

BERICHTE

Universität + UCIP = UNICIP

Bericht von der ersten Sommer-Universität für UCIP-Journalisten in Fribourg, Lyon und Rom (20.8. - 18.9.1988)

Die Wünschbarkeit von weiterbildenden Kursen für Journalisten der UCIP war in den letzten Jahren innerhalb verschiedener Gremien immer wieder erwähnt worden. Anlässlich des Kongresses der „Catholic Press Association“ der Vereinigten Staaten (1985 in Orlando) hat der damalige Präsident der UCIP, Dr. Hanns Sassmann, erstmals von der Idee einer Weltakademie für Journalisten gesprochen, und diese Idee hat mehrere Instanzen der UCIP durchlaufen. Schließlich hat dann die Ratsversammlung der UCIP im April 1987 in Antwerpen beschlossen, ein erstes Experiment, nunmehr Sommer-Universität genannt, in Europa zu starten. Als Austragungsorte wurden dann Fribourg, Lyon und Rom bestimmt.

Zielsetzung

Ziel der UCIP-Sommeruniversität (UNICIP 88) war es, katholische Journalisten die Möglichkeit zu geben, die Kultur eines ihnen nicht bekannten Kontinents zu entdecken - Geschichte, Gesellschaft, Wirtschaft, Politik, Religion - ihnen Einsicht zu geben in die Problematik der zeitgenössischen Gesellschaft und ihnen zu helfen, diese Gesellschaft aufgrund christlicher Maßstäbe zu beurteilen.

Die Sommeruniversität hatte auch das Ziel, Kontakte und Zusammenhalt von UCIP-Mitgliedern aus allen Kontinenten zu fördern und zu vertiefen. Die Teilnehmer an der Sommeruniversität schließlich sind dafür verantwortlich, das Gelernte katholischen Journalisten und Verlegern in ihren Ländern weiterzugeben.

Das Programm der Sommeruniversität umfaßte, im Blick auf das Land, in dem die Lehrveranstaltung angeboten wurde, folgende Aspekte:

* Darstellung der wichtigsten Ausprägungen religiösen Lebens (Situation der Religion, Evolution der theologischen Lehre im Verlauf der letzten Jahre, kirchlich-pastorale Neansätze, wichtige Fragen im Bereich christlicher Ethik usw.);

* Aufriß des Mediengeschehens (Überblick über die Presse und über die audiovisuellen Kommunikationsinstrumente, Situation der katholischen Medien, Fragen der Technologie und Wirtschaftlichkeit usw.) und Analyse der sozialen Kommunikation. Jedem dieser Aspekte entsprach etwa ein Viertel des ganzen Kursangebotes. Das letzte Viertel galt Besuchen und Exkursionen, die es den Teilnehmern erlaubten, einen sehr konkreten Kontakt mit der sozio-kulturellen und professionellen Wirklichkeit des Landes, in dem die Ausbildung stattfand, herzustellen.

Konkret wurden folgende Lehrangebote gemacht:

Politik (Fribourg)

Europäische Sicherheitspolitik

Korpskommandant
Prof. Dr. J. Feldmann

Der Staat, die Politik und die Geschichte
des Fürstentums Liechtenstein

Vertreter der
Regierung des FL

Föderalismus, Dezentralisation, lokale Autonomie: Ein neues Konzept für die europäische Gemeinschaft	Prof.Dr.T.Fleiner
„Perestroika“ und „Glasnost“ in der Sowjet- union und ihre Konsequenzen für den Westen	Prof.Dr.P.Roth
Komitee des Internationalen Roten Kreuzes: - Verhandlungen des IKRK mit Regierungen und anderen öffentlich-rechtlichen Körperschaften in bezug auf inhaftierte und andere zu schützende Personen - Schutz der Journalisten in gefährlicher Mission (hot line)	Vertreter des Internationalen Komitees des Roten Kreuzes
<i>Medien (Fribourg)</i>	
Die beruflichen Anforderungen des praktischen Journalismus in der modernen Gesellschaft	F. Gross, Chefredak- tor „La Liberté“
Erfahrungen mit Informationen über Dritte-Welt-Länder	R.Probala/ A.M. Holenstein, Jour- nalisten Radio DRS
Massenmedien im deutsch- und englischsprachigen Europa Neue Ansätze zur Medienwirkungsforschung Gegenwärtige Tendenzen in der Medienforschung	P.Golding, Senior Lecturer, Leicester
Ethik der Massenkommunikation	L. Meerts, Antwerpen
Desktop-Publishing	Dr.H.Baeriswyl
<i>Wirtschaft (Fribourg)</i>	
Schuldenprobleme aus der Sicht der Gläubiger	Dr.U.Schwarz, Schweizerische Nationalbank/ Dr.H.-U. Grimm, Schweizerische Bankgesellschaft
Multinationale Unternehmen	Repräsentanten fol- gender Unternehmen: Hoffmann-La-Roche, Ciba-Geigy, Nestlé, Ivoclar
Die Industrie und die Dienstleistungen des Fürstentums Liechtenstein Das Land und der Tourismus des Fürstentums Liechtenstein	Vertreter der Regierung des FL
Europäische Integration	F.Luratti
<i>Kultur/Wissenschaft</i>	
Kultur und Kunst im Fürstentum Liechtenstein (die Fürstlichen Kunstsammlungen)	Vertreter der Regierung des FL
Europäische Kunstaktivitäten. Die Wiederentdeckung der Ästhetik	Dr.D.Ronte
Literatur im postmodernen Zeitalter	Prof.Dr.D.Daphinoff

