. 44). Drei Jahre später hatte sich die Haltung der Reformierten geändert: „Die Zensur ist für die Kirche sehr schwer tragbar, doch lässt sie sich nicht ganz vermeiden, da die Radiokonzession es dem Rundfunk zur Pflicht macht, dafür besorgt zu sein, konfessionelle und politische Polemik auszuschalten“ (SEK 1938, S. 30). Und im Juni 1939 heißt es: „Eine Zensur über Fragen des Taktes kann akzeptiert werden, nicht aber über Fragen der Lehre“ (SEK 1939, S. 46).

Die reformierten Kirchengremien wehrten sich dennoch auch während des Kriegs gegen die Manuskriptkontrolle und hielten gegenüber der SRG-Direktion an ihrem Recht auf die „Freiheit der Evangeliumsverkündigung“ fest (SEK 1940, S. 12). Die Radiokommission intervenierte des Weiteren durch den SRG-Generaldirektor beim zuständigen Bundesrat Pilet-Golaz, der beschloss, „den Kirchen entgegen[zu]kommen [...], d.h. dass die freiheitlichen Regelungen von Lausanne, Neuenburg und Zürich nicht angetastet werden sollen“ (Koechlin 1940). Briefwechsel zwischen dem Berner Radiodirektor Schenker und reformierten Pfarrern zeigen, dass dieser wiederholt die vorab eingesandten Manuskripte ablehnte und von den Radio-Predigern verlangte, geplante außenpolitische Äußerungen, konfessionelle Kritiken und Flüchtlingsaussagen zu streichen – was sie auch taten (Lanz 1942). Selbst bei der Themenwahl waren die Prediger im Studio Bern nicht immer frei, so dass Schenker bei den Reformierten als konsequentester Vorzensor unter den regionalen Radiodirektoren galt (Koechlin 1940).

In der Presse riefen die religiösen Reden im Hörfunkprogramm mitunter großes Echo hervor. Für die „Schaffhauser Zeitung“ waren die Radio-Predigten z. B. keine Konkurrenz für die sonntäglichen Gottesdienste: „Im Gegenteil. Durch das Radio erreichen wir Ungezählte, die in ihrem Leben nie von Religion noch weniger von katholischer Religion gehört haben“ (N. N. 1930a). Auch über Kurt Schenker fallen in diesem Artikel nur positive Worte: „Es ist erfreulich, dass gerade die Radiostation Bern mit ihrem verdienten und liebenswürdigen Direktor [...] uns Katholiken gerecht zu werden sucht“ (N. N. 1930a). Die paritätische Verteilung der katholischen und reformierten Radio-Predigten war in den „Neuen Berner Nachrichten“ ebenfalls ein Thema. Die Zeitung kritisierte, dass die katholische Bevölkerung von der

Regionalgenossenschaft Bern „gerade bei Festtagen sehr stiefmütterlich behandelt“ würde, und war überzeugt, dass die Katholiken eine „bessere Behandlung“ verdient hätten (N.N. 1930b). Ausschließlich lobende Worte über die katholischen Radio-Predigten fand ein Redakteur der „Thurgauer Volkszeitung“. Seiner Meinung nach waren die religiösen Reden „vorzügliche christlich-tiefe und praktisch-wertvolle Ansprachen, die sehr zu beachten und zu beherzigen waren“ (N. N. 1931).

1944 solidarisierten sich verschiedene reformierte Kirchenzei- tungen mit der Forderung der Kirchenleitungen nach mehr Sende- zeit und thematisierten die Radio-Predigten in ihren Publikationen (N.N. 1944a). So rief z.B. die Berner Zeitschrift „Der Säemann“ seine Leserschaft auf, zu den Predigt-Sendungen Stellung zu nehmen und publizierte ausgewählte Zuschriften der Radiohörer und -hö- rerinnen, die die Predigten lobten und mehr Predigten forderten, weil es die Aufgabe des Radios sei, die geistige Kraft der Bevölkerung zu stärken (N. N. 1944b).

Ergebnisse II: Politisierung und Metaphorik – Krieg als „Gerichtszeit“

Die qualitative Inhaltsanalyse der Predigt-Manuskripte ergibt eine Reihe von Unterschieden in der Kommunikation vor und nach Aus- bruch des Zweiten Weltkriegs. Nachfolgend werden wichtige Er- gebnisse ausgewählter Kategorien präsentiert, wobei zunächst die Krisen- mit der Kriegskommunikation und dann die evangelisch- reformierten mit den römisch-katholischen Radio-Predigten ver- glichen werden.

Grundsätzlich ist festzustellen, dass Aussagen über aktuelle (ge- sellschafts-) politische Themen in ihrer Intensität mit wachsender Bedrohung des Landes zunahmen. Vor Kriegsausbruch thematisier- ten die Prediger beider Konfessionen mehrfach agrar- und sozialpo- litische Themen, die hohe Arbeitslosigkeit und daraus entstehende soziale Probleme. Außerdem verwiesen sie 1938 wiederholt auf die angespannte Weltlage und auf die Gefahr eines bevorstehenden Kriegs. Gleichzeitig machten sie deutlich, dass die Schwierigkei- ten nur mit Hilfe des christlichen Glaubens nachhaltig und friedlich zu lösen seien (de Chastonay 1938; Ludwig 1938; Mathis 1938; Pfister 1938). Dies bestätigt bisherige Studien, wonach beide Volks- kirchen angesichts eines drohenden Kriegs zu Gebeten für den Frieden aufriefen.

Nach Kriegsausbruch dominierten die Themen Krieg und Wirtschaft die aktuellen Bezüge der Theologen. Der Krieg wurde ausschließlich

bedrohlich dargestellt, wie das folgende Beispiel veranschaulicht: „Mit allen sein[en] unausdenkbaren Schrecken tobt in unserm armen Europa der Krieg, ein Volk um das andere ist [im] Laufe dieses Jahres in den furchtbaren Wirbel mit hineingerissen worden, auch um unsere Gren[ze] her hat der eiserne Ring sich geschlossen, da Krieg ist auf allen Seiten um uns her“ (Oettli 1940). Im Jahr 1940 dominierte das Kriegsgeschehen als aktuelles politisches Thema die untersuchten Predigten. Dennoch blieben die Kampfhandlungen und ihre Folgen angesichts der extremen Bedrohungslage vergleichsweise ein Randthema, dem sich die Theologen in Anbetracht der Vorzensur vorsichtig formulierend näherten. Eine Folge der Vorzensur und des Neutralitätsgebots war wohl auch, dass die Prediger Themen wie die Schweizer Flüchtlings- und Neutralitätspolitik sowie die Repressionen gegen die deutschen Kirchen tabuisierten, während (kirchliche) Zeitungen diese Themen zum Teil (kritisch) aufgriffen.

Die Prediger kompensierten die vorgeschriebene politische Neutralität mit einer ausdrucksvollen Kriegsmetaphorik, um ihre Kritik an den Gewaltanwendungen indirekt und emotional verbalisieren zu können. In dieser Kriegsmetaphorik sind häufig Vergleiche mit Naturgewalten (z.B. Feuersbrunst, Erdbeben, Flut) sowie die Vermenschlichung der Erde („die Gestalt dieser Erde vergeht“) oder ganzer Staatssysteme („dann stirbt die staatliche Autorität“) zu finden (Oettli 1940; Simonett 1940). Der Krieg wurde als „Gerichtszeit“ interpretiert, als ein „gigantischer Kampf um diese Heimat Erde“ oder als „Kampf aller gegen alle“ bezeichnet (Pfister 1940; Simonett 1940; Meier 1940). Obwohl der Zweite Weltkrieg mit Formulierungen wie „Zeit der Umwälzung“, „Stunde der Not und Gefahr“ oder „die rohe Macht und brutale Gewalt [feiert] Triumphe“ umschrieben wurde, verzichteten die Theologen überwiegend auf die Suche nach Schuldigen für die „Gefallenen [...] auf den Schlachtfeldern“ (de Chastoney 1940; Ronner 1940). Vielmehr drückten sie ihre Befürchtung aus, dass „wir fortan als Volk zerstückelt und verstümmelt“ sein könnten (Ronner 1940).

Heterostereotype und Feindbilder: „Ungläubige“ Juden

Bei den Heterostereotypen, also den Stereotypen über andere Gruppen, fällt auf, dass Juden und sogenannte (Neu-) Heiden negativ ins Licht gerückt wurden: Beide Gruppen titulierte die Prediger als „Ungläubige“ (Ronner 1938; Reinert 1938; Chastoney 1938; Ludwig 1938). Die Juden wurden 1938 insbesondere von einem reformierten Theologen zum Feindbild stilisiert. Dieser berief sich dabei auf die Bibel und umschrieb das „Judenvolk“ als dasjenige, welches den

Messias ablehnte, einen sakralen Raum entweihte und für die Ermordung von Jesus verantwortlich war. Aufgrund dieser Tatsache, so der Prediger, wären „die Juden“ selbst Schuld an den Repressionen, die sie zu erleiden hatten (Ludwig 1938).

Die Ergebnisse bezüglich des jüdischen Feindbilds stimmen mit den Resultaten anderer Studien überein, gemäß denen es in den Schweizer Kirchen seit den 1920er Jahren antisemitische bzw. biblisch begründete antijudaistische Tendenzen gab. Offenbar hielt der zuständige Berner Radiodirektor, Kurt Schenker, die Anfeindungen 1938 für unproblematisch, da sie zum einen den Religionsfrieden zwischen den beiden Volkskirchen nicht gefährdeten und sie zum anderen nicht die Nationalsozialisten in Deutschland provozierten.

Erstaunlich ist allerdings, dass der zuständige Studiodirektor das skizzierte Feindbild trotz des religiösen Neutralitätsgebots auch 1940 nicht zensierte. Allerdings wurden die Prediger bezüglich ihrer Kommentare über die Juden während des Kriegs moderater: Erstens wurden sie nicht mehr als diejenigen gebrandmarkt, die den Messias verraten hatten, und zweitens wurden – statt einer Abgrenzung – Parallelen zwischen den Christen und dem Volk Israel gesucht (Ronner 1940; Oettli 1940). Lediglich ein Prediger stellte „die Juden“ im Zusammenhang mit der Kreuzigung als diejenigen dar, welche Jesus wegen Gotteslästerung verurteilt hatten, wobei er sie als wütend, ungestüm und mit „hemmungslosem Hass erfüllt“ beschrieb und damit zum Feindbild stilisierte (de Chastonay 1940). Im untersuchten Kriegsjahr tolerierte Schenker das jüdische Feindbild wohl auch wegen der veränderten Terminologie: Denn die Theologen verzichteten fast vollständig auf den Begriff „Juden“ und wichen auf Formulierungen wie „Volk Gottes“ oder „Volk Israel“ aus.

Geschlechterstereotype: „Kraftvolle“ Soldaten, „sorgende“ Mütter

Der Vergleich der Radio-Predigten vor und während des Kriegs zeigt markante Veränderungen hinsichtlich der Geschlechterstereotypen: Der Mann wurde 1938 in Zusammenhang mit seiner Berufstätigkeit (Mathis 1938) insbesondere als Bauer dargestellt, der als Folge der grassierenden Maul- und Klauenseuche den Verlust vieler Tiere hinnehmen musste, dennoch die Hoffnung und den Glauben an Gott nicht aufgab und von seiner Familie unterstützt wurde (Weingartner 1938). 1940 sprachen die Prediger wesentlich häufiger und ausführlicher von Männern, die z.B. erfolgreich in einem prestigereichen Beruf tätig waren (Steiner 1940). In anderen Kriegs-Predigten traten Männer als Väter auf, die ihre Kinder erzogen und finanziell versorgten sowie über Generationen das „Schweizer

Gemeinwesen aufgebaut“ hatten (Kasser 1940; vgl. auch Oettli 1940). Des Weiteren wurden Männer 1940 vor allem als „kraftvolle“ Soldaten beschrieben, welche zu Opfern bereit waren, „Kraft und Wille“ zur „opferstarken Vaterlandsliebe“ hatten und unermüdlich an der Schweizer Grenze Wache standen, um Frauen und Kinder zu beschützen (Ronner 1940; Oettli 1940; Meier 1940). Eine Glorifizierung des Schweizer Soldaten fand statt, als an das Standbild des Soldaten erinnert wurde, welches an der Schweizer Landesausstellung zu sehen war (Pfister 1940).

Während des Kriegs verschoben sich die Geschlechterstereotype in Richtung der traditionellen Geschlechterrollen. Dies zeigt sich u. a. daran, dass Frauen als Akteure marginal vorkamen; sie wurden nur in drei der untersuchten Predigten erwähnt. Dabei wurde die Frau einmal als diejenige dargestellt, welche für die Aufrechterhaltung der Moral zuständig war (Oettli 1940). Im zweiten Fall wurden Frauen als Mütter erwähnt, die „mit tausend Sorgen“ zu Hause saßen, weil ihre Männer Schweizer Soldaten waren (Meier 1940), und schließlich wurde „die Frau“ kurz als „tüchtig“ charakterisiert (Steiner 1940). Schon vor Kriegsbeginn 1938 spielten Frauen in den Predigten eine marginale Rolle und wurden gemäß damals üblichen Klischees dargestellt: Entweder lebte eine Frau in einem „oberflächlichen Gesellschaftsbetrieb“ und schien keine anderen Sorgen zu haben, als sich mit ihren Freundinnen zu treffen, oder aber sie war eine „verweinte, traurige“ Putzfrau, die von ihrer Chefin mit Widerwillen und Abscheu betrachtet wurde (Burri 1938).

Die beschriebenen Stereotypisierungen der Geschlechter, die die Radio-Prediger vor und während des Kriegs benutzten, bestätigen die Erkenntnisse anderer Studien insofern, dass im Rahmen der Geistigen Landesverteidigung ein äußerst konservatives Frauenbild vermittelt wurde, was den Kirchenvertretern aufgrund ihres traditionellen Rollenverständnisses von Mann und Frau ohnehin entsprach. Dieses Ergebnis wiederum bestätigt die Ansätze der Krisen- und Kriegskommunikation, wonach traditionelle Werte in Kriegszeiten an Bedeutung zunehmen.

Patriotismus: Emotionale Katholiken, sachliche Reformierte

Aufschlussreiche Ergebnisse zeigt die Analyse der Kategorie Patriotismus. Der Patriotismus der katholischen Radio-Prediger entspricht der Haltung ihrer Kirchenleitung, die sich anlässlich des Dank-, Buß- und Bettags 1938 pathetisch zur Autorität des Staates geäußert hatte. Im gleichen Jahr priesen die katholischen Prediger im Hörfunk die christliche Kultur und Religion „unserer lieben Heimat“ als Grund-

kräfte des „Schweizertums“, die es zu schützen galt; sie riefen Künstler dazu auf, die Alpen in ihren Liedern zu thematisieren und unterstrichen die traditionelle Schweizer Agrargesellschaft (de Chastonay 1938; vgl. auch Mathis 1938; Weingartner 1938). Im untersuchten Kriegsjahr steigerte sich der katholische Patriotismus, d. h. er wurde häufiger, umfassender und emotionaler geäußert. So wies ein Prediger stolz auf die Eingangsworte der Verfassung („Im Namen Gottes, des Allmächtigen“) und damit auf die christlich fundierte Demokratie der Schweiz hin, während ein anderer die schöne Topografie des Landes und die besondere Heimatverbundenheit der Schweizer hervorhob (de Chastonay 1940; Simonett 1940).

Demgegenüber verzichteten die Reformierten vor Kriegsausbruch vollständig auf patriotische Töne, während sie im Krieg ihre Vaterlandsiebe vor allem durch Dankbarkeit ausdrückten. Sie dankten Gott für die militärische „Beschützung des Heimatlandes“, für die „Ruhe, Weisheit und [den] starken Arm“ des Bundesrats, und sie dankten „unserer Obrigkeit, [...] unserer Armee vom General bis hinunter zum Landwehrmann, die Tag und Nacht für uns gewacht haben“ (Pfister 1940; Oettli 1940). Die reformierten Radio-Prediger verhielten sich demnach ähnlich wie ihre Kirchenleitungen.

Am größten zeigt sich der konfessionelle Unterschied in puncto Patriotismus anhand jener zwei Predigten, die am Betttag 1940 gehalten wurden, als die Schweiz von feindlichen Kriegsmächten eingeschlossen war: Der reformierte Theologe brachte seine Dankbarkeit gegenüber der Armee und der Regierung zum Ausdruck und verwies auf die „Ordnung, die Unabhängigkeit, den starken stolzen Freiheitswillen, die unser kleines Land groß machten, die die Schweiz erst zur Schweiz gemacht haben“ und fragte sich gleichzeitig sorgend, ob dies angesichts der weltpolitischen Situation wohl so bliebe (Oettli 1940). Derweil wählte der katholische Kollege am selben Tag wesentlich emotionalere Worte. Für ihn war „unser geliebtes, gemeinsames Vaterland“ eine „helle Freude im Frieden“ und „unsere gemeinsame Sorge im Krieg“ (Meier 1940). Er rief ferner die „vaterlandsliebenden Eidgenossen“ zu „opferstarke[r] Vaterlandsiebe“ auf und hoffte, dass die „politische Freiheit und christliche Kultur unserem herrlichen Land erhalten“ bleibe (Meier 1940).

Bisherige historische Untersuchungen lassen den Schluss zu, dass die Betonung der Vaterlandsiebe und des demokratischen Staatswesens den Vorstellungen der SRG-Direktion und des Berner Studiodirektors Schenker entsprach. Patriotische Predigten waren zudem im Sinne des Bundesrats, der das Hörfunkprogramm als wichtiges Mittel der Geistigen Landesverteidigung ansah.

Resümee

Die Radio-Predigten waren, das zeigt die erstmals aufgearbeitete Geschichte der Sendung, seit den 1930er Jahren ein rundfunkpolitisch wichtiger und in der Öffentlichkeit populärer Programmpunkt im Schweizer Rundfunk. Auffallend ist, dass prominente reformierte und katholische Theologen, welche sich an öffentlichen Veranstaltungen und in anderen Massenmedien pointiert gegen die Schweizer Politik und die Judenverfolgungen der Nationalsozialisten wandten, nicht im Radio predigten. Eine Erklärung ist, dass sie wohl das Neutralitätsgebot verletzt bzw. sich der Vorzensur nicht unterworfen hätten. Da die Predigt-Organisatoren eng mit den Kirchenfunktionären und den Radio-Predigern zusammenarbeiteten und das Personal zum Teil identisch war, erstaunt es nicht, dass die religiösen Reden im elektronischen Massenmedium die überwiegend angepassten politischen Positionen der Kirchen widerspiegeln. Die qualitative Inhaltsanalyse zeigt zudem, dass alle Prediger die vielfältigen Techniken der Propaganda sowie der Krisen- und Kriegskommunikation ausgeprägt einsetzten. Ob sie dies bewusst taten, lässt sich aufgrund der Untersuchung nicht beurteilen. Die Quellen belegen nur, dass die Katholiken auf die rhetorischen Fertigkeiten der Prediger großen Wert legten.

Die Kriegskommunikation 1940 ist grundsätzlich ausdrucksstärker und politischer als die Krisenkommunikation 1938, ohne allerdings für oder gegen konkrete ausländische Akteure Stellung zu beziehen. Zudem zeigen die Kriegspredigten eine zunehmende Betonung konservativer Wertvorstellungen und eine Verstärkung der traditionellen Geschlechterrollen. Auffällig ist die für die Propaganda wie Kriegskommunikation charakteristische Schwarz-Weiß-Malerei, die im theologischen Dualismus eine ideale Ergänzung fand. Hier vermischen sich vor allem 1940 religiöse und politische Argumentationsebene: Christliche Regierungen waren gut – nicht-christliche Regierungen schlecht; die christliche Schweizer Nation war gut – ungläubige Schweizer schlecht. Obwohl die eigene Nation insgesamt positiv dargestellt wurde, werteten die Theologen andere Nationen nicht ab. All diese Merkmale lassen sich auf das politische Neutralitätsgebot sowie auf die Geistige Landesverteidigung zurückführen. Es liegt nahe, dass Kurt Schenker als Studiodirektor und Leiter der APF-Sektion Radio die Predigt-Inhalte begrüßte, da das Programm im Schweizer Volk den Abwehrgeist gegenüber dem Nationalsozialismus stärken sollte.

Überraschend ist, dass biblisch begründete Abwertungen der Juden nicht zensiert wurden. Schenker sah in der antijüdischen Theo-

logie offenbar kein Problem, obwohl die Radio-Predigten zum Teil starke Wertungen und Kommentierungen enthalten, die aus heutiger Perspektive das damalige politische und religiöse Neutralitätsgebot verletzen. Dass die Radio-Prediger die Flüchtlingsproblematik 1940 nur marginal thematisierten, deckt sich mit den Resultaten anderer Studien über die (konfessionelle) Presse in der Schweiz.

Die Synthese des ersten und zweiten Teils der Arbeit offenbart unter Berücksichtigung anderer Untersuchungen ein reziprokes Verhältnis zwischen staatlich kontrolliertem Hörfunk, staatlichen Behörden und katholischem Klerus: Die Theologen zeigten sich in der Predigt-Organisation loyal mit der Regierung, indem sie nicht gegen die Vorzensur opponierten. In den Radio-Predigten selbst unterstützten sie das Schweizer Staatssystem ideell, äusserten ihren Patriotismus pathetisch und übernahmen die Ideen der Geistigen Landesverteidigung, welche Behörden und SRG propagierten. Durch die religiösen Reden am Radio erhofften sie sich eine gesellschafts-politische Stärkung der Kirche und eine Revitalisierung des Christentums in der Bevölkerung. Im Gegensatz dazu gingen die Reformierten zum Staat und zum Rundfunkveranstalter eher auf Distanz: Die Organisatoren der Predigten kritisierten – ähnlich wie ihre Kollegen von der reformierten Presse – wiederholt die Vorzensur. Die Philosophie der Geistigen Landesverteidigung setzten sie deshalb weniger markant um als die katholischen Radio-Prediger.

