

Communicatio Socialis

ZEITSCHRIFT FÜR PUBLIZISTIK IN KIRCHE UND WELT

In Verbindung mit
Michael Schmolke (Münster), Karl R. Höller (Aachen)
und Kees Verhaak (Nimwegen)
herausgegeben von
FRANZ-JOSEF EILERS SVD (AACHEN)
in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft Katholischer Publizisten
Deutschlands e. V.

5. Jahrgang 1972

Oktober – Dezember

Nr. 4

Anfragen an das theologische Selbstverständnis der Bistumspresse

von Giselbert Deussen

Wenn hier ein Theologe zur Bistumspresse Stellung nehmen soll, so gilt es zuvor festzustellen, was er zu auf den ersten Blick rein publizistischen Phänomenen, zu denen auch die Zeitung eines Bistums gehört, überhaupt sagen und was er nicht sagen kann, sofern er als Theologe spricht. Zunächst: was fällt *nicht* in seine Kompetenz? Er kann und soll keine „Theologie der Bistumspresse“ erarbeiten. Das gültige und richtige Funktionieren einer Bistumspresse als Medium im Gesamtkontext gesellschaftlicher Kommunikation der Kirche bedarf keiner Rechtfertigung und erst recht keiner Anweisung vonseiten der Theologie. Das inflationäre Anwachsen von Genitivtheologien¹ zieht mit Recht den Verdacht eines ideologischen Rechtfertigungsbedürfnisses für neue Praktiken auf sich, die der Kirche in einer geänderten Umwelt aufgezwungen worden sind, mit der sie indes noch nicht ihren Frieden machen konnte, weil Abwehr und Kulturkritik bisher ihre spontane Reaktion auf die neuzeitliche technische, kulturelle und soziale Emanzipationsbewegung war. In dem unterschwellig Empfinden, etwas nachholen zu müssen, drückt sich eine gewisse Unterlegenheitsmentalität aus, und folglich scheint kein Gebiet moderner technischer

Dr. theol. Giselbert Deussen ist regelmäßiger Mitarbeiter von CS. Nach dem Studium Theologie, Sozialwissenschaften und Publizistik promovierte er mit einer Arbeit über die „Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI.“. Er bereitet sich zur Zeit auf die Habilitation vor.

Innovationen und ideologischer Neuorientierungen mehr vor dem Zugriff von durch das traditionelle Getto kirchlicher Ungleichzeitigkeit frustrierten Theologen sicher, die sich in ihrem Bestreben, bisher verpaßte Entwicklungen „einzugemeinden“, kaum von dem fatalen Missionseifer und der kämpferischen Kreuzzugsmentalität ihrer Vorfahren, gegen deren Versäumnisse sie stets polemisieren, unterscheiden. Es leuchtet nicht ein, wieso erst dann ein Kultursachbereich für die Kirche und ihre Praxis akzeptabel und zugänglich sein soll, wenn die Theologen diese Wirklichkeit in ihr System inkardiniert haben. Hier würden dann theologische Axiome publizistische Sachgesetzmäßigkeiten gängeln und die praktische journalistische Arbeit in unerträglicher Weise behindern. Der Theologe hat zu respektieren, daß auch die Zeitung eines Bistums als Zeitung „ein weltlich Ding“ ist und daß auch die Kirchenzeitungsredakteure mit den spezifischen Mitteln dieses Mediums — unabhängig von theologischen Spekulationen — zu arbeiten haben.²

Damit reden wir keineswegs einer erneuten weltlosen Gettotheologie das Wort, die sich nur auf „geistliche“ Themen zu beschränken habe, sondern verweisen sie lediglich auf ihr Wesen, auf die ihr genuin zukommenden Fragestellungen, die zwar die gesamte Wirklichkeit zum Gegenstand haben, die aber die Fragestellungen anderer Wissenschaften — hier: der Publizistik — erst in die Legitimität ihrer eigenen Wissenschaft übernommen haben muß, damit sie nicht Antworten auf falsch gestellte Fragen gibt und sich damit ideologischer Grenzüberschreitungen schuldig macht.

Die legitime und richtig gestellte Frage des Theologen an die Bistumspresse wird vielmehr lauten: Welches theologische Selbstverständnis hat die Bistumspresse, welche Vorstellungen hat sie von sich selbst, was beachtet sie als das Spezifische ihrer Aufgabe im Sinne des „Unterscheidend Christlichen“? Diese Frage wird jedoch zu entgrenzen sein auf die nach dem Selbstverständnis des Kommunikators Kirche überhaupt, und was sie als das Spezifikum ihrer Kommunikationen betrachtet. In der Beantwortung dieser Frage scheint uns die ausschließliche Kompetenz der Theologen zu liegen, obwohl zu wünschen ist, daß sie im Gespräch mit Publizistikwissenschaftlern ihr theologisches Verständnis von kirchlicher Kommunikation nicht nur in theologischer, sondern auch in publizistischer Fachsprache und in Konfrontation mit publizistikwissenschaftlicher Theoriebildung formulieren. Denn auch der Publizistikwissenschaftler interessiert sich für das Spezifische kirchlicher Kommunikation, allerdings ist sein Kompetenzbereich eingeschränkt auf eine Analyse kirchlicher Aussagen mit den Augen dessen, der sie quasi „von außen“ mit seinen wissenschaftlichen Methoden untersucht. Das theologische Selbstverständnis ist ihm allerdings nicht ohne weiteres zugänglich, wie umgekehrt der Theologe es sich gefallen lassen muß, daß die öffentliche Rede der Kirche unter allgemeinen religionssoziologischen Kategorien und mit den Methoden einer funktionalistischen, kommunikativen, gesinnungspublizistischen — oder welcher Provenienz auch immer zuzurechnenden — Religionspublizistik untersucht und eingeordnet wird.³ Der Publizist seinerseits wird zur Kenntnis nehmen müssen und Verständnis dafür aufbringen, daß sich jeder Kommunikator im öffentlichen Gespräch der Gesellschaft auf seine Weise und von seiner Sicht her um ein Selbstverständnis bemüht; und für die Bestimmung des Spezifischen kirchlicher Rede ist nun einmal die Theologie zuständig, die in der kirchlichen Tradition stets die Funktion eines Aktionsprogramms in die jeweilige geschichtlich-gesellschaftliche Situation hinein wahrgenommen hat. Diese Funktion der Theologie hat auch heute noch ihre Gültigkeit und Berechtigung: geht es doch im modernen Massenkommunikationsprozeß gerade um die — auch theologisch zu fundierende —

Erarbeitung eines Aktionsprogramms, mit dem der Kommunikator Kirche als eine gesellschaftliche Gruppe unter vielen anderen in das vielschichtige Feld öffentlicher Kommunikation tritt.⁴