Grenzen und Beschränkungen der Gentechnologie <i>Kirche (Lyon)</i>	Prof.Dr.H.Tuppy
Die katholische Kirche und die französische Gesellschaft Kirche, Offenbarung und Kommunikation: Theologievorlesung	P. J.Bianchi Mgr G.Defois
Der evangelische Glaube in einer Medienzivilisation <i>Medien (Lyon)</i>	P. H.Bourgeois
Die Einführung eines neuen Mediums: die Erfahrung Frankreichs mit der Telematik	P. Jean Bianchi
Die katholische Presse in Frankreich	J.-M.Brunot, Präsident der UCIP, J.de Broucker, P. J.Bianchi
<i>Kirche (Rom)</i>	
Die päpstliche Kommission für die soziale Kommunikation	Mgr. P.Pastore
Kirchliche Gedanken zur sozialen Kommunikation	Mgr. A.Joos
Drei Dimensionen des christlichen Rom	Prof.Dr.P.Henrici
Historischer Blick auf die Kirche Italiens	Prof.Dr.G.Martina
Die Struktur der römischen Kurie	Prof.Dr.F.J.Cabasés
Die Glaubenskongregation	Prof.Dr.A.Bovone
Eine neue Kirchenrealität: religiösen Bewegungen	Dr.M.da Graca Sales Prof.Dr.J.Fuchs
<i>Medien (Rom)</i>	
Besuch der Sala Stampa Vaticana	Dr.J.Navarro Valls
Besuch von Radio Vatikan	Prof.Dr.F.J.Cabasés
Die Organisation der Papstreisen	P. Roberto Tucci
Besuch des „Osservatore Romano“	Prof.Dr.M. Agnes
Computergestützte Verlags- und Drucktechniken	Repräsentation Crossfield Electronics
Katholische Journalisten in Italien	Dr.B. Olini
Die katholische Wochenpresse in Italien	Dr.G.Fallani
Besuch der Agentur InterPressService	M.Saule
Neue Trends in der Kommunikationstheorie: kulturelle Forschungsansätze	Prof.Dr.R.White

Organisation

Die Verantwortung in bezug auf die Lehrveranstaltungen wurden an die Vorsteher der jeweiligen universitären Institute delegiert, nämlich an:

* Prof.Dr. L. Bosshart, Institut de Journalisme et des Communications Sociales de l'Université de Fribourg, Suisse (1. und 4. Woche);

- * Prof. J. Bianchi, Département de Communication de l'Institut Catholique de Lyon, France (2. Woche);
- * Prof. Dr. P. Henrici, Centre Interdisciplinaire de Communication Sociale de l'Université Grégorienne à Rome, Italie (3. Woche).

In den administrativen Belangen war das Sekretariat der UCIP federführend, während die Auswahl der Teilnehmer den verschiedenen Regionen der UCIP oblag. Es kam folgender Verteilschlüssel zur Anwendung:

* aus Zentral- und Südosteuropa	4
* aus Asien	6
* aus Afrika	4
* aus Lateinamerika	4
* aus Nordamerika	4

(Dazu kamen noch drei Teilnehmer aus Osteuropa)

Die Teilnehmer mußten folgenden Ansprüchen genügen:

- * UCIP-Mitglieder sein
- * gute Kenntnisse in den Unterrichtssprachen (Englisch und Französisch) haben,
- * über eine gute Allgemeinausbildung verfügen,
- * zwischen 27 und 40 Jahre alt sein und mindestens 5 Jahre Berufserfahrung ausweisen können.

Finanzierung

Pro Teilnehmer mußte mit Kosten in der Höhe von ungefähr sfr. 5.000.-gerechnet werden. Diese verteilten sich auf folgende Kostenstellen (in Prozent):

* Reisespesen (An- und Rückreise)	50%
* Dislokationen in Europa (Ausflüge, Lyon-Rom)	16%
* Unterkunft, Verpflegung	20%
* Unterricht	7%
* Reisespesen für die Unterrichtspersonen	7%

Da die wenigsten Teilnehmer namhafte Summen an den Kosten beitragen konnten, mußte das Budget fast zur Gänze durch den Hauptveranstalter in Fribourg und das UCIP-Sekretariat zusammengebettelt werden. Die offizielle UCIP-Rechnung durfte durch die Sommer-Universität nicht belastet werden. Folgende private und juristische Personen haben einen Beitrag zum Budget der UNICIP 88 geleistet:

Katholische Verbände und Vereine:

Medienkommission der Schweizer Bischöfe; Prälat-Meyer-Fonds (CH); Vereinigung Katholischer Verleger (CH); Katholischer Presseverein (CH); Katholischer Pressebund (CH); Katholische Verleger (A); Adveniat (D); Fastenopfer der Schweizer Katholiken (Defizitgarantie); Arbeitsgemeinschaft Katholische Verleger, Wien; Dr. Hanns Sassmann; Katholische Verleger, Belgien; Caritas, Italien; Mgr. Cacciari; Fisc + Consis.