Literatur

- Altermatt, Urs (1999): Katholizismus und Antisemitismus. Mentalitäten, Kontinuitäten, Ambivalenzen. Zur Kulturgeschichte der Schweiz 1918-1945. Frauenfeld, Stuttgart, Wien.
- Altermatt, Urs (Hg.) (1994): Schweizer Katholizismus zwischen den Weltkriegen 1920-1940. Freiburg/Schweiz.
- Altermatt, Urs/Metzger, Franziska (1998): Der radikale Antisemitismus der rechts-katholisch-integralistischen Zeitung „Schildwache“ 1912-1945. In: Zeitschrift für Schweizerische Kirchengeschichte, 92. Jg., S. 43-72.
- Arnold, Klaus (2003): Propaganda als ideologische Kommunikation. In: Publizistik, 48. Jg., H. 1, S. 63-82.
- Binnenkade, Alexandra (1999): Sturmzeit. Die Evangelisch-Reformierte Landeskirche des Kantons Aargau zwischen 1933-1948. Baden.
- Bischof, Franz Xaver (2001): Verkündigung zwischen Réduit-Denken und Weltanschauung. In: Conzemius, Victor (Hg.): Schweizer Katholizismus 1933-1945. Eine Konfessionskultur zwischen Abkapselung und Solidarität. Zürich, S. 461-494.

- Bobrowsky, Manfred/Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1987): Wege zur Kommunikationsgeschichte. München.
- Bussemer, Thymian (2005): Propaganda. Konzepte und Theorien. Wiesbaden.
- Conzemius, Victor (Hg.) (2001): Schweizer Katholizismus 1933-1945. Eine Konfessionskultur zwischen Abkapslung und Solidarität. Zürich.
- Conzemius, Victor (2001a): Christliche Widerstandsliteratur in der Schweiz 1933-1945. In: Conzemius, Victor (Hg.): Schweizer Katholizismus 1933-1945. Eine Konfessionskultur zwischen Abkapslung und Solidarität. Zürich, S. 401-426.
- Drack, Markus T. (1996): Das Projekt einer Geschichte der SRG. In: Mäusli, Theo (Hg.): Schallwellen. Zur Sozialgeschichte des Radio. Zürich, S. 77-96.
- Eilders, Christiane/Hagen, Lutz M. (2005): Kriegsberichterstattung als Thema kommunikationswissenschaftlicher Forschung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 53. Jg., H. 2-3, S. 205-221.
- Graf, Friedrich Wilhelm (2000): Die Nation – von Gott „erfunden“? Kritische Randnotizen zum Theologiebedarf der historischen Nationalismusforschung. In: Krummeich, Gerd/Lehmann, Hartmut (Hg.): Nation, Religion und Gewalt im 19. und frühen 20. Jahrhundert, Göttingen, S. 285-317.
- Halter-Schmid, Ruth (1979): Schweizer Radio 1939-1945. Die Organisation des Radiokommunikators durch Bundesrat und Armee. Bern.
- Huber, Max (1989): Geschichte der politischen Presse im Kanton Luzern 1914-1945. Luzern, Stuttgart.
- Ihle, Pascal (1997): Die journalistische Landesverteidigung im Zweiten Weltkrieg. Eine kommunikationstheoretische Studie. Zürich.
- Imhof, Kurt (1999): Schock und Schöpfung: Die Wirkung der „Machtergreifung“ und der „Gleichschaltung“ 1933 auf die politische Kommunikation in der Schweiz. In: Wilke, Jürgen (Hg.): Massenmedien und Geschichte. Konstanz, S. 453-466.
- Imhof, Kurt (1996): Das kurze Leben der Geistigen Landesverteidigung. Von der „Volksgemeinschaft“ vor dem Krieg zum Streit über die „Nachkriegsschweiz“ im Krieg. In: Imhof, Kurt/Kleger, Heinz/Romano, Gaetano (Hg.): Konkordanz und Kalter Krieg. Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Zwischen- und Nachkriegszeit. Zürich, S. 19-83.
- Imhof, Kurt/Schulz, Peter (Hg.) (1995): Medien und Krieg – Krieg in den Medien. Zürich.
- Iten, Andreas (1995): Medien und Krieg – Krieg in den Medien. Die Sprache bereitet den Krieg vor. In: Imhof, Kurt/Schulz, Peter (Hg.): Medien und Krieg – Krieg in den Medien. Zürich, S. 13-18.
- Jehle-Wildberger, Marianne (2001): Das Gewissen sprechen lassen. Die Haltung der St. Galler Kirche zu Kirchenkampf und Flüchtlingsnot 1933-1945. Zürich.
- Jorio, Marco (2005): Geistige Landesverteidigung. In: Historisches Lexikon der Schweiz [HLS] (elektronische Publikation HLS). abrufbar unter <http://www.lexhist.ch/externe/protect/deutsch.html> (4.8.2008).
- Käser-Leisbach, Ursula (1994): Die begnadeten Sünder. Stimmen aus den Schweizer Kirchen zum Nationalsozialismus 1933-1942. Winterthur.

- Klenner, Karsten/Lenzen, Elmar/Ohde, Christina/Rühmeier, Olaf/Rullmann, Anja (1993): Tyrannen, Agressoren, Psychopathen. Deutsche Tageszeitungen und ihre Feindbilder. In: Löffelholz, Martin (Hg.): Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Medienkommunikation. Opladen, S. 109-126.
- Kocher, Hermann (1996): „Rationierte Menschlichkeit“. Schweizerischer Protestantismus im Spannungsfeld von Flüchtlingsnot und öffentlicher Flüchtlingspolitik der Schweiz 1933-1948. Zürich.
- Kreis, Georg (1973): Zensur und Selbstzensur. Die schweizerische Pressepolitik im Zweiten Weltkrieg. Frauenfeld.
- Kuhn, Thomas Konrad (2003): „Geistige Landesverteidigung“ und reformierte Theologie in den 1930er Jahren. In: Zeitschrift für Kirchengeschichte, Band 114, Vierte Folge XLXII, H. 1, S. 21-44.
- Kunczik, Michael (2001): Feind-Bilder. Wie Stereotypisierungen funktionieren und wozu sie dienen. In: Deutsche Welle (Hg.): „Sagt uns die Wahrheit!“. Zur Rolle der Medien in Krisen und Kriegen. Berlin, S. 97-104.
- Kunczik, Michael (1995): Kriegsberichterstattung und Öffentlichkeitsarbeit in Kriegszeiten. In: Imhof, Kurt/Schulz, Peter (Hg.): Medien und Krieg – Krieg in den Medien. Zürich, S. 87-104.
- Kunczik, Michael (1990): Die manipulierte Meinung. Nationale Image-Politik und internationale Public Relations. Köln, Wien.
- Lang, Josef (2001): Josef Konrad Scheubers religiös-patriotischer Beitrag zur Geistigen Landesverteidigung. In: Conzemius, Victor (Hg.): Schweizer Katholizismus 1933-1945. Eine Konfessionskultur zwischen Abkapslung und Solidarität. Zürich, S. 429-459.
- Lehmann, Hartmut (2004): Säkularisierung. Der europäische Sonderweg in Sachen Religion. Göttingen.
- Löffelholz, Martin (Hg.) (2004): Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Wiesbaden.
- Löffelholz, Martin (2004a): Krisen- und Kriegskommunikation als Forschungsfeld. Trends, Themen und Theorien eines hoch relevanten, aber gering systematisierten Teilgebiets der Kommunikationswissenschaft. In: Löffelholz, Martin (Hg.): Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Wiesbaden, S. 13-55.
- Löffelholz, Martin (Hg.) (1993): Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Medienkommunikation. Opladen.
- Maletzke, Gerhard (1984): Propaganda. Eine begriffskritische Analyse. In: Maletzke, Gerhard: Bausteine zur Kommunikationswissenschaft 1949-1984. Ausgewählte Aufsätze zu Problemen, Begriffen, Perspektiven. Berlin, S. 95-109.
- Mäusli, Theo (1998): Radio. Das ausserkorene Instrument zur Erhaltung des Schweizergeistes. In: Schweizerisches Landesmuseum (Hg.): Die Erfindung der Schweiz 1848-1998. Bildentwürfe einer Nation. Zürich, S. 332-337.

- Mayring, Philipp (2003): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim, Basel.
- Merten, Klaus (2000): Struktur und Funktion von Propaganda. In: *Publizistik*, 45. Jg., H. 2, S. 143-161.
- Pater, Monika (1993): Die militarisierte Männlichkeit. Geschlechterverhältnisse – Medien – Krieg. In: Löffelholz, Martin (Hg.): *Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Medienkommunikation*. Opladen, S. 97-108.
- Reinbold, Wolfgang (2000): *Propaganda und Mission im ältesten Christentum. Eine Untersuchung zu den Modalitäten der Ausbreitung der frühen Kirche*. Göttingen.
- Rosenstock, Roland (2002): *Evangelische Presse im 20. Jahrhundert*. Stuttgart, Zürich.
- Rusterholz, Heinrich (1991): „...und demütig wandeln vor deinem Gott.“ Antisemitismus aus der Sicht des Schweizerischen Evangelischen Kirchenbundes. In: Braunschweig, Ernst (Hg.): *Antisemitismus – Umgang mit einer Herausforderung. Festschrift zum 70. Geburtstag von Sigi Feigel*. Zürich, S. 91-106.
- Saxer, Ulrich (1987): Kommunikationsinstitutionen als Gegenstand von Kommunikationsgeschichte. In: Bobrowsky, Manfred/Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.): *Wege zur Kommunikationsgeschichte*. München, S. 71-78.
- Schade, Edzard (2000): *Herrenlose Radiowellen. Die schweizerische Radiopolitik bis 1939 im internationalen Vergleich*. Baden.
- Schmolke, Michael (1995): „Krieg ist Krieg, und ‚unabhängige Kriegskommunikation‘ ist unmöglich“. In: Imhof, Kurt/Schulz, Peter (Hg.): *Medien und Krieg – Krieg in den Medien*. Zürich, S. 193-201.
- Schönhagen, Philomen/Nawratil, Ute (2008): Die qualitative Inhaltsanalyse: Rekonstruktion der Kommunikationswirklichkeit. In: Wagner, Hans (Hg.): *Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft*. München, S. 333-346.
- Sibold, Noemi (2002): „...mit den Emigranten auf Gedeih und Verderb verbunden.“ Die Flüchtlingshilfe der Israelitischen Gemeinde Basel in der Zeit des Nationalsozialismus. Zürich.
- Späti, Christina (1999): Katholizismus und Zionismus 1920-1945. Zwischen päpstlichem Antizionismus und eidgenössischer Sympathie für die freiheitsliebenden Zionisten. In: *Zeitschrift für Schweizerische Kirchengeschichte*, 93. Jg., S. 41-63.
- Staiger, Jan (2004): Selbstorganisation, Nicht-Linearität, Viabilität. Eine konstruktivistisch-sozialsystemische Perspektive auf Kriegsberichterstattung. In: Löffelholz, Martin (Hg.): *Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden, S. 145-168.
- Stocker, Peter Candidus (1987): *Die Neuen Zürcher Nachrichten. Eine katholische Tageszeitung im Spannungsfeld nationalsozialistischer Kirchenpolitik 1930-1945*. Diss. Universität Zürich.
- Stoiber, Rudolf (2007): Vom deutsch-französischen Krieg zum Zweiten Weltkrieg. Kriegsberichterstattung zwischen journalistischen Routinen und politischer Propaganda. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 55. Jg., H. 2, S. 204-222.

- Unabhängige Expertenkommission Schweiz – Zweiter Weltkrieg [UEK] (Hg.) (2002): Die Schweiz, der Nationalsozialismus und der Zweite Weltkrieg. Schlussbericht der Unabhängigen Expertenkommission Schweiz – Zweiter Weltkrieg. Zürich.
- von Brandt, Ahasver (1998): *Werkzeug des Historikers. Eine Einführung in die Historischen Wissenschaften*. Stuttgart, Berlin, Köln.
- Winter, Carsten (2006): *Die Medienkulturgeschichte des christlichen Predigers von den Anfängen bis heute*. Graz.
- Zimmermann, Clemens (2007): *Medien im Nationalsozialismus. Deutschland 1933-1945, Italien 1922-1943, Spanien 1936-1951*. Wien, Köln, Weimar.
- Zollinger, Konrad (1991): *Frischer Wind oder faschistische Reaktion? Die Haltung der Schweizer Presse zum Frontismus 1933*. Zürich.

Gedruckte Quellen

- Konzession SRG: Konzession für die Benützung der Rundspruchsender der eidgenössischen Telegraphen- und Telephonverwaltung von 1931 und 1936.
- N. N. (1944a): „I gah bim Radio z’Predig!“ In: „Der Säemann“, 59. Jg., H. 7, S. 53.
- N. N. (1944b): I ga bim Radio z’Predig. In: „Der Säemann“, 59. Jg., H. 10, S. 74f.
- N. N. (1931): Zu den Radio-Predigten. In: „Thurgauer Volkszeitung“ vom 28. Februar, S. 2.
- N. N. (1930a): Radio und katholische Predigt. In: „Schaffhauser Zeitung“ vom 22. Februar, S. 1f.
- N. N. (1930b): Die Katholiken und Radio-Bern. In: „Neue Berner Nachrichten“ vom 27. Dezember, S. 6.
- Radioklub Bern (Hg.) (1924): Radiobulletin. Beiblatt zu Radio. Sendezeiten und Konzertprogramme, H. 1-2.
- SEK: Jahresberichte des Vorstandes über das Jahr 1935, 1938-40. Winterthur.
- Schenker, Kurt (1973): *Radio Bern 1925-1950*. Bern.

Ungedruckte Quellen

- Archiv Schweizer Radio DRS, Studio Bern (Ar SR DRS BE), Bern:
Manuskripte Radio-Predigten: 01.01.1938–31.12.1938. In: 9/26.
Manuskripte Radio-Predigten: 01.01.1940–31.12.1940. In: BE000090041.
Lanz, Max (1942): Korrespondenz von Lanz, Radio-Prediger an Schenker, Direktor Radiostudio Bern. Zollikofen, 29.12.1942. In: 3/118.
- Schweizerisches Bundesarchiv (SBA), Bern:
Koechlin, Alphons (1940): Korrespondenz von Koechlin, Präsident Schweizerische Kirchliche Radiokommission [SKR] an Mitglieder SKR. Basel, 6.02.1940. In: J2.257/2001/124_149/1379.
- Staatsarchiv des Kantons Zürich (Ar ZH), Zürich:
RG Zürich (1925): Korrespondenz von Regionalgenossenschaft Zürich an reformierten Kirchenrat des Kantons Zürich. Zürich, 20.03.1925. In: T 65.1.
- Archiv des Schweizerischen Katholischen Volksvereins im Staatsarchiv des Kantons Luzern (SKVV, Ar LU), Luzern:
SKVV (1933): Protokoll SKVV-Radiokommission. Bern, 14.12.1933. In: PA 289/170.

Soll die Kirche nerven?

Walter Mixa und der Umgang mit den Medien

Walter Mixa ist heute einer der bekanntesten deutschen Bischöfe. Mit seinen markanten Äußerungen hat er viel dazu beigetragen, die katholische Kirche in Deutschland im öffentlichen Gespräch zu halten. Und natürlich – es ist wichtig, dass die katholische Kirche von den Massenmedien nicht nur als eine Organisation wahrgenommen wird, die große und feierliche Events produziert. Neben Weltjugendtagen, Papstwahlen und -reisen oder hohen kirchlichen Festen geht es vor allem darum, in gesellschaftlichen Debatten mit gewichtiger Stimme präsent zu sein, Positionen deutlich zu vertreten und so Profil zu gewinnen. Andererseits ist es aber auch problematisch, wenn die Medien in erster Linie nur noch bestimmte Formulierungen aufgreifen, die sich gut dazu eignen, Skandale zu inszenieren. Hat dies doch möglicherweise zur Folge, dass die eigentlichen Anliegen kaum mehr beachtet oder ernsthaft diskutiert werden.

Walter Mixas Weg zum Medienstar begann mit seiner Kritik an den Krippenausbauplänen der Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen (CDU). Anfang 2007 bezeichnete es der Augsburger Bischof als „gesellschaftlichen Skandal“, dass neue Kinderbetreuungseinrichtungen mit der Kürzung anderer Familienleistungen finanziert werden sollten und erklärte, wer mit staatlicher Förderung Mütter dazu verleite, ihre Kinder bereits kurz nach der Geburt in staatliche Obhut zu geben, degradiere die Frau zur „Gebärmaschine“. In der nun folgenden öffentlichen Diskussion über die außerhäusliche Betreuung von Kleinkindern konnte Mixa zwar in mehreren Talk-Showauftritten seine Argumente darlegen, jedoch blieb er mit seiner deutlichen Ablehnung des Ausbaus von Kinderkrippen relativ alleine. Unterstützt wurde er nur von einzelnen Würdenträgern aus der katholischen Kirche wie dem Kölner Kardinal Joachim Meisner und kurioserweise von Christa Müller, Familienpolitikerin der Linken und Ehefrau von Oskar Lafontaine. Hingegen wurden seine Äußerungen von Vertretern aller Parteien, der evangelischen Kirche sowie

Vertretern katholischer Laienverbände kritisiert. Die Berichterstattung in der Presse – so das Ergebnis einer in Eichstätt durchgeführten Studie¹ – war entsprechend negativ.

In der Folge diente Bischof Mixa insbesondere Claudia Roth, der ebenfalls in Augsburg beheimateten Parteivorsitzenden der Grünen, als Feindbild. Im Herbst 2007 bezeichnete sie ihn im Zusammenhang mit seinen familienpolitischen Stellungnahmen als „durchgeknallten, spalterischen Oberfundi“. Mixas Medienreferent Dirk Hermann Voß sagte daraufhin, die Wortwahl Roths erinnere ihn an die Propagandahetze der Nazis gegen die katholische Kirche. Roth konterte wiederum damit, dass sie eine weitere Aussage Mixas zur Berliner Familienpolitik aufgriff und den Bischof in die Nähe des kambodschanischen Diktators Pol Pot rückte.

Danach wurde es bis auf vereinzelte Auseinandersetzungen mit den Grünen und sporadischer Kritik an der Familienpolitik der Bundesregierung relativ ruhig um den streitbaren Augsburger Bischof. Das änderte sich Anfang 2009: Die Rücknahme der Exkommunikation von vier Bischöfen der konservativen Pius-Priesterbruderschaft, darunter der Holocaust-Leugner Richard Williamson, durch Papst Benedikt XVI. hatte eine negative Berichterstattungswelle über den Vatikan und die katholische Kirche in allen wichtigen Medien zur Folge. Fast jeden Tag konnte man in den Zeitungen etwas über Reaktionen, Gegenreaktionen, Stellungnahmen und Petitionen lesen. Erst nach der Frühjahrsvollversammlung der deutschen Bischöfe in Hamburg beruhigte sich die Lage wieder. Die Bischöfe hatten sich in einer Erklärung von der Pius-Bruderschaft distanziert, Kommunikationspannen im Vatikan kritisiert und den Papst gegen Kritik in Schutz genommen.

In dieser für die katholische Kirche medial gesehen sehr schwierigen Zeit kam auch Walter Mixa wiederum in die Schlagzeilen: Kurz vor dem Hamburger Treffen hatte Mixa am Aschermittwoch bei einem CSU-Ortsverband eine Rede gehalten, in der er vom Holocaust und von Abtreibungen sprach. Dies allerdings – wie er später betonte – an verschiedenen Stellen und ohne einen Zusammenhang herzustellen. In der Presse war hingegen von einem Vergleich und damit von einem Tabubruch die Rede. Dies zog wiederum heftige Kritik des Zentralrats der Juden in Deutschland und von mehreren Politikern nach sich.

1 Vgl. Arnold, Klaus: Drei Bischöfe im Fokus der Medien. Publizistische Konflikte und Skandale 2007. In: *Communicatio Socialis*, 41. Jg. 2008, H. 4, S. 396-411.

Nur einige Wochen später gab es weitere Aufregung um den Bischof: In seiner Osterpredigt warnte er vor einem aggressiven Atheismus, der eine Gefahr für das gesellschaftliche Zusammenleben bedeute. Die Unmenschlichkeit des praktizierten Atheismus hätten im vergangenen Jahrhundert „die gottlosen Regime des Nationalsozialismus und Kommunismus mit ihren Straflagern, ihrer Geheimpolizei und ihren Massenmorden in grausamer Weise bewiesen“. Atheisten-Verbände warfen ihm daraufhin Geschichtsfälschung vor. Aus dem Glauben erwachse keineswegs automatisch Humanität, hieß es unter anderem. Auch hätte sich der Nationalsozialismus nicht ausdrücklich als atheistisch verstanden.

Walter Mixa ist der Meinung, Kirche müsse nerven. Und damit hat er auch Recht. Kirche muss nerven und provozieren, unbequem und manchmal sogar lästig sein. Sie muss Kanten zeigen, damit sie in der medialen Arena überhaupt bemerkt wird. Allerdings ist alles nicht so einfach, und ideale Rezepte gibt es sowieso nicht. So kann es wie im Krippenstreit passieren, dass nur noch eine Formulierung im Mittelpunkt steht und der eigentlich wichtige Punkt – Mixas Kritik an unserem in vielen Teilen familienfeindlichen Wirtschafts- und Gesellschaftssystem – zu wenig Beachtung findet. Deshalb ist es wohl notwendig, dass die Kirche einerseits durch kluge Provokationen mediale Aufmerksamkeit erzeugt, andererseits muss sie aber auch durch behutsames Argumentieren die Menschen überzeugen. Oder anders gesagt: Auf die richtige Mischung kommt es an.

Mobile Media

Nur ein Häppchen oder „echter“ Journalismus?

