

Karsten Henning

Internetseelsorge – Pastorale Kommunikation im Cyberspace?

1 Bestandsaufnahme einer real existierenden Praxis

„You are a real 21th century priest“ mailt ein Belgier anerkennend Dr. Jörg Swiatek, Online-Pfarrer in Mainz (home.t-online.de/home/joerg.swiatek/page.htm), und diskutiert dann mit ihm über den Tod seines Großvaters, der ihm viel bedeutete. Eine Online-Klientin, mit der Swiatek schon länger Mails austauscht, bekennt in erschütternder Weise ihre scheinbar hoffnungslose depressive Lebenseinstellung. Weitere „Gesprächs“-Themen der Besucher seiner Homepage sind Sucht und Abhängigkeit, Beziehungsprobleme, Identitätssuche, Schicksalsschläge.

Die Internetseelsorge der Diözesen, die Redaktionsmitglieder der Kirche-Online-Koordination (KOK) mit „katholische-kirche.de“, die Katholische Glaubensinformation (KGI) und die zahlreichen Online-Seelsorgerinnen und Seelsorger berichten übereinstimmend von einem signifikanten Anstieg von E-Mail-Anfragen. Inhaltlich wird alles angesprochen: kirchlich orientierte Alltagsfragen (z.B. Patenschaften, Kirchenaustritte, Namenstage und Heilige, Statistiken, Materialien für Referate etc.), reine Glaubensinformation und – was Schwerpunkt dieses Beitrags sein wird – die seelsorgliche Begleitung und Beratung bei psychisch bedingten Krisen. Scherz- und Testmails sind im Moment noch die Ausnahme (wie z.B. die Anfrage hinsichtlich der Baugenehmigung für einen neuen Dom in Köln). Swiatek und seine Online-Kollegen gehen davon aus, daß die meisten anonymen Besucher keinen regelmäßigen Kontakt zu einer Gemeinde oder einem Seelsorger vor Ort haben. Dennoch werden gezielt kirchliche Seelsorger im Netz ausgesucht: Ein Befund, der Aufmerksamkeit verdient.

Betrachten wir einige kirchliche Seelsorgeangebote im Internet genauer.

Die Telefonseelsorge im Internet (www.telefonseelsorge.de), die zwischen 1996 und 1998 eine Versechsfachung des Mail-Aufkommens zu verzeichnen hatte, bestätigt das oben genannte Themenprofil. Hier aber stehen psychische Störungen an erster Stelle, danach folgen Beziehungsproblematiken sowie Sinn- und Orientierungsfragen. Schwerwiegende Persönlichkeitsstörungen ließen sich über das Netz nicht therapieren, betont Frank Christl, Psychotherapeut und Projekt-Vater der E-Mail-Beratung bei der Kölner Telefonseelsorge. Man versuche die Klienten dazu zu bewegen, Beratungsstellen oder therapeutische Praxen aufzusuchen.

chen. Aber: Im Internet scheint die Schwellenangst vor einem ersten Schritt in Richtung Hilfe deutlich niedriger als beim Telefon zu sein.

Das christliche Seelsorge-Team von www.seelsorge.net in der Schweiz umfasst mehr als zehn evangelische und katholische Christen unter der Leitung des evangelischen Pfarrers Jakob Vetsch-Thalmann aus Zürich. Die eingehenden Anfragen werden über eine anonyme E-Mail-Maske den einzelnen Mitarbeitern nach ihren persönlichen Arbeitsschwerpunkten weitergeleitet. Im Team sind neben Pfarrern und Pastoralassistenten auch eine Psychologin und ein Kirchenrechts-Experte zu finden. Inhaltlich hätten sich die Fragen zum Thema Beziehung verdoppelt, während Fragen zur Kirche abnehmen - so Vetsch-Thalmann, der zu den Pionieren gehört (vgl. *ComSoc Heft 2/1988*, S. 170ff).

„Wenn die Menschen nicht mehr zu uns kommen, dann müssen wir dahin gehen, wo die Menschen sind.“ Nach diesem Motto wirken mehrere junge Priester unter der Leitung von Stefan Lampe in der ersten Kirche in einer virtuellen Stadt mit. Inzwischen registriert die St. Bonifatius-Kirche mitten in Funcity (www.ffnfuncity.de) monatlich rund 50.000 Besuche. Eingerichtet wurde die Kirche von der Rundfunkabteilung der Bernhard Mediengesellschaft mbH in Hildesheim, die im Auftrag der Diözesen Osnabrück und Hildesheim sowie des Offizialats Vechta arbeitet. Mit einem Mausklick auf das Gotteshaus betritt der Besucher den Vorraum der Kirche. In einem Fürbittbuch kann er seine Anliegen eintragen. Auf dem News-Brett im Raum der Kirche wird das Thema vorher angekündigt. Weihnachten 1998 wurde erstmals eine Internet-Andacht angeboten. Für Gespräche „unter vier Augen“ stehen die Funcity-Priester im „Beichtstuhl“ zur Verfügung - auch wenn das Bußsakrament hier nicht gespendet wird. Herzstück ist die E-Mail-Seelsorge. Wöchentlich empfangen die Seelsorger zwischen 25 und 50 persönliche Mails. Lampe spricht auch von Schwellenangst seiner Gesprächspartner, die hindere, in eine „richtige“ Kirche zu gehen. In Funcity sei diese gleich Null. Ihn überrasche auch der Vertrauensvorschuss, der ihm in der Cyber-Church als Priester zukomme. Fragen der Sinnsuche kämen dabei ebenso zur Sprache wie zum Teil gravierende Notlagen (Vergewaltigungen, Sucht, Abtreibung, Suizid), die er in einer „normalen“ Kirchengemeinde nicht mitbekomme. Viele E-Mail-Dialoge erstreckten sich über einen langen Zeitraum, oftmals folgten Telefonate und persönliche Begegnungen. Der Grund, an Funcity mitzuwirken, war für Lampe die Überzeugung, dass selbst eine virtuelle Stadt ohne Kirche eine Stadt ohne Gott sei.

Bleiben wir beim Stichwort „Internet-Andacht“: Der Grazer Dozent Walter Vogel organisiert seit September 1998 jeweils am ersten Donnerstag im Monat unter der Leitung eines Kaplans Internet-Gottesdienste (www.netburger.at/gottesdienst). An den weiteren Donnerstagen fin-

den jeweils moderierte Chats zu religiösen Themen statt (www.netburger.at/thema). „Gottesdienste“ im Internet und überhaupt das Thema Vergemeinschaftung im Cyberspace werden uns kirchlicherseits noch intensiv beschäftigen müssen.

Die studentische E-Mail-Seelsorge STEMS (www.stems.de) zielt auf Studenten, die unter Anonymität an der Universität leiden. Wer keine Gesprächspartner hat, mit denen er Freude oder Kummer teilen kann, hat es in Krisenzeiten besonders schwer. Nicht selten ist ein Studienabbruch die Folge von unbearbeiteten seelischen Krisen. Erfahrene Seelsorger beantworten innerhalb von 48 Stunden die eingehenden Mails. Unterstützt wird „STEMS“ vom Hamburger Studentenpfarrer Jan Simonen und von einer Diplompsychologin.

Die Katholische Glaubensinformation KGI (www.autobahnkirche.de) informiert und berät Menschen im Auftrag der Deutschen Bischofskonferenz bundesweit über den katholischen Glauben. Sie wendet sich mit ihrer Daten-Autobahn-Kirche vornehmlich an kirchlich fernstehende Menschen, Nichtkatholiken und solche Menschen, die das übliche Angebot der Kirchen in den Gemeinden nicht wahrnehmen.

Auch die Diözesen engagieren sich für die Seelsorge im WorldWide-Web. Unter www.seelsorge.bistum-wuerzburg.de kann im Regelfall binnen 24 Stunden seelsorgerischer Rat „eingeholt“ werden. Dem Team gehören Frauen und Männer an, die als Religionslehrer, Eheberater, Pfarrer oder Pastoralreferenten in verschiedenen Regionen des Bistums tätig sind. Sie stellen sich auf der Website mit Vornamen, Foto und einem kurzen Text vor, so dass sich der Ratsuchende ein Bild machen und gezielt auf eine Person seiner Wahl zusteuern kann. Anklopfen - so der Internet-Beauftragte der Diözese Würzburg, Walter Sauter - kann man bei dem Team mit allen Lebens- und Glaubensfragen in Englisch und Deutsch.

„www.kummernetz.de“ ist ein Selbsthilfe-Netzwerk eines Kollegen ebenfalls aus Würzburg.

Das Seelsorgeamt der Erzdiözese Freiburg ist unter „www.isfr.de“ erreichbar. Neben der Kommunikation über Sorgen und Probleme gibt es auch Informationen zu Glaubensfragen, Religion und Weltanschauungen. Norbert Kebekus, Internetbeauftragter im Seelsorgeamt Freiburg, ist es wichtig festzustellen, dass jeder eine E-Mail schicken kann, ohne sich gleich vereinnahmen lassen zu müssen. „Wenn das Internet nicht nur eine Informations-, sondern auch ein Kommunikationsmedium ist, sollte ein kirchlicher Internet-Auftritt mehr sein als ein digitaler Schaukasten oder eine erweiterte Bistumszeitung; d.h., neben der Verbreitung von Informationen (Kommunikation nur in eine Richtung) sollte eine wechselseitige, also interaktive Kommunikation Ziel des Angebots sein.“ An-

gesprachen werden auch solche Menschen, die durch eine für sie typische kirchliche Atmosphäre abgeschreckt werden. Ob hier allerdings das cybertechnische Profanum die einzige Lösung sein sollte, bleibt fraglich. Vielmehr müsste an vielen Orten Phantasie und Geist in die Schaffung neuer kirchlicher Milieus investiert werden, die die Menschen als attraktiv und anregend erfahren.

„www.erzbistum-muenchen.de“ präsentiert unter dem Button „problem los“ ein Online-Berater-Team mit Telefonseelsorgern und Pädagogen. Im einleitenden Text wird dazu aufgefordert, Sorgen und Nöte aus Schule und Beruf, Glaube und Partnerschaft dem Team, das namentlich genannt wird, zu schreiben. In der Sorgenecke können nur nach ausdrücklicher Zustimmung des Adressaten die persönlichen Anliegen-Mails veröffentlicht werden. In der Abteilung „Surfer zu Surfer“ erscheint eine Art Forum: „Ihre Erfahrung kann helfen.“ Vorbildlich ist die Datenbank mit den in Bayern erreichbaren Beratungsstellen.

Verschiedene Begegnungen mit Ordensfrauen und -männern (VDO und VOD), und die Kontakte zum „Audio Visuellen Ordentreff“ (AVO), der jüngst seine Jahrestagung dem Thema gewidmet hat, versprechen spannende Impulse hinsichtlich Seelsorge via Internet aus den Gemeinschaften mit ihren 3.600 Klöstern und 42.500 Mitgliedern (www.orden.de).

Die Katholische Glaubensinformation (KGI) hat bei einer Internet-Recherche mehrere Hundert Seelsorgeangebote von ganz unterschiedlichen, nicht selten dubiosen Anbietern entdeckt. Um den Internet-Surfern Navigation im Medienschungel, d.h. Orientierung bei den vielfältigen Angeboten im Netz zu ermöglichen und inhaltlich seriöse Anlaufstellen anzubieten, wurde durch die Kirche-Online-Koordination (KOK) auf verschiedenen Ebenen ein interdisziplinäres Gespräch angeregt.

2 Exkurs: Zum Phänomen digitaler und religiöser Kommunikation

2,2 Milliarden E-Mails jagen heute allein in den USA täglich über die Datenautobahn. Die „Generation @“ (d.h. die informationsreiche Internetgeneration, der „elektronische Nomade“ - Opaschowski) ist überall im Cyber-Kosmos zu Hause. Wer bei der interaktiven Kommunikationsplattform Cycosmos seine Hobbys angibt, „... hat die Möglichkeit, in den Pool von tausenden registrierten Cycosmonauten auf Gleichgesinnte zu stoßen und via Echtzeit-Talk erste Bande zu knüpfen. Motto: „Finde die Freunde, die du schon immer kennenlernen wolltest.“¹ „Online ver-

¹ Focus Nr. 32/1999, S. 132.

eint“:² das Internet als virtuelles, als die Antizipation des „Neuen Jerusalem“?