Industrie/Medien:

Nestlé SA; Hoffmann-La Roche; Rentenanstalt; Winterthur-Versicherungen; Ciba-Geigy; Crossfield, Milano; Freiburger Nachrichten, Fribourg; Paulusdruckerei, Fribourg; Schweizerische Bankgesellschaft/Schweizerische Nationalbank; Schweizerischer Bankverein; Regierung des Fürstentums Liechtenstein; Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft; Rencontre Folklorique, Fribourg; Styria Verlag, Graz.

Universitäten:

Hochschulrat, Fribourg; Universität Freiburg; Institut Catholique de Lyon; Gregoriana, Rom.

Die Anteile der verschiedenen Beitrags-Kategorien am Gesamt der Kosten verteilen sich wie folgt:

* Universitäten	45%
* Katholische Organisationen	35%
* Wirtschaftliche Unternehmen	20%

Es waren also in erster Linie die veranstaltenden Universitäten sowie interessierte katholische Organisationen, die den Großteil der benötigten Mittel bereitgestellt haben. Die Rolle der Industrie beim Sponsoring war zwar gewichtig, aber nicht dominant, wie bisweilen befürchtet wurde.

Erfahrungen und Lehren

Ein wesentliches Problem der UNICIP 88 war die Sprachbeherrschung. In der Ausschreibung wurde zwar klar festgehalten, daß die Teilnehmer die englische und die französische Sprache zumindest passiv beherrschen und in der Lage sein sollten, sich in einer der zwei Sprachen ausdrücken zu können. Diese Erwartungen haben sich aber nicht bis in alle Ecken der Welt herumgesprochen. Dazu kam bisweilen noch eine gewisse Überforderung der Teilnehmer durch ziemlich komplexe Themen. Konkret machten die lokalen Verantwortlichen folgende Anmerkungen hinsichtlich einer Evaluation des ersten Experiments:

Lyon (P. J. Bianchi)

Die von den Organisatoren geforderten sprachlichen Kenntnisse für die UNICIP 88 wurden von vielen Teilnehmern nicht erbracht und belasteten dadurch den Ablauf der Woche. Der kulturelle Schock war für eine Minderheit der eingeladenen Journalisten sehr groß und ihre Teilnahme am Unterrichtsstoff ziemlich limitiert. Die Lehrveranstaltungen waren nicht für eine Übersetzung vorgesehen. Diese war bedauerlicherweise mangelhaft, wenn es darum ging, pastorale oder theologische Gedanken wiederzugeben.

Kommunikation (gegenseitiges Kennenlernen, Erfahrungsaustausch, Hauptsorgen der einen und der anderen, lokale Tätigkeit der UCIP usw.) zwischen den Gruppenmitgliedern war Hauptziel der Arbeit während dieses Monats.

Um die Nicht-Europäer mit der christlichen und historischen Erfahrung Europas vertraut zu machen, wurden im Programm von Lyon vermehrt historisch bedeutsame Stätten besucht. In der Tat schätzten es die jungen Journalisten (dies geht einher mit ihrer Berufserfahrung), mit verschiedenen Situationen konfrontiert zu werden, die ein breites Spektrum von historischen und kirchlichen Realitäten darstellen.

Die Fallstudie der katholischen Presse Frankreichs hat sich für die Mehrzahl der Gruppenmitglieder, die die Charakteristiken des „französischen Modells“ klar genug erfäßten, um die Stärken und Schwächen zu beurteilen, als sehr anregend erwiesen.

Beeindruckend für viele war auch der Kontakt mit einer lebendigen und aktuellen Einstellung der Kirche sich selbst und ihren Verpflichtungen der Kommunikation gegenüber. Auch die Erfahrung, daß eine Religionskultur (Theologiekultur) in einer zeitgenössischen (und manchmal journalistischen) Sprache ausgedrückt werden und tiefgehende Erlebnisse der Beteiligten zum Ausdruck bringen konnte, war für viele beeindruckend.

Rom (Prof. P. Henrici)

Die zur Verfügung stehende Zeit in Rom war zu kurz für das vorgesehene Programm. Alle haben den berechtigten Wunsch geäußert, das nächste Mal wenigstens einen halbtägigen Tag in Rom zur freien Verfügung zu haben. Der Zeitmangel bewirkte, daß einerseits der

Stadt Rom selbst und ihren kirchlichen und künstlerischen Denkmälern nicht genügend Zeit und Aufmerksamkeit geschenkt werden konnte, und andererseits zu wenig Zeit für das Gespräch und die Diskussion – kurz für das „Verdauen“ der vielen Eindrücke, namentlich aus den Vatikanbesuchen, zur Verfügung stand.

Diesen Zeitmangel verschärfte der Faktor Sprache. Statt, wie angenommen, zweisprachig zu sein, beherrschte der größte Teil der Teilnehmer nur eine der beiden Kurssprachen, wobei Englisch deutlich überwog. Die Sprachkurse und der Aufenthalt in Fribourg und Lyon scheinen die Französischkenntnisse nur wenig gefördert zu haben. Die behelfsmäßigen Sukzessivübersetzungen kosteten nicht nur viel Zeit, sondern erschwerten auch das Verständnis. Für eine Nachfolgeveranstaltung wäre die Beschränkung auf eine Verkehrssprache (die noch zusätzlich durch Sprachunterricht verbessert werden könnte) sehr zu empfehlen.