Es hatte etwas Unerhörtes und Dreistes, als Leopold Ullstein um 1900 auf die Idee kam, mit einem neuartigen Produkt auf verändertes Medienverhalten zu reagieren: Er gebar die Idee einer kompakten, neuen Zeitung, und Sten Nadolny lässt den Ursprungsgedanken in seinem „Ullsteinroman“ wieder lebendig werden: „Er wußte bereits, wie sie aussehen würde: eine Zeitung, die nicht per Abonnement, sondern mittags auf offener Straße gegen bar verkauft wurde, und zwar an die vielen Angestellten, die während der Essenspause rasch das Aktuellste aus Politik und Stadt, vor allem vom Sport erfahren wollten – immer mehr Menschen waren sportverrückt. Und eine wachsende Zahl von Anlegern wollten die Börsenkurse dann sehen, wenn sie noch Orders erteilen konnten [...]“¹

Ein Jahrhundert später, im vergangenen Jahr, knüpfte der Telekom-Vorstandsvorsitzende René Obermann – möglicherweise unbewusst – just in Berlin an diese Idee an und fragte, warum kein Medienunternehmen dem wachsenden Bedürfnis entspreche, mittags in kompakter Form Nachrichten-Bulletins anzubieten, die eigens für den mobilen Abruf via iPhone oder anderer sogenannter Smartphones – also einer Kombination aus Mobiltelefon und Minicomputer – aufbereitet seien.

Vor einhundert Jahren entstand aus dieser Idee die „B.Z. am Mittag“, von Anfang an ein großer wirtschaftlicher Erfolg und bis zum heutigen Tag die größte Tageszeitung der Hauptstadt. Doch der zweite Appell in der Jetzt-Zeit verhallt vorerst und wird in vielen Redaktionen äußerst kritisch diskutiert: Was haben solche Häppchen, komprimiert auf die Größe eines Handy-Displays, noch mit Journalismus zu tun?

Die mobile Generation

Diese Diskussion darf nicht losgelöst vom Gesamtkontext geführt werden: Wir befinden uns in der Phase einer Medienrevolution. Junge Zielgruppen gehen allen klassischen Mediengattungen verloren und stellen damit über Jahrzehnte etablierte Finanzierungsmodelle in Frage.

1 Sten Nadolny: Ullsteinroman. Berlin 2009, S. 212.

Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen brechen in der Altersgruppe der unter 30-Jährigen teilweise dramatisch ein, gleichzeitig entwickeln sich über Online-Communities und deren mobile Applikationen neue eigenständige Kommunikations-Infrastrukturen. Das „Mitmach-Netz“ Web 2.0 hat das One-to-Many-Prinzip der Massenkommunikation und die damit verbundenen Geschäftsmodelle abgelöst. Während sich darüber die überwiegende Mehrheit der Medienwirtschaft einig ist, streitet man noch über mögliche und nötige Konsequenzen aus dieser Situation.

Motor und Nukleus der Entwicklung ist das Internet, das sich erst vor rund 15 Jahren zur Massentechnologie zu entwickeln begann und seither eine Dynamik zeigt, die kein anderer Verbreitungsweg in dieser Dimension erreicht hat. Seit Beginn dieses Jahrzehnts sprechen wir zudem vom „Web 2.0“, jeder Nutzer wird dank kostenlosen Plattformen wie YouTube, Flickr oder blogger.com zu seinem eigenen Inhalte-Produzenten, vernetzt sich über Online-Gemeinschaften wie Xing, Facebook oder StudiVZ mit anderen Nutzern und umgeht damit die klassischen Kommunikationskanäle.

Die Kommunikationsagentur „TrendONE“ spricht in ihrer Studie „SmartWeb. The Digital Intelligence Expansion“ von drei weiteren Expansionsstufen, die jetzt noch folgen. So stehe „Web 3.0“ für die intelligente Verknüpfung von Informationen, die fünfte und letzte Stufe („Web 5.0“) nach einer Übergangsphase für den ultimativen Schritt: Das Internet verlasse den Computermonitor und werde über Handys omnipräsent, die Menschen seien „always on“.

Die nötige technische Infrastruktur bildet sich bereits: Schon jetzt telefonieren mehr Menschen mobil als über Festnetz. 84 Prozent aller Deutschen nutzen Handys privat oder dienstlich.² In der Altersgruppe 20 bis 29 Jahre sind es 97 Prozent, in der Altersgruppe 14 bis 19 Jahre 95 Prozent aller Deutschen.³ Das Marktforschungsunternehmen Nielsen Online errechnete für das 1. Quartal 2009 die Gesamtzahl von 66,6 Millionen deutschen Handynutzern.⁴ Natürlich wird das Handy nach wie vor in erster Linie für Telefongespräche verwendet, doch es entwickelt sich immer mehr zu einem Multifunktionsgerät. 84 Prozent aller Nutzer verschicken inzwischen SMS, immerhin jeder Dritte nutzt die Funktion als Digitalkamera.⁵

2 Vgl. Communication Networks 12.0. Basisdaten für Kommunikationsstrategien in der modernen Wissensgesellschaft. München 2008, S. 50.

3 Ebd.

4 Vgl. Nielsen Mobile Marketview, Q1 2009.

5 Vgl. Anm. 2.

Der wachsende Anteil an Breitband-Anschlüssen, gekoppelt an entsprechende Flatrate-Angebote der Internet-Anbieter, hat zum entscheidenden Durchbruch des Internets geführt und die Massenverbreitung von großen Datenmengen – z. B. in Form von Foto- oder Bewegtbild-Dateien – erst möglich gemacht. Inzwischen wird auch auf dem Mobilfunkmarkt an entsprechenden Flatrates gearbeitet. T-Mobile hat als Exklusiv-Anbieter des iPhone in Deutschland zu dessen Markteinführung bereits ein solches Datenpaket als Pauschalangebot entwickelt – Konkurrent Vodafone folgte mit einem ähnlichen Modell für den Taschencomputer „Blackberry“.⁶ Erst durch solche Daten-Flatrates wird die private Nutzung von mobilem Internet bezahlbar. Seitdem entwickelt sich ein neuer Medienmarkt, und es gibt erste Erkenntnisse über die Zielgruppen der Zukunft (mit Blick auf redaktionelle Inhalte).

TNS Infratest ermittelte im vergangenen Jahr, dass der Abruf von Nachrichten aus Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur schon jetzt zu einem der am häufigsten genutzten mobilen Internetdienste zählt.⁷ 53 Prozent aller Nutzer mobiler Internetportale gaben an, entsprechende Angebote mobil zu nutzen, weitere 29 Prozent nannten Sportnachrichten. An erster Stelle lag bei 61 Prozent der Nutzer der Gebrauch von Suchmaschinen. Berücksichtigt man dabei, dass eine große Zahl von Suchanfragen ebenfalls auf redaktionelle Inhalte verlinkt werden, unterstreicht dies die Medienrelevanz des mobilen Internets. Belegt wurde dieser Trend Anfang dieses Jahres durch eine Onsite-Befragung auf dem mobilen Portal von RTL. Demnach interessieren sich die Nutzer des Angebotes in erster Linie für Nachrichten.⁸ Das Medienunternehmen bietet seit 2008 ein eigenes mobiles Portal an, das in Kombination mit dem Handy-Prepaid-Tarif „RTLMobil“ kostenlos genutzt werden kann – ähnlich wie die mobilen Inhalte von bild.de in Kombination mit dem Prepaid-Tarif „BILDmobil“.

Jan Tißler definierte im Weblog „Upload. Magazin für digitales Publizieren“ die „Acht Kreise der Kommunikation“ als eine Bestandsaufnahme der neuen Medienlandschaft.⁹ Während er in den äußeren Kreisen – analog zum Zwiebelschalen-Modell – etablierte Massenmedien ansiedelt, werden die inneren Kreise immer differenzierter

6 Wie die Studie „Global Technology Insights 2007/08“ von TNS Infratest ergab, besitzen 40 Prozent aller Deutschen ein Smartphone.

7 Alle folgenden Daten zitiert nach TNS Infratest: Mobile Internet Benchmarking Studie 2008. September 2008 (Mehrfachnennungen möglich).

8 Vgl. IP-Studie zum mobilen Internet. Köln 2009.

9 Im Folgenden zitiert nach www.upload-magazin.de, Eintrag vom 17.8.2008.

und individueller. Im dritten Kreis verortet Tißler E-Mails, Weblogs, Internetforen, Telefon und Skype: „Die Kommunikation läuft hier bereits mit einer deutlichen Zeitverzögerung. Das gilt beispielsweise für E-Mails, Internetforen und Weblogs, die ja gerade für nichtsynchrone Kommunikation geschaffen wurden: Ich schreibe rein und andere lesen, sobald sie dafür Zeit haben.“¹⁰ Im ersten Kreis platziert Jan Tißler die direkte Umgebung. Relevant ist für diese Betrachtung der zweite Kreis dieses Kommunikationsmodells, den Tißler mit SMS, Twitter, Instant Messaging und Handy umreißt: „Ich kann einem mir wichtigen Menschen eine Kurznachricht schicken. Ich kann sofort allen meinen Lesern eine Nachricht bei Twitter übermitteln. Ich kann jemanden mit dem Instant Messenger kontaktieren oder (was beinahe schon altmodisch wirkt): Ich kann jemanden per Handy anrufen. [...] Die Beteiligten am 2. Kreis sind durch die modernen technischen Mittel im Prinzip mit dabei als wären sie im 1. Kreis.“¹¹

Das Beratungsunternehmen IFRA entwickelte für diese neue Struktur den Begriff des „Intertainment“: „Der Nutzer wird viele Möglichkeiten zur multimodalen Interaktion mit den Mediendiensten haben. Die alten Einwegkanäle von Zeitungen oder Fernsehen werden durch die intensive Nutzung von Rückkanälen eine neue Dynamik erhalten. Diese öffnen den Weg zu einer wirklichen Interaktion mit den Medienangeboten und unterstützen die individuelle Anpassung der bereitgestellten Inhalte.“¹²

Phänomen „Twitter“

Tißler und IFRA benennen den eigentlichen revolutionären Schritt der Kommunikationskultur: Informationswege werden neu definiert, Vernetzung ist permanent und immer punktgenau, durch den Mikroblog-Dienst Twitter kann das Kommunikationsmittel der Kurznachricht noch verfeinert und an definierte Nutzergruppen geschickt werden, die über ihre Vernetzung selbst die Möglichkeit haben, darauf individuell oder in (gezielter) Massenkommunikation zu reagieren.

Die „Neue Zürcher Zeitung“ schrieb über Twitter bereits vor einem Jahr, der Dienst sei „der neue Liebling der Online-Gemeinde“¹³.

10 Ebd.

11 Ebd.

12 IFRA: The Research-Report on the Future Development of Media and Communication Technology, April 2007 (zitiert nach der deutschen Zusammenfassung, S. 11).

13 Neue Zürcher Zeitung vom 18.1.2008 (online abrufbar unter http://www.nzz.ch/nachrichten/medien/das_zwitschern_im_internet_wird_lauter_1.653196.html).

Wie nachhaltig Kommunikationsmuster durch den Dienst geändert werden können, bewies öffentlichkeitswirksam der Fall des Moderators Ashton Kutcher, der durch eigenes und offensives Twittern mehr Abonnenten für seinen Twitter-Kanal gewinnen konnte als der US-Nachrichtensender CNN, den er öffentlich zum Wettrennen herausgefordert hatte.¹⁴ Das Beispiel CNN belegt dabei, wie etablierte Marken von der Dynamik des neuen Kanals überrascht und auch abgehängt werden können. Inzwischen nutzen zahlreiche deutsche Medienunternehmen Twitter, zum Beispiel um auf Eilmeldungen oder exklusive Themen in der Print- und Onlineberichterstattung aufmerksam zu machen. Führend sind dabei die Angebote des Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“ und der Tageszeitung „Welt kompakt“.¹⁵

Twitter stellt aber nicht nur den Verlauf bisheriger Informationsstrecken in Frage, sondern manifestiert durch eine technische Vorgabe, was sich durch den Short Message Service schon zu etablieren begann: Eine Information darf auf diesem Kanal nur maximal 140 Zeichen lang sein. Dies bleibt nicht ohne Folgen für die Kommunikationskultur, führt zur Verknappung von Inhalten und Beschränkung von Ausdrucksformen und Sprachvielfalt.

Inzwischen deuten erste wissenschaftliche Erhebungen auf eine drohende „Überkommunikation“ im Gehirn hin. Eine Studie der Universität von Südkalifornien ergab: „Besonders junge Menschen seien aufgrund eines überdurchschnittlich hohen Ausmaßes an Kommunikation gefährdet und drohen bei ständiger Nutzung auf Dauer Schaden zu nehmen. Das ständige Erhalten neuer Nachrichten und die mögliche Vielzahl an sozialen Kontakten würden zu einer ‚Überkommunikation‘ führen.“¹⁶

Diese Erkenntnisse markieren den Hintergrund der Debatte um die bereits angesprochene Medienrevolution. An dieser Stelle soll der Vorgang selbst nicht kulturphilosophisch untersucht, sondern einfach nur als gesetzt genommen werden: Informationsstrukturen bilden sich neu, das Sender-Empfänger-Prinzip ist obsolet, die Aufmerksamkeit – insbesondere jüngerer Zielgruppen – nimmt ab: „Die Nutzer werden eine Erweiterung ihrer realen Lebenswelt durch digitale Angebote erfahren.“¹⁷ Da jede technische Neuerung auch Adaption und

14 Vgl. Mediendienst meedia.de vom 17.4.2009: „CNN-Duell – Ashton Kutcher ist Twitter-King“, abrufbar unter <http://tinyurl.com/twitter-kutcher>.

15 Eine Übersicht über deutsche Medienangebote bei Twitter hat Peter Jebsen online zusammengestellt, vgl. <http://tinyurl.com/twitter-zeitungen>.

16 Zitiert nach Presstext vom 16.4.2009, „Twitter schadet der Moral seiner Nutzer.“

17 Vgl. Anm. 11.

Optimierung mit sich bringt, werden Dienste in der Anwendung und der Rezeption sukzessive einfacher, und somit verlagert sich der Fokus der Aufmerksamkeit mittelfristig auch wieder weg von der Technik: „Die unmittelbare multimodale Interaktion über personalisierte, situations- und kontextbezogene Dienste wird die Aufmerksamkeit der Nutzer von der Technik auf die Inhalte lenken – das Interesse wird sich weg vom Computer hin zu den Inhalten verlagern.“¹⁸

Neue Wege für den Journalismus

Im November 2007 führte „Welt kompakt“ als erste deutsche Tageszeitung ein Code-gesteuertes Leitsystem ein, um den Medienbruch zwischen Print und Online mithilfe einer mobilen Anwendung zu umgehen. Ausgewählte Artikel der Zeitung enthalten seitdem als ergänzendes Element in der Printausgabe einen so genannten „QR-Code“ – eine Pixelgrafik, die durch die Onlinetickets der Deutschen Bahn sowie Poststempel der Deutschen Post und anderer Dienstleister Bekanntheit erlangt hat. Leser, die auf ihrem Handy einmalig einen kostenlosen Reader installiert haben, können diesen Code fotografieren und werden dann automatisiert zu weiteren Informationen im Internet geleitet, wenn ihr Mobiltelefon online-fähig ist. Thomas Vitzthum von der Axel-Springer-Akademie hat das QR-Code-Modell für „Welt kompakt“ mitentwickelt: „Der QR-Code verleiht der Zeitung eine ungeahnte Gabe: Links zu setzen. Einzig der Platz für ein briefmarkengroßes Quadrat muss geopfert werden. Damit ein Handy zur fantastischen Lesebrille werden kann, muss es über eine bestimmte Software verfügen und Internetzugang haben. Dann aber lassen sich realer und virtueller Raum schnell und vor allem bequem verknüpfen. ‚QR‘ bedeutet quick response – schnelle Antwort.“¹⁹

Seit einem Jahr gehören für Studenten der Axel-Springer-Akademie Mobile-Workshops zum Curriculum der journalistischen Ausbildung. So produzierten zwei Teams Kurzvideos sowie einen digitalen Adventskalender für das Mobilportal von bild.de und konzipierten einen mobilen Stadtführer für Handy, der über das Onlineportal der „Berliner Morgenpost“ angeboten werden soll. Einem weiteren Team gehören erstmals Studenten an, deren Stammredaktion „Welt Online/Welt Mobil“ lautet, um den erweiterten Fokus kenntlich zu machen.²⁰

18 Ebd.

19 Thomas Vitzthum, Welt Online vom 9.11.2007; <http://tinyurl.com/qrcode-welt>.

20 Dies gilt auch für die Praxisphase im zweiten Ausbildungshalbjahr; vgl. hierzu www.axel-springer-akademie.de/lehrplan.html.

Pionierfunktion kommt auch dem Vorarlberger Medienhaus zu, das seit Ende 2007 spezielle mobile Reportereinheiten, sogenannte „mosjos“ einsetzt, wie Chefredakteur Christian Ortner auf dem European Editors Forum in Wien erstmals erläuterte.²¹ In diesem Falle ist sogar die komplette Nachrichtenkette mobil organisiert: Die redaktionellen Inhalte werden mobil, vor Ort produziert und können durch die Web-Veröffentlichung auch sofort mobil rezipiert werden. Oliver Voigt, Vorstand der Verlagsgruppe News in Wien sprach ebenfalls schon 2007 von einer dringend nötigen Verzahnung: „Die Schnelligkeit und die Distributionsform der elektronischen Medien, von Internet über Web 2.0 bis hin zu Mobile TV muss mit der Haptik und Optik von Magazinen kombiniert werden. [...] Denn die Spielregeln sind nicht die, die wir mit unseren Businessplänen und Dreijahresplänen gewohnt sind. [...] Wir müssen unsere Unternehmen an die Formen anpassen, in denen die Entwicklungen wirklich passieren. Sonst kriegen wir die wirklich kreativen Neuerungen nicht hin.“²²

Fünf Thesen zu Mobile Media

1. Interaktion ist Standard. Stärker als bisher müssen sich Journalisten darauf einstellen, dass ihre Rezipienten selbst zu Inhalte-Produzenten werden. Durch die mobile Entwicklung wird die Dynamik forciert. Augenzeugen können ihre Bilder vom Ort des Geschehens selbst direkt publizieren und müssen nicht mehr den Umweg über Redaktionen oder Verlage gehen. Darauf müssen Journalisten reagieren.

2. Kürze wird zum Nachrichtenwert. Mobile Mediennutzung ist unterwegs-Mediennutzung. Die Ablenkungsrate ist hoch (Warteräume, öffentliche Verkehrsmittel, Sitzungspausen, Restaurants, Kantinen), die Display-Größe klein. Darum bilden auf mittlere Sicht kompakte Texte und kurze Videos oder Audios den bevorzugten Content.

3. Service wird wichtiger. „News to use“ ist ein altes Erfolgsrezept des Journalismus. Kombiniert mit neuen technischen Möglichkeiten des Online-Journalismus ergeben sich aber bisher nicht vorhandene Potenziale. Das Handy entwickelt sich durch seine Anwendungen zu einem individuellen Lebens-Navigator. Gefragt sind deshalb journalistische Inhalte, die in der unmittelbaren Situation des einzelnen

21 Vgl. Hard to do im Web 2.0. In: ABZV aktuell, Ausgabe 34, April 2007, S. 1.

22 Zitiert nach Format, Ausgabe 38, 2007, S. 68f.

Nutzern helfen (bestes Beispiel: Restaurant- oder Arzttipps). Durch semantisches Web²³ und Targeting²⁴ ergeben sich auch für Journalisten zusätzliche Aufgabenfelder.

4. Redaktionelle Struktur muss flexibel bleiben. Mobile Medien haben eine Katalysator- und Aggregator-Funktion. Schneller kann Information nicht verbreitet und nicht verarbeitet werden. Unerlässlich ist, dass jeder Redakteur zu jeder Zeit an jedem Ort über den redaktionellen Gesamtinhalt und die aktuelle Planung informiert ist. Nur ein komplett vernetzter Workflow auf Basis eines einheitlichen Redaktionssystems, aus dem alle Kanäle bedient werden können, garantiert mobilen Journalismus, der auch inhaltlich immer auf dem neuesten und auf konvergentem Stand ist.

5. Mut! Mobiler Journalismus ist – ähnlich wie noch vor einigen Jahren der Onlinejournalismus – Experimentierfeld und Investitionsloch. Rentable Modelle entwickeln sich erst, wenn klar ist, welche Informationsstränge sich auf Nutzerseite etabliert haben. Im Zuge von Mobile Media sind auch neue Allianzen denkbar. So appellierte der Deutschlandchef von T-Mobile, Georg Pölzl, an die Verlage, „spannende Applikationen und Inhalte“ ins mobile Internet zu bringen.²⁵ „Wir sind aufeinander angewiesen“, erklärte Pölzl am Rande des VDZ-Expertenforums „Get in Touch with Mobile Media“.²⁶ Zitiert sei abschließend erneut Oliver Voigt: „Wer jetzt schläft, der hat nicht nur eine Entwicklung verschlafen, sondern den wird es morgen gar nicht mehr geben. Schauen Sie sich zum Beispiel das Handy an. Diese Maschine ist die wichtigste von allen. Sie ist [...] das persönlichste Medium, das wir immer bei uns haben. Hier braucht es die Ideen, wie wir es medial nutzen können. Wer diese Idee hat, der hat gewonnen.“²⁷

23 Zum Begriff vgl. Spiegel Online vom 1.7.2008: „Die Idee des ‚semantischen Web‘ geht zurück auf Tim Berners-Lee, dem Erfinder des World Wide Web. Im Zentrum steht die Entwicklung von semantischen Technologien, mit deren Hilfe Computer die Inhalte von Musik, Bildern und Videos besser verarbeiten können sollen. Semantisch bedeutet, dass Inhalte nicht bloß eine Bedeutung haben, sondern auch in Beziehung zu anderen Bedeutungen stehen, somit hierarchische Klassen bilden oder sich gegenseitig ausschließen“ (vgl. <http://tinyurl.com/spon-semantik>).

24 Vgl. z. B. Thomas Stolzenberger: Neue Wege in Online-Werbung und Direktmarketing durch Predictive Behavioral Targeting. Diplomarbeit an der FH Frankfurt am Main 2008.