Wenn nun das theologische Selbstverständnis der Bistumspresse befragt werden soll, dann darf dies nicht isoliert geschehen, sondern es muß das Verständnis von kirchlicher Rede überhaupt zur Diskussion gestellt werden, von dem her dann in einem zweiten Schritt die innerkirchliche Kommunikation (und innerhalb dieser wiederum das Selbstverständnis einer Bistumspresse) theologisch reflektiert werden muß, für die dann auch entsprechende publizistische Konzepte gefunden werden können. Die Linie des Vorgehens einer theologischen Theorie kirchlicher Rede in den Massenmedien, die eine Systematik von Prinzipien, allgemeinen Bedingungen und Möglichkeiten der Verkündigung der Kirche in der heutigen Massengesellschaft liefern will, wäre damit gezeichnet. Diese Theorie hat gewissermaßen zwei Ebenen zu integrieren: 1. die Reflexion über ein adäquates Selbstverständnis der öffentlichen Rede der Kirche, d. h. aber ihrer „Verkündigung“, und 2. ihre Artikulation in einer weltanschaulich pluralistischen Gesellschaft. Der ersten dieser Ebenen kommt dabei keine temporäre, sondern lediglich eine logische Priorität zu, da beide Ebenen in einer dialektischen Dauerkommunikation und Dependenz voneinander stehen; sowohl Reflexion als auch Artikulation sind ja kommunikative Vorgänge, die dem Gesetz der Rückkopplung unterliegen, das auch hier seine kognitive Bedeutung hat. Auf der zweiten Ebene müßten dann besonders die *Mittel* der Artikulation des kirchlichen Selbstverständnisses nach außen und innen bedacht werden, wozu eben auch — neben den traditionellen und klassischen Formen kirchlicher Kommunikation — und — in einer modernen Massen- und Weltgesellschaft — vor allem die Medienkommunikationen gehören. Auf dieses höchst komplexe Kommunikationsfeld, das In-, Mit- und Gegeneinander innerkirchlicher und gesamtgesellschaftlicher Öffentlichkeit hin, wäre dann auch das Selbstverständnis der Bistumspresse zu befragen, das mit dem des Christen und der Kirche interdependiert, zugleich aber von den medialen Gesetzmäßigkeiten in ihrer Funktion geprägt wird. Denn der Eigenwert technisch vermittelter Kommunikationen in der pluralistischen Öffentlichkeit weist den Medien auch ihren spezifischen Ort innerhalb der kirchlichen Dienste zu, der bisher kaum mit der gehörigen theologischen Behutsamkeit und Umsicht reflektiert wurde. Die technischen Multiplikationsmedien, also auch die Zeitung eines Bistums, müssen nämlich — in einem dritten Schritt — auch *inhaltlich* von der Theologie bedacht werden, wenn öffentliche kirchliche Rede der Gefahr entgehen will, total von dem Mechanismus von Angebot und Nachfrage, Bedürfnisweckung und Bedürfnisbefriedigung, publizistisch gesprochen: von „Spiegelung und Prägung“⁵, desavouiert zu werden oder aber das Publikum und das „Zeitgespräch der Gesellschaft“ zu verfehlen. Öffentliche kirchliche Rede muß also mit ihrer Form auch ihre von den Medien spezifizierte Wirkung — wie z. B. den Grad der Verstehbarkeit und Aktualisierbarkeit — mit bedenken.⁶ An der mangelnden Reflexion dieser den Inhalt kirchlicher Verkündigung modifizierenden kommunikativen Gesetzmäßigkeiten partizipiert das bisherige theologische Selbstverständnis der Bistumspresse ebenso, wie alle kirchlichen Kommunikationen nach innen und nach außen.⁷

Wenn man nun die heutige Theologie nach der Identität, nach dem, was die Kirche als Kirche und nur sie allein zu geben vermag, wenn man sie also nach dem „spezifisch Christlichen“ fragt, begegnet man meist betroffener Sprachlosigkeit. Im Vergleich mit früherer Theologie, die so genau und selbstsicher alles und jedes wußte,

mutet diese Verlegenheit der modernen Theologie noch sympathisch an, da sie wenigstens so ehrlich und selbstbescheiden geworden ist zuzugeben, daß es unendlich schwierig ist, mit wenigen Worten zu sagen, was „das Wesen des Christentums . . . in Absetzung von anderen Weltanschauungen und Religionen (ausmacht)“⁸. Dennoch glauben wir, eine mittlere Position der heutigen Theologie richtig zu deuten, wenn wir sagen, ihrer Meinung nach sei für die kirchliche Kommunikation typisch, daß die Kirche von sich annimmt, für die menschlichen und gesellschaftlichen Probleme und Krisen jeder Zeit und jeder Gegenwart ihre Problemlösungshilfen anbieten zu können und zu müssen (formaler Aspekt). Sie tut dies, indem sie mit Hilfe theologischer Reflexion die Gegenwart zu deuten versucht und auf dem Hintergrund dieser Deutung praktische Energien und Aktivitäten ihrer Mitglieder freisetzt. Doch diese ihre Problemlösungskapazität kommt ihr nicht nur aufgrund bloßer Gegenwartsanalyse zu, sondern nur unter Einbeziehung des in der Bibel formulierten Menschen- und Weltverständnisses (materialer Aspekt).⁹ Dabei kann die Bibel nicht als „Schatz“ bezeichnet werden, aus dem man nach Bedarf und Belieben Altes und Neues hervorholt, das fertig und vorgegeben — „auf Abruf“ — daliegt. Wenn man schon eine traditionelle Metapher heranziehen will, dann halten wir die von der Bibel als „Quelle“ für zutreffender, „deren Strom sich mit dem Informationsstrom heutiger Welterfahrung vermischen muß, wenn in der Gegenwart kirchliche Verkündigung als Kommunikationsgeschehen gelingen soll; wie denn diese Quelle überhaupt nur zu sprudeln anfängt, wenn man sie aus dem Horizont heutiger Problemstellungen heraus befragt (Hermeneutischer Zirkel), und das Wasser, das sie dann freigibt, selber bereits aus urchristlicher Glaubens- und antiker Welterfahrung gemischt ist“¹⁰.

Für den öffentlichen Kommunikationsprozeß der Kirche folgt daraus, daß es in ihm keine axiomatischen, dogmatischen Überzeugungsstereotypen gibt, die nicht einer funktionalen Wandlung durch publizistische Einflüsse aller Art unterliegen. Dies gilt auch für das, was nach dem Selbstverständnis des Kommunikators Kirche jeweils das Spezifische ihrer Kommunikationen ist.

Wenn wir nun im folgenden nach dem Spezifischen der Kirche als Kommunikator in der Öffentlichkeit fragen, so wollen wir dies, um nicht ins Uferlose zu geraten, nur im Hinblick und in perspektivischer Verkürzung auf unser Thema hin tun. Es bietet sich dazu ein Schlüsselbegriff kirchlicher Reflexion und Artikulation an, der zu allen Zeiten trefflicher Indikator ihres Selbstverständnisses gewesen ist und die Gestalten ihrer Kommunikationsformen entscheidend geformt hat: der Begriff der „*Verkündigung*“, mit dem stets auch das Wesen kirchlicher Kommunikation theologisch beschrieben und gedeutet worden ist. Gerade die Geschichte des kirchlichen Verständnisses von Form und Inhalt dieses Begriffes beweist unseren Satz, der einen Stereotypenwandel auch für zentrale kirchliche Aussagen behaupten will.

In den vergangenen fünfzig Jahren formulierten katholische und protestantische Theologen ihr Verständnis von „*Verkündigung*“ in dem als „*kerygmatische Bewegung*“ bekanntgewordenen Gegenschlag gegen den Liberalismus der vorangegangenen Periode als „*Kerygma*“. Dem in die Theologie eingedrungenen Historismus der „*Leben-Jesu-Forschung*“ mit seiner „*Vermenschlichung*“ und Metaphysikfeindlichkeit setzte erstmals Karl Barth mit seiner Dialektischen Theologie das „*Deus dixit*“ entgegen „als absolute Größe, als Anfang und Ende der Theologie und Predigtlehre . . . Jetzt regierte wieder der Bibeltext die Predigt. Sie ist nicht bloß Rede über Gott oder im Namen Gottes, sondern Gott selber spricht in Christus inmitten der Gemeinde durch das menschliche Wort . . . Es entstand die ‚Homiletik von oben‘.

Das Gotteswort fährt senkrecht von oben, ohne Anknüpfung, weltlos, in das menschliche Dasein.¹¹ Der Mythos vom „selbstwirksamen Wort“ entstand, das den je einzelnen wie ein „divinatorischer Strahl“ im Innersten seiner Existenz trifft. Von dieser Individualisierung und Verkürzung kirchlicher Anrede auf die existenzielle Intimbegegnung der Seele mit Gott bezog die kirchliche Presse den „Ton“, die sprachliche Färbung und informationsarme Erbaulichkeit ihrer Artikel. Der Pflege des Seelenlebens waren die ersten Seiten vorbehalten. Statt sachlicher Reportage über kirchliche Ereignisse las man die fromme Ausschmückung, die gemütvolle Arabeske, erging man sich in Gesinnung und Stimmung stimulierenden Traktätchen ohne Weltbezug. Die Welt diente allenfalls als Requisitenkiste, aus der der „Presseapostel“ Exempel entlieh, um sie, seiner jeweiligen missionarisch moralisierenden Absicht entsprechend, zu einer religiösen Scheinwelt zusammenzubasteln. Als eigentlicher und wesenhafter Ort der „Verkündigung“ galt dieser „Worttheologie“ die Kanzel im Raume der Kirche, von der her der Bistumspresse ein abgeleitetes Apostolat im Sinne einer „zweiten Kanzel“ zukam. Infolgedessen verstand diese sich als ein außerordentliches, untergeordnetes „Verkündigungs- und Seelsorgeinstrument“.