Trotz der Erschwernisse durch die beiden genannten Faktoren scheinen doch die meisten und wichtigsten der vorgesehenen Veranstaltungen gut gelungen zu sein:

An erster Stelle die Papstaudienz, die dank unserer guten Placierung und der vielen guten Photos die Teilnehmer begeistert hat. Ferner die Besuche im Vatikan und bei kirchlichen Stellen, sowie die Gespräche mit den Journalisten der „Civiltà Cattolica“ und der römischen Auslandspresse. Diese Begegnungen und Gespräche hätten jedoch einer Verarbeitung durch Diskussionen in der Gruppe bedurft. Jedenfalls dürfte die Komplexität des Phänomens „Vatikan“ deutlich geworden sein, Vorurteile abgebaut und wohl auch Anerkennung geweckt haben. An dritter Stelle darf wohl auch der touristische Teil als gelungen bezeichnet werden, nicht nur in logistischer Hinsicht. Für die meisten Teilnehmer bedeutete offensichtlich die Begegnung mit Rom ein echtes Erlebnis.

Für die Wiederholung der UNICIP könnte man daher vorschlagen:

- * Der Kurs sollte in einer einzigen Sprache geführt werden, deren gute Kenntnisse von allen Teilnehmern verlangt wird.
- * Ein verantwortlicher Kursleiter sollte die Gruppe auf allen Reisen begleiten und die Integration der verschiedenen Kursinhalte organisieren. Wenn möglich, sollte dieser Kursleiter am Ende auch die Möglichkeit haben, die Assimilation des Erfahrenen und Gelernten in geeigneter Weise zu prüfen. Somit wären für die ganze Kursdauer mindestens zwei Begleitpersonen vorzusehen: der Kursleiter und ein für die Logistik Verantwortlicher. Wenn die UCIP die UNICIP ernsthaft will, muß sie für vier Wochen einen qualifizierten Kursteilnehmer freistellen können.

Fribourg (Prof. Dr. L. Bosshart)

Es darf gesagt werden, daß die UNICIP 88 ein Erfolg war. Es war der erste Schritt auf ein Ziel hin, die zukünftige Ausbildung von UCIP-Journalisten zu institutionalisieren. Die Idee einer UCIP-Sommeruniversität hat sich als sehr gut erwiesen und sollte weiterhin verwirklicht werden. Dafür bedarf es aber einer großen Unterstützung und der Erfüllung folgender Anforderungen:

- * die Teilnehmer müssen sehr sorgfältig ausgewählt werden;
- * es sollte nur eine offizielle UNICIP-Sprache gelten (Englisch scheint von einer großen Mehrheit von Journalisten beherrscht zu werden);
- * der Gruppenzusammenhang ist von enormer Wichtigkeit für einen Kurs, der mehrere Wochen dauert;
- * weniger heißt mehr: es sollten weniger Themen behandelt werden als 1988. Diese sollten dann aber gründlicher bearbeitet und von Diskussionen gefolgt sein;
- * es muß den Teilnehmern mehr Freizeit eingeräumt werden;

- * die Teilnehmer sollten den Organisatoren schon früh bekannt sein, damit ihre Wünsche in die Planung aufgenommen werden können;
- * es sollte den Teilnehmern genügend Zeit gegeben werden, sich selber vorzustellen: Was sind die Gründe für ihre Anwesenheit? Für welche Zeitung resp. Zeitschrift arbeiten sie?
- * die Organisatoren benötigen zur sorgfältigen Vorbereitung einer UNICIP mehr als ein Jahr Zeit. Die Geldbeschaffung sollte von der Programmplanung getrennt werden;
- * wenn es um die Deckung der Reisespesen geht, sind die Kosten der UNICIP sehr hoch. Die Teilnehmer sollten sich möglichst stark daran beteiligen.

Die Veranstaltung UNICIP 88 ist mit großem Aufwand und viel gutem Willen geplant und durchgeführt worden. Aus der Sicht der Verantwortlichen und im Hinblick auf Nachfolge-Veranstaltungen (es ist vorgesehen, UNICIP zwischen Europa, USA-Kanada, Asien, Südamerika und Afrika rotieren zu lassen) könnte man durchaus sagen: Weniger wird mehr sein!

Eindrücke der Teilnehmer

- Jede Woche wurde zusammen mit den Teilnehmern eine Evaluation der Kurse vorgenommen. Am Schluß der vierwöchigen Veranstaltung mußten die Teilnehmer eine Bewertung des ganzen Kurses abgeben. Die Resultate lauten folgendermaßen:
- * Vier Wochen werden als Dauer für eine Sommer-Universität als ideal angesehen;
 - * die Kontakte mit dem Lehrpersonal waren gut, jene unter den Teilnehmern gut bis sehr gut;
 - * der Nutzen für die tägliche Berufsarbeit wird bejaht, und die Teilnehmer sind mehrheitlich der Meinung, daß sie und ihre Kollegen tatsächlich von der UNICIP profitiert haben.