60% der Teenager in den USA surfen regelmäßig im Internet. Angeblich erwarten 16 % von ihnen, „dass das Internet in fünf Jahren zumindest einen Teil ihrer religiösen Erfahrungen ersetzen werde, die sie jetzt im Gottesdienst oder in Jugendgruppen machten“. Aber – so fragt Konrad Ege in seinem Artikel „Unrasiert und im Morgenmantel – Gottesdienstbesuch per Internet?“³ kann es im Internet wirklich „Gemeinde“ geben? Diese Frage kann nicht vorschnell, vor allem nicht hier entschieden werden. Sicher ist, dass sich gerade die Kirche in der zunehmend digitalisierten Kultur für eine ganzheitliche Kommunikationskultur, die die geistig-geistlichen wie die körperlichen Wesensmerkmale des Menschen miteinbezieht, einsetzen sollte. Digitalität bedeutet – wie von Protagonisten wie Nicholas Negroponte ersehnt – nicht die Erlösung von der Körperlichkeit und die Auflösung der menschlichen Person in reine Information. Dennoch lohnt es sich auf diese digitale Kultur einzulassen, allein wegen der theologischen und eschatologischen Implikationen, die das Thema mit sich bringt.

Kommen wir zurück zu unseren Ausgangsfragen. Die genannten Beispiele real existierender Internetseelsorge zeigen, dass diese kommunikative, aber eher anonyme und niedrighschwellige Kontaktaufnahme in der Mehrzahl durch sogenannte „Distanzierte“ geschieht, die typisch kirchliche Milieus, nicht unbedingt aber deren Inhalte meiden. Manfred Entrich, Leiter der Zentralstelle Pastoral der Deutschen Bischofskonferenz, sieht daher im Bereich der Seelsorge im Internet eine neue Form des seelsorglichen Kontaktes der Kirche zu einem bis jetzt sicherlich begrenzten Ausschnitt der Gesellschaft, die in den herkömmlichen territorialen Strukturen der Kirche kaum organisiert werden kann. Es ist also davon auszugehen, dass es unterschiedliche, qualitativ abgestufte Formen von pastoraler Kommunikation gibt, deren jeweilige Schwellen variabel sind. Diese Kommunikationsform kommt vor allem den Menschen entgegen, die selbst den Grad der Nähe und Distanz zur Kirche bestimmen wollen. Seelsorge im Internet könnte sich zu einem „Vorhof“ der Kirche entwickeln, der in den sonstigen pastoralen Angeboten so nicht mehr vorkomme.

Die kirchliche Internetarbeit ist etwas anderes als nur ein digitaler Schaukasten: Es wird ernst mit der symmetrischen und interaktiven (versus einseitig/massenmedialen) Kommunikation. Angesichts der klassischen Gemeindeformen, die oftmals eher hochschwellig und von

² Focus Nr. 34/1999.

³ DAS v. 16.07.1999.

vielen ausschließend denn einladend erfahren werden, gilt es, neue Gelegenheiten für pastorale Kommunikation wahrzunehmen – ohne Berührungängste, für eine Anpassung ohne Angleichung.⁴

Gewahrt werden muß jedoch vor blinder Medieneuphorie: Das World-Wide-Web darf nicht als verkündigungstechnisches Allheilmittel missverstanden werden – geistliche und spirituelle Angebote traditioneller Provenienz erfahren im Internet genauso wenig Resonanz wie durch die Trans-Mission anderer Medien. Die Kolleginnen und Kollegen der Katholischen Rundfunkarbeit sind hierfür Zeugen.

Worauf es ankommt: die Auseinandersetzung mit dem Internet und mit den Medien überhaupt (als verdichtete und akzentuierte Ausdrucksweisen von Wirklichkeit) offenbaren erneut über das Medium hinausreichende religionspädagogische Defizite, was die Didaktik und Kommunikation religiöser Essentials betrifft. Insofern kann kirchliche Internetarbeit zu selbstkritisch-konstruktiver Reflexion anregen, die sich in der Kirche einer heilsamen, nämlich gemeinschaftsstiftend-solidarischen und dem Fortschritt der Menschen verpflichtenden Kommunikation zugewiesen fühlt. Theologisch gedeutet am Stichwort Kommunikation heißt dies: Sowohl die lebensnotwendige Plausibilisierung von Transzendenz als auch die kirchliche Vergemeinschaftung kann erfahrungs- und existenzorientiert „vermittelt“ werden.⁵ Ich bin sicher, dass diese Diskussion kirchlicherseits Wege auch zu den säkularisierten Zeitgenossen bahnen wird, denn Kommunikation ist die Substanz des Lebens, das wissen oder spüren alle Menschen gleichsam.

Fassen wir zusammen: Ob nun Gemeindebildung im Internet, eine „Cyber-Gemeinschaft“ sinnvoll oder nur ein Durchgangsstadium ist, muss sorgsam diskutiert werden. Eine eindeutige Antwort darauf wird es nicht geben. Auf qualitativ abgestufte Formen personaler und medialer Kommunikation haben wir hingewiesen. Wichtig bleibt die offensichtliche *Communio*-Dynamik und -Sehnsucht, die in der Internet-Kultur als signifikantes Zeichen der Zeit wahrzunehmen ist. Also:

1. Die „mediengestützte“ Gemeinde-Erbauung ist seit Paulus eine christliche anerkannte Kommunikationsform. Kirchliche Internetar-

⁴ Vgl. Michael Ebertz, *Kirche im Gegenwind. Zum Umbruch der religiösen Landschaft*, Freiburg 1997.

⁵ Hier wären folgende Stichworte zu nennen: *Communio* das Ziel - *Communicatio* der Weg: Kommunikation als Erlösungserfahrung. Induktiv plausibel über das Streben nach Gemeinschaft und Einheit der Menschen als Hinweis auf die transzendente *Communio*-Dimension des Menschen, deduktiv ableitbar über die Trinität als vorgebildetes und idealtypisches Wesensmerkmal für die soziale Dimension des Menschen.

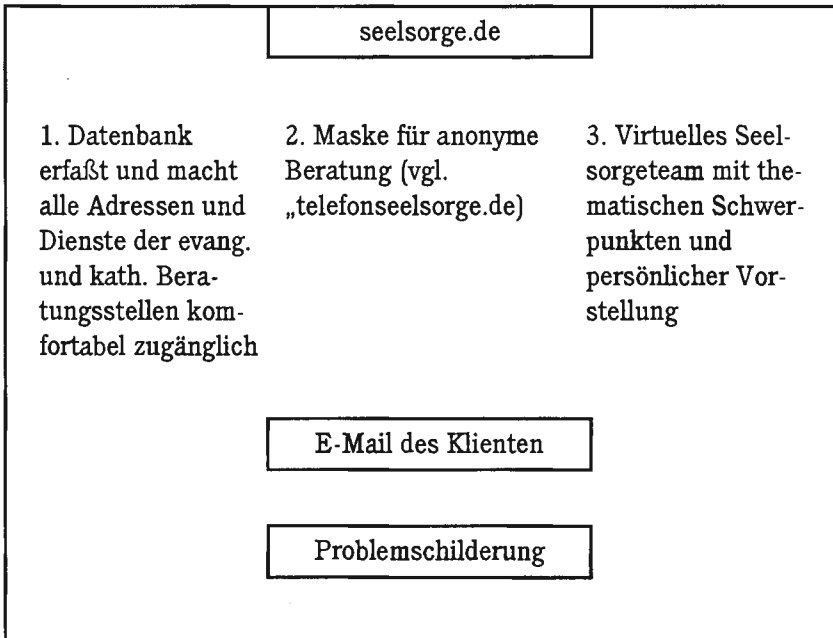
beit und vor allem Internet-Seelsorge sind daher nicht nur legitime, sondern selbstverständliche Engagements.

2. Der Wandel zur Informations- und Wissensgesellschaft ist erneut dringlicher Anlass vor allem einer pastoraltheologischen Reflexion des menschlichen Grundphänomens "Kommunikation". Dabei ist Kommunikation vor allem auch mit Blick auf die Gottesfrage zu bedenken.

3 Skizzen für die Internet-Plattform „seelsorge.de“ (Arbeitstitel)

Im Rahmen des von der Kirche-Online-Koordination (KOK) veranstalteten 2. Überregionalen Kirche-Online-Forums am 14. April 1999 in Mainz kristallisierte sich die Idee einer Plattform „seelsorge.de“ (Arbeitstitel) heraus. Zum einen soll sie dem surfenden Klienten als Ausweis inhaltlicher Seriosität angesichts mannigfaltiger obskurer Initiativen dienen und zum anderen Orientierung über die seelsorglichen Angebote im Netz ermöglichen.

Daraufhin bildete sich eine Arbeitsgruppe, die die inhaltlichen, technischen sowie administrativen und finanziellen Seiten der Internetplattform konzipieren sollte. Die KOK moderierte diese Arbeitsgruppe, die zunächst folgendes Modell entwickelte:



Die Website „seelsorge.de“ (Arbeitstitel) gliederte sich danach in drei Sparten:

- In einer Datenbank werden alle Adressen und Dienste der evangelischen und katholischen Beratungsstellen im deutschsprachigen Raum gesammelt, sortiert und präsentiert. Über eine Suchfunktion kann thematisch und geographisch das gewünschte Beratungsangebot gefunden werden.
- Analog zu der bereits funktionierenden Website „telefonseelsorge.de“ kann der Klient in der zweiten Spalte sein Anliegen an einen für ihn anonymen Berater formulieren. Die eingehenden Mails werden dann nach einem Schlüssel an beteiligte Telefonseelsorgestellen verteilt und bearbeitet. Dieser Bereich wird durch die Telefonseelsorge nach deren Standards und durch einen hauptamtlichen Koordinator verwaltet.
- Im dritten Bereich nun könnte eine subsidiär angelegte Plattform bereits vorhandene Seelsorgeangebote sammeln, sortieren und präsentieren, soweit dies von den Urhebern auch gewünscht wird. Auf jeden Fall wird eine Parallelisierung oder Hierarchisierung gegenüber bereits bestehenden Angeboten vermieden. Die dort agierenden Seelsorgerinnen und Seelsorger stellen sich nun persönlich vor und erklären, welche Standards sie einhalten: Beantwortung der Anfragen innerhalb eines definierten Zeitraumes, Ausbildung und Kompetenzen in Beratung und Gesprächsführung sowie Teilnahme an Supervision.

In diesem Sektor könnten nun auch neben der „persönlichen Ansprache“ inhaltliche Schwerpunkte (spirituelle und Glaubens-Fragen, Bibelauslegung, organisatorische Auskünfte sowie kirchenrechtliche Fragen etc.) bedient werden – für Leute, die täglich mit E-Mail-Beantwortung zu tun haben, ein ideales, weil sich gegenseitig entlastendes Netzwerk. Die verstärkte Zusammenarbeit mit den Orden wäre hier eine große Bereicherung.

Soweit nun die Ideenskizze. Vor allem die Plattform muss mit allen Akteuren diskutiert werden. Als Desiderat wurde auch der adäquate Umgang mit dem Begriff Seelsorge angemeldet. Die Arbeitsgruppe jedenfalls setzt nach Anweisung der Leiter der Zentralstellen Medien und Pastoral ihre Arbeit solange aus, bis weitere Entscheidungen in den jeweiligen Kommissionen der Bischofskonferenz getroffen worden sind.

4 Nachbemerkung

Mancher wird sich fragen, was die Kirche im WorldWideWeb zu suchen habe. Einige Antworten wurden von den erwähnten Internet-Seelsorge-

rInnen selbst formuliert. Neben diesen scheint mir aber die Frage des Mainzer Medienpädagogen Stefan Aufenanger angesichts der anbrechenden Informationsgesellschaft als wesentlicher Maßstab für das kirchliche Engagement im Netz: „Gibt es in dieser rasanten Entwicklung, die wir momentan erleben und mit der die Technik atemlos von einem Quantensprung zu einem höheren Quantensprung eilt, eigentlich noch die Zeit, Fragen nach dem Menschen in dieser Entwicklung zu stellen?“ Wir tun gut daran, diese Frage wachzuhalten und unter dieser Perspektive die Auseinandersetzung mit der Informations- und Wissensgesellschaft permanent zu betreiben. In einer Zeit, in der mediale und menschliche Kommunikation zunehmend verzweckt und kommerzialisiert wird, ist der kirchliche Beitrag zu einer sachgerechten und menschen dienlichen Kommunikationskultur authentisch. Aufenanger ermuntert dazu, allerdings unter der Bedingung, „... dass wir weiterhin den Glauben an den Menschen nicht aufgeben, die Hoffnung auf eine bessere Welt, auch wenn sie technisiert ist, behalten, und die Liebe als das Erste und Wesentliche das Miteinander der Menschen bestimmt und dann erst die Kommunikation.“⁶ Dem schließe ich mich mit der Einschränkung an: Erfahrungen gelungener Kommunikation werden zu Gleichnissen der Liebe, die - so der Kairos es will - transzendente Liebe erahnen lassen. Kommunikation und Liebe gehören untrennbar zusammen.

⁶ Stefan Aufenanger, Die Realität in den Bildern. Wer ist der Mensch in der Mediengesellschaft?, in: EVKOMM 9/98, S. 523.