Dieser Lückenbüßerfunktion tritt als Spezifikum katholischen Selbstverständnisses die dogmatische Behauptung von der hierarchischen Verfassung aller Kirchenstrukturen zur Seite. Der „Homiletik von oben“ entsprach eine innerkirchliche „Kommunikation von oben“, eine vertikal-monologische Hinsage- und Anweisungskommunikation, die ihre Medien als „Sprachrohr“ und „Apostolischer Arm“ verstand. Zur größeren Effektivität und Durchsetzungskraft nach außen forderte die Hierarchie „innere Geschlossenheit“; die kirchliche Publizistik wurde mit einer „acies formata“ verglichen. Äußere politische Ereignisse (z. B. die Situation nach dem Kulturkampf oder die Verkirchlichung der katholischen Presse unter dem Druck des Nationalsozialismus¹²) taten ein übriges, dieses Schlachtreihendenken¹³ zu verstärken. Das militärische Vokabular in Deklamationen und Aufrufen ist für diese Periode bezeichnend. Wie die Kirche des beginnenden 20. Jahrhunderts eine Kirche in der Defensive war, die sich auf sich selbst zurückgezogen hatte und sich mit einem triumphalistisch aufgefüllten Kerygmabegriff theologisch derart tröstete, daß das „Wort Gottes“ nur rezitiert zu werden brauche, um selbstwirksam und existentiell beim Individuum „anzukommen“, — so verstand sich die Bistumspresse vornehmlich als ein Instrument der Weitergabe von hierarchischen Anweisungen nach innen und der kulturkämpferischen Verteidigung nach außen. Selbst der seiner Zeit vorausblickende Emil Dovifat, der damals schon eine Reform der katholischen Presse nach journalistischen Sachgesetzen propagierte¹⁴, sprach wie selbstverständlich von einer strengen Arbeitsteilung: „Der kirchliche Raum ist der des Geistlichen, der weltliche ist der unsrige (d. h. der katholischen Publizisten, d. Verf.)“ — und verrät damit seine Abhängigkeit von dem skizzierten Verkündigungs begriff. Die journalistischen Vertreter katholischer Publizistik hatten kaum eine Chance, gegen einen theologisch derart gefüllten Verkündigungs begriff ihre kritische und informative Funktion im „kirchlichen Raum“ zu behaupten.¹⁵ Dieser Verkündigungs begriff erwies sich als so stark, daß er bis heute Theorie und Praxis der Bistumspresse entscheidend prägte und der Überwindung noch harrt.

Beispielhaft für diese „Verkündigungs ideologie“ sind die folgenden Zitate aus einem grundlegenden Artikel von Peter Paul Pauquet, dem Chefredakteur der „Kirchenzeitung für das Erzbistum Köln“, zum Selbstverständnis der Kirchenpresse¹⁶: die Bischofszeitung habe „Organ des Bischofs“, „Forum vor allem des innerkirchlichen

Gesprächs“ und „im echten und weitesten Sinn Bildungs- und Erbauungszeitung“ zu sein; sie müsse „sowohl den religiös politischen Willen in Abwehr, Angriff und aktiver Gestaltung des gesellschaftlichen Lebens als auch die Kräfte des Gemütes und der unpolemischen erbauenden Frömmigkeit“ fördern und „die gute Unterhaltung und die stille, erbauliche Besinnlichkeit“ pflegen. „Betulichkeit nach innen und Aggressivität nach außen“¹⁷ sind die publizistisch-praktische Umsetzung des theologisch-theoretischen Verkündigungsbegriffes der „Kerygma-Bewegung“¹⁸; dieses publizistische Konzept lebte in Stil und Gestaltung von der Devise: „Einheit durch Geschlossenheit“ und kompensierte mangelnde Informiertheit durch eifrige „katholische“ Gesinnung.

Für die katholische Publizistik brachte die durch das Konzil offenbar gewordene Pluralität theologischen Denkens eine Neuorientierung der Praxis, die sich zunächst in einer Erweiterung des theologischen Seelsorgekonzeptes von der Bistumspresse als „Instrument der Seelsorge an der *ganzen* Gesellschaft“¹⁹ niederschlug. Der Limburger Weihbischof Walter Kampe²⁰ forderte, diesem Konzept folgend, eine „Selbstbesinnung über den Ort der katholischen Publizistik innerhalb einer pluralen Gesellschaft“; er bot selbst eine Ortsbestimmung, wenn er meinte, die katholische Publizistik müsse in Zukunft „keinen integralen, sondern einen subsidiären Charakter erhalten, d. h., sie muß ergänzend und notfalls rektifizierend das bringen, was in der allgemeinen Publizistik nicht gebracht werden kann“. Nun scheint uns diese „Selbstbesinnung“ ein unmittelbarer Ausfluß einer theologischen Neufüllung des Leerbegriffs „Verkündigung“ zu sein. Man erkannte, daß die formale Bestimmung dieses Begriffes etwa mit dem Satz: „Gottes Wort ist universal und geht an alle Menschen“ erst mit seiner inhaltlichen Entfaltung und in der Frage nach dem Ort des „Ankommens“ dieses Wortes und der Form seiner Weitergabe zum Problem wird. Die Formulierung dieser Problematik und ihre Lösungsversuche drücken sich heute durchgängig in einer Substituierung des Verkündigungsbegriffes durch die Begriffe „Öffentlichkeit“, „Kommunikation“ und „Information“ aus. So entstand die Formel: die Verkündigung der Kirche sei und vollziehe sich als wesenhaft „öffentlich“, wende sich an die „Öffentlichkeit“, die es zu „informieren“ gelte und an deren „Kommunikationen“ die Kirche verantwortlich mitzuwirken habe. Der Pluralität und Ökumenizität der verschiedenen nachkonziliaren Theologien gemäß ging man von verschiedenen Seiten her an den Verkündigungsbegriff heran, der — wenn wir die Überfülle der Neudefinitionen einmal typisieren wollen — inhaltlich in folgende Richtungen entfaltet wurde:

1. von einer Neuinterpretation des biblischen Verkündigungsbegriffes her wird die „Öffentlichkeit“ als Wesenkonstitutivum der Kirche bezeichnet²¹;
2. von der Anwendung und Übertragung informationstheoretischer und kybernetischer Modelle her wird das kirchliche Sprechen untersucht;
3. von der „politischen Theologie“ her wird „Verkündigung“ als eine „Kommunikation“ definiert, die in ihrer Solidarität mit dem bedrohten Humanum in der Gesellschaft als kritischer Anwalt der Freiheit und Würde des Menschen fungieren soll.²²

In der gegenwärtigen Diskussion fließen diese drei Argumentationsrichtungen immer mehr zusammen. Dabei verweist die erste die Verkündigung der Kirche auf ihr biblisches Fundament, das ihr eine Dynamik auf Öffentlichkeit hin abverlangt, ohne daß sie jedoch zeigen kann, wie sie diese ihre Öffentlichkeit vollziehen kann. Dieses

Problem der Formen, Ausdrucksweisen und Mechanismen kirchlichen Sprechens geht die zweite Richtung an, indem sie die öffentliche Rede der Kirche zunächst mit dem Instrumentarium publizistik- und kommunikationswissenschaftlicher Gesetzmäßigkeiten konfrontiert, kritisiert und auf diese Weise aufzeigt, worauf sich die Kirche einläßt, wenn sie sich öffentlich und mit Hilfe eines massenkommunikativen Instrumentariums äußert; auf einer weiteren Untersuchungsstufe versuchen dann die „Verkündigungskybernetiker“ Modelle der Informationstheorie zur Überwindung der Informationsarmut, des formalen Ausdrucksdefizits und der Dichotomie zwischen innerkirchlicher und gesamtgesellschaftlicher Öffentlichkeit bzw. zwischen den beiden Ebenen kirchlicher Verkündigung — der im Kirchenraum (Predigt) und der in den Massenmedien — zu entwickeln. Die dritte Argumentationsrichtung versucht dann über eine Kritik der Inhalte kirchlichen Sprechens die Relevanz des Verkündigungsgehaltes für die neuzeitliche Emanzipationsbewegung gesellschaftskritischer Freiheit zu erheben, und will auf diese Weise das Zurücksinken der Kirche in die Voröffentlichkeit und somit in die Bedeutungslosigkeit einer Sekte verhindern und sie teilhaben lassen an den gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen unserer Zeit. Auf dieser dritten Argumentationsebene fehlt es allerdings noch an einer politischen Handlungsethik, die theologisch-eschatologische Aussagen in den jeweiligen geschichtlichen Kontext vermittelt und somit einen neuen Integralismus verhindert. Auf der skizzierten zweiten Ebene der „Verkündigungskybernetiker“ steht trotz guter Ansätze eine Aufhebung der Dichotomie der beiden Verkündigungsebenen noch aus. Auf der ersten Ebene der biblischen Neubesinnung werden indes die hermeneutischen Probleme der Bibelauslegung im Hinblick auf die Verkündigungsinhalte zwar immer deutlicher gesehen, sie sind aber noch keineswegs in eine neue Praxis der Verkündigung eingebracht.²³