Als hauptsächliche Trümpfe der UNICIP wurden genannt:

- * Zusammensein mit gleichgesinnten Kolleginnen und Kollegen aus aller Welt. Das entspricht einer Zielsetzung der ganzen Veranstaltung;
- * das Erlebnis „Rom“;
- * verschiedene Exkursionen. Auch hier reagieren die UNICIP-88-Teilnehmer nicht anders als andere Kollege in Westeuropa.

Als negatives Urteil wurde der Umstand ins Feld geführt, der Kurs sei schlicht und einfach überladen gewesen.

Zukunft

Die UNICIP 88 war ein Experiment. Es kam zustande, weil einige Idealisten viel Zeit und Energie für die UNICIP aufgewendet haben. Das genügt aber nicht. Mittelfristig muß die UCIP Strukturen schaffen, die eine minimale Kontinuität gewährleisten. Am besten geschähe dies in Form einer Stiftung, die einerseits ein ausreichendes Grundkapital zur Verfügung stellt, resp. zusammenträgt und andererseits die Realisation des Stiftungszweckes verfolgt und verwirklicht. Das heißt, dem Projekt UNICIP muß nach einer relativ kurzen Experimentierphase Dauer verliehen werden.

Louis Bosshart

Theologie der Befreiung im Urteil der Presse

Bericht über die Dissertation von Markus Bleistein „Kirche im Prozeß gesellschaftlicher Kommunikation“, St. Ottilien 1987

Die inhaltsanalytische Arbeit vergleicht die Berichterstattung von kirchlichen auf der einen und nichtkirchlichen Pressemedien auf der anderen Seite am Beispiel der Veröffentlichungen über die Theologie der Befreiung. In einem Untersuchungszeitraum von elf Monaten (August 1984 bis Juni 1985) wurden die Tageszeitungen „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Frankfurter Rundschau“, „Die Welt“ und „Süddeutsche Zeitung“, daneben die Bistumszeitungen „Der Sonntag“ (Diözese Limburg, mit gemeinsamen Mantel für die Diözesen Fulda und Mainz), „Münchner Katholische Kirchenzeitung“ (Erzdiözese München/Freising), „Regensburger Bistumsblatt“ (Diözese Regensburg), „Kirchenzeitung“ für die Diözese Hildesheim (mit gemeinsamen Seiten in den Diözesen Berlin/West, Osnabrück und Paderborn) und die „Kirchenzeitung“ für die Erzdiözese Köln miteinander verglichen. Eine Erweiterung dieser Gegenüberstellung bietet die Aufnahme der Blätter „Der Spiegel“, „Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt“, „Die Zeit“ und „Rheinischer Merkur“ in das Sample.

Im genannten Zeitraum sind es 411 Artikel, in denen über die Befreiungstheologie berichtet wird. 49 Prozent stehen in den Tageszeitungen, 38 Prozent in den Kirchenzeitungen und 12 Prozent in den Wochenblättern. Die gewichtete Häufigkeit (nach Anschlägen je Artikel) ergibt für die Tageszeitungen 48 Prozent, die Kirchenzeitungen 32 Prozent und 20 Prozent für die Wochenblätter. Bei der formalen Untersuchung der verschiedenen journalistischen Stilformen fällt auf, dass die „FR“ fast 50 Prozent ihrer Beiträge als Dokumentation bietet, der „Sonntag“ in 21 Prozent kommentiert, das „Regensburger Bistumsblatt“ 20 Prozent von Gästen schreiben läßt und die Kölner „Kirchenzeitung“ dieses Thema mit 20 Prozent in Leserbriefen behandelt. Was das Eingehen auf die Thematik angeht, so ist die Berichterstattung insgesamt ereignisorientiert: Die Kirchenzeitungen sind etwas später dran, die beiden kirchlichen Wochenzeitungen im Vergleich zu ihren säkularen Konkurrenten früher. Die Darstellung ist deutlich personalisiert und konzentriert sich auf wenige Anlässe. Die Zeitungen sind eher bereit, Argumente aus Europa und aus kirchenamtlichen Zusammenhängen denn aus südamerikanischer resp. nichtkirchlicher Perspektive zu übernehmen. Nichtkirchenamtliche Zitate bevorzugt allein „Der Spiegel“. Kirchenamtliche Argumente werden z.B. auch von Kirchenzeitungen nicht ausführlicher rezipiert.

Zwischen Tages- und Kirchenzeitungen gibt es kaum relevante Unterschiede in der Wahrnehmung der Befreiungstheologie. In allen untersuchten Medien ist es immer wieder der Marxismusvorwurf, dem weitgehend zugestimmt wird, der in der Berichterstattung dominiert. Die Diskussion wird in den Kirchenzeitungen eher theologisch abstrakt und das Interesse an der kirchlichen Situation in Südamerika eher selektiv gesehen.