25 Zitiert aus einem Web-TV-Interview von www.turi2.tv; Beitrag vom 30.4.2009.

26 Ebd.

27 Vgl. Anm. 21.

Mehrwert für das Publikum

Die Tätigkeit der Zuschauerredaktion des
Ersten Deutschen Fernsehens

„Seit langer Zeit verfolge ich die Serie ‚Marienhof‘. Vor einigen Tagen fiel mir hinter dem Sofa der Zirkowski-Wohnung ein Objekt ins Auge, das genau dem entspricht, was ich seit langem suche. Es handelt sich um ein Bild, das auf kräftigem rotem Untergrund einige Strukturen abstrakter Art enthält. Gibt es eine Möglichkeit, dieses Bild zu erwerben? Ich hätte damit zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen: ein ideales Geschenk für meine Frau und einen Blickfang für unsere neue Wohnung.“ Leider konnte die ARD-Zuschauerredaktion Herrn Rolf H. aus Frankfurt am Main nicht beglücken, weil die gesuchte Requisite ein nicht verkäufliches Unikat aus Privatbesitz war. Zuschauern auf diese Weise zu helfen, gehört ansonsten zum Redaktionsalltag. Es sei denn, die Produktionsfirma gibt die Information nicht heraus, um sich nicht dem Verdacht unerlaubter Schleichwerbung auszusetzen.

„Wann geht es weiter mit Schwester Hanna und Bürgermeister Wöller? Wann haben die vielen grauen Tage ein Ende, an denen man sich nicht mehr auf den nächsten Dienstag mit ‚Um Himmels Willen‘ freuen kann?“ Hier konnte das Team der ARD-Zuschauerredaktion Trost spenden und den Zeitpunkt nennen, zu dem die Serie fortgesetzt wurde. Schwieriger sind Anfragen wie „Ich suche einen Film, in dem es um eine Familie geht, die sich in den Sommerferien ein riesiges Ferienhaus von einem alten Ehepaar gemietet hat. Bedingung ist, dass sich die Familie um eine Frau kümmert, die im Dachgeschoss lebt. Sie tritt nie in Erscheinung, die für sie zubereiteten Mahlzeiten verschwinden aber stets. Ich hoffe nun, dass Sie mir den Titel, den Regisseur und das Datum des Films nennen können.“ Zwar arbeitet die Redaktion mit einer gut bestückten internen Datenbank, mit dem Internet und mit Film- und Serienlexika. Doch gilt es bei Anfragen wie diesen, keine stundenlangen Recherchen vorzunehmen. Denn die Zuschauerredaktion des Ersten Deutschen Fernsehens bearbeitet Monat für Monat zwischen zwölf- und sechzehntausend Anfragen, und alle Anrufer, Brief- und E-Mail-Schreiber wollen zu ihrem Recht kommen.

Die Redaktion hat ihre Arbeit im Januar 1993 aufgenommen, kurz nach dem Amtsantritt des damaligen ARD-Programmdirektors Günter Struve. Zunächst beantwortete das kleine Team nur Briefe.

Ab April 1993 gab es auch ein Zuschauertelefon, das werktags von 9 bis 17 Uhr besetzt war und von den Mitarbeiterinnen „Wanderpokal“ genannt wurde. Es war ein analoger Telefonapparat, der nach dem Ende der Telefonstunde ausgesteckt und im nächsten Zimmer wieder eingestöpselt wurde – je nachdem, wer Telefondienst hatte. In der Anfangszeit bearbeitete die Redaktion im Monat etwa 250 schriftliche und etwa 1000 telefonische Anfragen. Die damaligen Arbeitsinstrumente muten aus heutiger Sicht archaisch an: Es waren Leitz-Ordner mit kopierten Informationen und vor allem viele Post-it-Zettel, die man im richtigen Augenblick wieder finden musste, je nachdem, welche Auskunft gewünscht war.

1993 war es allerhöchste Zeit geworden, eine direkte Anlaufstelle für Kritik am und Fragen zum Ersten Deutschen Fernsehen anzubieten. Schon Ende der achtziger Jahre hatten die kommerziellen Fernsehanbieter Zuschauerredaktionen eingerichtet. Das Zweite Deutsche Fernsehen bietet seinen Zuschauern seit 1967 die Möglichkeit, direkten Kontakt zum Programm aufzunehmen. Die Zuschauer waren es also gewohnt, professionell angesprochen zu werden, als die Redaktion für das ARD-Gemeinschaftsprogramm ihre Arbeit aufnahm. Es war ihnen nicht mehr vermittelbar, dass sie sich mit ihrer Rückmeldung jeweils an die Landesrundfunkanstalt wenden sollten, deren Logo im Abspann der Sendung eingeblendet war. Das Publikum erwartete direkten Service, und diese Ansprüche sind im Lauf der Jahre immer weiter gestiegen.

Seit 1999 ist die Zuschauerredaktion des Ersten Deutschen Fernsehens täglich von 9 bis 23 Uhr telefonisch erreichbar. Sie arbeitet im Mehrschichtbetrieb und ist mit zehn festen Planstellen und – je nach Bedarf – mit 20 bis 25 überwiegend studentischen freien Mitarbeitern ausgestattet. Das Team pflegt die elektronische Archivdatenbank des Ersten Deutschen Fernsehens, die Inhaltsangaben und Serviceinformationen zu Sendungen enthält wie Wiederholungstermine, Internetlinks, Buchtipps, Adressen von Gästen, Musiktitel und Ansprechpartner. In einem Vier-Wochen-Rückblick ist ein kleiner Teil dieses Programmarchivs für alle Zuschauer per Internet unter www.daserste.de abrufbar. Die Kontaktdaten der ARD-Zuschauerredaktion sind in Programmzeitschriften, im ARD-Text oder in den verschiedenen Internetangeboten der ARD zu finden.

Die Zuschauerredaktion des Ersten ist aber nicht nur zentrale Anlaufstelle für das Publikum, sondern versteht sich auch als Service-Einrichtung für Kollegen. Oft genug wenden sich Mitarbeiter von Landesrundfunkanstalten und Gemeinschaftseinrichtungen an die Redaktion, wenn sie sich im schwer zu durchschauenden Konglome-

rat ARD nicht zurechtfinden. „Was, die Sendung wird bei uns im Haus produziert?“ Diese erstaunte Feststellung ist nicht selten zu hören, denn nicht allen Kollegen ist bewusst, dass Das Erste als Gemeinschaftsprogramm von allen ARD-Anstalten bestückt wird.

Durch den direkten Kontakt zum Publikum sind die Zuschauerredaktionen in der Lage, lebendiges und ungefiltertes Feedback auf das Programm zu registrieren. Sie haben das Ohr am Zuschauer. Eine der wichtigsten Aufgaben der ARD-Zuschauerredaktion ist daher, als Frühwarnsystem zu fungieren. Wenn Fehler passieren, erfährt die ARD-Programmdirektion dies durch den direkten Draht zum Publikum unmittelbar. Bei aktuellen oder Sport-Live-Sendungen wird nachgebessert, wenn Zuschauer auf technische oder andere Mängel aufmerksam machen – wie in dem Fall, als Hannelore Fischer, die Moderatorin des ARD-Mittagsmagazins, vor dem Schwenk zur anderen Kamera vergessen hatte, ihre figurformende Wäscheklammer vom Jackett zu entfernen. Neben Fehlermeldungen artikulieren die Zuschauer ihre Erwartungen an das Programm und schlagen Themen vor. Die Reaktionen des Publikums dienen der ARD-Medienforschung bei Bedarf dazu, die GfK-Zahlen der Quotenmessung zu interpretieren und nach Ursachen für verändertes Zuschauerverhalten zu suchen.

Jedes Feedback wird in einem elektronischen Formular erfasst und gespeichert. Personalien und Adressen der Zuschauer spielen dabei keine Rolle, jedoch die Art der Anfrage und die Art der Kritik: Hat der Zuschauer eine technische Frage oder eine zur Programmplanung? Wird bei der Unterhaltungsshow die Sendezeit oder die Moderation kritisiert? Gibt es Lob zum Inhalt der Dokumentation? Bezieht sich die Frage auf die Wiederholung der Talkshow, wird ein Mitschnitt gewünscht? Darüber hinaus nehmen die Mitarbeiter prägnante Zitate auf. Die erfassten Anfragen bilden die Grundlagen für vielfältige Auswertungen und Protokolle.

Jeden Montagmorgen erstellt die Redaktion ein Wochenprotokoll für Programmdirektor, Chefredakteur, für die Programmplanung, die Sportkoordination der ARD und für alle interessierten Kollegen in den Landesrundfunkanstalten. Daneben macht die ARD-Zuschauerredaktion gezielte Auswertungen, zum Beispiel, wenn eine neue Sendung zum ersten Mal läuft. Hinzu kommen Auswertungen für Pressekollegen, die nachfragen, wie die Zuschauer auf Themenschwerpunkte reagieren oder auf Sendungen, die bereits vor der Ausstrahlung für kontroverse Diskussionen sorgen. Ein Beispiel dafür war der Tatort „Schatten der Angst“ aus Ludwigshafen, der im türkischen Milieu spielte und wegen der Brandkatastrophe in Ludwigshafen im Februar 2008 verschoben wurde.

In aller Regel arbeitet die Zuschauerredaktion des Ersten Deutschen Fernsehens hinter den Kulissen. Sie wird jedoch regelmäßig von Programmzeitschriften und Tageszeitungen getestet und schneidet meistens gut ab, wenn sich die Rechercheure als Zuschauer ausgeben und Testfragen stellen. Gelegentlich bekommt die Redaktion Besuch von Fernsehteams wie von den Kollegen des NDR-Medienmagazins „Zapp“, das im August 2006 unter dem Titel „Bilderflut vom Krieg“ die Nahost-Berichterstattung und die Reaktionen der Zuschauer thematisierte. Auch in Medienfachzeitschriften beschäftigen sich Autoren mit der Arbeit der Zuschauerredaktionen. So stellten Leif Kramp und Stephan Weichert fest: „Die Kritik einzelner Zuschauer kleckert bei den Sendern ein, verhält meist im Call Center und verliert damit ihre Wirkungskraft“ (Kramp/Weichert 2007, S. 9).

Das klingt zwar interessant, gilt jedoch nicht für die öffentlich-rechtlichen Programmanbieter. Neben dem Ersten und dem Zweiten Deutschen Fernsehen haben fast alle Landesrundfunkanstalten für ihre Dritten Programme eigene Zuschauerredaktionen, die gut zu erreichen sind, gut ausgestattet sind und die Anfragen der Zuschauer regelmäßig auswerten. Zum Teil gehören sie zur Fernsehdirektion, zum Teil zum Bereich Kommunikation oder wie beim Bayerischen Rundfunk zur Produktionsdirektion.

Die Zuschauerredaktion des Ersten Deutschen Fernsehens untersteht direkt dem ARD-Programmdirektor. Zuschauern, die sich bei Volker Herres persönlich beschweren möchten, können die Mitarbeiter deshalb immer mitteilen, dass er der direkte Vorgesetzte ist und bei außergewöhnlichen Reaktionen unmittelbar informiert wird. Dies erleichtert die Arbeit, weil die Ansprüche des Publikums auf diese Weise erfüllt werden können. Die Meinung nicht weniger Zuschauer, ihr Statement lande ohnehin im Papierkorb, und sie müssten sich am Telefon mit ahnungslosen strafversetzten Mitarbeitern abgeben, kann die Redaktion in der Regel schnell widerlegen.

Die Zuschauerredaktion des Ersten Deutschen Fernsehens bietet den Gebührenzahlern Mehrwert jenseits des Programms, Zusatzinformationen und Erklärungen zur Programmstruktur. Die Mitarbeiter diskutieren am Telefon ausführlich über die Gebührenlegitimation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Geduld der Kollegen stößt allerdings bei Zuschreibern wie dieser an ihre Grenzen: „Ich habe die Sendung zwar nicht gesehen, aber ich las einen Bericht in der Zeitung darüber. Ich möchte mich der Kritik anschließen und halte das Verhalten des Moderators für völlig inakzeptabel.“ Auf derartige Rückmeldungen äußert die ARD-Zuschauerredaktion den frommen

Wunsch: „Wir würden uns darüber freuen, wenn Sie sich Ihr Urteil über die nächste Sendung nicht durch Zeitungslektüre bilden, sondern dadurch, dass Sie sich das Programm selbst ansehen.“

Literatur

- Blechschmidt, Sabine (2004): Die Zuschauerredaktion. Eine vergleichende Analyse ihrer Funktion und Bedeutung. Journalistik-Diplomarbeit, Universität München.
- Flott, Günter (2002): Prügelknabe und Dienstleister. Alltag der Zuschauerredaktionen. In: Journalist, 52. Jg., H. 6, S. 34f.
- Putz, Petra (2003): Der direkte Draht zum Sender. Wie Zuschauerredaktionen großen und kleinen Zuschauern das Fernsehen und die Welt erklären. In: ARD-Jahrbuch, Hamburg, S. 75-81.
- Kramp, Leif/Weichert, Stephan (2007): Sachdienliche Hinweise. Wenn Zuschauer sich beschweren wollen. In: epd medien, Nr. 40 vom 23.5., S. 6-9.

Die Welt am runden Tisch

Katholisches Medienengagement
im digitalen Zeitalter*

In der Auseinandersetzung um die Pius-Bruderschaft war in den vergangenen Wochen immer wieder die Rede davon, die Katholische Kirche müsse zu den Reformen des II. Vatikanischen Konzils stehen. Zuweilen aber schien es dabei, dass das Konzil dabei wie eine Schutzbehauptung oder ein Persilschein vor sich hergetragen wurde, ohne dass die jeweiligen Protagonisten jeweils die Konzilstexte selbst, geschweige denn deren Hintergründe, genauer kannten. Ich bin froh, dass als ein Nebeneffekt dieser insgesamt denkbar ungünstig verlaufenen Auseinandersetzung eine verstärkte Beschäftigung mit dem Konzil, seinen Texten und seinen Grundanliegen eingesetzt hat.

Zu den unbestreitbar wichtigen Errungenschaften des Konzils gehört auch eine neue Ausrichtung der katholischen Medienarbeit. Das *Aggiornamento*, die Öffnung gegenüber der Welt, das zentrale Leitmotiv des II. Vatikanums, bedeutete auch eine neue Öffnung gegenüber der Medienwelt, wie sie besonders das Konzilsdekret „*Inter Mirifica*“ (1963) ausführte. Das 40-jährige Jubiläum der Gründung des Catholic Media Councils (Cameco) bietet uns nun einen willkommenen Anlass, auf die Grundanliegen des Konzils zurückzublicken. Denn Cameco entstand im Umfeld der damaligen Überlegungen zu einer neuen Ausrichtung des katholischen Medienengagements. Wenn wir heute auf die Erfolgsgeschichte von Cameco schauen, blicken wir also auch auf die Impulse, die von dem Konzil für die Medienarbeit ausgegangen sind.

Die positive Grundeinstellung zu den Medien, die schon Papst Pius XII. in der Enzyklika „*Miranda prorsus*“ (1957) skizziert hatte, und die dann in „*Inter Mirifica*“ ausgeführt worden war, wurde 1971 in der Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“ grundlegend dargestellt. Dort heißt es: Medien sind nach kirchlicher Überzeugung „Geschenke Gottes“, weil „sie nach dem Ratschluss der göttlichen Vorsehung die Menschen brüderlich verbinden, damit diese im Heilswerk Gottes mitwirken“. Gemeinschaft und Fortschritt sind

* *Communicatio Socialis* dokumentiert leicht gekürzt die Ansprache von Medienbischof Gebhard Fürst anlässlich des 40-jährigen Jubiläums von Cameco bei einem Festakt am 6. Mai 2009 in Aachen.

die höchsten Ziele der medialen Kommunikation, Menschendienlichkeit und Orientierung am Gemeinwohl der Maßstab der Beurteilung. Bemerkenswert ist, dass schon „Communio et Progressio“ keine nationalen Grenzen kennt, sondern eine globale Perspektive einnimmt. Die Leistung der weltweiten Kommunikation wird mit dem Bild des „runden Tisches“ verdeutlicht:

„Die neue Technik für den Austausch unter den Menschen versammelt die Zeitgenossen sozusagen um einen runden Tisch. So kommen sie in dem Streben nach Brüderlichkeit und gemeinsamen Handeln miteinander ins Gespräch. Denn durch diese Instrumente wird das tägliche Gespräch der einzelnen aufgenommen, angeregt und weithin verbreitet. So wird das öffentliche Gespräch der ganzen Gesellschaft durch diese Medien ermöglicht und überall vernehmbar. Der so vermittelte Fluß der Nachrichten und Meinungen bewirkt in der Tat, daß alle Menschen auf dem ganzen Erdkreis wechselseitig Anteil nehmen an den Sorgen und Problemen, von denen die einzelnen und die ganze Menschheit betroffen sind. Das sind notwendige Voraussetzungen für das Verstehen und die Rücksichtnahme untereinander und letztlich für den Fortschritt aller“ (Art. 19).

Wenn die Medien für die gesellschaftliche Entwicklung und allgemein für das Fortschreiten der Menschen in der Geschichte eine so fundamentale Bedeutung haben, dann kommt es darauf an, die Nutzung der medialen Kommunikation allen zu ermöglichen, gerade auch denen, die noch nicht an diesen Entwicklungen teilhaben. Die Katholische Kirche ist aufgerufen, Beteiligungsgerechtigkeit auch im Hinblick auf die Medien herzustellen. „Communio et Progressio“ schreibt die Hilfe für die Entwicklungsländer ausdrücklich als eine wesentliche Aufgabe vor. Es heißt dort:

„Unter den zahlreichen Formen internationaler Zusammenarbeit, die durch das Wesen der Kommunikationsmittel geradezu aufgedrängt wird, ist die Hilfe für Entwicklungsländer von besonderer Bedeutung. Es ist zugleich Wirkung und Ursache der Unterentwicklung, wenn moderne Kommunikationsmittel nur in unzureichendem Maße vorhanden sind oder ganz fehlen. Ohne diese Techniken kann heute kein Volk mehr die notwendige Information und Bildung erreichen. Von daher wäre der wirtschaftliche, soziale und politische Fortschritt der Entwicklungsländer in Frage gestellt“ (Art. 92).

Die Hilfe soll sich dabei nicht auf die Beschaffung von notwendiger Technik beschränken, sondern auch bei der Ausbildung von Medienfachleuten geleistet werden, denn – so die Begründung – die reichen Länder „tragen Verantwortung nicht nur für ihr eigenes Wohl, sondern für den Fortschritt der ganzen Welt“ (Art. 93).

Cameco ist zwar schon vor dem Erscheinen von „Communio et Progressio“ gegründet worden. Es wird aber geprägt durch diesen Geist der Verantwortung, den das nachkonziliare Dokument hervorhebt. Cameco ist eine hoch angesehene Institution, die in 40 Jahren wertvolle Arbeit in der Förderung der Medienarbeit in Afrika, Asien und Lateinamerika und seit 1993 auch für Mittel- und Osteuropa sowie die Staaten der früheren Sowjetunion geleistet hat und auch weiter leistet.

Wenn wir über katholische Medienarbeit in Deutschland sprechen, stehen Unternehmen wie das Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses, die Katholische Nachrichtenagentur oder etwa die Wochenzeitung „Rheinischer Merkur“ im Mittelpunkt. Cameco findet – wenn überhaupt – nur am Rande Erwähnung. Das mag daran liegen, dass die Früchte der Arbeit von Cameco hier in Deutschland nicht sichtbar sind, sondern nur in den Ländern, in denen Cameco tätig ist. Wir sollten uns aber bewusst sein, dass Cameco einen Dienst erfüllt, der auch mit uns in Deutschland zu tun hat.

Was wir an Hilfen weitergeben können, ist nicht nur das Geld für technische Ausstattung und die Beratung in strategischen Fragen oder in der Ausbildung, sondern es sind auch Konzepte zum Verständnis der Medien und des kirchlichen Wirkens in diesem Bereich. Die Deutsche Bischofskonferenz befindet sich derzeit in einer Phase des intensiven Nachdenkens über die Zukunft des kirchlichen Medienengagements. Wir haben uns im Rahmen eines Studientages mit der aktuellen Entwicklung der Medienlandschaft beschäftigt und erste Weichenstellungen für die Zukunft unternommen. Es ging dabei um die Frage, wie die Katholische Kirche ihre mediale Präsenz in der digitalen Welt verbessern kann.

Chancen und Risiken des digitalen Zeitalters

Kirchliche Medienarbeit hat sich seit dem Jahrzehnt des II. Vatikanums gravierend verändert. Als die Autoren von „Communio et Progressio“ die Vision vom Runden Tisch formulierten, war die Vorstellung davon, wie Medien Menschen verbinden können, vorwiegend geprägt vom Modell des Fernsehens: Weltweite Live-Übertragungen hatte es bereits bei Großereignissen gegeben, diese versammelten die Menschen weltweit vor den Bildschirmen. Doch die Entwicklung, die sich damals punktuell andeutete, ist zwischenzeitlich erheblich fortgeschritten, sie hat sich durch das Entstehen unzähliger Sender und Programme, das wie ein Boom wachsende Auftauchen des Internet als weltweites Netz nahezu endlos potenziert.

Heute stellen wir uns im Zeitalter der digitalen Medien die Verbindungen von Menschen über Medien völlig anders vor als dies zu Zeiten des Konzils oder auch zu Beginn der 1970er Jahre absehbar war: als ein weltweites Netzwerk, das unendlich viele Möglichkeiten von Kommunikation bietet, und zwar nicht nur in einer Richtung von einem privilegierten Sender zu einem Massenpublikum von bloßen Empfängern, sondern auch in gegenläufiger Richtung, da jeder Empfänger auch selbst wieder Rückmeldungen geben, seine eigenen Botschaften verbreiten kann und so selbst zum „Sender“ wird. Mit Computern oder immer kleineren multifunktionalen mobilen Endgeräten können sich Menschen weltweit in einen medial vermittelten Dialog einklinken. Digitale Speichermedien haben nach der Audio- und später der Videokassette die sendezeitunabhängige Verfügbarkeit von Programmen ins Unüberschaubare gesteigert. Der runde Tisch, den uns „*Communio et Progressio*“ vor Augen führte, hat sich enorm vergrößert, da immer mehr Kommunikatoren ihren Platz daran finden.