Für die Bistumspresse resultiert nun aus der Pluralität dieser theologischen Argumentationsebenen, der mangelnden Klarheit und Erprobung ihrer „Problemlösungen“ und infolge ihres Überangebotes an Kritik bei gleichzeitigem Defizit an wenigstens kurzfristig tragenden pastoraltheologischen Konzepten ein irritiertes, verunsichertes, desorientiertes Selbstverständnis, das noch am besten in einer publizistischen Praxis aufgefangen wird, die sich zunächst einmal von theologischer Bevormundung und Gängelei freigemacht hat, um durch die Erfüllung journalistischer Notwendigkeiten und Sachgegebenheiten zu „überleben“. Abgesehen von technischen und organisatorischen Schwierigkeiten dieser praktischen Redaktionsarbeit eines Bistumszeitungsjournalisten (personelle Unterbesetzung, finanzielle Schwierigkeiten etc.²⁴) wird diese pragmatische Haltung nicht zuletzt durch fehlende theologische Zieldefinitionen kirchlicher Verkündigung verunsichert. Die Füllung des theologischen Verkündigungsbegriffes mit den aus dem politologischen Vokabularium entlehnten Kategorien neuzeitlicher bürgerlich-demokratischer Öffentlichkeit, wie „Information“, „Diskussion-Dialog“, „Provokation“ und „Aktion“, überfordert sowohl die Mentalität wie die praktischen Möglichkeiten der mit der Last der Geschichte reich beladenen Kirchenpresse bei weitem.

Uns geht es darum aufzuzeigen, daß die in der letzten Zeit wie ein Donnerwetter über die Bistumspresse hereingebrochenen Neu-Interpretationen ihrer Funktion in einer theologischen Neubesinnung auf den Verkündigungsbegriff ihre Wurzeln hat und daß die hieraus resultierende Verunsicherung keineswegs erstaunlich ist, — eine Verunsicherung, die bei gleichzeitiger Radikalkritik am Überkommenen und gleichzeitigem Bestehen eines noch ausgesprochenen traditionell orientierten Selbstverständ-

nisses der Bistumspresse kein neues dem traditionellen an Geschlossenheit gleichkommendes Verständnis anzubieten vermag. Andererseits wollen wir hier auch aufzeigen, daß eine klare theologische Definition des Selbstverständnisses der Bistumspresse, langfristig gesehen, einzig und allein ihrer fatalen Identitätskrise begegnen kann. Die Bistumspresse wird diese Krise nicht von sich aus lösen können, sondern sie partizipiert gerade hier an einer Krise des Kommunikators Kirche überhaupt, die zwar nicht nur, aber doch in ganz entscheidenden Ausmaßen in theologischen Dimensionen angesiedelt ist und dort auch einer Lösung bedarf.

Es ist der Bistumspresse wenig geholfen, ihr die Funktion einer „Lokalzeitung der Ortskirche“²⁵, eines „unverwechselbaren Kommunikationsinstrument(es) der Bistumsgemeinde“²⁶ zuzuschreiben, sie „Forum für den Dialog innerhalb der Kirche mit der Welt“²⁷ sein zu lassen oder die hochgemute Hoffnung zu hegen, „über eine Demokratisierung der kirchlichen Presse möglicherweise die Demokratisierung der Kirche voranzutreiben“²⁸, — wenn das theologische Selbstverständnis des Kommunikators Kirche in seiner obersten Repräsentationsspitze entgegen diesen Forderungen an einem hierarchisch-monologischen Verkündigungsbegriff festhält, wenn auf einer mittleren Ebene im Zusammenhang mit einer „Theologie der Verkündigung“ eine Inflation von Forderungen nach neuen Teiltheologien (z. B. Theologie der Massenmedien, der Information, der Kommunikation, der Öffentlichkeit etc.) einen bedauerlichen Nachholbedarf offenbart und auf einer unteren Ebene bereits das öffentliche Interesse an spezifisch kirchlichen Verkündigungsinhalten und -formen abzusinken beginnt.²⁹ Dabei halten wir nicht etwa die Pluralität der theologischen Konzeptionen von Verkündigung für verderblich, im Gegenteil: Wir sind der Überzeugung, daß die Kirche nur in der Pluralität ihre Identität finden wird. Verderblich zu sein, scheint uns vielmehr die Ungleichzeitigkeit im Selbstverständnis der verschiedenen kirchlichen Kommunikatorengruppen, die Unvereinbarkeit der Kommunikationsstrukturen und die mangelhafte Zuordnung der verschiedenen Ebenen kirchlicher Verkündigung, was sich in der publizistischen Praxis nicht zuletzt im Fehlen eines Gesamtkonzeptes katholischer Publizistik niederschlägt.³⁰

Zugleich sehen wir aber in jedem der drei skizzierten Typen theologischer Reflexion über die Verkündigung der Kirche positive Ansätze zur Überwindung der angesprochenen Schwierigkeiten: (1) Auf der ersten Ebene einer biblischen Besinnung auf die wesenhafte „Öffentlichkeit“ kirchlicher Verkündigung scheint uns eine Zuordnung der verschiedenen Verkündigungsebenen der Kirche durch eine Entgrenzung des klassischen Verkündigungsbegriffes von der Bibel selbst her möglich. (2) Auf der zweiten Ebene der „Verkündigungskynetiker“ könnten Strategien kirchlicher öffentlicher Rede gefunden werden, die eine Transparenz und Aktualisierung ihrer Verkündigungsformen gelingen lassen. (3) Auf der dritten Ebene der von der „Politischen Theologie“ geprägten kommunikationstheologischen Argumentation dürfte die inhaltliche Relevanz kirchlichen Aussagetums im Kontext der Krisen und Probleme der modernen Gesellschaft entdeckt werden. In einer Zusammenschau dieser drei Argumentationsrichtungen könnte schließlich auch theologisch der Ort und die Funktion kirchlichen Sprechens in der Öffentlichkeit (und damit eben auch Ort und Funktion der Bistumspresse) sichtbar werden.

Zu (1). Mit der zunehmenden Säkularisierung aller Lebensbereiche, gegen die die „Kerygma-Bewegung“ ein letztes Aufbäumen war, wurde dem kirchlichen Verkündiger immer mehr klar, daß er im Raum der Gemeinde schon mit dem Zweifelnden, dem Schwankenden, dem Laugewordenen, dem Kleingläubigen und dem vom Un-

glauben Bedrängten konfrontiert war, der sein Bürgersein in der „säkularen Gesellschaft“ nicht einfach an der Kirchentüre ablegen konnte. Auf der Ebene technisch vermittelter Öffentlichkeit erfuhre der kirchliche Verkündiger die Notwendigkeit, auch dem Anders- und Ungläubigen Rede und Antwort stehen zu müssen. Er erkannte zunehmend die Bedeutungs- und Wirkungslosigkeit einer an rein innerkirchlicher Mentalität und den diese zum Ausdruck bringenden Sprachregelungen orientierten Verkündigung und besann sich im Sinne von 1 Kor 14, 23 f.³¹ auf die grundsätzliche Universalität (und damit auch Säkularität) der Heilsbotschaft, die immer an alle Menschen gerichtet ist und deren Entscheidungscharakter nicht auf eine sakrale Sphäre, auf ein Privatissimum des einzelnen oder der christlichen Gemeinde reduziert werden darf. Man entdeckte die „potentielle Öffentlichkeit“ christlicher Offenbarung und Verkündigung: „Für das Evangelium ist theologisch gesehen die ganze Menschheit die potentielle Öffentlichkeit.“³² — „Die Predigt von der Heilswirklichkeit des in Jesus Christus uns anredenden und zur personalen Entscheidung rufenden Wortes geschieht innerhalb und mitten drinnen in der umfassenden Kommunikation der Gesellschaft . . .“³³ Man sah infolgedessen die Notwendigkeit, in der Verkündigung den Glauben mit dem Vokabular des Unglaubens formulieren zu müssen, eines Unglaubens, mit dem man im günstigen Fall im gemeinsamen Ringen um das bedrohte Humanum verbunden ist: in der gemeinsamen Erfahrung der Bedrohung von Gerechtigkeit, Freiheit und Frieden; aber auch eines Unglaubens, der durch die schamlose Ausbeutung und Manipulation des Menschen diese Bedrohung des Humanum selber ist.