Der Autor dieser - an der katholisch-theologischen Fakultät der Universität Würzburg approbierten - Dissertation zeigt die breite Palette theologischer, gesellschaftspolitischer und binnenkirchlicher Aspekte der Auseinandersetzung auf und untersucht, ob die Medien sich differenziert damit befassen. Dabei unterstellt er den kirchlichen Presseorganen einen deutlich kenntnisreicheren Blick als den säkularen Objekten. Er ist daher verwundert, daß sich in der Wahrnehmung des Konflikts zwischen den Zeitungsgruppen fast keine Unterschiede zeigen. Im Gegenteil: Den täglich erscheinenden Organen attestiert er größere Differenzierung und höhere Aktualität. Er interpretiert dies

als Abhängigkeit der kirchlichen Blätter von der Thematisierung durch die säkularen Zeitungen und übersieht dabei, daß alle Zeitungsgruppen ein gemeinsames Informationsnetz (Agenturen etc.) nutzen. Das Einklagen des eigenen Profils der Kirchenzeitungen in dieser Berichterstattung wäre natürlich nur dann möglich, wenn sich diese Blätter Informationen bedienen könnten, die den Konkurrenten nicht zur Verfügung stehen. Dieser Sicht folgend, muß die Konkretisierung der Untersuchung auf die Frage, welche Zeitung einem Münchner Katholiken zur Lektüre zu empfehlen sei, schlecht für die wöchentlich erscheinende Kirchenzeitung im Vergleich zur gerade im Nachrichtenteil umfangreichen „Süddeutschen Zeitung“ ausfallen: „1. Die Kirchenzeitung bringt dieselbe Information, die schon in der Tageszeitung schon früher nachzulesen war. 2. Darüber hinaus bietet die Kirchenzeitung auch keine ausführlichere und bessere Hintergrundinformation. Es gelingt der Kirchenzeitung also nicht, ihren Aktualitätsnachteil durch bessere und ausführlichere Hintergrundinformation wettzumachen. 3. Die Hintergrundinformation bringt in einer überraschenden Vielseitigkeit dagegen die SZ.“

Daß diese Ergebnisse keinen Kenner der kirchlichen Medienszene überraschen werden, liegt auf der Hand. Bessere Hintergrundinformation zu einem binnenkirchlich brisanten Thema - das setzt informationsbereite und -fähige Gesprächspartner voraus. Diese sind - auch dies eine alte Wahrheit - leichter von großen säkularen Medien zu erreichen als von den „eigenen“ Blättern. Darüber hinaus kann die „SZ“ durch das eigene Korrespondentennetz und durch die Nutzung des Nachrichtenangebotes der dpa, welches die Bistumspresse nicht zur Verfügung hat, vielseitiger sein. Nicht nur an diesem Punkt läßt die Untersuchung die unterschiedlichen Aufgaben der miteinander in Beziehung gesetzten Zeitungen außer acht. Natürlich sind diözesane Zeitungen zur guten, aktuellen und korrekten Nachrichtengebung verpflichtet. Ihre eigentliche Aufgabe aber liegt nicht in der bestmöglichen Information über kirchliche Vorgänge in der großen weiten Welt, sondern in der Diözese vor Ort. Insofern wäre es interessanter zu wissen, ob die Bistumszeitungen über das beleuchtete Thema mit Äußerungen von Diözesen aufwarten können.

Aus dem Befund, daß sich die Bistumspresse „weitgehend den Eigengesetzlichkeiten der säkularen Berichterstattung unterwirft“, folgert Bleistein, daß „keine theologische Identität erkennbar ist“. Diese Schlußfolgerung aus einer Untersuchung eines weltkirchlichen Themas im Spiegel von drei Zeitungsgruppen in der Bundesrepublik Deutschland ist korrekt für eine Beschreibung der Situation. Forderungen an die Diözesanpresse müßten jedoch einer Analyse der unterschiedlichen Funktionen von Tageszeitungen und säkularen und kirchlichen Wochenblättern unterworfen werden.

Rolf Pitsch

Jean Frey AG kauft Walter Verlag

Kürzlich erschienen in der Eidgenossenschaft die ersten gemeinsam konzipierten Ausgaben der katholisch orientierten Zeitschrift „Sonntag“ und ihres evangelischen Gegenstücks „Leben und Glauben“, beide herausgegeben von der neuen PM Walter Verlag AG mit Sitz in Bösinggen, Kanton Fribourg. Ihre ersten gemeinsamen „Gehversuche“ beschränken sich zur Zeit auf drei Farb- und zwei Schwarzweißreportagen, der Rest der elf Schwarzweißseiten wurde getrennt bearbeitet.

Dieses Fusionsprojekt kam aufgrund des Verkaufs des katholisch orientierten Walter Verlags an die Jean Frey AG zustande, der im Frühjahr dieses Jahres stattfand. Das

Mehrheitspaket des Walter Verlages soll dem Jean Frey Konzern - immerhin einer der fünf umsatzstärksten Schweizer Verlagsunternehmen - etwa 7,4 Millionen Franken wert gewesen sein. Ein Preis, der von Branchenkennern als günstig bezeichnet wird, zumal Walter seit zehn Jahren erstmals wieder mit Gewinn bilanzierte. Der Walter Verlag erwirtschaftete letztes Jahr mit seinen 270 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 40 Millionen SF und gab die beiden Zeitschriften „Sonntag“ (wöchentliche Auflage 60 000) und „Echo Illustré“ (Auflage 20 000) heraus.

Seitens des „Schweizerischen Katholischen Pressevereins“ und der Schweizerischen Bischofskonferenz stand man dem Plan für eine fusionierte ökumenische Wochenendzeitschrift, so ihr „Arbeitstitel“, von Beginn an skeptisch gegenüber. Die katholische Seite befürchtete eine Usurpation ihrer seriösen theologischen Grundlage im „Sonntag“.