Ein weiterer zentraler Aspekt der heutigen Medienwelt ist die Dominanz der Bilder. Die Rede vom „*iconic turn*“ beschreibt eine kulturelle Entwicklung, die die Bilderkommunikation gegenüber dem Wort immer mehr in den Vordergrund gerückt hat. Auch dies hatte zwar schon mit dem Zeitalter des Fernsehens begonnen, hat sich aber in den letzten Jahren dramatisch weiterentwickelt. Live-Schaltungen haben nicht nur bei sportlichen Großereignissen wie Olympiaden oder Staatsakten und Fürstenhochzeiten ihre Berechtigung, da sie auf weltweites Interesse stoßen. Auch für die Kirche hat diese Form der unmittelbaren Teilhabe an Ereignissen eine große Relevanz erlangt. Papst Johannes Paul II. hat die Macht der Medien erkannt und genutzt, indem er Bilder setzte, die um die Welt gingen, auf seinen zahlreichen Reisen wie auch in dem erschütternden Prozess seines Sterbens, an dem sozusagen eine weltweit verbundene Trauergemeinde Anteil nehmen konnte.

Trotz der Überflutung durch Bilderkommunikation sind die traditionellen Medien aber nicht obsolet geworden. Das Internet ist eine Plattform, die Bewegtbilder oder Audiodateien ebenso zur Verfügung stellt wie Texte. Die Fachleute sagen uns, dass ein Schlüsselwort der Zukunft Crossmedialität heißt, d. h. die strategische Steuerung der Informationsvermittlung über die miteinander vernetzten diversen Kanäle. Die traditionellen Medien wie Zeitungen, Hörfunk und Fernsehen schaffen eigene Auftritte im Netz, sie verknüpfen Print mit Audio- und Videodateien, die in Mediatheken unbegrenzt abrufbar sind. Und es gibt im Netz nicht nur die Verweise auf andere Seiten,

sondern auch Verweise aus dem Netz hinaus, z. B. auf das Buch, das man sich bestellen und im Lehnssessel, am Strand oder in der U-Bahn wie bisher lesen kann.

Die Aufforderung von „*Communio et Progressio*“ an die Kirche, sich auf die Medienwelt einzulassen und sich an ihr zu beteiligen, wird angesichts der Fülle der heutigen medialen Möglichkeiten zunehmend schwieriger. Dazu kommt gerade auch für uns als Kirche die Frage und zentrale Aufgabe, nicht nur über die Nutzung von Möglichkeiten nachzudenken, sondern auch die Kategorie der Verantwortung für das Handeln und seine Maßstäbe in den Blick zu nehmen und die Blicke der Menschen darauf zu lenken.

Weiterhin müssen wir uns die Frage stellen, welche Botschaft über welchen medialen Weg an welche Nutzergruppe zu bringen ist. Die zielgruppenspezifische Ansprache heißt hier ein neues Zauberwort. Wir haben in den vergangenen Jahren viel erfahren über die Interessen und Bedürfnisse der Nutzer. Eine weltweit angelegte Untersuchung der Bertelsmann-Stiftung, der sogenannte Religionsmonitor, hat anhand repräsentativer Umfragen ermittelt, dass in der deutschen Bevölkerung Glauben und Religiosität weit stärker verbreitet sind, als man gemeinhin annimmt. Nach der Studie können beispielsweise rund 70 Prozent der Deutschen als religiös eingestuft werden, dabei sogar 20 Prozent, fast jeder fünfte Befragte als hochreligiös. Die Studien der Firma Sinus Sociovision, die im Auftrag unserer Medien-Dienstleistungsgesellschaft durchgeführt worden sind, haben einzelne soziale Milieus detailliert beschrieben, so dass wir wissen, welche Werte bestimmte soziale Gruppen haben, welche Ansprüche sie an die Kirche stellen oder über welche Medien sie zu erreichen sind.

Mit den neuen Medien, vor allem dem Internet, sind viele utopische Hoffnungen verbunden worden: die Überwindung physischer Grenzen, die Verfügbarkeit einer unendlichen Welt des Wissens und der Kommunikation, die Demokratisierung durch Teilhabe jedes Einzelnen oder die Entstehung ganz neuer Kommunikationsstrukturen in sozialen Netzen. Auf den ersten Blick tauchen hier viele Stichworte auf, die die Vision von „*Communio et Progressio*“ aufzunehmen und entfalten scheinen: Chancen für alle, Gemeinschaft, Demokratie und Fortschritt. Doch es hat sich gezeigt, dass die neuen technischen Möglichkeiten nicht automatisch Wege in eine bessere Welt ebnen. Die Vervielfachung der Angebote und der Absender von Botschaften hat eine bisher unvorstellbare Unübersichtlichkeit gebracht. Die wirklich wichtige und authentische Botschaft droht im Datenmüll des oft sinnlosen Geplappers in Chats, Blogs und Foren unterzugehen. Die schöne

neue Netzwelt, in der sich sogenannte und oft selbsternannte Kenner und Könner selbstverständlich bewegen, bleibt für viele Menschen weltweit längst nicht nur aufgrund technischer Lücken unzugänglich, unüberschaubar und fremd. Statt Zugang und Chancengleichheit für alle Menschen zu erreichen, entstehen so neue Barrieren. Elitäre Zirkel mit exklusiven Zugangsrechten sorgen für separierte Welten, statt die Vision der einen Welt zu befördern. Gleichzeitig wird es noch vieler finanzieller und technischer Anstrengungen bedürfen, den „digitalen Graben“ zwischen den Ländern des Nordens und des Südens, zwischen städtischen Zentren und ländlichen Regionen zu überbrücken. Es sollte unser aller Anliegen sein, die Chancen, die die neuen Technologien bieten, möglichst vielen zu erschließen – ohne die Risiken zu unterschätzen. Durch die neuen sozialen Netzwerke werden Kontakte möglich, die Menschen über Grenzen hinweg in engere Verbindung bringen. Gleichzeitig aber entwickeln sich auch problematische Formen des Umgangs wie Mobbing im Cyberspace oder die Abschöpfung von Nutzerdaten für kommerzielle Zwecke.

Die Macht der Bilder

Die Verlagerung der Gewichte innerhalb der Kommunikation von Begriffen auf Bilder spielt eine große Rolle in der Vermittlung, wenn es um Unmittelbarkeit und emotionalen Respons geht. Bilder haben große Überzeugungskraft – man kann ja die Ereignisse mit eigenen Augen sehen. Dabei ist aber mit der Vermehrung der Bilder und den neuen Möglichkeiten der technischen Reproduzierbarkeit auch eine Zunahme von Möglichkeiten der Manipulation festzustellen. Die Erzeugung digitaler Bilder im Computer, die virtuelle Welten wie real greifbar vor Augen stellen, wirft für uns Fragen auf. Fragen im Hinblick auf die Macht, die Bilder über den Menschen gewinnen können; Fragen über die Folgen einer Entwicklung, die Menschen zunehmend aus der Wirklichkeit und realen Kontakten entreißt und in virtuelle Zweit- und Scheinwelten entführt. Ich denke an gewalthaltige Computerspiele oder virtuelle Welten wie „Second Life“. Auch hier taucht massiv die bewusste Übernahme der Kategorie Verantwortung für unser Handeln und für gesellschaftliche Entwicklungen auf. Und das ist ganz konkret und stellt uns die Fragen: Welche Bilder wollen wir im Internet sehen, welche wollen wir zeigen, vor Augen stellen, nutzen – und welche eben nicht!

Mir ist in diesem Zusammenhang ein Gedanke des Philosophen Heinrich Spaemann sehr wichtig geworden, der lautet: „Was wir im Auge haben, das prägt uns, dahinein werden wir verwandelt. Und wir

kommen, wohin wir schauen.“ Gerade in der Aufarbeitung der Ereignisse in Winnenden scheint sich die Wahrheit dieses Gedankens zu bestätigen. Werden wir konkret: Schauen junge Menschen über lange Zeit Gewaltfilme oder sitzen Tag und Nacht am Computer mit Killerspielen, dann besteht die Gefahr, dass sich das Gesehene in ihre Köpfe schleicht, es wie Gift in ihre Seelen träufelt. Und wenn sie dann noch im realen Leben massive Probleme haben oder in einem gewaltfreundlichen Umfeld leben, dann kann es passieren, dass die Sicherung durchbrennt. „Was wir im Auge haben, das prägt uns, dahinein werden wir verwandelt.“ Dieser Satz wird so auch zur Mahnung, darauf zu sehen, was wir im Auge haben (und was wir anderen vor Augen stellen). Denn wir werden dahinein verwandelt. Ich möchte nachhaltig die Sätze von Bundespräsident Horst Köhler unterstreichen, die dieser in seiner Traueransprache in Winnenden ausführte:

„Es ist auch eine Frage der Selbstachtung, welche Filme ich mir anschau, welche Spiele ich spiele, welches Vorbild ich meinen Freunden, meinen Kindern und Mitmenschen gebe. Zur Selbstachtung gehört es, dass man ‚Nein‘ sagt zu Dingen, die man für schlecht hält, auch wenn sie nicht verboten sind. Die meisten von uns haben ein Gespür für Gut und Böse. Also handeln wir auch danach! Schauen wir auch genau hin, welche Bilder wir uns von unseren Mitmenschen machen, welche Menschenbilder wir in unserer Umgebung akzeptieren und von welchen wir uns selbst beeinflussen lassen: Welche Erwartungen haben wir an andere? Wie schön, klug und kraftvoll muss einer sein, um dazuzugehören? [...] Was wird aus denen, die solchen Bildern nicht entsprechen? Wie schnell fällt einer aus dem Rahmen – nur weil er anders ist, als wir es von ihm erwarten; nur weil wir zu bequem sind, um nachzudenken und unsere Schablonen zu korrigieren?“

Der Blick der Kirche auf die Medien hatte immer die doppelte Perspektive: Chancen erkennen, aber auch die Risiken wahrnehmen und benennen. Wir können die neue Medienentwicklung nicht ignorieren. Wir folgen der Aufforderung von „Communio et Progressio“, wenn wir die medialen Möglichkeiten prüfen und uns überlegen, wie wir die Präsenz kirchlicher Botschaften in der digitalen Zukunft sichern und ausbauen können. Die Überlegungen der Deutschen Bischofskonferenz haben sich in den letzten Jahren intensiv auf dieses Ziel hingearbeitet. Dabei geht es nicht darum, sich einer unkritischen Fortschrittsgläubigkeit anzuschließen, sondern die Medien so zu nutzen, dass ihre Chancen verwirklicht werden. Durch neue Medien tauchen zunächst nur technische Möglichkeiten auf; es kommt darauf an, sie so einzusetzen, dass sie zum Segen für alle reichen.

Mit dem Internet neue Zielgruppen erreichen

Wir haben in der Deutschen Bischofskonferenz zu Beginn dieses Jahres den Beschluss gefasst, dass wir unser Angebot im Internet ausbauen wollen. Es geht darum, die Bandbreite medialer Möglichkeiten – Bewegtbilder, Audioprogramme, Texte – zu nutzen und dabei crossmedial zu denken, d. h. die bestehenden Angebote, die wir schon in großer Fülle haben, mit den neuen zu vernetzen. Ein wichtiges Argument für diesen Schritt ist begründet in der zu beobachtenden Änderung der Nutzungsgewohnheiten. Für junge Leute spielt das Internet eine ganz zentrale Rolle, aber auch ältere wenden sich zunehmend diesem Medium zu. Dabei sind es vor allem solche Gruppen in der Gesellschaft, die der Motor für gesellschaftliche Entwicklungen sind, die auch die fortschrittliche Technik nutzen. Die Kirche würde ganze Gruppen ausschließen, wenn sie nicht die neuen Medien für ihre Ziele dienstbar machen würde. Bei aller Fülle an Informationen, die wir heute über potentielle Adressaten haben, wissen wir noch lange nicht, wie ein Programm inhaltlich und formal gestaltet sein muss, um eine bestimmte Gruppe von Menschen tatsächlich zu erreichen.

Das Engagement, das wir im Internet verwirklichen wollen, wird auch den Raum und den Mut zum Experiment brauchen, damit wir lernen, wie die Menschen anzusprechen sind. Wir wollen auch ein eigenes kirchliches Angebot machen, um unseren Glauben auch in Gegenwart und Zukunft authentisch vermitteln zu können. Das, was in der Welt geschieht, soll ganz bewusst unter der Perspektive des christlichen Glaubens dargestellt und vermittelt werden, um es zu bewerten und gewichten, zu unterstützen und zu kritisieren. Die Zahl religiöser Anbieter hat sich in der digitalen Welt vervielfacht. Wir können das Feld nicht den Sekten und fundamentalistischen Gruppen überlassen. Wenn jemand im Internet nach Antworten auf Fragen des Glaubens sucht, soll er die authentische Stimme der Kirche finden.

Bei allem, was wir auf dem Gebiet der medialen Kommunikation tun, sollten wir auf eine Stärke setzen, die uns zu Eigen ist: die Authentizität unseres Glaubenszeugnisses. In einer digitalen Welt, in der das Virtuelle die Realität vertreibt und Täuschung und falsche Verheißungen an der Tagesordnung sind, werden Stimmen, die glaubwürdig sind und ein Interesse am Heil des Menschen und der Gesellschaft zum Ausdruck bringen können, sicher Aufmerksamkeit finden. Davon bin ich überzeugt. Virtuelle Fluchtwelten können Zeitvertreib für ein paar Stunden bringen. Nicht aber können sie die existentiellen Fragen beantworten und schon gar nicht Erlösung bringen.

Wir sind auf neuen, oftmals noch unsicheren Wegen. Aber wir beschreiten sie getragen von der Hoffnung, dass sich gute Inhalte, tragfähige Wahrheiten und die Frohe Botschaft dabei behaupten können. Welche Bedeutung hat das für unser Engagement im Hinblick auf die Aktivitäten von Cameco? Die Erfahrungen und Überlegungen, die die kirchliche Medienarbeit in Deutschland und in Europa prägen, sind ein Baustein für das, was wir weitergeben können. Zwar sind die realen Bedingungen, gesellschaftliche Strukturen, medienrechtliche Faktoren usw., nicht einfach auf andere Länder übertragbar. Grundlegende Einsichten in die Notwendigkeit und die Bedingungen kirchlicher Kommunikation sind es vielleicht durchaus.

„Communio et Progressio“ hatte dafür geworben, dass die Kirche sich auf die Medienrealität einlässt. In welcher Weise dies in den verschiedenen Regionen konkret geschehen kann, hängt von vielen Faktoren vor Ort ab. Aber es ist auch für uns eine Herausforderung, die Möglichkeiten der Vernetzung und des Austausches auch und gerade im Hinblick auf die Länder des Ostens und des Südens nutzbar zu machen. Die neuen Technologien bieten viele Chancen, dass sich die Ortskirchen Afrikas, Asiens, Lateinamerikas und Mittel- und Osteuropas mehr als bisher selbst zu Wort melden und wir so mit den Ländern, in denen wir Hilfe leisten, auch enger in Kontakt kommen. „Communio et Progressio“ hat dazu schon klar Stellung bezogen mit der Aussage, Entwicklungshilfe im Medienbereich sei „weder Spende noch Almosen, sondern Austausch von Werten zur Bereicherung aller“ (Art. 94). Durch die neuen Informationstechnologien eröffnen sich Wege, dass dieser Austausch in alle Richtungen zwischen Süd und Nord, West und Ost ausgebaut und intensiviert wird.

„Zeitdiagnosen“ der Kirche zur digitalen Gesellschaft

Die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz lässt eine medienethische Schrift zu den Herausforderungen der digitalen Mediengesellschaft vorbereiten. Bischof Gebhard Fürst, Vorsitzender der Publizistischen Kommission, stellte am 22. April in München vor Experten einen Entwurf vor. Die Schrift trägt den Arbeitstitel „Virtualität und Inszenierung – Unterwegs in der digitalen Medienlandschaft“. Zur Diskussion über die ersten Beratungsergebnisse einer achtköpfigen Arbeitsgruppe waren rund 90 Journalisten, Branchen- und Kirchenvertreter in die neuen Räume des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses eingeladen worden.

Die Arbeitsgruppe hat in dem gut 70-seitigen Entwurf mit den Kernbegriffen Virtualität, Inszenierung, Authentizität und Orientierung Verfahrensvorschläge entwickelt, wie aus katholischer Perspektive Chancen und Risiken neuer Medientechnologien zu bewerten seien. Die Kirche möchte sich mit einer solchen medienethischen Schrift in einer Zeit des rasanten Technikwandels insbesondere im Internet positionieren. In dem Impulspa-

pier werden das Zusammenspiel von Ton, Text und Bild und die Auswirkung des Gebrauchs von Massenmedien auf zwischenmenschliche Beziehungen und kulturelle Identitäten analysiert. Dabei sieht die Kirche ihre Aufgabe vor allem „in der Sensibilisierung und Wahrnehmungsschulung der Gesellschaft“.

Bischof Fürst sprach von „Zeitdiagnosen der digitalen Mediengesellschaft“ und betonte, dass der Fokus des Dokuments auf den Auswirkungen auf das Individuum liegen solle. Der rasante Umbruch im Mediensystem habe Folgen für das soziale Gefüge. Nötig seien darum „scharfe Beobachtung“ und „mutige Bereitschaft, Schlüsse zu ziehen“. Der Prozess einer medialen Revolution sei noch nicht abgeschlossen. Die Kirche müsse Stellung beziehen und Standpunkte entwickeln, so Fürst. Dabei gehe es jedoch nicht um „moralisierende Pauschaletik“ und die Verurteilung einzelner Mediengattungen.

Der Münsteraner Theologe Klaus Müller, der einzelne Akzente des Papiers vorstellte, warnte vor möglichen pathologischen Veränderungen bei Online-Spielen. Die Differenz zwischen

Sein und Schein verliere im Netz an Kontur, die technischen Möglichkeiten sorgten mitunter für eine „virtuell erzeugte Identitätsverflüssigung“. Daneben müsse der persönliche Schutz insbesondere im Hinblick auf Community-, Verleumdungs- und Racheseiten gewährleistet werden. Müller verwies in diesem Zusammenhang auf extreme Beispiele von Bloßstellung und Denunziation im Netz.

Hans-Jürgen Jakobs, Chefredakteur von sueddeutsche.de, setzte sich bei seiner Bewertung des Entwurfs dafür ein, den Qualitätsjournalismus im Internet fortzuführen und zu unterstützen. Jakobs merkte kritisch an, das Papier stelle wichtige Fragen, „könnte jedoch bei den Antworten mehr leisten“. Die Gefahren des Internets würden richtig beschrieben, dies sei aber eine rein deskriptive Darstellung. „Von nötigen Strukturveränderungen ist im Papier nirgendwo die Rede.“ Auch bei der Aussprache wiesen die anwesenden Experten mehrfach darauf hin, dass es in der ersten Fassung der medienethischen Schrift noch an deutlicheren Hinweisen auf nötigen Konsequenzen mangle. Bischof Fürst entgegnete, man strebe „keine unfehlbare Handlungsanweisung für Gesetzgeber an“, sondern wolle in erster Linie die Aufmerksamkeit auf die gesellschaftlichen Veränderungen lenken.

Pfarrer Dietmar Heeg, Beauftragter der Deutschen Bischofskonferenz für Kirchenprogramme bei RTL, stellte die Vorteile der digitalen Kommunikation heraus: Das Gedächtnis im Internet könne auch zugunsten der Kirche genutzt werden. So könnte die Kirche in Foren und auf Internet-Seiten zum Beispiel spirituelle Angebote machen.

Zur Arbeitsgruppe gehörten Andreas Büsch (Professor für Medienpädagogik und Kommunikationswissenschaft an der katholischen Fachhochschule Mainz), Hans-Joachim Höhn (Professor für Systematische Theologie und Religionsphilosophie an der Universität Köln), Rüdiger Funiok SJ (Professor für Medienethik an der Hochschule der Jesuiten in München), Elvira Steppacher (Direktorin des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses), Michael Rutz (Chefredakteur beim „Rheinischen Merkur“), Matthias Wörther (Leiter der Fachstelle Medien und Kommunikation im Erzbischöflichen Ordinariat München und Freising), Klaus Müller (Direktor des Seminars für Philosophische Grundfragen der Theologie an der Universität Münster) sowie Wolfgang Bergsdorf (Politikwissenschaftler und Mitherausgeber beim „Rheinischen Merkur“). Die Koordination hat die Mitherausgeberin von *Communicatio Socialis*, Ute Sternert, übernommen. *FK/kl*

Vatikan plant Instruktion zur digitalen Kommunikation

Der Vatikan bereitet ein Lehrschreiben über die neuen Medien und ihre Bedeutung für die Kommunikationsstrategien der Kirche vor. Dies hat der Präsident des Päpstlichen Medienrates, Erzbischof Claudio Celli, nach einem Seminar für Medien Bischöfe im März in Rom erklärt. Das Dokument soll die letzte Pastoralinstruktion „Aetate novae“ von 1991 aktualisieren. Diese stamme aus einer Zeit, als das Internet noch nicht verbreitet war.

Celli wies darauf hin, dass seither nicht nur neue technische Kommunikationsmittel entwickelt wurden, sondern dass sich das gesamte Kommunikationsverhalten der Menschen verändert hat. Besondere Aufmerksamkeit gelte dem Internet, wie es Papst Benedikt XVI. nach dem Fall des Holocaust-Leugners Richard Williamson von der Kurie gefordert habe. Die Medien Bischöfe richteten als Antwort auf den Brief des Papstes, in dem er den Bischöfen sein Vorgehen gegenüber der Piusbruderschaft erläutert hatte, ein Manifest ihrer Solidarität und Treue an Benedikt XVI.