Damit ist die Notwendigkeit einer Hinordnung der zwei Ebenen kirchlicher Verkündigung formuliert. Diese ist für die Bistumspresse deshalb so wichtig, weil sie — publizistisch gesehen und vor jeder spezifizierteren Funktionszuweisung — grundsätzlich auf der „Nahtstelle“, im Spannungsfeld dieser Ebenen angesiedelt ist. Für diese Hinordnung können durchaus auch in der Bibel theologische Strukturen und Normen angegeben werden: Eine theologisch relevante Norm der Zuordnung dieser beiden kirchlichen Kommunikationsebenen, der mehr vor-öffentlich privaten im Raume der Kirche und einer mehr öffentlich politischen, zeigt uns die Heilige Schrift z. B. in den Berufungen der Propheten und der Jünger zur Nachfolge Jesu. Diese Norm hat auch heute noch ihre Gültigkeit, auch wenn die menschliche Kommunikation unvergleichlich andere Dimensionen angenommen hat. Stets befiehlt Jahwe den Raum individueller Entgegennahme des Verheißungswortes und seiner meditativen Aneignung im Kreis der kleinen Gemeinde zu sprengen, um das eigentliche Ziel, den gemeinten Adressaten des Wortes: die „Öffentlichkeit“ von Staat und Gesellschaft, zu erreichen. Exemplarisch schildert dies die Berufung des Moses, die am Anfang umwälzender gesellschaftlicher und politischer Ereignisse stand. Lange lebt Moses in der Isolierung von der Gemeinschaft: in der „Wüste“. Diese lange Bereitung spannt sich nun nicht der Gottesoffenbarung im brennenden Dornbusch als ihrem Ziel und Höhepunkt entgegen; vielmehr bildet diese Begegnung erst den Anfang des eigentlichen Heilsplanes Jahwes. Es geht hier weder um die Person des Moses, noch um den „heiligen Grund“, auf dem er steht: Es geht um die Zukunft des ganzen Volkes Israel (Ex 3, 1 ff.). Jahwe weist Moses unmittelbar nach der Nennung seines Namens, der bereits den Inhalt des künftigen Aktionsprogramms angibt („Ich werde der sein, der ich sein werde“), fort von jenem heiligen Grund nach Ägypten. Von dort soll er sein geknechtetes Volk in die Freiheit einer menschenwürdigeren Zukunft führen.

Diesen „Exodus“ organisiert Moses mit Hilfe einer modern anmutenden Kommunikationsstrategie. Zuerst macht er sich daran, Öffentlichkeitsarbeit zu leisten: Er sucht seine Mitarbeiter, lenkt die Aufmerksamkeit auf sich und sein Programm; zunächst in der israelitischen Gemeinde, sodann am Hofe Pharaos. Sein eigenes Volk spannt sich jedoch zunächst nicht seinem Auftrag mit verlangender Sehnsucht entgegen; wir würden heute sagen: der Beharrungseffekt („reinforcement“) überlagert den Bekehrungseffekt („conversion“). Zudem verweigert der Pharao seine Zustimmung. Gegen diese doppelte Barriere inszenieren Moses und sein Mitarbeiter Aaron eine imposante Gegenpropaganda (so z. B. ihre aktualitätsbezogenen Interpretationen der „sieben Plagen“ als Strafe Gottes), bis die Öffentliche Meinung auf die zuständige Obrigkeit einen solchen Druck ausübt, daß der Abzug gestattet wird.

Diese Struktur biblischer Heilsverwirklichung durch die Verkündigung des geoffenbarten Wortes: individueller Anruf in der Intimität des personalen Gegenüber (Wüste, einsame Orte, Berggipfel), Selbstoffenbarung Gottes, verbunden mit einem Auftrag an die Gemeinschaft, und schließlich „Öffentlichkeitsarbeit“ der Propheten oder Jünger, prägt Jesus seinen Freunden im großen Bericht von der „Jüngerschulung“ im 10. Kapitel des Matthäusevangeliums ein: „Was ich euch in der Dunkelheit sage, davon redet im Licht, und was euch leise ins Ohr gesagt wird, das sollt ihr von den Dächern öffentlich ausrufen“ (Mt 10, 27).

Die Kanzelverkündigung im begrenzten Raum der praktizierenden Gemeinde und die Verkündigung in den publizistischen Medien können heute keine Alternativen mehr bilden, sondern bedingen einander und sollten zu einer neuen „intermediären Öffentlichkeit“ kirchlicher Verkündigung integriert werden. Wenn das wesenhaft gesellschaftsbezogene Verheißungswort des Evangeliums weiterhin dem intimen, vorpublizistischen sakralen Raum der Sonntagsgemeinden und einer sich als bloße Verlängerung dieses Raumes verstehenden kirchlichen Erbauungspresse vorbehalten bleibt, droht es unter den Wahrnehmungsbereich der Gesellschaft abzusinken. Aber auch die verzweifelte, überstürzte „Flucht in die Öffentlichkeit“ wäre eine falsche Alternative. Wenn das Wort Gottes auch immer auf öffentliche Proklamation drängt und nie Privatbesitz einiger „Begnadeter“ sein kann, so bedarf dennoch der einzelne des meditativen Raumes, in dem sich sein Herz öffnen und Gottes Anruf tief einbilden kann. Hier erwächst der Bistumspresse eine ihr genuin angepaßte Aufgabe: sie sollte es wagen, eine Zuordnung beider Kommunikationsebenen in Angriff zu nehmen.

Zu (2). Dem „Verkündigungskybernetiker“ geht es zunächst um den „Stil“ kirchlicher Rede; diese müsse Information sein. Dieser von der Kybernetik entlehnte Begriff besagt „sachliche Unterrichtung und Mitteilung über Tatbestände und Zusammenhänge, die gesellschaftsbezogen sind“³⁴. Man hält Verkündigung als Information nicht nur für möglich, sondern weist sie als die dem heutigen Menschen und seinem Verstehen einzig angemessene Form der Vermittlung des Verkündigungsinhaltes aus. Die Publizistik wird zur Lehrmeisterin kirchlicher Verkündigung. Kirchliches Sprechen muß folglich auf einen hohen Grad der Aktualisierbarkeit³⁵ und damit auf wirksame Redeformen bedacht sein, wobei besonders auf den „Entfremdungseffekt“³⁶ hingewiesen wird, der den Menschen für eine Mitteilung aufschließen will, indem er einer Botschaft das Selbstverständliche nimmt und Staunen und Neugierde über sie erzeugt.³⁷ Informatives kirchliches Sprechen in der Öffentlichkeit muß des weiteren transparent sein, d. h. Personen und Gruppen müssen in der Kirche eine große Bereitschaft zur Gewährung und zum Empfang von Informationen und Argu-

mentationen haben.³⁸ Diese Transparenz des Sprechens will nicht die Erbaulichkeit, sondern die Sachlichkeit, nicht den Gehorsam und die Unterwerfung, sondern die Reflexion und die Einsicht, nicht die Nähe, sondern die Distanz.³⁹ Diese Transparenz macht die Information kommunikativ, d. h. sie gängelt, befiehlt und zwingt nicht, sondern gesteht dem Angesprochenen jede Reaktion zu, indem sie Zusammenhänge offenlegt und so Material zur freien Entscheidung heranschafft, ohne sie jedoch dem Adressaten abzunehmen; auf diese Weise vergrößert sie den Freiheitsspielraum des einzelnen und der Gesellschaft.⁴⁰ „Es gehört zum Anrecht des Menschen auf seine Freiheit, sich nicht überreden, sondern überzeugen zu lassen.“⁴¹

Hinter all diesen Bemühungen, kirchliches Sprechen von Gott in das öffentliche Gespräch der Gesellschaft einzubringen, steht allerdings die bange und grundsätzliche Frage nach der Kommunikabilität religiöser Aussagen überhaupt, die jedoch auf dieser Argumentationsebene noch kaum in aller Schärfe gestellt wurde, geschweige denn ansatzweise beantwortet ist.⁴²