Karl Grüner

Den Umgang mit dem Internet lernen

Die Online-Seminare des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp)

Das Aha-Erlebnis des Boris Becker („Ich bin ja schon drin. Das war alles? Das ist ja einfach“) haben fast alle Teilnehmer an den Onlinekursen des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) schon hinter sich. Aber in der Art der Internet-Nutzung und im Grad ihrer Online-Kenntnisse unterscheiden sie sich. Allen gemeinsam ist der Wunsch, das Internet für ihre journalistische Arbeit besser nutzen zu können. Seit 1996 bietet das Münchner Institut, das im Auftrag der deutschen Bischöfe Journalisten aus- und weiterbildet, in seinem Hörfunk- und Fernsehstudio in Ludwigshafen jährlich etwa zehn Online-seminare an. Acht Computer-Arbeitsplätze stehen zur Verfügung und nach ihnen bemißt sich auch die Zahl der Teilnehmer. Referenten sind erfahrene Internetjournalisten.

Am Beginn jedes Seminars steht die Frage nach dem Vorwissen und der Motivation der Teilnehmer. Die Einen haben sich noch nicht intensiv mit dem Internet beschäftigt und möchten sich in den drei Seminartagen einfach einen Überblick verschaffen. Eine zweite Gruppe - sie ist zahlenmäßig die größte - ist vor allem an Recherchetechniken interessiert, weil sie sich davon den größten Nutzen für ihre journalistische Arbeit verspricht. Die dritte Gruppe schließlich sind die bisher noch wenigen Journalisten, die das Medium für eigene Publikationen nutzen wollen.

Für diese unterschiedlichen Interessengruppen bietet das ifp drei Seminartypen an: ein Grundseminar, das einen umfassenden Überblick bietet, ein reines Rechercheseminar und als drittes ein Aufbau-seminar, das künftigen Online-Journalisten das grundlegende Know-How für die Konzeption und Gestaltung eigener Internetauftritte vermittelt.

Im Grundseminar erfahren die Teilnehmer/innen, wie sich das Internet seit dem Ende der 60er-Jahre aus einem Rechner-Verbund-System des amerikanischen Militärs zum heutigen World Wide Web entwickelt hat. Sie lernen die Hyperlinktechnik kennen, die es ermöglicht, mit einem Mausclick Dateien von einem Rechner irgendwo auf der Welt auf den Bildschirm zu holen. Sie üben den Umgang mit dem Browser, der Software, die die übertragenen Daten auf dem Bildschirm sichtbar macht. Und sie lernen auch die anderen Internetdienste kennen, allen voran eMail, die elektronische Post. Etwa die Hälfte der teilnehmenden Journalist(inn)en nutzt sie bereits in ihrer täglichen Arbeit. Mit den News-

groups dagegen haben sich die meisten Teilnehmer noch nicht beschäftigt. Dabei sind diese „schwarzen Bretter“ im Netz für Journalisten, die bestimmte Themenschwerpunkte bearbeiten, durchaus interessant. Finden sich doch in den über 20.000 Diskussionsgruppen Informationen und Meinungen zu allen nur denkbaren Themen, allerdings auch pornografische oder extremistische Inhalte - die dunkle Seite des Internets.

Das „Chatten“, ein Internetdienst, bei dem mehrere Teilnehmer nahezu in Echtzeit miteinander schriftlich „quatschen“ können, ist für Journalisten am ehesten dann interessant, wenn ihre Redaktion einen so genannten Prominenten-Chat veranstaltet, bei dem die Hörer oder Leser mit einer bekannten Persönlichkeit live in Kontakt treten können. Auch hierfür lernen die Teilnehmer die nötige Technik kennen.

Schließlich erfahren sie noch, wie man mit Hilfe von FTP (file transfer protocol) Dokumente auf einen Server überträgt oder von diesem auf den eigenen PC herunterlädt.

Am meisten Zeit nimmt bereits beim Grundkurs und erst recht beim Recherchekurs das Recherchieren im World Wide Web in Anspruch. Die meisten Teilnehmer haben bereits Erfahrung im Umgang mit Suchmaschinen und berichten von Erfolgen und Mißerfolgen bei ihrer gezielten Suche nach Informationen. Manchmal werden sie überhaupt nicht fündig oder die Suchmaschine listet 20.000 oder mehr Fundstellen auf, so dass sie vor der unerwarteten Fülle kapitulieren. Im Seminar lernen sie nun Strategien, wie sie ihre Suche nach Bedarf erweitern oder einengen können. Eine wichtige Erfahrung ist dabei, daß private Homepages oft viel ergiebiger sind als offizielle Seiten von Institutionen oder Firmen. Es gibt viele Amateur-Spezialisten, die sich für ein Thema besonders interessieren, auf ihren Seiten alles Wichtige dazu zusammenstellen und mit Linklisten auf einschlägige andere Fundstellen im Netz verweisen. So entdecken Journalisten oft Experten, die sie dann per eMail oder auf herkömmliche Weise weiter kontaktieren können. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, über das Internet bequem (aber meist kostenpflichtig) auf große Datenbanken in aller Welt zuzugreifen und online in Zeitungsarchiven zu recherchieren.

Wer im Internet selbst publizieren will, sollte die Seitenbeschreibungssprache HTML (Hypertext Markup Language) beherrschen. Es gibt zwar Editoren, die den HTML-Code im Hintergrund erzeugen, während man die Seite wie in einem Layout-Programm erstellt, sie sind jedoch noch nicht so zuverlässig und produzieren sehr viel Datenmüll, der die Datei unnötig aufbläht. Die Grundelemente von HTML lernen die Teilnehmer bereits im Grundkurs kennen. Im Aufbaukurs erfahren sie dann, wie sie auch kompliziertere Gestaltungselemente einsetzen können.

Online-Journalismus - auch das erfahren die Teilnehmer im Aufbaukurs - unterscheidet sich vom Print-Journalismus vor allem in der Art, wie das recherchierte Material aufbereitet und vermittelt wird. Im Internet veröffentlichte Texte sollten nicht linear geschrieben sein, wie ein Zeitungsartikel, sondern in kleine logische Einheiten aufgegliedert und mit Hyperlinks versehen, damit man sich ergänzende Informationen von einer anderen Stelle im gleichen Beitrag oder von einer Internetseite irgendwo im weltweiten Netz herholen kann. Auf diese Weise kommt der Nutzer oft an das Quellenmaterial heran, mit dem der Autor gearbeitet hat. Das erfordert vom Journalisten eine noch größere Sorgfalt in der Aufbereitung seiner Informationen, weil alles nachprüfbar geworden ist. Die Kunst des Autors und des Online-Designers ist es außerdem, die Hyperlink-Technik so einzusetzen, daß der Nutzer sich nicht in den Tiefen des Internets verliert, sondern immer wieder zur Ursprungsseite zurückkehrt.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an den Onlinekursen des ifp verlassen das Seminar mit der Erkenntnis, dass das Internet ein äußerst hilfreiches Mittel für die Kommunikation, den Datenaustausch und die Informationsbeschaffung ist. Keine Redaktion wird künftig an diesem Medium vorbeikommen. Es wird zwar die traditionellen Arbeitsmethoden der Journalisten nicht ersetzen, aber doch auf eine sehr effektive Weise ergänzen.

Christliche Weltgestaltung und handlungsorientierte Bildungsarbeit

Frauen(verbände) im Medienzeitalter

„Nachdrücklich“ und „von neuem“ hat vor knapp 30 Jahren Papst Paul VI. gemahnt: „Die Laien müssen es als ihre Aufgabe erkennen, die irdischen Dinge in eine bessere Ordnung zu bringen.“ Ja, es sei „Aufgabe der Laien, in freier Initiative ... das Denken und die Sitten, die Gesetze und die Lebensordnungen ihrer Gemeinschaft mit christlichem Geist zu durchdringen.“ Es genüge nicht, fügt Paul VI. erläuternd hinzu, „allgemeine Grundsätze dem Gedächtnis der Menschen einzuhämmern, gute Vorsätze zu beteuern, schreiende Ungerechtigkeiten anzuprangern ... Alles das bedeutet nichts, wenn damit nicht verbunden ist das Ernstnehmen der eigenen Verantwortung und ein entsprechend entschlossenes Handeln.“¹

Handeln jedoch ist nicht so einfach, der Weg vom Denken zum Handeln, vom Reden zum Weichenstellen ist lang. Die zu gestaltende Welt zeigt sich so komplex und widersprüchlich, dass Handeln für jeden Einzelnen zur Zumutung werden kann: Scheinbare Folgenlosigkeit und unabhsehbare Folgen entmutigen und demotivieren.² Strukturen, in die wir eingebunden sind und Gewohnheiten, die sich eingeschliffen haben, sind einige der Widerstände gegenüber nachhaltig zukunftsorientiertem Handeln, die alleine kaum zu überwinden sind. Wo Menschen aus christlichem Glauben heraus handelnd die Welt gestalten wollen, ist es vor allem wichtig, dass sie dies miteinander tun. Nachhaltigkeit im vollen Wortsinn wird erst durch „Weggefährtschaft“ gesichert.³ Dazu tragen auch die zahlreichen katholischen Verbände bei, die christliche Weltgestaltung vernetzt realisieren wollen. Ihnen weist Paul VI. die Aufgabe zu, über ihre Eigeninteressen hinauswachsend die eindeutigen Forderungen des Glaubens hinsichtlich einer gerechten Umgestaltung der Gesellschaft wirksam zu vertreten.⁴

¹ Apostolisches Schreiben „Octogesima adveniens“, Città del Vaticano 1971; dt. in: Nachkonziliare Dokumentation Bd. 35, Trier 1971, 91.

² Vgl. Hannah Arendt, *Vita activa oder vom tätigen Leben*, München 1981, 180, 227.

³ Vgl. KDFB/kfd/Misereor (Hg.), *Ab heute für morgen. Frauen auf zukunftsfähigen Wegen*, Aachen 1997, 40.

⁴ Vgl. *Octogesima adveniens*, 95.

1 Handlungsorientierte Bildungsarbeit

Was können Verbände tun, um ihren Anliegen und Ansprüchen gerecht zu werden? Vor und neben der politischen Lobbyarbeit und der Durchsetzung politischer Ziele stand durchgängig die Bildung und Schulung der eigenen Zielgruppe: Es war das Bemühen, die Mitglieder zu befähigen, selbst und selbstständig für die Vereinsziele einzutreten. Die Bildungsarbeit diente dazu, Handlungsmöglichkeiten für viele zu schaffen und Handlungsspielräume zu erweitern, die Bildung war „handlungsorientiert“. Gerade in den Anfängen der Vereine blieb die Bedeutung der Bildungsarbeit unbestritten: „Auf einer Sitzung der Zentrale des Frauenbundes im Jahr 1919 waren sich die Frauen ... erneut einig, daß sie sich die staatsbürgerliche Schulung ihrer Mitgliedsfrauen nicht aus der Hand nehmen lassen“ wollten.⁵ Mit der Zeit geriet allerdings diese selbstverständliche Verzahnung von Bildung und Handeln in Vergessenheit, das Bildungsangebot verselbständigte sich, die Institutionen erstarrten und erstarren, außerdem ging die Attraktivität der Vereine zurück.

„Erfolg und Mißerfolg verbandlicher Bildungsarbeit sind auf das engste verknüpft mit Erfolg und Mißerfolg des Trägers der Bildung selbst“, heißt das Fazit des Katholischen Deutschen Frauenbundes (KDFB) aus den Erfahrungen seines auf zwei Jahre angelegten Projektes handlungsorientierter (Nachhaltigkeits-)Bildung: „Nur wo handlungsorientierte Bildung angeboten wird, nur wo Bildungsangebote gemacht werden, die Handeln gegen Mißstände oder für eine bessere Zukunft anstoßen, entsteht jene Dynamik, die vor 90 Jahren den Frauenbund zu einer Gesellschaft und Kirche verändernden Bewegung gemacht hat.“⁶

Wenn verbandliche Bildungsarbeit und politische Verbandsarbeit verzahnt sein müssen, ist es notwendig, über „Schwerpunktthemen“ die Arbeit inhaltlich zu forcieren. So kann es gelingen, Kräfte zu bündeln und die Erfolge verbandlicher Weltgestaltung in größerem Rahmen erfahrbar und öffentlich zu machen. Projekte vor Ort entstehen mit Rückendeckung der Schwerpunktlinie, zentrale Bildungsveranstaltungen geben Impulse für Aktionen in den Zweigvereinen, Handlungsideen der Basis können an die Zentrale zurückgemeldet werden und in einem partizipativen Entscheidungsprozess Anstoß neuer Bildungsarbeit sein, die an den Bedingungen vor Ort anknüpft. Kreative Methoden und musische Zugänge finden Eingang in die vernetzte ganzheitliche politische Bildungsarbeit. Sie erschließen das schöpferische Potenzial der Menschen und

⁵ Annette Schleinzer, *Frauen machen sich stark*, Ostfildern 1989, 75. Vgl. auch 80.