Erzbischof Celli führte aus, dass die Kirche sich heute nicht mehr auf die Verbreitung von Informationen beschränken könne, sondern in einen interaktiven Dialog mit jenen Menschen eintreten müsse, die der Kirche

fernstehen, aber auf der Suche nach Lebenssinn seien. Das spiele sich vorwiegend im Internet ab, deshalb habe der Vatikan die Bischöfe in aller Welt aufgerufen, nicht nur Webseiten über ihre Diözesen einzurichten, sondern auch dafür zu sorgen, dass sie interaktiv genutzt werden. In diesem Zusammenhang bezeichnete es der Erzbischof als „unglücklich“, dass es für den Vatikan nicht praktikabel sei, seine eigene Präsenz im Netz interaktiv zu gestalten, weil er dann von weltweiten Anfragen und Kommentaren überflutet werde. Auf Bistumsebene sei dies einfacher.

Das neue Mediendokument des Vatikans, das auf der Vollversammlung des Rates Ende Oktober verabschiedet werden soll, wird auf die unterschiedlichen kulturellen Gegebenheiten ausgerichtet, in denen Christen leben. Celli verwies auf die Forderung des Papstes, Menschen in armen Ländern nicht von der medientechnischen Entwicklung und deren Chancen auszuschließen. Aus diesem Grund hielt der Päpstliche Rat Ende April in Nairobi ein Seminar über die Nutzung der neuen Medien für Versöhnung und Friedensarbeit ab, an dem mehr als einhundert junge Afrikaner aus verschiedenen Konfliktregionen des schwarzen Kontinents teilnahmen. oe

Cameco blickt auf 40-jährige Geschichte zurück

Auf einer Festveranstaltung zum 40-jährigen Bestehen des Catholic Media Council (Cameco) Anfang Mai in Aachen hat der Vorsitzende der Publizistischen Bischofskonferenz, Bischof Gebhard Fürst, die von Cameco geleistete Beratung von Medienprojekten in der Dritten Welt und in Osteuropa als eine „Erfolgsgeschichte“ bezeichnet. Diese Tätigkeit trage mit dazu bei, Beteiligungsgerechtigkeit auch im Hinblick auf Medien herzustellen (Wortlaut siehe „Dokumentation“ in dieser Ausgabe).

Der unter dem Thema „Auf dem Weg in eine neue menschenorientierte Gesellschaft“ stehende Festakt richtete den Blick in die Zukunft und fand dabei von Bischof Fürst und dem Präsidenten des Päpstlichen Medienrates, Erzbischof Claudio Celli, Unterstützung. Beide Bischöfe wiesen auf die Notwendigkeit der Nutzung des Internets hin. Fürst kündigte die neue Initiative der deutschen Bischöfe an, ihr Engagement im Internet auszubauen.

Erzbischof Celli sagte, die Kirche müsse die positiven Aspekte von Internet und Computer für ihre eigenen Zwecke nutzen und Präsenz im virtuellen Raum zeigen, statt die neuen medialen Ausdrucksformen und Technologien zu verteufeln und zu kritisieren. Der Rat will

in den kommenden Jahren einen Schwerpunkt auf die Medienarbeit in Afrika legen.

Für mehr Kooperation in der kirchlichen Medienarbeit hatte die Geschäftsführerin von Cameco, Daniela Frank, in einem Interview mit der KNA plädiert. Es helfe wenig weiter, „wenn jeder Bischof seinen eigenen Radiosender haben will“, sagte Frank. „Ohne strategische Planung läuft gar nichts – weder im Urwald von Brasilien noch in Deutschland.“

Angesichts des rasanten Wandels im weltweiten Mediengeschäft sei es sinnvoller, „Kräfte zu bündeln und sich zusammenzuschließen“. Katholische Zeitungen, Radiostationen und TV-Sender spielten in vielen Ländern auch für Nicht-Christen eine wichtige Rolle als Informationsquelle, so die Kommunikationswissenschaftlerin Frank. Wünschenswert sei daher auch eine bessere Vernetzung mit anderen Nichtregierungsorganisationen und politischen Entscheidungsträgern in Deutschland. Medienpolitik und -förderung seien in der staatlichen Entwicklungszusammenarbeit unterrepräsentiert.

Der am 16. Juni 1969 gegründete Catholic Media Council wird von kirchlichen Hilfswerken und internationalen Medienorganisationen getragen. *nach KNA*

Radio Veritas: 40 Jahre Stimme der Kirche in Asien

Vor 40 Jahren, am 11. April 1969, hat der Kurzwellensender Radio Veritas auf den Philippinen mit der regelmäßigen Ausstrahlung von Programmen in Asien begonnen. Aus diesem Anlass veranstaltete der heutige Träger von Radio Veritas Asien, die Fernöstliche Bischofskonferenz (FABC), Mitte April eine Jubiläumsveranstaltung unter dem Thema „Crossing Borders, Sharing Christ“ in Manila.

In einem Symposium, an dem u. a. der Präsident der Päpstlichen Medienkommission, Erzbischof Claudio Celli, teilnahm, bezeichnete die Koordinatorin der deutschen Partnerorgansiationen, Irmgard Icking (Missio Aachen) die vor zwei Jahren erfolgte Digitalisierung des Senders als wichtigste Voraussetzung für die zukünftige Arbeit. Die neue Technologie ermögliche nicht nur eine verbesserte Programmqualität, sondern erweitere auch die Evangelisierungsmöglichkeiten. Wenn die Vision einer dezentralisierten Programmherstellung Wirklichkeit werden soll, merkte Icking kritisch an, seien eine verstärkte gemeinsame Planung, Verantwortung und Kostenbeteiligung aller asiatischen Kräfte erforderlich.

Vertreter der asiatischen Bischofskonferenz und des Senders dankten allen europäischen Partnerorgansiationen, beson-

ders den deutschen, für langjährige ideelle und materielle Förderung der „Stimme der Kirche in Asien“. Die deutsche Förderung von Radio Veritas reicht zurück bis in die Anfänge des katholischen Senders 1958. Dies dokumentiert die zum Jubiläum erschienene Schrift „Radio Veritas Asia – Development of a FABC Project“, die der Generalsekretär des Medienbüros der FABC, Professor für Pastoralkommunikation an der Universität Santo Tomas in Manila und Professor am Priesterseminar der Steyler Missionspatres in Tagaytay City, P. Franz Josef Eilers SVD herausgegeben hat (Logos Divine Word Publications, Manila, 2008).

Eilers, Gründer von *Communio Socialis*, hatte seit seiner Zeit als Geschäftsführer von Cameco in Aachen wesentlichen Anteil an der Entwicklung von Radio Veritas. In der Schrift berichten er und Karl Höller, gleichfalls früherer Geschäftsführer von Cameco und Missio, wie auf Anregung des damaligen Präfekten der Kongregation für die Glaubensverbreitung, Kardinal Gregory Agagianian, beim ersten Treffen asiatischer Bischöfe 1958 empfohlen wurde, für Asien einen katholischen Radiosender zu gründen. Maßgeblich zur Verwirklichung trug der langjährige Missio-Präsident Wilhelm Wissing bei, der zuvor als Leiter

des Katholischen Büros in Bonn Kontakte zwischen der Adenauer-Regierung und asiatischen Bischöfen geknüpft hatte.

Mit staatlicher und kirchlicher Hilfe aus Deutschland konnte der erste Sender installiert werden, der anfangs eine Doppeleinrichtung für die Philippinen und den asiatischen Raum war. Erst nach der Gründung der Fernöstlichen Bischofskonferenz übernahm diese den asiatischen Sender Radio Veritas Asia (RVA) 1974 in ihre Trägerschaft. RVA hatte 1969 den internationalen Betrieb aufgenommen, nachdem das einheimische Radio Veritas bereits zehn Jahre auf Sendung war.

Zum Auf- und Ausbau von RVA trugen wiederum deutsche Stellen entscheidend bei. Vor allem Kardinal Josef Höffner förderte das Projekt. Nach internen Spannungen wurden das philippinische Radio und RVA 1990 getrennt. Seither arbeitet der nationale Sender als unabhängiges kommerzielles Unternehmen, während Radio Veritas Asien als gemeinnütziger Kurzwellensender weiterhin unter Flagge der FABC seine Programme in heute 15 asiatischen Sprachen über fast ganz Asien verbreitet.

Die römische Anregung zu einem katholischen Sender war 1958 stark motiviert von dem Gedanken, dem vordringenden Kommunismus eine Stimme der katholischen Kirche entgegenzu-

setzen. Wenn diese Zielsetzung auch schon lange nicht mehr bestimmend für RVA ist, so öffnen die landessprachigen Programme für China, Vietnam, Laos und Myanmar doch vielen Hörern in diesen Regionen ein Fenster zur Welt nach draußen und zur Welt der Religion.

Mit Blick in die Zukunft berichtete Direktor P. Raimond Ebisa SVD über die Anpassung an die veränderte Kommunikationstechnik und das veränderte Kommunikationsverhalten der Menschen, in Asien „multi platform communication“ genannt und vor allem von jungen Menschen praktiziert. Durch das Internet wird neben dem Kurzwellenpublikum eine neue „computer audience“ erreicht. Ebisa verkündete mit Stolz, dass Radio Veritas Asien sich auf eine ausschließlich digitale Zukunft vorbereiten kann und bereits ein Pilotprogramm in der indischen Telugu-Sprache gestartet hat.

An den Feierlichkeiten nahmen auch Bischof Friedrich Ostermann (Münster) und der stellvertretende Geschäftsführer des Verbandes der Diözesen Deutschlands, Benno Wagner, teil. Im Grußwort einer Jubiläumsbroschüre betont der Sekretär der Deutschen Bischofskonferenz, P. Hans Langendörfer SJ, die langjährige Zusammenarbeit mit RVA habe auch zu einem „beständigen Austausch der Gaben“ und zu einer Bereicherung der deutschen Kirche geführt. oe

Tagung zu katholischer Publizistik und Kulturgeschichte

Die Katholische Publizistik des vergangenen Jahrhunderts zeigt sich noch in vielem geprägt von der Ausgangslage im 19. Jahrhundert. Ein sich differenzierendes Typenspektrum von Pfarrblättern, Bistumszeitungen und Zeitschriften für spezielle Zielgruppen bewegte sich vorzugsweise innerhalb des katholischen Milieus und reagierte auf die Modernitätsschübe einer sich politisch, kulturell und technisch-wissenschaftlich verändernden Umwelt eher defensiv.

Erste Ansätze, die Katholiken stärker zur Partizipation an der säkularen Kultur des neuen Nationalstaats herauszuführen, sind bereits im Kaiserreich zu beobachten. Erst seit etwa 1900, beginnend mit der Gründung der Zeitschrift „Hochland“, wurden jedoch zunehmend Versuche unternommen, einem eigenständigen kulturellen Selbstbewusstsein des Bildungskatholizismus auch publizistisches Profil zu geben. Der Weg des Katholizismus in die Moderne hatte begonnen.

Welche Rolle spielte auf diesem Weg in die Moderne, über Weimarer Republik und „Drittes Reich“ bis in die Bundesrepublik Deutschland und die Kirche nach dem II. Vatikanum, die katholische Publizistik? Wie artikulierte sich ein „Katholizismus als Kulturmacht“ (Claus Arnold) nicht

nur in der Tagespresse, sondern auch in den Literatur- und Kulturzeitschriften des deutschsprachigen Raums? Mit welchen Zeitungs- und Zeitschriftentypen, publizistischen Konzepten und diskursiven Strategien reagierte die katholische Presse auf das von Carl Amery konstatierte Ende des Milieukatholizismus in den sechziger Jahren? Wie spiegelte sich der Wandel gesellschaftlicher und kirchlicher Vorstellungen (Frauenbild, Sexualerziehung, Laien- und Protestbewegung) in Zeitungen und Zeitschriften des deutschen Nachkriegskatholizismus? Wo wirkte die katholische Publizistik ihrerseits prägend auf den Diskurs einer pluralen Moderne?

Diese Fragen sind Gegenstand einer Tagung zu Positionen, Formationen und diskursiven Strategien in der deutschsprachigen katholischen Publizistik, die die Professoren Walter Hömberg und Thomas Pittrof für den 25. und 26. Februar 2010 an der Katholischen Universität Eichstätt planen. Die Vorträge sollen sich beziehen auf unterschiedliche Pressetitel und Pressetypen, etwa auf Zeitschriften für Jugendliche, Rezensionsorgane, Akademiker- und Familienzeitschriften sowie allgemeine Kulturzeitschriften, oder auf spezielle Fragestellungen, die medienübergreifend behandelt werden.

Das Symposium ist interdisziplinär angelegt. Die Tagungsleiter bitten interessierte Kollegen sowie Nachwuchswissenschaftler aus Disziplinen wie Literaturwissenschaft, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Geschichtswissenschaft und Theologie um konkrete Themenvorschläge. Die Abstracts sind einzureichen bis 31. August 2009 bei Prof. Dr. Thomas Pittrof,

Lehrstuhl für Neuere deutsche Literaturwissenschaft der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, D-85071 Eichstätt (thomas.pittrof@ku-eichstaett.de). Die Ergebnisse der Tagung sollen in der Schriftenreihe „Catholica. Quellen und Studien zur Literatur- und Kulturgeschichte des modernen Katholizismus“ (Freiburg 2008ff.) veröffentlicht werden. *höm*

Gesellschaft Katholischer Publizisten tritt bei UCIP aus

Die Gesellschaft Katholischer Publizisten (GKP) hat ihren Austritt aus der Weltunion der katholischen Presse (UCIP) beschlossen. Die Entscheidung traf der alte Vorstand noch auf seiner letzten Sitzung vor der diesjährigen Jahresversammlung der GKP. In den „Informationen“ vom April 2009 heißt es hierzu: „Die Mitgliedschaft in einer Organisation, die weder einen ordentlichen Haushalt vorlegt noch zweimal keine gültigen Vorstandswahlen zustande bringt, konnten wir nicht länger rechtfertigen. Dies gilt jedoch ausschließlich für unsere Mitgliedschaft als Verband. Persönliche Mitgliedschaften sind davon selbstverständlich unberührt und weiterhin möglich.“

Bei der Mitgliederversammlung der GKP Anfang April in Freising wurde Hildegard Matthies, Chefredakteurin des Missionsmagazins „Kontinente“,

zur neuen Vorsitzenden gewählt. Matthies ist damit Nachfolgerin von Michaela Pilters. Die bisherige Vorsitzende, Kirchen-Redakteurin beim ZDF, hatte nach drei Amtsperioden nicht mehr kandidiert und wurde zur stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Wiedergewählt als stellvertretender Vorsitzender wurde ferner der Leiter der Pressestelle der Bischofskonferenz, Matthias Kopp. Der Kapuziner Bruder Paulus Terwite bleibt geistlicher Beirat. Die GKP zählt derzeit rund 540 Mitglieder.

Auf der Jahrestagung beschäftigte sich der Verband mit der Kirche und den Medien in Osteuropa 20 Jahre nach dem Fall des Eisernen Vorhangs und der Frage, welchen Beitrag die Christen bei der Wende spielten. Darüber gaben u. a. der ehemalige ZDF-Osteuropa-Korrespondent Joachim Jauer und der Prager Kardinal Miloslav Vlk Auskunft.

Aufgelesen

Nach Ansicht des badischen Landesbischofs Ulrich Fischer muss sich die Kirche in Zukunft „crossmedial“ ins Gespräch bringen. Eine frühe Realisierung dieses löblichen Vorhabens findet sich bereits im Psalm 19. Darin wird beschrieben, wie die Ehre Gottes crossmedial verbreitet wird: Die Himmel fangen damit an, danach verkündigt die Feste, vulgo das Firmament, seiner

Hände Werk. Ein Tag, heißt es weiter, sagt's dem andern, und eine Nacht tut's kund der andern, und man hört es in jeder Sprache. Dann kommt noch die Stelle: „Ihre Schnur gehet aus in alle Lande, und ihre Rede an der Welt Ende.“ Man muss nicht Däniken sein, um das als Hinweis auf DSL oder wenigstens ISDN zu verstehen, auf die globale Vernetzung jedenfalls.

Hermann Unterstöger in: Süddeutsche Zeitung, 31.3.2009, S. 12

Konflikt um Vorsitz im Zentralkomitee der Katholiken

Die anstehende Wahl des Präsidenten des Zentralkomitees der deutschen Katholiken (ZdK) hat zu einem Konflikt zwischen Bischofskonferenz und Laiengremium geführt. Der einzige Kandidat für die Nachfolge von Hans Joachim Meyer, der CDU-Politiker Heinz-Wilhelm Brockmann, erhielt im Vorfeld der Wahl nicht die nötige Unterstützung der Bischofskonferenz. Diese muss den ZdK-Präsidenten mit einer Zwei-Drittel-Mehrheit bestätigen, was allerdings an der ablehnenden Haltung konservativer Bischöfe scheiterte. Nun hat das ZdK die Wahl zunächst auf November verschoben.

Der Vorgang sorgte auch in den Medien für Wirbel. Die „Süddeutsche Zeitung“ beschrieb den Tumult und die Entrüstung der Delegierten bei einer ZdK-Sitzung, der amtierende Präsident

Meyer bezeichnete die Ablehnung des Kandidaten als „Schlag“ und rief die Bischöfe zur Bestätigung der beiderseitigen Partnerschaft auf: „Wir bekennen uns dazu, und nun erwarten wir wieder eine überzeugende Antwort der Bischofskonferenz.“

In „Publik-Forum“ hieß es in Anspielung auf Meisner, Müller und Mixa: „Die bischöfliche ‚M-Bande‘ hat mal wieder ihre Muskeln spielen lassen.“ Der Kandidat sei „Opfer zwanghaft-autoritärer Charaktere geworden, bei denen nur eines zählt: demütige Unterwerfung“. Brockmann, Staatssekretär im hessischen Kultusministerium, ist Mitbegründer von „Publik-Forum“ und des Vereins „Donum vitae“, der Schwangere vor der Abtreibung berät. *kl*

Zusammengestellt von
Ferdinand Oertel

Klaus Harpprecht: Die Gräfin. Marion Dönhoff. Eine Biographie. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag 2008, 592 Seiten, 24,90 Euro.

Nach Hermann Schreiber über Henri Nannen (München 1999), Peter Merseburger über Rudolf Augstein (München 2007) nun also Klaus Harpprecht über Marion Dönhoff (1909 – 2002). Diese Bücher fügen sich zu so etwas wie einer Trilogie eines großen, in Hamburg geschriebenen Kapitels der westdeutschen Journalismusgeschichte. Es ist nicht die erste Biografie über diese Grande Dame des nachkriegsdeutschen Journalismus: Lesenswert noch immer das kompakte Taschenbuch von Haug von Kuenheim (1999); viel Beachtung fand vor Jahren die denkwürdige Konstellation von Alice Schwarzer als Autorin und der Gräfin, die das Buch „Marion Dönhoff. Die widerständige Gräfin“ (1996) ausdrücklich autorisierte.

Harpprechts Werk aber ist nun die gewissermaßen offizielle Biografie, geschrieben mit Unterstützung der Familie und des Hauses der „Zeit“. Niemand konnte auch nur entfernt dafür so prädestiniert sein wie dieser bewundernswerte Elder Journalismman: Seine 2254 Seiten (auf Dünndruckpapier!) umfassende Biografie Thomas Manns hatte Mitte der neunziger Jahre Furore gemacht (Reinbek bei Hamburg 1995); sein Erstlingswerk als Biograf galt 1987 Georg Forster (1754-1794) („Georg Forster oder Die Liebe zur Welt“) und 2004 erschien seine bewegende Lebensgeschichte eines Wider-

standspfarrers (Harald Poelchau. Ein Leben im Widerstand).

Ja, bewundernswert allein die Recherchekraft, mit der dieser Journalist nun jenseits seines achtzigsten Lebensjahres ans Werk ging und damit jedem gelernten Historiker glatt Paroli bietet: „In den Kellergelassen der ‚Zeit‘ in Hamburg liegen, wohl geordnet, 685 Leitzordner mit der Korrespondenz der Gräfin seit 1960 (die Akten aus den ‚Zeit‘-Jahren davor wurden überflutet und danach leider vernichtet)“ (S. 542). In einer dreiseitigen „Danksagung“ deutet er an, welche „Papiergebirge“ – neben der reichlich vorhandenen Literatur, den notwendigen Gesprächen und Besuchen vor Ort – er durchdringen musste, um „die bedeutendste Journalistin unter den Deutschen des zwanzigsten Jahrhunderts“ porträtieren zu können.

Dies wurde ein umfangreiches Werk, obgleich es mit der Übernahme der Chefredaktion der „Zeit“ durch die Gräfin im Juli 1968 endet; an die Fortsetzung, ihr „Drittes Leben“ müsse sich ein „jüngerer Schreiber, eine junge Schreiberin“ machen. Ihnen wünscht Klaus Harpprecht: „Courage!“ So verständlich diese Stabübergabe angesichts der Materialfülle einerseits von Dokumenten und andererseits mit den opulenten Jahrgängen dieser 1946 lizenzierten und bis heute journalistisch wie wirtschaftlich prosperierenden Wochenzeitung auch ist – dies bleibt meine eigentliche Kritik an Klaus Harpprecht: dass er uns den Genuss an seiner Fortsetzung der Erzählung und Analyse dieses Le-

benswerkes verweigert (ich gestehe zu: in seinem Interesse – verweigern musste). Worin diese biografische Herkulesaufgabe bestehen wird, die mit der Übernahme der Chefredaktion durch Marion Dönhoff beginnt, macht er – hoffentlich die oder den Berufenen nicht gleich abschreckend – deutlich, denn nun beginnt eine Karriere ohne Beispiel: „[die] der publizistischen Autorität und des Aufstiegs zur quasi ‚öffentlichen Person‘, die im Lande und in der Welt als Repräsentantin des neuen, des demokratischen Deutschland respektiert wurde – eine Rolle, nach der sie niemals gedrängt hat. Diese Epoche zu schildern [...] hätte es eines zweiten Bandes bedurft, der ihre Reisen, ihren politischen Einfluss, die Komplexität der Verhältnisse in der Redaktion und im Verlag der ‚Zeit‘ mit der nötigen Sorgfalt beschreiben müsste“ (S. 28).