Die unmittelbaren Folgerungen für ein theologisch und publizistisch relevantes Selbstverständnis der Bistumspresse dürften von dieser zweiten Ebene her auf die Gelassenheit und Toleranz der paulinischen Predigtlehre verweisen, die weiß, daß in der Schwachheit des Verkündigers die Kraft Christi zur Vollendung kommt (2 Kor 12, 9), so daß seine „kommunikative Information“ auch ohne Überredungskunst (1 Kor 2, 4), ohne Propaganda (vgl. 2 Kor 4, 2) und ohne hinterlistige Schlaueit (1 Kor 3, 20) auskommt. Die Bistumspresse sollte von dieser Einstellung her von ihrer peinlichen Tradition Abschied nehmen, in der Kirchentreu in bedingungslosem Devotismus dem Kirchenestablishment gegenüber und im eifernden Anti gegen alles, was nicht dezidiert kirchlich war, demonstriert wurde, in der Andersdenkenden und weltanschaulichen Gegnern durch eine demagogische und teilweise verleumderische Art der Prozeß gemacht wurde.⁴³ Sie sollte die Behauptung durch das Argument ersetzen. Differenzierung statt Pauschalisierung, Aufklärung statt Verschleierung, Offenheit statt Verketzerung. Diskussion statt Indoktrination, Transparenz statt Verschweigen, Anbieten statt Gebieten, Kommunikation statt Kommunifikation sollten den journalistischen Stil einer modernen Bistumspresse bestimmen.

Zu (3). Von der dritten, auf die „Politische Theologie“ sich berufenden Argumentationsebene her dürfte eine fruchtbare Verbindung und Einbeziehung der beiden vorausgehenden Argumentationsebenen erwartet werden. Bemüht man sich doch hier um eine Verbindung der biblischen Kategorie der „Eschatologie“ mit dem sprachlichen und geschichtlichen Kontext der modernen Öffentlichkeit, in der dann die öffentliche Rede der Kirche als kritisch befreiende Kraft durch sachliche Information und prophetische Infragestellung Restbestände und Bedrohungen der Freiheit in Politik und Gesellschaft aufdeckt, indem sie immer wieder „neu sehen läßt, was die gängige Ideologie verbirgt“⁴⁴. Inmitten eines allgemeinen Trends zu kritikloser Anpassung soll Verkündigung als Information kritische Distanz ermöglichen. Ihre eigene und die gesamtgesellschaftliche Praxis, in die sie selbst verstrickt ist, soll sie stets unter den „eschatologischen Vorbehalt“ stellen, d. h. das Gewordene, der Status quo, wird um der zukünftigen Verheißung willen als das Unvollkommene, Defiziente durchschaut, weil es noch nicht genug im Wirkungsfeld der emanzipatorischen Freiheit des Evangeliums Jesu Christi liegt. Noch bleibt uns dieser politisch-theologische Verkündigungsbegriff konkrete Entwürfe schuldig, die Möglichkeiten und Bedingungen von Strukturveränderungen aufzeigen.

Allerdings zeichnet sich hier für das Selbst- und Weltverständnis der kirchlichen Verkündigung durch Massenkommunikation, insbesondere aber für die Bistumspresse, im Hinblick auf bestimmte massenkommunikative Gesetzmäßigkeiten eine gewisse Verkündigungsstrategie ab. Wir meinen damit die Auseinandersetzung der Kirche als einer gesellschaftskritischen Instanz, die auf Infragestellung und Verunsicherung des Status quo, auf Bekehrung und Verchristlichung (Vermenschlichung) der Gesellschaft aus ist, mit jenem Gesetz der Massenkommunikation, nach dem Medienmitteilungen bei den meisten Rezipienten eher vorgefaßte Meinungen und schon angenommene Haltungen verstärken (Bestärkungseffekt = „reinforcement“), kurzfristiger Meinungsumschwung und Attitüdenveränderung (= „conversion“) aber weniger wahrscheinlich sind. Die kirchliche Verkündigung via Massenmedien steht hier vor folgender Alternative: Sie kann sich einer oberflächlichen Popularität, der „Dabeisein“ über alles geht, ausliefern; zu diesem Zweck „müßte sie sich also in Gestus und Gehalt dem in den Massenmedien so erfolgreichen System von Populärkultur einfügen und dient damit in gewisser Hinsicht dem sozialen Frieden. Selbst Kritik am Bestehenden kann sie dabei üben, aber eben immer nur im Rahmen jener Versöhnlichkeit, die letztlich ihr Einverständnis mit dem Status quo von neuem bezeugt . . . Der christlichen Verkündigung, die sich auf diese Mittel einläßt, droht die Gefahr der Komplizenschaft. Dann verabreicht sie einfach christliche Populärkultur und reduziert damit ihre Rezipienten noch einmal auf das, was sie ohnehin schon sind: Konsumenten.“⁴⁵ Gerade die Bistumspresse steht infolge dieses Bestärkungseffektes in der Gefahr, sich ständig — oft mit der Berufung auf ein „einfaches“ Kirchenvolk von „guten Gläubigen“, die nicht verwirrt werden dürften — dem Druck einer Rückkopplung auszusetzen, der auf Beharrung, auf die „Verhärtung im Guten“, ausgerichtet ist. Eine solche Bistumszeitung wird deshalb kaum bereit sein, bewährte Vorstellungsschemata und Stereotypen aufzugeben“, sie würde zu Konservatismus und Konformismus geneigt sein, der bis zur gewissenlosen „Anpassung“ an ein gerade von der Hierarchie so gerne beschworenes „gutes“ Kirchenvolk reichen kann und umstrittenen Themen, Experimenten und allzu profilierten Meinungen prinzipiell aus dem Wege geht.

Auf der anderen Seite aber erwächst der Kirchenpresse von jenem Konzept her, das die öffentliche kirchliche Rede als gesellschaftskritische Instanz und Korrektionsfaktor verstehen will, ein Selbstverständnis, das bei voller Kenntnis und kluger Beachtung der Effekte der Massenkommunikation das Wagnis, das „Kreuz“, auf sich nimmt, ein Forum der ständigen und kritischen Überprüfung gesellschaftlicher Tabus und Ungerechtigkeiten zu bieten. Hier eröffnen sich der Bistumspresse neue Gebiete gesellschaftlicher Diakonie, für die die Verkündigung der Kirche von ihrem Inhalt und ihrer Intention her: befreiende Information über das eschatologisch anbrechende Reich Gottes und Zusage seines Heils zu sein, prädestiniert ist.⁴⁶ Diese Diakonie fordert allerdings eine sachkundige und souveräne Beherrschung medienpezifischer Gesetzmäßigkeiten und publizistisches Können, sie erfordert aber auch den unbeugsamen Willen zu ständiger Überprüfung des eigenen Selbstverständnisses und Auftrages, wie auch die kritische Auseinandersetzung mit der Gesellschaft und ihrer Zeit-Kommunikation. Dennoch bleibt die bange Frage (nicht nur des kritischen Publizisten, sondern auch des Theologen), ob ausgerechnet die vom historischen Erbe so belastete Bistumspresse diese dem gewandelten theologischen Verständnis von Verkündigung entsprechende Diakonie zu leisten vermag.⁴⁷

Anmerkungen:

1. So werden z. B. unter dem Obertitel einer „Theologie der Massenmedien“ eine Fülle von Spezialtheologien gefordert, wie Theologien der Information, der irdischen Wirklichkeit, des sozialen Wandels, der Kommunikation, der Sprache, der Technik, der Veränderung der Welt usw.
2. Vgl. Paul Dahm: Die Bistumspresse, in: Welt — Kirche — Presse, zusammengestellt von Konrad Kraemer, Osnabrück 1969, S. 139.
3. Vgl. Helmut M. Artus: Entwurf einer funktionalistischen Religionspublizistik, in: „Communicatio Socialis“ (= CS) 3:1970, S. 110—119; ferner Henk Prakke/Gerhard E. Stoll: Entwurf zu einer Religionspublizistik, in: CS 1:1968, S. 34—37. Unsere Problematisierung verdankt einige Anregungen dem Seminar von Gerhard E. Stoll, das dieser unter dem Titel „Kirchen als Kommunikator“ im Wintersemester 1968/69 am publizistischen Institut der Universität Münster durchführte, und einem dort erarbeiteten Papier von G. Deussen/Fischer/R. Zerfaß: Das Spezifische der Kirchen als Kommunikator in der Öffentlichkeit (Maschinenschrift).
4. Vgl. Giselbert Deussen: Verkündigungsstrategien im historischen Rückblick, in: CS 4:1971, S. 1—10.
5. Henk Prakke, Franz W. Dröge, Winfried B. Lerg, Michael Schmolke: Kommunikation der Gesellschaft. Einführung in die funktionale Publizistik, Münster 1968, S. 92—95.
6. Vgl. Elmar Maria Lorey: Mechanismen religiöser Kommunikation. Kirche im Prozeß der Massenkommunikation, München-Mainz 1970, S. 64—78; vgl. dazu ferner: Michael Schmolke: Fragen zum Ort von Gesinnungskräften im publizistischen Funktionieren, in: CS 1:1968, S. 110 f.
7. Gründe für diesen Mangel liegen einmal in der Vernachlässigung der Resultate der Kommunikationswissenschaften, zum anderen aber auch in dem erwähnten kulturpessimistischen Ressentiment der Kirche.
8. Werner Post: Politik und Theologie. Marginalien zu einer Kontroverse, in: „Orientierung“, Zürich, 33:1971, Nr. 1, S. 8.
9. Vgl. hierzu das unter 3) zitierte Papier von G. Deussen/Fischer/R. Zerfaß, das zur Klärung des Begriffes „Weltverständnis“ feststellt: mit diesem Begriff soll nicht suggeriert werden, „die Bibel rede nur von der Welt und nicht von Gott, oder wir interessierten uns heute nur mehr für das in der Bibel, was sie über die Welt aussagt, und nicht mehr für das, was sie über Gott sagt ... Wir halten unsere Formel deshalb für legitim, weil die Bibel nur einen Gott kennt, der mit der Welt zu tun hat und sofern er mit der Welt zu tun hat. Gott kommt in der Bibel nur als Horizont der Welt (als die Bedingung ihrer Möglichkeit: ‚Schöpfer‘) und als Akteur der Weltgeschichte (‚Erlöser‘) vor; nur unter diesem Blickwinkel kommt Gott in der Bibel zu Gesicht, und alle Aussagen über Gott, die diese Perspektive verlassen, sind theologisch illegitim. Insofern also für die Bibel die Welt und die Weltgeschichte den einzigen Anlaß und Erkenntnisgrund für die Gottesfrage darstellen, betrachten wir das ‚Weltverständnis der Bibel‘ als die Grundkategorie, in der alle Aussagen über Gott ihren Ort haben, inklusive der Aussage, daß Gott die Welt transzendiert, also ein Gott ‚extra nos‘ ist.“ Diese Sicht begründet auch die Unsicherheit, oder besser: die Bescheidenheit der Theologen, jeweils das „spezifisch Christliche“ zu definieren, obwohl sie damit oft die höhnische Kritik reaktionärer Theologen ernten, die einen naiven oder vermessenen Gewissheitsanspruch stellen. Vgl. hierzu ferner M. Linz: Ein Knigge für Bischofsworte, in: „Die sogenannte Politisierung der Kirche“, Furche-Stundenbuch, Band 82, Hamburg 1968, S. 114 f.
10. So das in 9.) zitierte Papier.
11. Viktor Schurr: Information statt Kerygma?, in: „Theologie der Gegenwart“, 12:1969, S. 147 f.
12. Vgl. zur Erhellung der „Last der Geschichte“: Michael Schmolke: Zur Reform des kirchlichen Pressewesens, in: „Jahrbuch für Christliche Sozialwissenschaften“ Bd. XII, Münster 1971, S. 71—94, bes. S. 74—78.
13. Vgl. beispielhaft für viele andere Äußerungen: P. Felix Hardt in seinem Referat: Der Katholik und die Presse, in: „Bericht über den Katholikentag zu Magdeburg 1928“, Paderborn 1928, S. 110: „In der Zeitungswelt stehen in gewaltiger Schlachtreihe gegenüber die Presse des Glaubens und der Kirche — die Presse das Unglaubens und des Irrtums.“
14. „Wir brauchen in sämtlichen Bereichen der katholischen Presse eine gesunde Verbindung echter katholischer Überzeugung mit hervorragendem journalistischen Können ... Ich halte

- das journalistische Können für den Schlüssel, durch den sich die religiöse Leistung erst erschließen wird — und nicht umgekehrt“, so Emil Dovifat, in: *Begriff und Aufgabe der katholischen Publizistik heute*, in: „Katholisches Leben und publizistische Verantwortung“, hrsgg. von Heinrich Jansen-Cron und Karl Bringmann, Heidelberg 1949, S. 99. In diesem Artikel forderte Dovifat u. a. schon ein Bistumszeitungskonzept, das erst in der jüngsten Zeit wiederentdeckt wurde: das der Bistumszeitung als einer Art von „Kirchlicher Standortpresse“ (S. 97).
15. Schon 1949 nahm Walter Hagemann, leider erfolglos, gegen das von der Kerygmabewegung geprägte theologische Bild der Kirchenzeitung als Erbauungszeitung Stellung: „Die Kirchenzeitung muß interessant, aktuell gestaltet sein. Nicht im Sinne einer Tageszeitung, aber die Probleme des Tages und der Stunde müssen der Ausgangspunkt sein.“ (Zur Praxis christlicher Publizistik, in: „Katholisches Leben und publizistische Verantwortung“, a.a.O., S. 119).
 16. Die Taube kommt nicht vom Dach herunter, in: „Kirchenzeitung für das Erzbistum Köln“, 1965, Nr. 17.
 17. Vgl. Friedhelm Baukloh: Für und Wider das Bistumsblatt. Das Dilemma der katholischen Kirchenpresse, in: Norbert Greinacher/Heinz Theo Risse (Hrsg.), *Bilanz des deutschen Katholizismus*, Mainz 1966, S. 221.
 18. Dieser Verkündigungsbegriff scheint uns auch in der modernen Theologie (besonders der Pastoraltheologie) noch nicht überwunden zu sein: vgl. den Artikel „Verkündigung“ von Th. Filthaut in der Taschenbuchausgabe des „Handbuchs theologischer Grundbegriffe“, Bd. 4, hrsg. v. Heinrich Fries, München 1970, bes. S. 334—336; ferner Karl Rahner: Die Kirche als Präsenz der Wahrheit und Liebe Gottes, in: *Handbuch der Pastoraltheologie*, Bd. I, Freiburg-Basel-Wien 1964, S. 121 ff.
 19. So zitiert KNA aus der katholischen Wochenschrift „The Commonweal“ (New York) in seinem Informationsdienst Nr. 13 (1963), einen Slogan, der in Deutschland von den Kritikern der traditionellen Bistumspresse aufgegriffen wurde; vgl. E. Baukloh, a.a.O., S. 219 ff. Das Generalsekretariat der Union Catholique Internationale de la Presse (UCIP) definierte noch 1970 die Bistumspresse bedeutend enger: „The diocesan weekly is no more the ‚bishop’s periodical‘, but the ‚periodical of the diocesan Church, presided by the bishop.‘“ In: *Catholic Journalists and ecclesiastical Hierarchy*, veröffentlicht in: „Journalistes Catholiques“, Suppl. Nr. 49, Jan./Febr. 1970, S. 8.
 20. In einem Referat auf der Arbeitstagung des Zentralkomitees der deutschen Katholiken in Münster am 19. 3. 1964 mit dem Titel: „Die Stellung der Publizistik im deutschen Katholizismus“ (vervielfältigte Maschinenschrift).
 21. Stellvertretend seien hier nur genannt: Siegfried von Kortzfleisch: *Verkündigung und „öffentliche Meinungsbildung“*. Ein Beitrag zur Grundlegung kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit, Stuttgart 1960, S. 105—110; und: Karl Rahner: *Information und „bezeugender Anruf“*, in: ders., *Kritisches Wort*. Aktuelle Probleme in Kirche und Welt (Herder-Bücherei Bd. 363), Freiburg-Basel-Wien 1970, S. 196 f.; ferner: Wolfgang Höhne und Herbert Breit: *Zum Problem der Verkündigung im Neuen Testament*, in: dieselben (Hrsg.), *Die provozierte Kirche*, München 1968, S. 123—141.
 22. Wir versuchten diese Typisierung zu belegen in unserem Aufsatz: *Die Diskussion um eine „Theologie der Massenmedien“*, in: CS 3:1970, S. 209—225; dort auch die entsprechenden Literaturangaben.
 23. Vgl. Herbert Breit: *Die Funktion der Gemeindepredigt innerhalb der Kommunikation der Gesellschaft*, in: „Dienst am Wort“, Freiburg 5:1970, S. 229—233.
 24. Vgl. Michael Schmolke: *Zur Reform des kirchlichen Pressewesens*, a.a.O., S. 81 f.
 25. So Hans Wagner, zitiert bei M. Schmolke, S. 83.
 26. Paul Dahm: *Die Bistumspresse*, a.a.O., S. 138.
 27. Ebenda.
 28. Vgl. die Dokumentation zum publizistischen Forumsgespräch auf dem „Großforum“ des Katholikentages Essen 1968, in: CS 2:1969, S. 262.
 29. Vgl. hierzu die Untersuchung von Manfred P. Becker, *Die Bistumspresse in der Bundesrepublik Deutschland*, in: CS 3:1970, S. 299—310; 391—396; CS 4:1971, S. 86—92; 182—195; 281—291.
 30. Vgl. Konrad W. Kraemer: *Für ein Gesamtkonzept katholischer Publizistik*, in: CS 2:1969, S. 1—5.
 31. „Wenn nun die ganze Gemeinde an einem Ort zusammenkommt und alle reden in Zungen, es kommen aber Uneingeweihte oder Ungläubige herein, werden sie nicht sagen, ihr seiet von Sinnen?“