⁶ Ursula Hansen (Hg.), *Anknüpfungspunkte für die Zukunft der Schöpfung*, Ostfildern 1999, 13f.

motivieren zum Handeln. Über den Verband hinaus können Allianzen entstehen.

2 Christliche Weltgestaltung im Medienzeitalter

Für das Jahr 2000 hat der KDFB seine Arbeit unter den Schwerpunkt „Christliche Weltgestaltung im Medienzeitalter“ gestellt.⁷ „Wir müssen unsere Zeit, die Zeitenwende an der wir stehen, ganz konkret in den Blick nehmen, um Spiritualität und Weltverantwortung glaubwürdig zu verbinden“, heißt es in der Entscheidungsbegründung des Vorstandsexposés.

Unsere Zeit ist eine Medienzeit. Vielfach ist das ausgehende 20. Jahrhundert charakterisiert worden als Zeitalter der neuen Kommunikationsmedien und veränderten Kommunikationsbeziehungen. Die Verbreitung neuer Kommunikationstechnologien und das Absterben alter Beziehungsgefüge beschreiben Chancen und Herausforderungen der neuen Zeit.

Wir befinden uns inmitten eines großen umgreifenden Wandels „hin zur Informations- und Wissensgesellschaft durch die modernen Informations- und Kommunikationstechniken und -dienste.“⁸ Digitales Fernsehen mit ungezählten Programmen, die einfache und schnelle Kommunikation im Internet rund um den Globus, der Umbruch in der sozialen Kommunikation und eine durch Medien weit veränderte Arbeitswelt faszinieren und beunruhigen gleichermaßen. „Es mehren sich die Befürchtungen, daß sich die Risiken und Gefahren der Mediennutzung in allen Lebensbereichen auswirken. Dabei haben die Medien die Aufgabe, Menschen miteinander in Verbindung zu bringen, ihnen Information und Unterhaltung zu bieten, so daß sie sich in ihrem Lebensalltag besser zurechtfinden, Orientierung und eine aktive Teilnahme am gesellschaftlichen Leben erleichtert werden.“⁹

3 Notwendigkeit: Medienkompetenz

Damit die Chancen der sich entwickelnden Mediengesellschaft im Norden und Süden genutzt und die Gefahren gebannt werden können, kommt dem kompetenten Umgang mit den vielfältigen Medienangeboten

⁷ KDFB (Hg.), Mit meinem Gott überspringe ich Mauern, in: Christliche Frau 6 (1999).

⁸ Bericht der Bundesregierung über die Lage der Medien in der Bundesrepublik Deutschland 1998 - Medienbericht 1998, Bundestagsdrucksache 13/10650, Bonn 1998, 25.

⁹ Deutsche Bischofskonferenz/Rat der Evangelischen Kirche, Gemeinsame Erklärung Chancen und Risiken der Mediengesellschaft (= Gemeinsame Texte 10), Bonn 1997, 5.

eine Schlüsselfunktion zu. Der Erwerb von Medienkompetenz wird zu einer zentralen Bildungsaufgabe. „Es gilt sowohl den technisch-instrumentellen Umgang mit den Medien und Kommunikationsangeboten als auch die Gesetzmäßigkeiten und Arbeitsweisen der jeweiligen Medien zu erlernen, um die einzelnen Angebote selbst in kritischer und ethisch verantwortbarer Weise erstellen, beurteilen und nutzen zu können.“¹⁰ Ausbildung von Medienkompetenz ist handlungsorientierte Bildungsarbeit, die darauf abzielt, die Gestaltungsmöglichkeiten jedes einzelnen unter den Bedingungen eines wachsenden Medienangebots zu verbessern. Fast jeder Bürger wird in allernächster Zukunft als Verbraucher mit den Chancen und Risiken der neuen Medien konfrontiert: Einkäufe via Internet hinterlassen Datenspuren und schaffen Möglichkeiten der Einflußnahme auf das Verbraucherverhalten, die für die Kunden weitgehend unsichtbar sind. „Eine Stärkung der Medienkompetenz sowie die Erweiterung des Wissens über Selbstschutzmöglichkeiten“ sind im Sinne des Verbraucherschutzes dringend geboten.¹¹ Christliche Verbände haben die Chance, ihrem ureigenen Auftrag entsprechend an der Umgestaltung der Gesellschaft wirksam mitzuwirken, wenn sie sich der skizzierten Herausforderung zur Stärkung der Medienkompetenz stellen und ihre handlungsorientierten Bildungsanstrengungen gerade in diesem Bereich unternehmen bzw. verstärken.

4 Frauen: Mitgestaltung der Mediengesellschaft

Die Um- und Mitgestaltung der Mediengesellschaft zu einer Kommunikations- und Informationsgesellschaft, die den Menschen dient, kann nur gelingen, wenn Männer und Frauen an der Gestaltung des „virtuellen Raums der Zukunft“ teilhaben, „ihn für sich erobern und mit eigenen Themen besetzen.“¹² Die alten Vorwürfe der qualitativen und quantitativen Benachteiligung von Mädchen und Frauen hinsichtlich Präsenz und Darstellung in den Medien werden leider bis heute zurecht erhoben, und Fragen nach den Ursachen der für die Geschlechter unterschiedlichen Nutzungsweisen und Zugänge zu alten und besonders neuen Medien werden nur zaghafte gestellt. Wir brauchen medienpädagogische Arbeit mit Mädchen und Frauen, die das Defizit beheben und geschlechtsspezi-

¹⁰ Chancen und Risiken, 64.

¹¹ Sabine Wolters, Einkauf via Internet: Verbraucherschutz durch Datenschutz, in: *Datenschutz und Datensicherheit* 23 (1999) 5, 277-280.

¹² Dagmar Beinzger/Sabine Eder/Renate Luca/Renate Röllecke (Hg.), *Im Wyberspace. Mädchen und Frauen in der Mediengesellschaft*, Bielefeld 1998, 7.

fische Aspekte von Medienpräsentation und Mediennutzung beleuchten kann. Folgt man Renate Lucas Überlegungen zu einer Medienpädagogik für Frauen, bietet handlungsorientierte Medienarbeit von und mit Frauen „Räume, in denen diese ihre Wünsche, Ängste und Phantasien symbolisch ausdrücken und sie damit in die Kommunikation mit anderen einbringen können.“¹³ Eine Medienpädagogik, die sich auch als emotionale Bildung versteht, kann an den Stärken der Frauen und Mädchen anknüpfen. Handlungsorientierte (= produktive) Medienarbeit mit Frauen zeichnet sich durch die Qualitäten des „Spielerischen“ und des „Experimentierens“ aus. Es geht darum, auch beim Umgang mit den neuen Medien das kreative und schöpferische Potenzial zu nutzen, um als Christinnen die Wende vom erschöpfenden zum schöpferischen Handeln zu vollziehen. Medienerziehung in (und zur) Schöpfungspartnerschaft ist „Entfesselung der kreativen Kräfte.“¹⁴

5 In Gegenwart und Zukunft: Eine gendergerechte Medienbildungsarbeit

Zuletzt hat mit Blick auf diese Anforderungen die Bundesarbeitskonferenz des KDFB¹⁵ exemplarisch einige Aspekte einer handlungsorientierten Medien-Bildungsarbeit für Frauen vertieft und auf ihre Realisierung im Verband hin überprüft. „Hat die Kirche ein PR-Problem?“ Mit dieser provokativen Frage versucht Marianne Heimbach-Steins das Verhältnis von Mystik und Politik in der Mediengesellschaft zu reflektieren. Der Kern der Fragestellung ist, „ob die Kirche/die Glaubenden sich der Botschaft bewußt sind, die sie zu kommunizieren haben, nämlich eine Erfahrung geschenkter Freiheit in Gemeinschaft; denn das ist der Sinn von Kirche als *communio*, daß sie Ort geschenkter Freiheit ist; und sie muß sich daran messen lassen, ob sie dieses Evangelium, diese „gute Botschaft“ auch real darstellt. Gelingende Kommunikation in und mit der Kirche hängt vor allem davon ab, ob die Nachricht, die sie zu kommunizieren hat, in ihr gelebt wird; ob sie selbst diese Nachricht ist.“¹⁶ Das weitere Nachdenken über den Einsatz neuer Medien für kirchliche und

¹³ Renate Luca, Überlegungen zu einer feministischen Medienpädagogik, in: Wyberspace 47-61, hier: 55.

¹⁴ Ursula Hansen, Anknüpfungspunkte, 30. Vgl. auch Renate Luca, Überlegungen, 57.

¹⁵ 2.-4. Februar 1999 in Bendorf, vgl. auch KDFB (Hg.), Sprünge in Raum und Zeit - Frauen im Dialog über Gott und die Welt, Köln 1999.

¹⁶ Marianne Heimbach-Steins, Das Evangelium - keine gute Neuigkeit mehr? Mystik und Politik in der Mediengesellschaft. Vortrag bei der Bundesarbeitskonferenz des KDFB am 2.2.1999 (Manuskript, 2f.).

verbandliche Aufgaben müsse unter dieses Vorzeichen gestellt sein: Es kann „der Einsatz technischer Medien im Dienst des Evangeliums (z.B. zur Verbreitung von Anliegen weltweiter Solidarität) durchaus sinnvoll sein. Aber der Maßstab ist eben nicht, ob Kirche im Internet ist, sondern ob die Nutzung der Möglichkeiten des Internet der Erfahrung von geschenkter Freiheit in Gemeinschaft dient.“¹⁷

Handlungsorientierte Bildungsarbeit für Frauen im Medienzeitalter und christliche Weltgestaltung in Zeiten des Internet und der globalen Vernetzung sind die Herausforderungen der Zukunft. So wird mit dem Jahresschwerpunkt der Frauenbund auch beim 94. Deutschen Katholikentag auf der St.-Ansgar-Pilgerfahrt und in Hamburg präsent sein. Geplant ist ein virtueller Frauenkongress. Diese mediale Vernetzung könnte „Zeittelchen“ (Madeleine Delbrel) zusammenfügen und erfahrbar machen, daß in Gottes Zeit das Große und das Kleine, das Nahe und Ferne trotz aller Widersprüchlichkeiten zusammenpassen. Die geplante Initiative des KDFB zur Förderung der Medienkompetenz von Frauen, die angedachte experimentelle und kreative Medienarbeit im Rahmen des neuen Schwerpunktthemas sind dafür beredete Zeugnisse.

¹⁷ Ebd., 12f.

Der von der Deutschen Bischofskonferenz 1977 ins Leben gerufene Katholische Kinder- und Jugendbuchpreis hat neue Weichen gestellt. Während der Preis 1999 zum elften Mal verliehen wurde, konnten anlässlich des Festaktes die ab dem Jahr 2001 geltenden neuen Statuten vorgestellt werden.¹ Wichtigste Neuerung ist, dass der Preis ab dann jährlich verliehen werden soll. Nun gibt es zwar erneut Veränderungen, der Geist der Gründungsväter und -mütter aber bleibt erhalten. Dafür sind die drei Statuten beredtes Zeugnis, die im folgenden verglichen werden sollen. Das neue Statut des Kinder- und Jugendbuchpreises ist im Dokumentationsteil dieser Ausgabe von *Communicatio Socialis* zu finden.

1 Das Statut der Gründungszeit: 1977 – 1995

In der längeren Vorgeschichte des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises, die hier nicht nachgezeichnet werden kann, kam der notwendige Beschluss, eine solche Auszeichnung einzurichten, auf der Sitzung der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz am 11. Mai 1977, wonach die Kommission im Einvernehmen mit der Pastoralkommission der Vollversammlung empfiehlt, „einen Katholischen Kinderbuchpreis zu stiften, der alle zwei Jahre ... verliehen werden soll. Prämiert werden können Arbeiten, die die Aufgaben und Ziele der Kinderpastoral auf überzeugende Weise unterstützen, indem sie entweder in Erzählform auch den religiösen Bereich ansprechen oder in Sachbuchform religiöses Grundwissen kindgemäß vermitteln.“² Damals wurde ebenfalls angeregt, den Preis mit DM 10.000,00 zu dotieren. Dieser Empfehlung schloss sich der Ständige Rat der Deutschen Bischofskonferenz in seiner Sitzung am 29. August 1977 an und richtete offiziell den Kinderbuchpreis ein. Ein vorbereitetes Papier „wird im Sinne der Beschlussfassung als Statut abgefasst und der Ausschreibung und Verlei-

¹ Die Verleihung fand am 27. Oktober 1999 in Paderborn statt. Ausgezeichnet wurde das Werk von Henning Mankell, *Das Geheimnis des Feuers*, Friedrich Oetinger-Verlag: Hamburg 1997.