Eine Vorahnung, was da an Arbeit, aber auch an Faszination wartet, lässt sich bei der Lektüre des 2008 erschienen Tagungsbandes „Die Zeit‘ und die Bonner Republik“ (Hg. von Christian Haase und Axel Schildt, Göttingen) ahnen. Wer auch immer sich daran wagen wird, sollte gar nicht erst den Versuch machen, dem stilistischen Glanz und der narrativen Phantasie dieses meisterlichen Biografen nachzueifern. Vielleicht verlangt dieser zweite Band schon von der Epoche, von der Sache her einen ganz anderen Zugriff, wie ihn etwa Christina von Hodenberg so glänzend in ihrer Studie über die „westdeutsche Medienöffentlichkeit 1945 – 1973“ (Göttingen 2006) praktiziert hat.

Es macht in der Rezension eines solchen Buches gewiss keinen Sinn, fast 600 inhaltlich dichte Seiten irgendwie zu referieren. Klaus Harpprecht erzählt in fünfzehn Kapiteln

vom „Ersten Leben“ der „kleinen Gräfin“, dieses „späten Geschöpfes einer feudalistischen Welt“, also der Kindheit und Jugend, der Flucht aus Ostpreußen und dem „Zweiten“, den Jahren nach 1945, der „Rettung aus der Niemalszeit“. Spannend die Kapitel, die am Beispiel dieser Wochenzeitung deutlich machen, wie schwer es dieser Nachkriegsgesellschaft fiel, sich aus den Nachwehen des Nationalsozialismus zu befreien; ohne die Lernbereitschaft in Richtung Demokratie, die persönliche Entschlossenheit und die ganz persönliche Glaubwürdigkeit von Marion Dönhoff wäre der „Zeit“ dieser Weg wohl nie gelungen (und sie würde heute sicherlich nicht mehr existieren!).

Klaus Harpprecht hat seine Biografie als jemand geschrieben, der – selbst Autor der „Zeit“ bis heute – Marion Dönhoff über viele Jahrzehnte kannte, „ohne ihr sehr nahe zu sein“ (S. 541). Sein Tenor ist Sympathie, manchmal auch Bewunderung, immer tiefe Empathie, aber dies hindert ihn nicht an der notwendigen Distanz. Er porträtiert sie als eine der „großen Frauen des vergangenen Jahrhunderts“, zu ihren Lebzeiten schon „Legende“, „engagierte Zeugin des Jahrhunderts“ (S. 13), aus persönlich schwieriger, ja schmerzlicher, aber notwendiger Einsicht und trotz des Hasses, den sie damit auf sich zog, mutige publizistische Protagonistin der Neuen Ostpolitik Willy Brandts. Andererseits: „Es kann ihr nicht nachgesagt werden, dass sie zu der Handvoll brillanter Stilisten gezählt hätte, die im Journalismus deutscher Sprache ihr Wesen trieben, auch nicht zu den Artisten im eigenen Blatt“ (S. 18).

Gleichwohl hinterließ sie ein imponierendes journalistisches Werk, dutzende Bücher, von denen

manche noch lange bleiben werden. Unstrittig auch für Harpprecht ihre institutionelle Leistung, dass sich unter ihrer Leitung als Chefredakteurin – in dieser Rolle geradezu ein Unikat – eine „Wochenzeitung von europäischer, ja weltweiter Geltung entwickeln konnte“ (S. 18).

Schön, dass dieser Biograf selbst zu jener „Handvoll“ zählt! So liest sich sein Buch spannend und elegant wie der Roman eines Stilisten von klassischem Rang. Wer zu den Gebildeten dieses Berufes Journalismus gehört oder dazu werden möchte, wer die Nachkriegszeit aus dieser Berufs- und Medienperspektive erleben möchte, deren Zeitzeuge dieser Autor ja auch ist, der muss dieses Epos über eine Frau lesen, von der Katharina Focke sagte: „Sie war ein Meisterwerk als Persönlichkeit.“

Wolfgang R. Langenbucher,
Wien/München

Gisela Friedrichsen: Im Zweifel gegen die Angeklagten. Der Fall Pascal – Geschichte eines Skandals. München, Hamburg: Random House und Spiegel-Verlag 2008, 237 Seiten, 19,95 Euro.

Der Fall Pascal bewegte die ganze Republik: Ein kleiner Junge aus Saarbrücken-Burbach kommt am 30. September 2001 vom Spielen nicht mehr nach Hause, verschwindet spurlos. Bis heute ist nicht geklärt, was mit ihm passiert ist – es gibt Indizien, aber keine Beweise, es gibt kein Blut, kein Sperma, keine Fotos und vor allem keine Leiche. Der Prozess gegen zwölf Menschen, die drei Jahre nach Pascals Verschwinden wegen sexuellen Missbrauchs und Mordes an dem Fünfjährigen vor dem Landgericht Saarbrücken

angeklagt werden, wird hochemotional in den Medien diskutiert. Die Wirtin der „Tosa-Klause“, einer Saarbrücker Kneipe in der Nähe des Kirmesplatzes, zu dem Pascal an jenem Sonntag wollte, soll ihren Stammgästen gewerbsmäßig kleine Jungen zum Missbrauch „angeboten“ haben. Nach mehrfacher schwerer Vergewaltigung sei der Junge nach Ansicht der Staatsanwaltschaft dann mit einem Kissen erstickt worden, die Leiche hätten die Angeklagten in einer Kiesgrube hinter der französischen Grenze vergraben. Der Prozess endet am 7. September 2007 mit Freisprüchen für alle Angeklagten, am 13. Januar 2009 verwirft der Bundesgerichtshof die Revision der Staatsanwaltschaft.

In ihrem Buch schildert „Spiegel“-Reporterin Gisela Friedrichsen noch einmal alle Umstände des Falles, der ihrer Meinung nach aufgrund einseitiger Ermittlungen, Widersprüchen in den Geständnissen, fragwürdigen Vernehmungsmethoden und zweifelhaften Gutachten zu einem Justiz-Skandal mutierte.

Den Pascal-Prozess zu strukturieren und der Frage nachzugehen, warum fünf der Angeklagten gestehen, einen Mord begangen oder beobachtet zu haben, obwohl das wahrscheinlich nicht der Fall ist, erscheint als Aufgabe gewaltig: Die Hauptverhandlung im Pascal-Prozess umfasste 147 Tage, 294 Zeugenvernehmungen und tausende Seiten Aktenmaterial. Gisela Friedrichsen, die als bekannteste und erfahrenste Gerichtsberichterstatlerin Deutschlands gilt und seit 1989 für den „Spiegel“ arbeitet, legt in ihrem Buch plausible Gründe dafür dar, dass die Ermittlungen von Anfang an vom Erfolgsdruck bestimmt waren und dieser Druck an die Zeugen weitergegeben wurde.

Nur so sei unter anderem zu erklären, warum die beiden Halbschwestern von Pascal kurz nach dessen Verschwinden gestanden, die ältere habe den Fünfjährigen erschlagen – eine Tatversion, die sich als Phantasieprodukt der unsäglichen Einvernahmesituation entpuppte. Als Ende 2002 die Tosa-Klausen als möglicher Tatort in den Blickpunkt der Ermittler gerät, sind dort auch schnell die passenden Verdächtigen gefunden: Die Lebensgeschichte der wichtigsten Angeklagten bzw. Zeugen, die Friedrichsen nachzeichnet, machen das Bild greifbarer.

Es sind Personen, die vom Schicksal nicht verwöhnt wurden, die durch anhaltenden Alkoholkonsum geschädigt sind und deren Intelligenz teilweise im Bereich des Schwachsinn liegt. Menschen, die von Gutachtern als besonders empfänglich für Suggestionen eingestuft werden und die mit der harten Vernehmungssituation nur umgehen können, indem sie entweder alles, auch völlig Ersichtliches leugnen oder aber alles gestehen – wenn es ihnen in den Mund gelegt wird (Zitat eines Ermittlers: „Ich sage Ihnen jetzt mal genau, wie das war“), selbst wenn es noch so unwahrscheinlich ist.

Die Tosa-Klausen mit Wirtin und Stammgästen gerät in die Ermittlungen um Pascal, als der Pflegemutter des Sohns einer Angeklagten der Verdacht kommt, ihr Pflegekind sei sexuell missbraucht worden. Über Monate hinweg protokollierte die Pflegemutter die Gespräche mit dem Kind. So lange, bis er immer mehr Personen beschuldigte, und so lange, bis es irgendwann auch um Pascal ging, von dem der Junge zuerst gesagt hatte, er kenne ihn nicht. Die Notizen der Pflegemutter werden jedoch von keinem der Er-

mittler angezweifelt, sondern dienen als Grundlage für die Verhöre. Dass der Sohn der Ziehtochter von Wirtin Christa sich häufig in der Kneipe aufgehalten hat, ist erwiesen – von Pascal gibt es jedoch keine einzige Spur und niemanden außer den Verdächtigen, der ihn dort gesehen hat.

Gisela Friedrichsen legt anhand der Akten plausibel dar, wie die Verhöre durch die Polizei gelenkt wurden und eine bestimmte Eigendynamik entwickelten, an deren Ende wirre Geständnisse standen, die ständig geändert und mehrmals widerrufen werden. Beispielsweise tauchen die Fotos, die Hauptangeklagte Christa von dem Missbrauch an den Kindern gemacht haben soll, genau an dem Tag in den Verhörprotokollen auf, an denen diese Nachricht von der Pflegemutter weitergegeben wurde.

Der Mechanismus, der debile, gestörte und randständige Personen zu Aussagen gemäß den Erwartungen oder Überzeugungen der Polizei verleitet, wird von den ermittelnden Beamten als „Versuchsballon steigen lassen“ bezeichnet. Vermutete Tatversionen werden den Verdächtigen vorerzählt, die diese größtenteils einfach bestätigen. Ein weiterer gravierender Mangel der Ermittlung ist auch in der Verschriftlichung der Verhöre zu sehen, wie ein Abgleich mit Videoaufnahmen zeigt, und wo an zentralen Stellen nur Zusammenfassungen gebracht wurden.

In ihrer Auseinandersetzung mit dem Urteil kritisiert Gisela Friedrichsen die Formulierung der Freisprüche, die der Vorsitzende Richter damit begründet, dass weder der Nachweis der Schuld noch der Nachweis der Unschuld gelungen sei. Die Autorin fragt zu Recht, seit

wann Angeklagte ihre Unschuld beweisen müssen und sieht die Angeklagten einem „Volkszorn“ ausgeliefert, da der Makel des Verdachts an ihnen hängen bleibe. „Gegen einen Freispruch kann ein Angeklagter sich nicht wehren. Es steht ihm kein Rechtsmittel zur Verfügung, wenn ein Gericht ihm dabei nachsagt, ‚höchstwahrscheinlich‘ habe er die Tat doch begangen. Das Saarbrücker Gericht urteilte pflichtgemäß ‚im Zweifel für die Angeklagten‘. Im Grunde aber urteilte es ‚im Zweifel gegen die Angeklagten‘“ (S.219).

Ein Resümee zu Friedrichsens Buch, das seit seiner Veröffentlichung kontrovers diskutiert wird, fällt schwer. Die Dokumentation des bewegenden Prozesses ist beeindruckend – das Ergebnis jedoch nicht zufriedenstellend. Vieles, was Friedrichsen darlegt, erscheint plausibel und wirft die Frage nach der Fehleranfälligkeit eines Rechtsstaats auf. Das schiefe Bild, das von den vermeintlichen Tätern in der Öffentlichkeit gezeichnet wurde, kann hierdurch korrigiert werden. Auf der anderen Seite gewinnt der Leser den Eindruck, dass es auch Friedrichsen nicht um eine objektive Darstellung des Falles geht, sondern um eine Schlacht, die sie ausficht – hier für die vermeintlichen Täter, ihrer Meinung nach die Opfer.

Die größten Opfer bzw. Verlierer des Prozesses, die Kinder Pascal und Andi, Sohn der Ziehtochter von Wirtin Christa und massiv in den Prozess eingebunden (auch Friedrichsen weist in ihrer Argumentation zu einem großen Teil auf die Aussagen und Protokolle von Andis Pflegemutter hin), fallen mehr oder weniger unter den Tisch.

Melanie Verhovnik, Eichstätt

Liane Rothenberger: Von elitär zu populär? Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2008 (= Forschungsfeld Kommunikation, Band 27), 470 Seiten, 49,00 Euro.

Eigentlich ist es kaum zu glauben. Da startet am 30. Mai 1992, mitten im Aufstieg des kommerziellen Fernsehens, ein deutsch-französischer Kulturkanal mit europäischer Ausrichtung – und existiert immer noch, obwohl inzwischen das kommerzielle Fernsehen dominiert und das Zuschauerverhalten nachhaltig verändert hat. Für dieses Phänomen gibt es eine kardinale Erklärung: arte verdankt seine Entstehung dem politischen Willen des deutschen Bundeskanzlers Kohl und des französischen Staatspräsidenten Mitterand. Heute, darin sind sich, wie Liane Rothenberger ausführt, die Realisierungsväter Dietrich Schwarzkopf und Jérôme Clément einig, wäre eine solches Projekt nicht mehr möglich.

Arte ist aber so fest etabliert, dass es auch nicht mehr möglich ist, diese Gemeinschaftsgründung zu beenden. Trotz fortbestehender Imponderabilien denkt keine Seite daran, auf den Ausschalter zu drücken, obwohl der Marktanteil unverändert gering ist. In Frankreich lag er 2008 beim analogen terrestrischen Empfang (ab 19 Uhr) bei 2,8 Prozent (minus 0,4 Prozent), beim Gesamtumfang bei 1,7 Prozent (minus 0,1 Prozent) und in Deutschland bei nur 0,6 Prozent (minus 0,1), was zu einem großen Teil an der Konkurrenz von 3sat liegt.

In der Fernsehgeschichte wurde wohl nie ein komplizierteres Fernsehprojekt als arte aus der Taufe gehoben. Das verdeutlicht die Dis-

sertation von Liane Rothenberger nahezu auf jeder Seite. In der Tat, arte ist regulatorisch, organisatorisch, programmlich und interkulturell ein einzigartiges Projekt. Seine Gründung durch Staatsvertrag führte zu einem systembrechenden Status sui generis. Auf französischer Seite musste man akzeptieren, dass arte nicht in die Staatsholding France Télévisions (in der die öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme zusammen gefasst sind) integriert und damit in Staatsnähe gerückt werden kann, und auf deutscher Seite, dass der französische Staat mit 25 Prozent an dem Mitveranstalter ARTE France beteiligt ist, eine Situation die in Deutschland aus verfassungsrechtlichen Gründen wegen der Staatsfreiheit des Rundfunks unzulässig ist.

Schon die Namensgebung geriet in einen langwierigen Diskussionsprozess, der mit dem programmassoziativen französischen Akronym arte (Association Relative à Télévision Européenne) endete und heute ein Markenbegriff ist. Auch die Eröffnungssendung signalisierte, wie sehr sich die deutschen und die französischen Programmvorstellungen unterscheiden. Dahinter verbirgt sich der enge, stärker elitär ausgerichtete französische und der weite, mehr sozial und pädagogisch geprägte deutsche Kulturbegriff.

Ein multinationales Programm zu machen, nähert sich an vielen Stellen der Quadratur des Kreises. Vieles muss vereinbar gemacht oder jedenfalls berücksichtigt werden: die unterschiedlichen Sehgewohnheiten und Informationsstände der nationalen Publika, die zeitlich verschobenen Ein- und Umschaltzeiten (insbesondere der Beginn der abendlichen Hauptsendezeit), aber auch die andere Erzählweise und

das journalistische Selbstverständnis. Der französische Journalist sieht sich im Allgemeinen als Teil des herrschenden Systems. Seine Haltung ist daher stärker personalisiert und weniger kritisch als die seines deutschen Kollegen, der aus französischer Sicht als distanziert und sehr kritisch vor allem gegenüber dem eigenen Land betrachtet wird. Folglich verwundert es nicht, dass arte bereits acht Programmreformen hinter sich hat. Dennoch sei es gelungen, resümiert die Autorin, dass die divergierenden Programmvorstellungen allmählich zusammenwachsen.

Nicht überwindbar ist die Sprachbarriere. Weil der Moderator nur eine Sprache spricht, kann er immer nur ein Publikum ansprechen. Das andere Publikum muss er mit der Voice-over-Technik erreichen, die nicht nur einen Verlust der emotionalen Komponente, sondern wegen der Übersetzung zudem einen längeren zeitlichen Produktionsvorlauf zur Folge hat. Darin liegt auch der Grund, dass arte zugunsten von Programmüberleitungen mit ästhetischen Elementen auf personenbegleitete Programmführung verzichtet. Zweisprachigkeit macht es generell schwer, wortlastige Sendungen anzubieten. Deswegen enthält das arte-Programm nur wenige Gesprächsrunden und keine Shows, dafür aber viele Kino- und Fernsehfilme.

Alle diese und noch zahlreiche weitere Aspekte behandelt Rothenberger in ihrer am Lehrstuhl Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt eingereichten Dissertation sehr eindringlich, überlegt und anschaulich, wenn sie mitunter auch etwas zu lange Umwege zum Ziel einschlägt und die Ergebnisse komprimierter

hätten dargestellt werden können. Stupende Erkenntnisse fördert der empirische Teil zutage, in dem die Programmentwicklung über mehrere Jahre strukturell und die Kultursendung „Metropolis“, das Pendant zur „Kulturzeit“ von 3sat, inhaltlich analysiert wird. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse beantworten die Forschungsfrage: Arte hat durch intensivierte Einsatz von Magazinen, insbesondere von Wissensmagazinen, Film- und Fernsehserien und auch Kochsendungen einen spürbaren, auf eine Verjüngung der Zuschauer zielenden Programmwechsel von der anfänglichen hochkulturellen Ebene hin zu einem populäreren, aber unvermindert guten Angebot vollzogen.

Im kommenden Sommer wird Sarah Wiener in der Provence weiterkochen, diesmal mit Kindern. Und dennoch erhebt sich die Frage, warum der minimale Marktanteil eher sinkt als steigt. Das Unikat braucht keine Quotensiege, es manifestiert den Sieg über die Quote. Denn arte ist immer noch ein lebendiges interkulturelles und programmliches Experimentierfeld, auf dessen Substrat innovative Formate und Sendungen gedeihen, die unsere transnationalen Kenntnisse und Sichtweisen erweitern und Grundlage für erste Umrisszeichnungen eines europäischen Fernsehens sein können.

Victor Henle, München

Karl Nikolaus Renner: Fernsehjournalismus: Entwurf einer Theorie des kommunikativen Handelns. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, UTB 2007, 522 Seiten, 19,90 Euro.

„Einfache Fragen sind die besten Fragen“ beginnt das umfängliche Werk des Mainzer Publizistik-Pro-

fessors Karl Nikolaus Renner, um sich dann auf den Weg zu machen, eine Darstellung des „Schmuddelkindes“ Fernsehjournalismus in Theorie und Praxis zu unternehmen. Was mich als Praktiker, der die vergangenen vierzig Jahre in diversen Fernsehsendern mit diesem Schmuddelkind verbracht hat und tausende Produktionen von Fernsehjournalismus hergestellt, organisiert, verantwortet hat, der auch selbst an Universitäten Fernsehen lehrt, an diesem Buch interessierte, war die Durchdringung dieses so allgemein bestens bekannten und doch so unerforschten Gebietes. Würde ich auf neue Erkenntnisse stoßen, etwas über die eigene längst selbstverständlich gewordene Praxis erfahren oder besser verstehen können?

Das erste Kapitel widmet sich der Klärung der Begriffe, und schon da führt Renner aus, dass das Thema des Buches, der Fernsehjournalismus, der in der Praxis seit langem eine gigantische Präsenz hat, in der Wissenschaft diffus und schwer handhabbar ist. Was im Printbereich und sogar im Online-Journalismus begrifflich begrenzbar ist, gerät im Fernsehen an den Rand der wissenschaftlichen Fassbarkeit. Journalistendarsteller und Medienanimateure beherrschen die Szene.

Das Buch stellt die sehr heterogenen Definitionsansätze dar und lässt die Frage offen, ob „sich durch den Medientransfer des Journalismus ins Fernsehen die journalistischen Handlungsmöglichkeiten so sehr verändern, dass dies die zentralen Merkmale des Journalismus berührt“. Die Ebenen von Kamera, Schnitt, Geräuschen, Musik, Fiktionalisierung und Personalisierung, Teamarbeit und Entertainmentcha-

rakter behindern eine analytische Durchdringung des Themas.

Der Autor versucht sich im zweiten Abschnitt einer theoretischen Grundlegung des kommunikativen Handelns im Fernsehjournalismus über die Begriffe von Kommunikation und Zeichen zu nähern. Als Paradigma wählt er die Sprecher-Hörer-Situation der Alltagskommunikation, Kommunikation als Verhalten. Über das metakommunikative Axiom von Paul Watzlawick kommt Renner zu den Kommunikationsinstrumenten nach dem Organon-Modell von Karl Bühler, um dann zur Semiotik und zum integrativen Zeichenmodell von Rudi Keller zu gelangen.

Renner arbeitet an der begrifflichen Einfassung des vieldimensionalen Geschehens einer Bild-Text-Kommunikation wie Fernsehen, die ja stets eine kaum eingrenzbar Vielfalt kommunikativer Substanz einem Rezipienten zur Interpretation anbietet. „Die rapiden Entwicklungen der modernen Kommunikations- und Informationstechnologie sind nur ein Beispiel dafür, welche enormen Anforderungen derartige Veränderungen an die menschliche Kommunikationsfähigkeit stellen“ (S.140).