32. S. v. Kortzfleisch, a.a.O., S. 109 f.
33. Herbert Breit: Die Funktion der Gemeindepredigt innerhalb der Kommunikation der Gesellschaft, a.a.O., S. 230.
34. V. Schurr: Information statt Kerygma?, a.a.O., S. 148. Vgl. die groß angelegten Versuche in diese Richtung bei Bahr und Bastian, sowie Klaus und Lorey, die in dem unter 22) zitierten Artikel besprochen werden.
35. E. M. Lorey, a.a.O., S. 68 ff.
36. Vgl. Hans-Dieter Bastian: Verfremdung und Verkündigung, München 1967.
37. Vgl. Bert Brecht: Schriften zum Theater, Bd. 3, 1960, S. 101.
38. Vgl. Franz Kardinal König: Kirche und Kommunikation, in: CS 1:1968, S. 13; ferner: Winfried B. Lerg: Kommunikationsprognose, in: „ZV+ZV“, Bonn - Bad Godesberg Nr. 16/17, 21. 4. 1970, S. 652.
39. V. Schurr, a.a.O., S. 150.
40. Vgl. E. M. Lorey, a.a.O., S. 79 f.
41. Hans-Jürgen Schultz: Die Säkularität des Rundfunks und die Klerikalität unseres Redens von Gott, in: „Theologia Practica“, 1:1966, S. 60.
42. Vgl. die Herausstellung der Problematik bei Joseph M. Bochenski: The Logic of Religion, New York 1965, sowie bei Franz Kardinal König, a.a.O., S. 16 f.
43. Vgl. F. Baukloh, a.a.O., S. 233.
44. E. M. Lorey, a.a.O., S. 126.
45. Ulrich Saxer: Massenkommunikation als Mittel christlicher Verkündigung, in: CS 2:1969, S. 115.
46. Eine hier nicht näher diskutierte Frage dürfte sein, inwiefern die Bistumszeitung Instrument einer legitimen religiösen Propaganda sein soll und sein darf. Wir halten den Begriff der Propaganda im Gegensatz zu seiner steigenden Beliebtheit in pastoraltheologischen Abhandlungen für bedenklich, da er, besonders von der Publizistikwissenschaft her, negativ besetzt ist. (Vgl. Karl Rahner: Intimität des Religiösen und religiöse Propaganda, in: Handbuch der Pastoraltheologie, Band II/1, a.a.O., S. 148—151; vgl. ferner Band I, S. 447 f.). Wir ziehen in diesem Zusammenhang den Begriff der „Public Relations“ vor, die nach einer Definition von Albert Oeckl „das bewußte, geplante und dauernde Bemühen, gegenseitiges Verständnis und Vertrauen in der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen“ sind. In dieser Definition bedarf das Wort „gegenseitig“ einer Entfaltung in folgende Richtung: der Kern des sogenannten PR-Prinzips besteht in zwei gleichbleibenden Aufgaben: „Die eine bezieht sich auf die laufende wahrheitsgetreue Information der Öffentlichkeit über das eigene Haus (äußere PR), und die andere verlangt ein öffentlichkeitsbewußtes Verhalten und Handeln im Innern dieses Hauses (innere PR)“. Deshalb sollte der Definition Oeckls hinzugefügt werden: „... durch öffentlichkeitsbewußtes Verhalten und Handeln im eigenen Hause und laufende, wahrheitsgetreue Information nach außen.“ (Ernst W. David, in: „Der Journalist“, Bonn, 20. Jg., März 1970, S. 23). Die Bistumspresse sollte ihre Funktion auch im Lichte dieser Definition überprüfen.
47. Neuere Untersuchungen über die Leserstruktur und -erwartungen der kirchlichen Presse stimmen im Vergleich mit älteren Beurteilungen der Leserschaft der Kirchenpresse insofern etwas zuversichtlicher, als hier doch schon ganz entscheidende Attitüden- und Strukturveränderungen festzustellen sind. Vgl. das Bild des „klassischen“ Lesers der Kirchenpresse bei Adolf Holl: Gott im Nachrichtennetz. Religiöse Information in der modernen Gesellschaft, Freiburg 1969, S. 67 und im Gegensatz dazu die Leserumfrage von „Die christliche Familie“, Essen, mitgeteilt von Ferdinand Oertel: Die Zukunft der katholischen Sonntagspresse im Licht einer Leser-Umfrage, in: CS 2:1969, S. 323—328, sowie die Untersuchung zur Leserschaft der 22 Bistumszeitungen Deutschlands: Bruno Geuter: Die Leserschaft der katholischen Bistumspresse. Korrektur eines falschen Image, in: „ZV+ZV“ 67:1970 (Nr. 41), S. 1944—1946.

SUMMARY

The author does not want to develop a „theology“ but asks that the diocesan press acquires a theological self-understanding. He tries to answer the question of the specific role in communications played by the Press in internal Church communications. The difficulty becomes clear immediately if one asks modern theology what is „specifically Christian.“ The

author selects „proclamation“ (Verkündigung) as the key-word. Here, the diocesan press has, up till recently, been a second pulpit. The press was the vehicle for hierarchical directives, and was used for defence. Only since the Council, and in post-Conciliar times is there a new orientation. But the plurality of modern theology brings about uncertainty and disorientation in the Church press as well. This is understandable, because communications is part of the Church itself. But if today the word of the Church is understood as a critical appraisal of modern society, then the Church Press shares in this task. As a forum of steady critical approach to tabus and injustice in society it has to fulfil the role of proclaiming the Church on the way to the Kingdom of God and his salvation.

RESUMEN

El autor no quiere ni puede elaborar una „teología de la prensa diocesana“. Se interroga sobre su evidencia teológica y trata de responder a una pregunta: qué es en ella lo específico como medio de comunicación social en el marco del concepto „prosa eclesial“ y, más concretamente, en el ámbito de la comunicación social en las estructuras eclesiales. Si se pregunta hoy a la teología sobre lo „específicamente cristiano“, surge inmediatamente la dificultad y el dilema. El autor escoge, para no caer en el vacío, el restringido concepto clave de „proclamación“. En cierto sentido la prensa eclesial fue hasta hace poco un „apostolado derivado“: un „segundo púlpito“. Se entendió a sí misma como instrumento de transmisión de las directrices de la Jerarquía y como utensilio de defensa. El Concilio y la época inmediatamente posterior crearon una nueva orientación. Sin duda ello originó además en la prensa eclesial, y como derivación del pluralismo teológico, inseguridad y desorientación. Lo cual, por lo demás, no es asombroso, ya que la prensa, como medio de comunicación social en la Iglesia, participa ella misma de sus vicisitudes. Pero si, dicho brevemente, se entiende hoy la prosa eclesial como instancia y factor correctivo crítico-social, aumenta para la prensa diocesana la participación en este cometido. Como foro permanente y censora crítica de los tabús e injusticias sociales le compete ser una diaconía en la proclamación que hace la Iglesia del Reino de Dios y de su Salvación.