² Protokoll der Publizistischen Kommission vom 11. Mai 1977.

hung des Preises zu Grunde gelegt.“³ Geringfügige Überarbeitungen wurden durch die Zentralstelle Medien vorgenommen, der man die Geschäftsführung übertrug.

In dem Statut wird die Bezeichnung des Preises mit „Katholischer Kinderbuchpreis“ angegeben, der „herausragende Arbeiten auf dem Gebiet der religiösen Kinderliteratur auszeichnen“ soll. Insbesondere sind „nicht veröffentlichte Manuskripte zu berücksichtigen“, heißt es in der Präambel. Die Dotierung mit DM 10.000,00 sowie der Zweijahresrhythmus in der Ausschreibung und die Verleihung im Umfeld des Buchsonntags werden in § 1 festgelegt. § 2 regelt, dass nur solche Werke eingereicht werden dürfen, die in deutscher Sprache verfasst sind. § 3 bezieht sich auf die Zusammensetzung der Jury, die aus sieben Personen besteht: „1 Beauftragter der Deutschen Bischofskonferenz; 1 Mitglied der ‚katholischen Büchereiarbeit in Deutschland‘; 1 Mitglied des ‚Deutschen Katechetenvereins‘; 1 Mitglied des Lektorats ‚das neue buch/buchprofile‘; 1 Mitglied des Sachausschusses ‚Buch und Literatur‘ der Bundesarbeitsgemeinschaft katholisch-kirchlicher Büchereiarbeit; 1 Vertreter der Zentralstelle Pastoral der Deutschen Bischofskonferenz; 1 von der Jury zu kooptierenden fachkundigen Persönlichkeit.“ Die Mitglieder der Jury werden nach § 4 für sechs Jahre durch ihre jeweiligen Institutionen berufen und wählen aus ihrer Mitte einen Vorsitzenden. Die Geschäfte werden „im Auftrag der Publizistischen Kommission und der Pastoralkommission der Deutschen Bischofskonferenz von der Zentralstelle Medien wahrgenommen.“ § 5 klärt, dass die Modalitäten der Ausschreibung von der Jury festgelegt werden, § 6 regelt, dass die Jury ihre Beschlüsse mit einfacher Mehrheit fasst und bei Stimmgleichheit der Vorsitzende entscheidet. Der abschließende § 7 behandelt die Frage von Kostenerstattungen.

Insgesamt zeigte sich das Statut als solide Arbeitsgrundlage für die ersten Wettbewerbe. Die Ausschreibungstexte orientierten sich an diesem Statut. Auffallend ist, dass bereits zur ersten Ausschreibung eine Trias von Auswahlkriterien in die Ausschreibung aufgenommen wurde, die bis heute ihre Aktualität nicht verloren hat, wenn es heißt: „Ausgezeichnet werden deutschsprachige unveröffentlichte Manuskripte und Bücher (sofern sie nicht vor 1976 erschienen sind), die beispielhaft und altersgemäß

- religiöse Erfahrungen vermitteln
- Glaubenswissen erschließen
- christliche Lebenshaltungen verdeutlichen.“

³ Vorlage und Protokoll der 18. Sitzung des Ständigen Rates vom 29. August 1977. Das nachfolgend zit. Statut vgl. ebd.

In den folgenden Jahren wurde die Arbeitsweise der Jury mehrfach modifiziert, so dass sich mit der Zeit ein zunehmend klarer Rahmen ergab, welche Werke eingereicht werden konnten. Dies waren Erstererscheinungen aus den beiden vor dem Jahr der Preisverleihung liegenden Jahrgängen. Es war den Gründern des Preises ein Anliegen, Neuaufgaben eine realistische Chance einzuräumen, in dem Manuskripte akzeptiert wurden. Der Katholische Kinderbuchpreis galt als Möglichkeit zur Buch- und Autorenpromotion.

2 Das zweite Statut: 1995 – 1999

Der Katholische Kinderbuchpreis konnte in den folgenden Jahren eine wachsende Akzeptanz verbuchen. Trotzdem gab es Anlass, über eine Änderung der Statuten nachzudenken, um den Preis in seiner Attraktivität zu sichern. Wichtige Hinweise darauf lieferte die Wirkungsanalyse des Deutschen Jugendliteraturpreises, die 1988 vorgelegt wurde.⁴ Bei 25 bundesdeutschen Auszeichnungen in diesem Bereich rangiert die bischöfliche Auszeichnung auf Platz 9 und hat einen Bekanntheitsgrad von 27% bei Buchhändlern, Bibliothekaren, Deutschlehrern und Erziehern. Der Preis ist in Bibliotheken (38,6%) bekannter als in allgemeinen Buchhandlungen (31,2%). Den größten Bekanntheitsgrad hat die Auszeichnung in kirchlichen öffentlichen Büchereien ohne Kinder- und Jugendbuchabteilung (90,9%), in kirchlichen öffentlichen Büchereien mit Kinder- und Jugendbuchabteilung (85,7%), in Krankenhausbüchereien (59,2%) und in kommunalen öffentlichen Büchereien ohne Kinder- und Jugendbuchabteilung (41%). In der Untersuchung wird festgestellt, dass der kirchliche Preis zur großen Gruppe jener Auszeichnungen gehört, in der die Zielgruppe nicht an der Juryarbeit beteiligt ist. Der Preis ist aber deshalb von besonderem Interesse, weil neben seiner thematischen Ausrichtung auch Neuerscheinungen prämiert werden.

Trotz dieser allgemeinen Akzeptanz des Preises rund zehn Jahre nach seiner Einrichtung, die sich auch an der meist kontinuierlich steigenden Zahl von Einsendungen bemerkbar machte,⁵ sah die Publizistische Kommission den Zeitpunkt für gekommen, eine Anhebung des Preisgeldes auf

⁴ Vgl. Klaus Doderer/Cornelia Riedel, Der Deutsche Jugendliteraturpreis. Eine Wirkungsanalyse, Weinheim-München 1988.

⁵ Vgl. Auszüge aus der Einsendungsstatistik - 1979: 140 Einsendungen aus 39 Verlagen; 1983: 197 Einsendungen aus 60 Verlagen; 1989: 327 Einsendungen aus 83 Verlagen; 1995: 311 Einsendungen aus 75 Verlagen; 1999: 327 Einsendungen aus 76 Verlagen.

einen Gesamtbetrag von DM 15.000,00 zu empfehlen, was auf der Kommissionssitzung am 19. April 1989 geschah. Der Ständige Rat nahm diesen Vorschlag am 24./25. April 1989 an.⁶ Seit dem gilt der Preis im deutschsprachigen Raum als eine der am besten dotierten Auszeichnungen für ein Einzelwerk.

Weitere Neuerungen waren notwendig, um den Preis in der wachsenden Zahl von Würdigungen am Markt präsent zu halten. Dabei ging es vor allem um Überlegungen, den Namen „Katholischer Kinderbuchpreis“ zu verändern und Manuskripte vom Wettbewerb auszuschließen. Außerdem wurde überlegt, ob der Preis nicht auch jährlich verliehen werden sollte. Nach längeren Planungen konnte in der Sitzung der Publizistischen Kommission am 22. Februar 1995 eine Statutenänderung beschlossen werden, die vom Ständigen Rat auf seiner Sitzung am 24. April 1995 mit Wirkung zum 1. November 1995 in Kraft gesetzt wurde und so für die beiden Wettbewerbe 1997 und 1999 galt.⁷

Bereits die Präambel erfuhr eine wesentliche Erweiterung, in dem der Preis die neue Bezeichnung „Katholischer Kinder- und Jugendbuchpreis“ erhält und die bisher nur in der Ausschreibung aufgeführten Kriterien genannt werden. § 1 bleibt beim Verleihrhythmus von zwei Jahren, nennt aber die bereits 1989 beschlossene Höherdotierung von DM 15.000,00. Außerdem wird festgehalten, dass der Rechtsweg ausgeschlossen ist. § 2 regelt detaillierter als im ersten Statut die Werke, die eingereicht werden können: „Die Bücher, auf die sich der Preis bezieht, müssen in deutscher Sprache in den beiden Jahren vor dem Jahr der Preisverleihung erstmals erschienen sein.“ Diese Formulierung schließt damit Manuskripte vom Wettbewerb aus. Mit § 3 wird die Jury um zwei weitere Personen (insgesamt auf neun) ergänzt. Dabei handelt es sich um „einen vom Verband katholischer Verleger und Buchhändler benannten Buchhändler“ sowie um eine „von der Jury zu kooptierende fachkundige Persönlichkeit aus dem deutschsprachigen Ausland.“ Ansonsten bleibt es bei den entsendenden Institutionen des ersten Statuts und auch der entsprechenden Titulatur („einem Beauftragten der Deutschen Bischofskonferenz“, Mitgliedern der Institutionen). Ergänzt wird die Juryzusammensetzung um den Hinweis, dass dafür Sorge zu tragen sei, „dass zwei Mitglieder der Jury Theologen sind.“ § 4 reduziert die Amtsperiode der Jury von sechs auf vier Jahre, wobei mit einer Formulierung, nach der „zwei weitere Amtsperioden möglich sind“, die Wiederberufungen nicht wie bisher endlos fortgesetzt werden können. Eine asynchrone Berufung

⁶ Vgl. Protokoll der 75. Sitzung des Ständigen Rates vom 24./25. April 1989.

⁷ Vgl. Statut Katholischer Kinder- und Jugendbuchpreis, zit. nach Vorlage/Protokoll der 105. Sitzung des Ständigen Rates vom 24. April 1995.

der einzelnen Jurymitglieder wird gefordert, um so der Juryarbeit ein Höchstmaß an Kontinuität zu garantieren. Nach wie vor wird auch bei diesem Statut der Vorsitzende des Gremiums direkt von der Jury gewählt. In § 5 werden wie bisher die Modalitäten erwähnt, neu ist die hier doppelt aufgenommene Formulierung (vgl. § 1), dass der Rechtsweg ausgeschlossen ist. Die §§ 6 und 7 zur Verfahrensweise und der ehrenamtlichen Arbeit der Jury enthalten keine Veränderungen zum ersten Statut.

3 Das neue, seit dem 1. November 1999 in Kraft gesetzte Statut

Nachdem das Statut von 1995 zweimal angewendet worden war, sah die Publizistische Kommission in ihrer Sitzung am 11. November 1998 die Notwendigkeit, nochmals den Text zu überdenken. Dabei wurde ein neuer Versuch gemacht, bei einer weiteren Revision des Statuts vor allem die 1995 nicht umgesetzte Idee der jährlichen Preisverleihung zu realisieren. Mit einer solchen Maßnahme soll der Preis zu einer kontinuierlich in Jahresfrist wiederkehrenden Größe werden, die sich so auf dem Markt behaupten kann und nicht in jeder Ausschreibungs- und Verleihphase einen überhöhten Kraftaufwand an PR-Maßnahmen benötigt. Außerdem wird mit einer Veränderung der Ausschreibungszeiträume eine für Verlage und den Buchhandel wesentlich größere Aktualität erzielt. Schon bei der Statutenrevision 1995 wurde auf die Schwierigkeit hingewiesen, dass es für das Marketing eines Preisbuches problematisch ist, wenn dieses beispielsweise 1995 erscheint, aber erst 1997 ausgezeichnet wird. Ausführlich wurden in der Kommission Veränderungen erörtert, die eine Überarbeitung der Ausschreibungszeiträume unter Beibehaltung des zweijährigen Verleihrhythmus bis hin zu einer jährlichen Verleihung vorsahen. Drei Kriterien haben dabei die Suche nach einem neuen Statut bestimmt: Die Ausschreibungszeiträume mussten für Verlag und Handel optimiert werden. Der Zeitraum zwischen der Juryentscheidung und der Verleihung sollte erheblich reduziert werden, da es vom Gesichtspunkt der medialen Vermittlung immer schwierig war, die Juryentscheidung z.B. im Frühsommer bekannt zu geben, aber erst im Herbst den Preis zu verleihen. Außerdem sollte die Diskussion vor dem Hintergrund einer Stabilisierung der Attraktivität des Preises im Vergleich zu anderen Auszeichnungen geführt werden. Mit dem Statut versuchte man gleichzeitig die festgelegte Preisverleihung im Umfeld des Buchsonntags aufzuheben, um gegebenenfalls im Frühjahr (Leipziger Frühjahrsbuchmesse oder andere diözesane Frühjahrschwerpunkte) in einem säkularen Umfeld die Preisverleihung vorzunehmen. Nach den intensiven Vorarbeiten hat der

Ständige Rat in seiner Sitzung am 23. August 1999 das neue Statut verabschiedet und zum 1. November 1999 in Kraft gesetzt.⁸