Auch das Drei-Ebenen-Modell von John R. Searle für den Sprechakt setzt die komplexe Grundlegung einer kommunikativen Theorie fort, die am Beispiel der Kommunikations-Strategie des Service-Journalismus abgehandelt wird. Der Autor integriert in seine Modellentwicklung auch das Mehr-Ebenen-Modell von Manfred Muckenhaupt, das sich in der Definition des kommunikativen Handelns mit Bildern problemlos an die Sprechakththeorie anschließen kann. Die Komplexität einer wissenschaftlichen Ein-

ordnung von Fernsehbildern nutzt der Autor dann aber auch, um die Schwierigkeit einer kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung mit den „Darstellungseffekten“ der audiovisuellen Medien aufzuzeigen.

Hier nimmt das Buch einen Rekurs auf die Kooperation von Sprecher und Hörer im Sprechakt, also in der Face-to-Face-Kommunikation, um schließlich zum Systemcharakter der Kommunikation vorzustoßen. Dabei spielen auch die physikalischen Aspekte der Kommunikationsbeziehungen eine wesentliche Rolle. Auch das klassische Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver wird von Renner in einen komplexeren, zeitgemäßen Zusammenhang gestellt.

Selbst der Text wird in dieser Betrachtungsweise als komplexes Kommunikationsinstrument begriffen, da er medial vielfältig transformiert wird. Aufgezeigt wird dies in einer exemplarischen Analyse eines Fernsehbeitrags, eines Sportberichtes über ein Fußballspiel, die eine Kategorisierung der journalistischen Textgattungen einleitet. Am Beispiel der inneren und äußeren Kommunikationszusammenhänge von Gesprächssendungen wird das Thema des Textes fortgeführt. Mit der Betonung der Kooperations-Beziehung zwischen Sprecher und Hörer beendet Renner das Kapitel und weist auf den unausgesprochenen Vertrag zwischen „Sprecher“ und „Hörer“ hin, der immer auch so etwas wie einen „Kaufvertrag“ darstellt.

Das abschließende vierte Kapitel des Buches wendet nun die gesammelten kommunikationswissenschaftlichen Perspektiven auf das Feld des Fernsehjournalismus an. Es stellt die Frage nach der

Organisation der audiovisuellen Ausdruckssubstanz. Die Sprach-Bild-Relation wird an vielfältigen Beispielen exemplifiziert. Alle jene Themen, die den Fernseh-Praktiker täglich beschäftigen, werden hier aus wissenschaftlicher Perspektive analysiert. Die Anwendung der Zeichentheorien auf die Fernsehpraxis erlaubt einen neuen, anderen Blick, der sich dennoch mit den Alltagserfahrungen deckt, z.B. die Frage des Aussagewunsches bei Bild- und Textproduktion stets als zentralen Begriff erscheinen lässt.

Die Mehrfachautorenschaft durch ein Team stellt den Journalismus im Fernsehen in eine von anderen Medien völlig verschiedene Gattung, die dann auch in eine Veränderung des Journalismus durch das Fernsehen mündet, so Renner in seinen systemtheoretischen Betrachtungen. Natürlich werden Verständlichkeit, Authentizität, Unabhängigkeit des Fernsehjournalismus diskutiert, die in eine besondere medien-spezifische Art des Journalismus münden.

Als Konsequenz ergibt sich für den Autor, dass der Fernsehjournalismus „in einer permanenten Spannung zwischen den Anforderungen der Kommunikations-gattung des Journalismus und den Gegebenheiten und Möglichkeiten des Mediums Fernsehen“ steht, „die es stets aufs Neue auszubalancieren gilt“ (S.483). Für den Praktiker ist das Buch eine lehrreiche, andere Perspektive auf scheinbare Gewissheiten des eigenen Fernseh-alltags, Reflexionsmodell für eine komplexe Kommunikationswelt, deren Auswirkungen und Risiken in der globalen Struktur der Medien nicht hoch genug eingeschätzt werden können.

Jochen Kölsch, München

Stefan Piasecki: „Das Schaufenster des Schreckens in den Tagen des Zorns.“ Eine inhaltliche Analyse der Darstellung von Islam, Islamismus und islamischer Religiosität in der Berichterstattung über den Karikaturenstreit in Spiegel, Stern und Focus sowie ihre Wirkung auf eine säkularisierte Gesellschaft und ihre Tradition von christlicher bzw. islamischer Religiosität. Marburg: Tectum Verlag 2008, 473 Seiten, 29,90 Euro.

Wie gehen Medien und Medienmacher mit religiösen Phänomenen um, und welche Wirkung kann ihre Berichterstattung auf die Rezipienten haben? Diese beiden Fragen stehen im Mittelpunkt der am Fachbereich Geisteswissenschaften der Universität Duisburg-Essen eingereichten Dissertation von Stefan Piasecki. So interessant das Forschungsfeld, so ernüchternd das Ergebnis: „Es gibt in den Medien weithin kaum Interesse an und Verantwortungsgefühl für religiöse Themen, die Erinnerung in religiösen Dingen ist sehr kurz, das Bestreben nach differenzierter und vorurteilsfreier Darstellung von Themen unterentwickelt“ (S.393).

Das Unvermögen der Journalisten, differenziert über religiöse Phänomene zu schreiben, zeigt sich für den Autor in der Berichterstattung über den Karikaturenstreit im Frühjahr 2006. Anhand der drei Wochenmagazine „Spiegel“, „Stern“ und „Focus“ untersucht er, wie die Leser über die Hintergründe und Vorgänge des Karikaturenstreits informiert wurden und ob die islamische Religiosität dabei auch Erwähnung und Erklärung fand. Dafür analysiert Piasecki unter anderem die Titelblätter zum Karikaturenstreit, die Überschriften, die Ankündigungen im Inhaltsverzeichnis, die Länge

der Texte, die Zwischenüberschriften, die Gestaltung des Layouts und die verwendeten Bilder.

Neben diesen vorwiegend formalen Kriterien untersucht der Verfasser die inhaltliche Struktur der Artikel. Er will u. a. wissen, inwiefern Xenismen und verfestigte Denkmuster in den Artikeln auftauchen. Piasecki stellt fest, dass jene Beiträge überwiegen, die den Islam als bedrohlich darstellen – deutlich seltener wird eine differenzierte Haltung eingenommen. Fatal sei auch das oft fehlende Zusammenspiel von Textinhalt und Gestaltung des Artikels, sodass ein stimmiges Gesamtbild des Sachverhaltes nicht entstehen kann. Ein weiteres Ergebnis der Studie ist, dass der Karikaturenstreit meist nur unter außenpolitischen oder wirtschaftlichen Gesichtspunkten von den Journalisten betrachtet worden sei. Die Frage, welche Rolle Religion überhaupt in der dänischen Gesellschaft spielt, sei dabei gänzlich unter den Tisch gefallen.

Einen weiteren Schwerpunkt der vielschichtigen Arbeit legt der Verfasser auf das Verhältnis der deutschen Gesellschaft zur Religion und die Folgen der Säkularisierung. Seine Kernaussage dazu lautet, dass von einem religiösen Allgemeinwissen nicht mehr ausgegangen werden könne und damit einhergehe, „dass ohne Wissen um auch kein Verständnis für ein Phänomen entwickelt werden kann“ (S. 48). Dies betrifft auch die Journalisten. Doch genau dieses Unverständnis für religiöse Phänomene berge ein großes Gefahrenpotential in sich. Muslimen werde so vermittelt, dass die Deutschen eine Gesellschaft ohne Religion seien und daraus folgend die Basis für einen gemeinsamen Dialog fehle. Dieser

Eindruck dürfe aber nicht entstehen, da die Religion immer wichtiger werde für die interkulturelle Kommunikation.

Daher fordert der Autor, dass deutsche Journalisten wieder ein größeres Gespür für religiöse Phänomene entwickeln müssten und wenn nötig, auch von gewohnten Denkmustern einmal abweichen sollten. Dass dies oft nicht geschehe, habe sich auch in der Berichterstattung über den Karikaturenstreit gezeigt. „Die säkularisierende Sicht auf die Proteste und ihre Ursprünge ist ein Merkmal westlicher Autoren, trifft aber nicht die islamische Sicht – und ist damit ein Schwachpunkt für das Bemühen um Verständnis und Aufklärung der als beunruhigend empfundenen Proteste“ (S. 371). In einer multireligiösen Gesellschaft müssen Journalisten, die über Religion schreiben, sich aber auch in dieses Feld hineinversetzen können. Ansonsten werden sie ihrer öffentlichen Rolle nicht gerecht. Von der Religionspolitik fordert der Autor einen Beitrag zur Nachrichtenwerttheorie ein, „damit religiöse Topoi im medialen Diskurs nicht nur eingesetzt, sondern auch dezidiert analysiert werden können“ (S. 405).

Nicole Stroth, Regensburg

Dominik Burkard: Presse und Medien. In: Erwin Gatz (Hg.): Geschichte des kirchlichen Lebens in den deutschsprachigen Ländern seit dem Ende des 18. Jahrhunderts. Band VIII: Laien in der Kirche. Freiburg: Herder Verlag 2008, 656 Seiten, 80,00 Euro, dort S. 559-602.

Über die Geschichte der katholischen Presse in Deutschland gibt es bereits eine Reihe umfassender

kommunikationswissenschaftlicher und historischer Darstellungen. Diesen schließt sich ein Beitrag an, der aus einer speziellen historischen Perspektive die Entwicklung katholischer Medien darstellt und als Schlusskapitel im jetzt erschienenen Band „Laien in der Kirche“ veröffentlicht ist (dem Abschlussband VIII der „Geschichte des kirchlichen Lebens in den deutschsprachigen Ländern seit dem Ende des 18. Jahrhunderts“).

Verfasser des Kapitels „Presse und Medien“ ist der Würzburger Professor für Kirchengeschichte des Mittelalters und der Neuzeit Dominik Burkard. Die Überschrift des Kapitels zeigt schon, dass der Schwerpunkt der Darstellung auf der katholischen Presse liegt, wenn auch die Entwicklungsgeschichte des katholischen Buches und die kirchlichen Aktivitäten in Film, Rundfunk, Fernsehen und elektronischen Medien eingearbeitet sind.

Ausführlich zeichnet der Verfasser die Ausgangssituation am Anfang des 19. Jahrhunderts mit der ambivalenten Haltung der Kirche gegenüber der Presse nach, die Kämpfe gegen die „weltliche schlechte Presse“ und die Bemühungen um eigene Organe zur „Verbreitung der Glaubenswahrheit“ sowie das Ringen um Pressefreiheit in Politik und Kirche. In der ersten Blüte katholischer Blätter nach der Mitte des 19. Jahrhunderts spielten im Gegensatz zu den anderen kirchlichen Bereichen Laien noch

keine entscheidende Rolle, Vorkämpfer waren meistens Priester (daher „Kaplanspresse“ genannt). Bemerkenswert ist, dass in dieser Zeit das Ziel katholischer Presse – „zweite Kanzel“ oder „Zeitung“ – ebenso umstritten war wie ein Jahrhundert später, und aufschlussreich ist, dass es bereits damals den Ruf nach einer „großen katholischen Wochenzeitschrift“ gab.

Die Entwicklungen seit 1945 bis zur Gegenwart werden etwas knapp und vorwiegend aus institutionellem und organisatorischem Blickwinkel dargestellt. Zum besseren Verständnis der turbulenten Synodenzeit um „Publik“ und „Gesamtkonzepte“ hätten Erwähnungen inhaltlicher Konzept-Kontroversen beitragen können. Während in den Konzeptauseinandersetzungen des 19. Jahrhunderts auch Namen von einflussreichen Gestaltern genannt werden, fehlen diese aus der Zeit der Neuorientierung der katholischen Presse nach Konzil und Synode (etwa die Bischöfe Heinrich Tenhumberg und Georg Moser und die Laien Otto B. Roegele und Michael Schmolke). Die Lektüre des Kapitels „Presse und Medien“ erweckt deshalb vorwiegend Déjà-vu-Erinnerungen an die beiden letzten Jahrhunderte, in denen im deutschsprachigen Gebiet engagierte katholische Laien und Kleriker kirchliche Presse als tragendes Kommunikationsmittel einer Milieukirche gestalteten, die inzwischen in der pluralistischen Säkulargesellschaft aufgegangen ist.

Ferdinand Oertel, Aachen

Abstracts

Deutsch

Michael Reder: Religion in postsäkularer Gesellschaft. Die Überlegungen von Jürgen Habermas und fünf Einsprüche dagegen

Die Debatte über die Rolle von Religion in (post)modernen Gesellschaften wird in den vergangenen Jahren wieder intensiv geführt. Das Nachdenken von Jürgen Habermas über die postsäkulare Gesellschaft hat hierfür einen wichtigen Impuls geliefert. Er argumentiert, dass demokratische Gesellschaften sich auf ein Fortleben der Religionen einstellen sollten. Auch wenn Glauben und Wissen als zwei opake Modi des Geistes verstanden werden müssen, so sind religiöse wie säkulare Bürger zur wechselseitigen Verständigung und einer Übersetzung ihrer Äußerungen aufgerufen. Dies gilt insbesondere angesichts der vielfältigen aktuellen gesellschaftlichen Probleme. Damit weist Habermas zu Recht eine überzogene Säkularisierungsthese zurück. Gleichwohl bleiben einige kritische Anfragen an dieses Verständnis von Religion, beispielsweise ihre Reduktion auf die moralischen Aspekte, die Vernachlässigung des Verhältnisses von Religion und Kultur oder die zu starke Trennung von Glauben und Wissen.

Melanie Bradtka: Zwischen öffentlichem Interesse und Voyeurismus. Die Ethik journalistischer Informationsbeschaffung und -verarbeitung

Seit jeher besteht ein großes publizistisches Interesse an Aufsehen erregenden Informationen aus privaten Lebensbereichen. Zwar hat die Veröffentlichung des Privaten durchaus positive Entwicklungen wie beispielsweise die Thematisierung häuslicher Missstände durch die Medien hervorgebracht. Doch sind die Übergriffe der Medien in geschützte Bereiche der Privat- und Intimsphäre im Laufe der Zeit vehementer geworden. Nicht nur Boulevardmedien, sondern immer häufiger auch die sogenannten Qualitätsmedien machen Privates und Intimes öffentlich. Nicht selten geht mit der Veröffentlichung

des Privaten und Intimen eine reißerische Berichterstattung einher. Journalisten rechtfertigen Grenzgänge gerne mit dem Verweis auf das Interesse der Öffentlichkeit. Der Aufsatz beschäftigt sich mit der Ethik journalistischer Informationsbeschaffung und -verwertung. Anhand von drei Fallbeispielen aus der journalistischen Praxis wird aufgezeigt, auf welche Weise Medien im Rahmen der Berichterstattung ethische Grenzen überschritten haben.

Constanze Straub: Kirchliche Krisen- und Kriegskommunikation: Pathetisch und patriotisch. Deutschschweizer Radio-Predigten vor und während des Zweiten Weltkriegs

Theoretische Ansätze zur Krisen- und Kriegskommunikation werden meist auf Kriegsberichterstattung angewandt, in den vergangenen Jahren insbesondere im Zusammenhang mit den Golfkriegen. Dass die Erkenntnisse diesbezüglicher Forschung auch sinnvoll auf andere Medieninhalte bezogen werden können, zeigt die hier vorgestellte explorative Studie. Sie befasst sich mit Krisen- und Kriegskommunikation im Schweizer Rundfunk vor und während des Zweiten Weltkriegs, konkret in Radio-Predigten der katholischen und evangelischen Kirche. Erstmals wurde dazu zunächst die Geschichte der Radio-Predigten aufgearbeitet. Vor diesem Hintergrund wurden die Untersuchungskriterien der qualitativen Inhaltsanalyse aus den Techniken der Propaganda und der Krisen- und Kriegskommunikation entwickelt. Die wichtigsten Ergebnisse: Die Kriegskommunikation ist pathetischer, patriotischer und politischer als die Krisenkommunikation vor Kriegsbeginn. Die Katholiken übernahmen – im Gegensatz zu den Reformierten – die Ideen der „Geistigen Landesverteidigung“, welche die Behörden propagierten. Überraschend ist, dass Abwertungen der Juden trotz des Neutralitätsgebots nicht zensiert wurden.

English

Michael Reder: Religion in the post-secular society. Jürgen Habermas conception and five objections

In the last years, a controversial discussion about the role of religion in (post)modern society has started again. Habermas conception of a

post-secular society is an important part of this debate. He argues, that democratic societies should be prepared for the continuance of religion. Of course, faith and reason are understood as opaque, which means that they could be distinct clearly. But religious and secular citizens are called for a process of reciprocal understanding and translation. Especially facing the big current social challenges. With this conception, Habermas criticizes a strong notion of secularisation. But, his understanding of religion also implicates some critical aspects, for instance the reduction of religion on morality, the neglect of the relation between religion and culture and a clear distinction between faith and reason.

Melanie Bradtka: Between public interest and voyeurism. The ethic of journalistic information search and treatment on the basis of case studies

All times media have been interested in spectacular information within privacy. Without a doubt the publication of private concerns has also created some positive developments such as media coverage about domestic violence. But in the course of time media invasions in protected private domains became more vehement. Nowadays it's not only yellow press but also so called quality media that report more frequently about private affairs. The publication of private matters happens often in a very lurid way. Journalists legitimate borderline coverage with a link to the public interest. The article deals with the ethics of journalistic research and reporting. On the basis of three case studies is shown how media has crossed ethic borderlines within coverage.

Constanze Straub: Ecclesiastical crisis and war communication: lofty and patriotic. Sermons in Swiss radio broadcasting before and during the Second World War

Theoretical approaches to crisis and war communication are mostly concentrated on war reporting. The findings of studies related to this subject can be applied to other media content, as this explorative study shows. It deals with crisis and war communication in Swiss radio broadcasting before and during the Second World War, more specifically in broadcast sermons of the Catholic and the Protestant churches. For this purpose, first the history of the radio sermons was worked up. With this background the criteria of the

qualitative content analysis were developed from the techniques of propaganda and the crisis and war communication. The major results: The communication during the war is more patriotic than the crisis communication before the war. Moreover, the Catholics, unlike the Protestants, adopted the ideas of the “Geistige Landesverteidigung” propagated by the authorities. Surprisingly, the degradation of the Jews was not censored in spite of the Swiss policy of neutrality.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieses Heftes

PD Dr. Klaus Arnold, Diplom-Journalist, ist wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für Journalistik II der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Melanie Bradtka, Diplom-Journalistin, ist Volontärin beim Kösel-Verlag (Random House) in München im Lektorat Religion und Spiritualität.

Dr. Gebhard Fürst ist Bischof der Diözese Rottenburg-Stuttgart und Vorsitzender der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz.

Sabine Knott, Diplom-Journalistin, leitet die Zuschauerredaktion des Ersten Deutschen Fernsehens in München.

Ansgar Mayer, M.A., ist seit 2006 Studienleiter für die crossmediale Ausbildung an der Axel-Springer-Akademie in Berlin. Zuvor war er Studienleiter am Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses.

Dr. Michael Reder ist Dozent für Sozial- und Religionsphilosophie an der Hochschule für Philosophie der Jesuiten in München. Er arbeitet an einer Habilitation zum Thema Religion im Diskurs der Philosophie.

Constanze Straub, lic. rer. soc., ist Forschungsassistentin am Lehrstuhl für systematische und historische Kommunikationswissenschaft an der Universität Fribourg/Schweiz.

Impressum

Herausgeber

Prof. Dr. Walter Hömberg, Lehrstuhl für Journalistik I, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Ostenstraße 26, D-85072 Eichstätt, E-Mail: walter.hoemberg@ku-eichstaett.de; Prof. em. Dr. Michael Schmolke, Ainringweg 13, A-5020 Salzburg, E-Mail: michael.schmolke@sbg.ac.at; Dr. Ute Stenert, Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Referat Presse und Verlagswesen, Kaiserstraße 161, D-53113 Bonn, E-Mail: u.stenert@dbk.de

Redaktion

Walter Hömberg (Chefredakteur); Renate Hackel-de Latour; Christian Klenk

Redaktionsanschrift

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Studiengang Journalistik, Redaktion Communicatio Socialis, Ostenstraße 26, D-85072 Eichstätt; Telefon: 08421/93-1551, Fax: 08421/93-1786, E-Mail: christian.klenk@ku-eichstaett.de

Internet www.communicatio-socialis.de

Verlag und Anzeigenverwaltung

Matthias-Grünewald-Verlag der Schwabenverlag AG, Senefelderstraße 12, D-73760 Ostfildern-Ruit; Telefon: 0711/4406-140, Fax: 0711/4406-138, E-Mail: petra.haertel@schwabenverlag.de, Internet: www.gruenewaldverlag.de

Bezugsbedingungen

Die Zeitschrift erscheint vierteljährlich. Einzelheft 11,90 Euro / CHF 21,30. Jahresabonnement 40,50 Euro / CHF 67,60. Studentenabonnement 32,00 Euro bzw. CHF 54,40, jeweils zuzüglich Zustellgebühr. Bestellungen für Deutschland bitte an den Matthias-Grünewald-Verlag der Schwabenverlag AG, Senefelderstraße 12, D-73760 Ostfildern-Ruit; für Österreich: Verlag Herder, Wollzeile 33, A-1010 Wien; für die Schweiz: Herder AG Basel, Muttenerstraße 109, CH-4133 Pratteln 1. Das Abonnement gilt als um ein Jahr verlängert, wenn die Kündigung nicht bis sechs Wochen vor Jahresende erfolgt.

Hinweise

Formale Vorgaben für Autorinnen und Autoren sind zusammengefasst in einem Merkblatt, das bei der Redaktion angefordert werden kann. Mit Namen gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wieder. Reproduktion nur mit Genehmigung von Redaktion und Verlag. Für eventuelle Nachdrucke stellt die Redaktion gern die Verbindung zu den Autoren her.