Etwas gelassener sah man dem Fusionsprojekt seitens der „Schweizerischen Evangelischen Verlags AG“ (SEVAG), der Herausgeberin von „Leben und Glauben“, entgegen. SEVAG-Verleger Christoph Tschan war allein wichtig, „daß wir durch eine Zusammenarbeit in den Bereichen Druck, Inserate und Redaktion beide Objekte über Wasser halten können“. „Leben und Glauben“-Chefredakteur Peter Hufschmid meinte zudem noch, in den aus katholischen Kreisen verlauteten Bedenken „ein übles Spiel mit Ressentiments aus der Kulturkampfepoche“ orten zu müssen. Der gegenwärtige Stil der Zusammenarbeit vermochte hingegen die ersten Wogen der Entrüstung zu glätten. Dennoch ist der PM Walter Verlag derzeit auf der Suche nach Mitgliedern für einen „Beirat“, der die redaktionelle Arbeit des „Sonntag“ kritisch begleiten soll. In diesem Gremium sollen fünf „prominente Vertreter der katholischen Kirche“ Sitz und Stimme erhalten. Vielerorts wird diese Maßnahme als ein Schachzug des Verlages empfunden, um so etwaigen kritischen Beobachtern den Wind aus den Segeln zu nehmen. Denn immerhin blieben vom alten „Sonntag“-Team nur noch zwei Redakteure übrig - einer von ihnen, Peter Egger, ist derzeit neuer Chefredakteur des „Sonntag“ - , da der Rest der Redaktion aus Protest gegen die Zwangsübernahme gekündigt hatte.

Thomas Steinmaurer

Frankreichs katholische Presse expandiert

Frankreichs katholische Presse zählt zur Zeit mehr als 500 Titel mit einer Gesamtauflage von rund 13 Millionen Exemplaren. Auflagenstärkste Gruppe sind die katholisch orientierten Publikumszeitschriften: Ihre Auflage überschritt Anfang 1989 die Fünf-Millionen-Marke. In den letzten zehn Jahren erzielten die rund 80 Titel im Schnitt ein Auflagenwachstum von zehn Prozent. Dieser positive Trend kann als Resultat einer deutlich merkbaren Neuerungswelle angesehen werden. So änderten eine Reihe traditioneller Titel ihr redaktionelles Konzept; zudem erschienen in den letzten Jahren 15 neue katholische Publikumszeitschriften auf dem Markt.

Die von katholischen Institutionen oder Organisationen herausgegebenen Publikationen erreichen 1989 eine jährliche Gesamtauflage von 5,3 Millionen Exemplaren. Die kleineren Pfarrblätter erscheinen in einer Gesamtauflage von 2,5 Millionen Exemplaren.

Generell zeichnet sich Frankreichs katholische Presse durch ihren Titelreichtum aus. Daraus resultieren positive wie negative Aspekte: Einerseits kann durch den hohen Grad an inhaltlicher Diversifikation unterschiedlichen Markt- und Leserbedürfnissen entsprochen werden. Andererseits birgt die große Zahl an kleinen Blättern die Gefahr der strukturellen Zersplitterung und der Atomisierung des Marktes.

Die angesprochene Neuorientierung und -strukturierung der katholischen Presse Frankreichs manifestiert sich in zweifacher Weise: Während die älteren Titel mit traditionellen kirchlichen Inhalten und Präsentation unter verstärktem Konkurrenzdruck stehen, erobern neue magazinähnliche Publikation, wie „Prions en Église“ oder „Grain de Soleil“ (Auflage: 50 000), den Markt. Die neuen Titel haben den älteren Vertretern des Genres einiges voraus: Sie nützen bewußt neue Marketing- und Werbestrategien und richten sich in ihrem inhaltlichen Angebot an ein klar definiertes Zielpublikum. Und: Sie werden nicht nur im Abonnement vertrieben, sondern auch an den Kiosken verkauft. So sprechen sie hinsichtlich des redaktionellen Konzepts einen enger abgesteckten, hinsichtlich des Vertriebsweges jedoch einen potentiell weiteren Leserkreis an als viele traditionelle Titel. Einfach ist diese Gradwanderung zwischen kommerziellem und kirchlichem Presseverständnis nicht. Soll doch nicht nur den von den kommerziellen Medien geprägten Marktmechanismen, sondern in erster Linie dem kirchlicher Publizistik immanenten Verkündigungsauftrag entsprochen werden.

Eine Antwort auf die - global gesehen - schwierige Situation stellt der Zusammenschluß von 26 regionalen katholischen Wochenzeitungen Frankreichs zur „Association nationale de la presse catholique de province“ (ANPCP) dar. Die ANPCP vereint Titel mit sehr unterschiedlicher Marktposition, Eigentumsverhältnissen und redaktionellem Anspruch - von der „La Lozère nouvelle“, die mit einer Auflage von 23 000 Exemplaren eine regionale Pressegröße ist, bis zum kleinen Lokalblatt. In der ANPCP organisiert, repräsentieren die einzelnen Titel jedoch einen nicht zu übersehenden Faktor der französischen Regionalpresse: Die 26 Wochenzeitungen erscheinen 1989 in einer Gesamtauflage von 425 000 Exemplaren, sie decken zwei Drittel des französischen Staatsgebietes ab und erreichen im Schnitt 1,7 Millionen Leser.