Das Statut ist in den einzelnen Paragraphen neu gegliedert und mit Zwischenüberschriften versehen worden. Die Präambel mit dem wichtigen Neuhinweis auf die künftig jährliche Verleihung ist knapper als bei den bisherigen Statuten gehalten, dafür ist die Zielsetzung in § 1 neben den drei Hauptgesichtspunkten (religiöse Erfahrungen zu vermitteln, Glaubenswissen zu erschließen und christliche Lebenshaltungen zu verdeutlichen) um eine Formulierung erweitert worden, die eine möglichst umfassende Zahl von Verlagen und Autoren ansprechen möchte und den Blick für sozialetische und interreligiöse Aspekte schärfen soll, wobei der dezidiert christliche bzw. religiöse Bezug nicht aus dem Blick gerät: „Die ausgezeichneten Werke sollen das Zusammenleben von Gemeinschaften, Religionen und Kulturen fördern. Dabei muss die transzendente und damit religiöse Dimension erkennbar sein.“ § 2 regelt die Beteiligung am Wettbewerb, bei dem auch künftig Manuskripte ausgeschlossen bleiben. § 3 nennt die Preiskategorien. Aufgrund der jährlichen Verleihung wird nur noch davon gesprochen, dass der Preis dotiert ist.⁹ Eine wichtige schriftliche Neuerung – die bisher aber schon praktiziert wurde – ist der Hinweis, dass der Preis ausdrücklich geteilt werden kann „und sowohl Autoren als auch Illustratoren und Übersetzer angemessen berücksichtigt. Der Preis wird nicht vergeben, wenn keine der eingereichten Arbeiten im Sinne der Ausschreibung voll überzeugt“. § 4 regelt die Ausschreibungsmodalitäten und den Ausschluss des Rechtswegs. In § 5 werden die möglichen Teilnehmer gezielt erwähnt: „Verlage, Institutionen und Privatpersonen können erzählende Literatur und Sachtexte für Kinder oder Jugendliche einreichen ...“ Der folgende § 6 betrifft die Zusammensetzung der Jury. Die Institutionen haben sich – bis auf eine Angleichung neuer Titulaturen – im Vergleich zum Statut von 1995 nicht verändert, auch nicht die Berufung von Theologen und die Dauer der Amtsperioden. Die ehrenamtliche Tätigkeit, die bisher in einem eigenen Paragraphen aufgeführt wurde, ist jetzt unter § 6 subsumiert. Hier wird

⁸ Vgl. Statut Katholischer Kinder- und Jugendbuchpreis, zit. nach Vorlage/Protokoll der 127. Sitzung des Ständigen Rates vom 23. August 1999. Das neue Statut ist in dieser Ausgabe von ComSoc ab S. 96 dokumentiert.

⁹ Da die Preissumme beim zweijährigen Verleihrhythmus mit DM 15.000,00 nicht jährlich beibehalten werden kann, hat die Publizistische Kommission auf ihrer Sitzung am 9./10. Februar 1999 vorbehaltlich einer Zustimmung der Statutenänderung durch den Ständigen Rat beschlossen, den Preis zunächst jährlich mit einer Summe von DM 10.000,00 zu bedenken, d.h. innerhalb von zwei Jahren wird die bisherige Preissumme um DM 5.000,00 angehoben. Vgl. Protokoll der Publizistischen Kommission vom 9./10. Februar 1999.

ferner die Arbeitsweise der Jury wie im früheren § 6 zusammengefasst und ausdrücklich festgelegt, dass „die Vertretung der Jury in der Öffentlichkeit und die Geschäfte der Jury von der Zentralstelle Medien wahrgenommen werden.“ Neu ist, dass das bisher als „Beauftragter der Deutschen Bischofskonferenz“ bezeichnete Mitglied der Jury umgewidmet wird in ein „Mitglied der Deutschen Bischofskonferenz als Vorsitzender“. Damit ist künftig die Präsenz eines bischöflichen Vertreters in der Jury gesichert, der die Juryentscheidungen zur Annahme dem Ständigen Rat mitteilen und dort ggf. vertreten kann. Seit der Gründung des Preises wird das Votum der Jury dem Ständigen Rat zur Verabschiedung übergeben, da die Bischofskonferenz Stifterin des Preises ist. § 6 legt dazu fest, dass die „Entscheidungen in nichtöffentlichen Sitzungen getroffen und dem Ständigen Rat der Deutschen Bischofskonferenz zum Beschluss vorgelegt werden. Die dort getroffene Entscheidung ist endgültig und schließt den Rechtsweg aus.“ Neu ist § 7, der die Beteiligung von Juroren am Wettbewerb ablehnt. § 8 zeigt an, dass der Preis „in der Regel vom Vorsitzenden der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz im Frühjahr eines auf den Ausschreibungszeitraum folgenden Jahres verliehen“ wird. Die ausdrückliche Nennung des Frühjahrs löst den Preis vom Buchsonntag, der medial und logistisch nur schwierig in die Wettbewerbe zu integrieren war. Mit dieser Neuregelung kann sich die Jury künftig auf die Auswahl jener Produktionen konzentrieren, die ausschließlich im Vorjahr erschienen sind. Durch diesen Schritt erhält der Preis eine wesentlich höhere Aktualität als bei früheren Ausschreibungen.

Insgesamt zeigt sich das neue Statut des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises als solides Grundlagenwerk, das den veränderten Maßstäben auf dem breiten Feld von Auszeichnungen gerecht wird. Die Erfahrungen der beiden ersten Statuten, vor allem aber die Erfahrungen der Juryarbeit nach insgesamt elf Preisverleihungen spiegeln sich in diesem neuen Statut wider. Mit der jährlichen Verleihung vermag der von der Deutschen Bischofskonferenz in ihrer Sorge für das Segment von religiös geprägter bzw. motivierter Kinder- und Jugendliteratur gestiftete Preis seine Marktpräsenz zu halten. Nach einer Übergangszeit für die dem letzten Wettbewerb folgende Verleihung von anderthalb Jahren wird der nächste Preis im Frühjahr 2001 vergeben und berücksichtigt dabei noch die Einreichungsjahre der Produktionen von 1999 und 2000. Im Jahre 2001 werden dann jene Werke eingereicht, die im selben Jahr auf den Markt kommen und bei der Verleihung im Frühjahr 2002 gewürdigt werden.

Medien: Blick nach vorne

Anmerkungen zur Papstbotschaft anlässlich des 34. Welttags der Sozialen Kommunikationsmittel

Am Patronatsfest der Journalisten, dem Gedenktag des hl. Franz von Sales am 24. Januar 2000, hat Papst Johannes Paul II. die Botschaft zum 34. Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel veröffentlicht, die in dieser Ausgabe von *Communicatio Socialis* dokumentiert ist. Während der Mediensonntag weltweit am 4. Juni 2000 begangen wird, findet er in Deutschland am 10. September 2000 statt. Im folgenden werden einige theologische Anmerkungen zu dieser Botschaft versucht, die unter dem Leitwort „Zu Beginn des neuen Jahrtausends Christus in den Medien verkünden“ steht.

1 Das Heilige Jahr und seine mediale Herausforderung

Nachdem die Öffnung der Heiligen Pforte am 24. Dezember 1999 zu einem der größten und von den Medien am intensivsten wahrgenommenen Ereignis zum Auftakt des Heiligen Jahres geworden ist, dem am 18. Januar 2000 die Öffnung der Heiligen Pforte in St. Paul vor den Mauern als weiteres Medienevent folgte, ist das Anno Santo in den Medien ein offensichtlich gern aufgenommenes Dauerthema. Hörfunk, Film und Fernsehen, auch das Internet versuchen kompakt und informativ über das Heilige Jahr zu berichten. Bereits die letzten beiden Heiligen Jahre 1950 und 1975 sowie das Außerordentliche Heilige Jahr 1983 hatten das mediale Interesse herausgefordert, noch nie ist allerdings ein Heiliges Jahr von einem so intensiven Medienengagement wie zum gegenwärtigen Zeitpunkt begleitet worden. In Rom sind Sonderbüros am Vatikan und bei der Vereinigung ausländischer Journalisten, aber auch bei der Stadtverwaltung Rom ausschließlich für Medienfragen zum Heiligen Jahr eingerichtet worden. Zu keiner Zeit wurden so viele Gottesdienste in einem Jahr per Mondovision übertragen wie es im Heiligen Jahr 2000 sein wird, das sich in vielerlei Hinsicht zu einem Jubeljahr der Superlative entwickelt. Journalisten und Medienleute sind also gefragt. Diesem Berufszweig und seiner damit verbundenen hohen Verantwortung in der Gestaltung öffentlicher Meinung misst Papst Johannes Paul II. eine besondere Bedeutung zu.

Die diesjährige Botschaft zum Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel stellt der Papst deshalb unter den vorrangigen Auftrag der Medien:

Sie sollen Christus verkünden, d.h. über alle berichtenswerten Ereignisse hinaus darf die Botschaft (auch nach dem Heiligen Jahr) in den Medien nicht vergessen werden. Der Text von Johannes Paul II. reiht sich in die Botschaften der vergangenen drei Vorbereitungsjahre auf das Heilige Jahr ein, die jeweils einer trinitarischen Person gewidmet waren.¹ Für Johannes Paul II. gipfelt die trinitarische Wirklichkeit in Christus dem gestern, heute und immer Gegenwärtigen, so wie das Motto des Heiligen Jahres dem Hebräerbrief (Hebr 13,8) entlehnt ist. Deshalb stellt er diesen Christus in den Mittelpunkt der Botschaft für jene, die in den Medien tätig sind.

2 Verkündigung als Perspektive: Die Papstbotschaft

In deutlichen Worten fordert Johannes Paul II., den „Blick nach vorne zu richten, auf die Herausforderungen, denen wir uns gegenüber sehen, und zugleich zurückzublicken auf die Anfänge des Christentums, um daraus das Licht und den Mut zu schöpfen, die wir so nötig haben.“ Für den Papst ist es also eine doppelte Bewegung, die die Medien vollziehen müssen: Rück- und Ausblick. Die Botschaft liest sich wie eine Katechese, die den Verkündigenden am Mediensonntag sehr ans Herz zu legen ist. Verkündigung bedeutet im Sinne des Papstes in aller erster Linie, eine Antwort auf den Auftrag zu geben, der einem erteilt wird. Medien unterliegen damit einer zutiefst kommunikativen Bestimmung, Antworten auf die Fragen der Menschheit zu finden und diese entsprechend zu vermitteln. Johannes Paul nutzt dafür ein Bild, das zum Pilgergedanken des Heiligen Jahres passt, die Geschichte der Kommunikation gleiche einer Reise: Von der Sprachverwirrung in Babylon, die dem Ende jeder Form von Kommunikation gleichkommt, wird der Bogen in der Heilsgeschichte zum Pfingstgeschehen auf dem Zion gespannt, wo Kommunikation durch Eingabe gelingt und so wieder hergestellt wird. Hier zeigt sich Gott als der Kommunikator schlechthin, in dem er - durch den Heiligen Geist, dem Medium göttlicher Kommunikation - die Sprachen zur Verständigung befördert: „Der auferstandene Herr wird selbst zu einem Medium echter Kommunikation“, betont der Papst. Aus diesem Geschehen - überschlägt man einmal die weiteren bibel- und pastoraltheologischen

¹ Vgl. zuletzt für das Gott-Vater-Jahr: Matthias Kopp, Von der freundschaftlichen Stütze zur Mahnung vor einer neuen Gottvergessenheit, in: ComSoc 32 (1999) 33-38. Zu den Vorbereitungsjahren vgl. Apostolisches Schreiben „Tertio millennio adveniente“ vom 10.11.1994 = Sekretariat der Dt. Bischofskonferenz (Hg.), Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls Nr. 119 (Bonn 1994).

Äußerungen der Botschaft - leitet sich der christliche Handlungsauftrag ab, nämlich dass der Christ auch nach 2000 Jahren Geschichte die Verpflichtung besitze, Christus zu verkünden, also Zeugnis zu geben. Medien sind so verstanden Zeugnisinstrumente, die - wie es das Konzil und die Pastoralinstruktion „Communio et progressio“ fordern - als Mittel der Suche nach der Wahrheit eingesetzt werden.

Der Papst sieht diesen Zeugnischarakter generell für den Medienbereich, aber zugleich bei jedem Einzelnen. Unmissverständlich stellt er deshalb fest, dass neben den herkömmlichen Formen der Verkündigung diese „auch in und durch die Medien stattfinden“ müsse. Diese Forderung haben das Konzil und seitdem zahlreiche päpstliche Botschaften anlässlich der Welttage der Sozialen Kommunikationsmittel formuliert, es kann also keine einseitig auf die Kanzel fixierte Verkündigung geben, sondern ebenso eine Verkündigung auf dem Markt der Medien, die einen nicht zu unterschätzenden Einfluss ausüben, wie Johannes Paul II. zusätzlich bemerkt. Auffallend ist die Terminologie der Botschaft: Sie spricht nur von einer sich abzeichnenden Informationsgesellschaft als einer „echten Kulturrevolution“ - letztlich ist diese Feststellung für den europäischen und nordamerikanischen Raum kaum noch haltbar, hat sich als neue Terminologie der Folgegesellschaft zur Informationsgesellschaft bereits die „Wissensgesellschaft“ etabliert.

Wo Informationen vermittelt werden, geschieht das in erster Linie über Erfahrungen: „Für viele Menschen ist die Erfahrung dessen, was Leben ist, heute weitgehend eine durch die Medien vermittelte Erfahrung ... Die Verkündigung sollte Teil dieser Erfahrung sein“, schreibt der Papst.² Zur Vermittlung von Erfahrungen beschränkt sich die Papstbotschaft allerdings auf die herkömmlichen Bereiche wie Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunk und Fernsehen. Eine nähere Differenzierung des in der Botschaft nur allgemein benutzten Begriffs „andere Medien“ in die Bereiche Film und Internet geschieht nicht. Wichtig ist allerdings, dass der Papst die „Entwicklung neuer Medien und Methoden der Verkündigung“ fordert und gleichzeitig von der Kirche erwartet, die Chance zu nutzen, „die sich in den weltlichen Medien bietet“.

Auffallend ist in der Botschaft, dass Johannes Paul II. knapper als sonst, einige negative Auswirkungen der Medien benennt. Es bedürfe „dringend einer Art ‚Gewissensprüfung‘ auf seiten der Massenmedien, die zu einem kritischeren Erkennen eines Vorurteils oder mangelnden Respekts gegenüber den religiösen und moralischen Überzeugungen der

² Zum Erfahrungsbegriff, der auch auf die Medien übertragbar ist, vgl. zuletzt Hermann Josef Spital, *Gott lässt sich erfahren* (Trier - Köln 1995) 15-33 sowie ders., *Gott, der uns Raum gibt* (Trier 1999) 87-97.

Menschen führt“. Gleichzeitig würdigt er die ungeheuren Chancen im Medienbereich. Dort wo die Medien sich für Ausgegrenzte einsetzen, geschehe eine „verborgene Verkündigung des Herrn“. Genauso müsse es aber auch eine ausdrückliche Verkündigung geben, das Flaggezeigen und der explizite Einsatz der Verkündigung sind also gefragt. Dem Papst geht es in seiner Botschaft um den Zeugnischarakter der Medien und die damit verbundenen Herausforderungen im Bereich medialer Verkündigung. Das Vermitteln von christlichen Erfahrungen in den Medien und die daraus resultierenden Aufgaben sieht Johannes Paul II. (eine mutige und von römischer Seite wichtige Forderung für die Zukunft) nur in einer beruflichen Fachausbildung und in einer persönlichen Beziehung zur Kirche gewährleistet. Der Medienverantwortliche und der Medienschaffende sind für ihn in erster Linie Multiplikatoren, eine Botschaft voranzutreiben: „Christus zu verkünden ist nicht bloß eine verpflichtende Aufgabe, sondern ein Privileg“, heißt es in der Botschaft.

Das Wort zum 34. Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel versucht, Handlungsoptionen in allgemeiner Sprache zu formulieren. Der medienpastorale Einsatz der Kirche, der den Blick nach vorne richten will, wird in dieser Botschaft inhaltlich forciert. Gleichzeitig wird dazu ermuntert, methodologisch und inhaltlich neue Wege aufzuzeigen.

Katholischer Kinder- und Jugendbuchpreis. Statut 1999

Präambel

Die Deutsche Bischofskonferenz schreibt seit 1977 einen Preis für herausragende Werke auf dem Gebiet der Kinder- und Jugendliteratur aus. Der Preis trägt den Namen "Katholischer Kinder- und Jugendbuchpreis" und wird von der Deutschen Bischofskonferenz gestiftet und jährlich verliehen.

§ 1 Zielsetzung

Der Preis wird für Arbeiten in der Kinder- und Jugendliteratur verliehen, die beispielhaft und altersgemäß christliche Lebenshaltungen verdeutlichen, religiöse Erfahrungen vermitteln und Glaubenswissen erschließen. Die ausgezeichneten Werke sollen das Zusammenleben von Gemeinschaften, Religionen und Kulturen fördern. Dabei muß die transzendente und damit religiöse Dimension erkennbar sein.

§ 2 Beteiligung

Zugelassen sind Bücher in deutscher Sprache, die in dem Jahr vor dem Jahr der Preisverleihung erstmals erschienen sind. Manuskripte sind vom Wettbewerb ausgeschlossen.

§ 3 Preiskategorien

Der Preis ist dotiert. Er kann geteilt werden und sowohl Autoren als auch Illustratoren und Übersetzer angemessen berücksichtigen. Der Preis wird nicht vergeben, wenn keine der eingereichten Arbeiten im Sinne der Ausschreibung voll überzeugt.

§ 4 Ausschreibung

Der Preis wird öffentlich mit Angabe des Einsendetermins und mit Hinweis auf den Ausschluß des Rechtsweges ausgeschrieben. Die Ausschreibung erfolgt durch die Geschäftsstelle des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises in der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz auf der Grundlage dieses Statuts. Im übrigen werden die Modalitäten der Ausschreibung von der Jury festgelegt, ebenso die Geschäftsordnung.

§ 5 Teilnahme

Verlage, Institutionen und Privatpersonen können erzählende Literatur und Sachtexte für Kinder oder Jugendliche einreichen, die den in § 1

genannten Kriterien entsprechen. Die Werke müssen in zehn Exemplaren eingereicht werden. Versand- und Versicherungskosten der Einsendungen gehen zu Lasten des Einsenders.

§ 6 Jury

Über die Verleihung des Preises entscheidet eine Jury. Sie setzt sich aus neun Personen zusammen, die wie folgt zu berufen sind:

- ein Mitglied der Deutschen Bischofskonferenz als Vorsitzender sowie je ein benannter Vertreter
 - vom Borromäusverein,
 - vom St. Michaelbund,
 - vom „Deutschen Katechetenverein“,
 - vom Redaktionsbeirat „Buchprofile“,
 - von der Zentralstelle Pastoral der Deutschen Bischofskonferenz,
 - vom Verband katholischer Buchhändler und Verleger e.V. (aktiver Buchhändler)
- sowie
- eine von der Jury zu kooptierende fachkundige Persönlichkeit,
 - eine von der Jury zu kooptierende fachkundige Persönlichkeit aus dem deutsch-sprachigen Ausland.

Zwei Mitglieder der Jury sollen Theologen sein.

Die Mitglieder der Jury werden jeweils für vier Jahre von der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz berufen. Zwei weitere Amtsperioden von jeweils vier Jahren sind möglich. Die Berufung der Jurymitglieder soll zeitversetzt erfolgen.

Die Jury ist ehrenamtlich tätig. Aufwendungen für Porto, Fahrtkosten, Preisverleihung usw. werden von der Zentralstelle Medien erstattet.

Der Vorsitzende der Jury lädt zu den Sitzungen ein. Die Vertretung der Jury in der Öffentlichkeit und die Geschäfte der Jury werden von der Zentralstelle Medien wahrgenommen.

Die Jury fällt ihre Entscheidungen unabhängig und mit einfacher Mehrheit der anwesenden Mitglieder. Schriftliche Voten abwesender Mitglieder sind in angemessener Weise zu berücksichtigen. Bei Stimmgleichheit entscheidet der Vorsitzende. Der Vorsitzende kann ein Mitglied der Jury oder die Geschäftsführung mit seiner Vertretung beauftragen. Die Entscheidungen werden in nichtöffentlichen Sitzungen getroffen und dem Ständigen Rat der Deutschen Bischofskonferenz zum Beschluß vorgelegt. Die dort getroffene Entscheidung ist endgültig und schließt den Rechtsweg aus.

§ 7 Ausschluß

Werke von Juroren sind von der Teilnahme am Wettbewerb ausgeschlossen.

§ 8 Preisverleihung

Der Preis wird in der Regel vom Vorsitzenden der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz im Frühjahr eines auf den Ausschreibungszeitraum folgenden Jahres verliehen.

§ 9 Inkraftsetzung

Das Statut des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises in seiner überarbeiteten Fassung wird nach Beratung in der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz vom Ständigen Rat der Deutschen Bischofskonferenz zum 01.11.1999 in Kraft gesetzt.

Beschlossen von der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz am 19. Mai 1999 in Mainz.

Vom Ständigen Rat der Deutschen Bischofskonferenz auf seiner Sitzung am 23. August 1999 in Würzburg mit Wirkung zum 1. November 1999 in Kraft gesetzt.

„Zu Beginn des neuen Jahrtausends Christus in den Medien verkünden“

Botschaft zum 34. Welttag der Sozialen
Kommunikationsmittel

Liebe Schwestern und Brüder!

Das Thema des 34. Welttages der Sozialen Kommunikationsmittel, zu *Beginn des neuen Jahrtausends Christus in den Medien verkünden*, ist eine Einladung, unseren Blick nach vorne zu richten, auf die Herausforderungen, denen wir uns gegenüber sehen, und zugleich zurückzublicken auf die Anfänge des Christentums, um daraus das Licht und den Mut zu schöpfen, die wir so nötig haben. Wesenskern der Botschaft, die wir verkünden, ist immer Jesus selbst: „Denn vor ihm steht die ganze Menschheitsgeschichte: unsere Gegenwart und die Zukunft der Welt werden von seinem Dasein erleuchtet“ (Verkündigungsbulle des Großen Jubiläums des Jahres 2000 *Incarnationis mysterium*, 1).

Die ersten Kapitel der Apostelgeschichte enthalten eine eindrucksvolle Schilderung der Verkündigung Christi durch seine Jünger, einer Verkündigung, die zugleich spontan, von Glauben erfüllt und überzeugend ist und durch die Kraft des Heiligen Geistes geschieht.

Das Erste und Wichtigste dabei ist: Die Jünger verkünden Christus als Antwort auf den Auftrag, den er ihnen erteilt hat. Vor seiner Himmelfahrt sagte er zu den Aposteln: „Ihr werdet meine Zeugen sein in Jerusalem und in ganz Judäa und Samarien und bis an die Grenzen der Erde“ (Apg 1,8). Und obwohl es „ungelehrte und einfache Leute waren“ (Apg 4,13), reagierten sie unverzüglich und mit selbstloser Hingabe.

Nachdem die Apostel zusammen mit Maria und anderen Jüngern des Herrn eine Zeitlang im Gebet verbracht hatten und auf Eingebung des Geistes hin handelten, begannen sie zu Pfingsten ihr Verkündigungswerk (vgl. Apg 2). Beim Lesen dieses erstaunlichen Geschehens werden wir daran erinnert, dass die Geschichte der Kommunikation einer Reise gleicht: Sie führt von dem hochmutgeleiteten Vorhaben des Turmbaus zu Babel und dessen Folge, dem Absturz in die Sprachenverwirrung und die Unmöglichkeit gegenseitiger Verständigung (vgl. Gen 11,1-9), hin zu Pfingsten und zur Gabe des Zungenredens und damit zu einer Wiederherstellung der Kommunikation durch das Wirken des Heiligen Geistes, in deren Mittelpunkt Jesus steht. Die Christusverkündigung führt daher zu einer Begegnung in Glaube und Liebe unter den Menschen im tiefsten Grunde ihres Menschseins. Der auferstandene Herr wird selbst zu einem

Medium echter Kommunikation zwischen seinen Brüdern und Schwestern im Geist.

Pfingsten ist nur der Anfang. Nicht einmal durch die Androhung von Repressalien lassen sich die Apostel davon abhalten, den Herrn zu verkünden: „Wir können unmöglich schweigen über das, was wir gesehen und gehört haben“, sagen Petrus und Johannes vor dem Hohen Rat (Apg 4,20). Und tatsächlich werden die Gerichtsverfahren selbst zu einem Mittel der Mission. Als nach dem Märtyrertod des Stephanus eine schwere Verfolgung über die Kirche in Jerusalem hereinbrach und sich die Anhänger Christi zur Flucht gezwungen sahen, „zogen jene, die zerstreut worden waren, umher und verkündeten das Wort“ (Apg 8,4).

Der lebendige Kern der Botschaft, welche die Apostel verkünden, ist die Kreuzigung und Auferstehung Christi, das Leben, das über Sünde und Tod gesiegt hat. So erzählt Petrus dem Hauptmann Cornelius und seinem Haus: „Ihn haben sie an den Pfahl gehängt und getötet. Gott aber hat ihn am dritten Tag auferweckt und hat ihn erscheinen lassen. ... Und er hat uns geboten, dem Volk zu verkündigen und zu bezeugen: Das ist der von Gott eingesetzte Richter der Lebenden und der Toten. Von ihm bezeugen alle Propheten, dass jeder, der an ihn glaubt, durch seinen Namen die Vergebung der Sünden empfängt“ (Apg 10,39-43).