Gertraud Lankes

Zehn Jahre Katholischer Kinderbuchpreis

Zehn Autorinnen und Autoren aus dem In- und Ausland wurde in zehn Jahren der Katholische Kinderbuchpreis verliehen. Auch ohne modern gewordene Quotenregelungen teilen sich Frauen und Männer die Auszeichnung fünf zu fünf. Obwohl der Titel anderes vermuten läßt: der Katholische Kinderbuchpreis wurde von seiner Stifterin, der Deutschen Bischofskonferenz, immer als christlicher Kinder- und Jugendbuchpreis begriffen. Es geht nicht um die Förderung des „gut Katholischen“, sondern um die gute christliche Literatur. Sechs der bisherigen Preisträger sind katholisch, drei evangelisch. Die Preisträgerin des Jahres 1989, Sonia Levitin, ist Jüdin.

Als im Jahr 1977 der Preis zum ersten Mal ausgeschrieben wurde, waren die Erwartungen daran sehr unterschiedlich. Eine Ursprungsintention geriet im Laufe der Jahre immer stärker in den Hintergrund: Die Entdeckung guter Manuskripte, für die sich noch kein Verlag gefunden hatte. Der Preis wurde immer bereits publizierten Texten zugesprochen. In nur einem Fall beurteilte die Jury einen unveröffentlichten Text so positiv, daß er auf ihrer Empfehlungsliste Platz fand. Die Anzahl der eingereichten unveröffentlichten Texte ging von 52 Manuskripten für die Verleihung 1979 auf 21 in der dies-

jährigen Periode zurück. Einer anderen Erwartung konnte ebenfalls nicht Genüge getan werden: Trotz der Stiftung durch die Bischofskonferenz wurde dieser Preis nicht primär Werken von AutorInnen katholischer Provenienz oder aus katholischen Verlags-häusern verliehen. Denn die Jury war sich von Anbeginn ihrer Arbeit an bewußt, daß es galt, Bücher hervorzuheben, die neben den Kriterien, religiöse Erfahrungen zu vermitteln, Glaubenswissen zu erschließen und christliche Lebenshaltung zu verdeutlichen, auch literarischen Anforderungen standhielten. Dabei war es auch immer wieder ein Anliegen, Titel zu finden, die nicht ohnehin durch starke Verlags-PR im Licht des öffentlichen Interesses standen.

Daß das Experiment dieses Kulturpreises gelang, zeigt die 1988 von Klaus Doderer und Cornelia Riedel vorgelegte Wirkungsanalyse „Der deutsche Jugendliteraturpreis“ (Juventa 1988), der vom Bundesministerium für Jugend, Familie, Frauen und Gesundheit gestiftet wurde. Die Untersuchung gibt noch einen Überblick über die Akzeptanz der zahlreichen Kinder- und Jugendliteraturpreise in der Bundesrepublik Deutschland. Dabei liegt die katholische Auszeichnung in der Hitliste der 25 bekanntesten Preise auf Rang 9 und verzeichnet bei Buchhändlern, Bibliothekaren, Deutschlehrern und Erziehern einen Bekanntheitsgrad von 27 Prozent. Den größten Bekanntheitsgrad genießt die christliche Literaturprämierung in den öffentlichen Büchereien der Kirchen.

Dies ist ganz unverkennbar ein Verdienst der Arbeit der Büchereiverbände Borromäumsverein, St. Michaelsbund und Deutscher Verband Evangelischer Büchereien. Da alle Verbände in konstruktiver ökumenischer Zusammenarbeit zueinander stehen, wird auch seit Jahren an dem ungeschriebenen Gesetz festgehalten, daß ein Kinder- und Jugendbuchpreis von katholischer Seite, ein Preis für Erwachsenenliteratur von der evangelischen Seite vergeben wird. Versuche, diese Arbeitsaufteilung zugunsten einer vermeintlichen besseren konfessionellen Profilierung zu durchbrechen, hatte bisher keinen Erfolg.

Die Öffentlichkeitsarbeit für den Katholischen Kinderbuchpreis tragen seit seiner Gründung wesentlich die sieben Mitglieder der Jury. Diese werden entsandt von den katholischen Büchereiverbänden, dem Deutschen Katechetenverband, der Zentralstelle Pastoral und der Bischofskonferenz selbst – hinzu kommt eine frei zu kooptierende Fachpersönlichkeit. Um die hervorgehobenen Bücher noch mehr Interessenten guter christlicher Kinder- und Jugendliteratur – vor allem auch Eltern und ehrenamtlich Tätigen in der Gemeindegemeinschaft – bekanntzumachen, wurden zur diesjährigen Preisverleihung (26. Oktober in Mainz durch Bischof Dr. Karl Lehmann) ein Signet und verschiedene Werbe- und Informationsmaterialien geschaffen. Dabei eine Broschüre mit allen bisher mit dem Preis ausgezeichneten und von der Jury empfohlenen Titeln, von denen nur drei nicht mehr im Handel zu erhalten sind.

Diese Broschüre kann kostenlos bezogen werden bei der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz, Kaiserstraße 163, 5300 Bonn 1.

Rolf Pitsch