Es versteht sich von selbst, dass sich in zweitausend Jahren die Verhältnisse gewaltig verändert haben. Dennoch besteht noch immer dieselbe Notwendigkeit, Christus zu verkünden. Die Aufgabe, Zeugnis zu geben vom Tod und der Auferstehung Jesu und von seiner erlösenden Gegenwart in unserem Leben, ist für uns genauso wirklich und dringend geboten wie für die ersten Jünger. Wir müssen allen, die zu hören bereit sind, die Frohe Botschaft erzählen.

Die direkte, persönliche Verkündigung - d.h. daß ein Mensch einem anderen den Glauben an den auferstandenen Herrn mitteilt - ist ganz wesentlich. Es gibt freilich auch andere herkömmliche Formen der Verbreitung des Gotteswortes. Doch neben diesen muss heute Verkündigung auch in und durch die Medien stattfinden. „Die Kirche würde vor ihrem Herrn schuldig, wenn sie nicht diese machtvollen Mittel nützte“ (Papst Paul VI., Apostol. Schreiben *Evangelii nuntiandi*, 45).

Der Einfluss der Medien in der heutigen Welt kann kaum hoch genug eingeschätzt werden. Die sich abzeichnende Informationsgesellschaft ist eine echte Kulturrevolution, die die Mittel der sozialen Kommunikation zum „ersten Areopag der neuen Zeit“ macht (Enzyklika *Redemptoris missio*, 37), wo man sich ständig über Fakten, Ideen und Werte austauscht. Die Menschen kommen durch die Medien mit anderen Menschen und Ereignissen in Kontakt und bilden sich ihr Verständnis vom Sinn des Lebens. Für viele Menschen ist die Erfahrung dessen, was Leben ist,

heute weitgehend eine durch die Medien vermittelte Erfahrung (vgl. Päpstl. Rat für die Sozialen Kommunikationsmittel, *Aetatis novae*, 2). Die Verkündigung Christi sollte Teil dieser Erfahrung sein.

Die Kirche muss bei der Verkündigung des Herrn natürlich tatkräftig und geschickt ihre eigenen Kommunikationsmittel einsetzen: Bücher, Zeitungen und Zeitschriften, Rundfunk, Fernsehen und andere Medien. Katholische Medienleute sollten mutig und kreativ sein bei der Entwicklung neuer Medien und Methoden der Verkündigung. Doch so weit als möglich müsste die Kirche auch die Chancen nützen, die sich in den weltlichen Medien bieten.

Die Medien tragen bereits auf vielerlei Weise zur geistlichen Bereicherung bei; zum Beispiel die zahlreichen Sonderprogramme, die während des Jahres des Großen Jubiläums über Satellit für ein weltweites Fernsehpublikum ausgestrahlt werden. In anderen Fällen jedoch nähren sie die Gleichgültigkeit, ja die Feindseligkeit gegenüber Christus und seiner Botschaft, die in manchen Bereichen der weltlichen Kultur bestehen. Oft allerdings bedarf es dringend einer Art „Gewissensprüfung“ auf Seiten der Massenmedien, die zu einem kritischeren Erkennen eines Vorurteils oder mangelnden Respekts gegenüber den religiösen und moralischen Überzeugungen der Menschen führt.

Mediendarbietungen, die unsere Aufmerksamkeit auf echte menschliche Bedürfnisse, besonders auf jene der Schwachen, Verletzlichen und Ausgegrenzten lenken, können eine verborgene Verkündigung des Herrn sein. Aber außer verborgener Verkündigung sollten christliche Medienleute auch nach Wegen suchen, um ausdrücklich vom gekreuzigten und auferstandenen Jesus, von seinem Sieg über Sünde und Tod zu sprechen, und das auf eine Weise, die dem jeweiligen Medium und dem Aufnahmevermögen des Publikums angepasst ist.

Das verlangt, wenn es gut sein soll, berufliche Fachausbildung und Erfahrung. Doch es erfordert noch etwas mehr. Um von Christus Zeugnis zu geben, muss man ihm selbst begegnen und eine echte Beziehung zu ihm festigen durch Gebet, Eucharistie und Sakrament der Versöhnung, durch Lesen und Betrachten des Wortes Gottes, durch das Studium der christlichen Lehre und durch den Dienst an den anderen. Und wenn unser Tun wahrhaftig ist, wird es immer viel mehr das Werk des Geistes als unser eigenes Werk sein.

Christus zu verkünden ist nicht bloß eine verpflichtende Aufgabe, sondern ein Privileg. „Der Gang der Gläubigen in das dritte Jahrtausend leidet keineswegs unter einer Ermüdung, wie sie die Last von zweitausend Jahren Geschichte mit sich bringen könnte; vielmehr fühlen sich die Christen ermuntert durch das Bewusstsein, der Welt das wahre Licht zu bringen: Jesus Christus, den Herrn. Wenn die Kirche Jesus von Nazaret

als wahren Gott und vollkommenen Menschen verkündet, eröffnet sie jedem Menschen die Aussicht, ‚vergöttlicht‘ und damit mehr Mensch zu werden“ (*Incarnationis mysterium*, 2).

Das Große Jubiläum des 2000. Jahrestages der Geburt Jesu in Betlehem muss für die Jünger des Herrn Gelegenheit und Herausforderung sein, in den und durch die Medien Zeugnis zu geben von der überwältigenden und ermutigenden Frohen Botschaft unserer Erlösung. Mögen die Medien in diesem „Gnadenjahr“ deutlich und mit Freude Jesus selbst eine Stimme geben in Glauben, Hoffnung und Liebe. Die Verkündigung Christi in den Medien bei Anbruch des neuen Jahrtausends gehört ja nicht nur unverzichtbar zum Evangelisierungsauftrag der Kirche; sie ist auch eine lebendige, inspirierende und hoffnungsvolle Bereicherung der Botschaft der Medien. Gott möge alle diejenigen reich segnen, die seinen Sohn, unseren Herrn Jesus Christus, in der weiten Welt der sozialen Kommunikationsmittel ehren und verkünden.

24. Januar 2000

Johannes Paul II.

AFRIKA

Burkina Faso

Radio Pulsar ist der *Vereinigung katholischer privater Radiosender* in Afrika beigetreten, die über die Bank für Radiosendungen einen Programmaustausch zwischen acht afrikanischen Ländern durchführen. Zu der Vereinigung gehören außerdem Radio Anfani (Niger), Radio Sud FM (Senegal), Radio Tabale (Mali), Radio Femmes Solidarite (Elfenbeinküsten), Radio Golfe FM (Benin), Radio Korail (Madagaskar) und das Studio Ijamba (Burundi). Die Programme können kostenlos über Internet abgerufen werden (www.one.world.org/panos_audio Panos at cefib.com).

Elfenbeinküste

Im Zuge der Deregulierung der Radiowellen hat die Regierungskommission je eine Welle den Katholiken, Protestanten und Muslimen zugeteilt. Auf katholischer Seite wurde der Antrag des National Catholic Radio genehmigt.

Sierra Leone

Im westafrikanischen Bürgerkriegsland Sierra Leone ist nach Angaben der Journalistenorganisation „Reporter ohne Grenzen“ die *Meinungsfreiheit* durch ein neues Pressegesetz *stark eingeschränkt* worden. Bisherige Not-

standsregelungen seien in das Gesetz übertragen worden, erklärte die Organisation in Paris. Nach RSF-Informationen werde durch das Gesetz verboten, „Berichte zu veröffentlichen, die die öffentliche Ruhe, Sicherheit und Ordnung beeinträchtigen könnten“. Eine so allgemein formulierte Klausel sei ein Verstoß gegen die in der UN-Menschenrechtskonvention verankerte Meinungsfreiheit, erklärte RSF.

NORD- UND LATEINAMEIKA

Brasilien

Über 200 Teilnehmer aus 17 lateinamerikanischen Ländern nahmen am 5. Jahrestreffen der privaten Rundfunksender in Aitbaia (Sao Paolo) teil. Die von der National Organisation of Community Radio veranstaltete Tagung forderte den *Ausbau des privaten Rundfunkwesens* als „demokratisches Recht im Dienst der Demokratie“.

Kuba

Der neue Bischof von Santa Clara, Arturo Gonzalez Amador, hat eine *ungewöhnliche Medien-Initiative* ergriffen: Er will sich von den Behörden ein kirchliches Radioprogramm genehmigen lassen, das einmal wöchentlich ausgestrahlt werden soll.

USA

Die US-Nachrichtenagentur UPI hat ihren Radiodienst an die Konkurrentin AP verkauft. UPI will sich auf Nachrichten im Internet konzentrieren. Die Agentur stand in den vergangenen Jahren mehrfach vor der Pleite. Seit 1992 gehört sie einem saudi-arabischen Medienkonzern.

Für rund 53 Prozent aller US-Bürger geht die Pressefreiheit in ihrem Land zu weit. Dies geht aus einer in der US-Presse veröffentlichten Umfrage unter 1.001 Erwachsenen hervor. Bei der letzten derartigen Befragung 1997 lag diese Zahl bei 37 Prozent. Experten führten die kritischere Haltung gegenüber der Pressefreiheit auf die Berichterstattung über den Skandal um Monika Lewinsky zurück. So forderten auch fast zwei Drittel der Befragten, die Presse sollte nicht in das Privatleben öffentlicher Amtsträger eindringen. Die Umfrage wurde von der „pro-First Amendment-Stiftung“ in Auftrag gegeben, die sich für die Grundrechte der Presse-, Rede-, Religions-, Versammlungs- und Petitionsfreiheit einsetzt. Mit Blick auf die Religionsfreiheit waren über zwei Drittel der Ansicht, Lehrer sollten in Schulen auch Gebete zulassen dürfen.

ASIEN

Indien

Eine Fernsehproduktionsstätte hat der Erzbischof von Trichur (Kerala) eröffnet, die ein Satellitenfernsehprogramm für Kerala ausstrahlen soll.

Über 70 Lehrer und Jugendführer haben am ersten Studienseminar über Medienkunde in Tipura (Diözese Argatala) teilgenommen, das vom North Eastern Social Communications-Büro durchgeführt wurde. Das Medienbüro wurde von den Bischöfen der zehn nordöstlichen Bistümer gegründet und wird in allen Bistümern jährlich drei Mediens Schulungen durchführen.

Die Bedeutung der Medienerziehung stand im Mittelpunkt des 2. Kongresses Asiatischer Theologen, an dem in Bangalore über 1.000 katholische, protestantische und orthodoxe Theologen teilnahmen. Der Kongress rief zur Bildung interreligiöser Gemeinschaften unter Einschluss von Frauen auf, die zur Einbeziehung der christlichen Theologie in den asiatischen Kontext beitragen sollen.

Korea

Koreas katholische Bischöfe haben ihre Kontrolle über kirchliche Medien verstärkt. Die bestehende Aufsicht über Bücher und Zeitschriften wurde auf Veröffentlichungen auf CD-ROM und im Internet ausgeweitet. Vor dem

Hintergrund, dass Publikationen in letzter Zeit zunehmend Beiträge und Anzeigen enthalten hätten, die dem Glauben schaden, sind Verleger und Redakteure zu mehr Wachsamkeit ermahnt worden.

Macao

Die Bedeutung der Übernahme Macaos durch China und die Aufgaben der Ortskirche für das neue Millennium wurden auf dem Jahrestreffen der Ostasiatischen Katholischen Presse Vereinigung in der ehemals portugiesischen Kolonie behandelt. An dem Treffen nahm auch die Präsidentin der UCIP, Theresa Ee Choi, teil.

Philippinen

Radio Veritas beging in Manila mit einem Festakt sein 30jähriges Bestehen. Der u.a. von den deutschen Hilfswerken *Missio* und *Misereor* unterstützte Sender strahlt Programme in 16 Sprachen aus.

In einem *Forum über Demokratie und Pressefreiheit* wurde die Bedeutung eines informierten und kritischen Publikums zum Erhalt von Demokratie und Pressefreiheit unterstrichen. Das vom Netzwerk christlicher Medienleute (PCCNet) in Quezon City durchgeführte Forum wandte sich u.a. gegen Regierungseingriffe bei zwei philippinischen Tageszeitungen.

Pater Dr. Franz Josef Eilers SVD, Professor für Kommunikation und Leiter der Kommission für

Kommunikation der Ostasiatischen Bischofskonferenz sowie Gastprofessor römischer Universitäten, erhielt von der Staatlichen Universität der Philippinen in Los Banos die „Plakette der Anerkennung“. Damit wurden seine Bemühungen bei der Heranbildung vieler Kommunikationswissenschaftler, darunter zahlreiche Priester, gewürdigt. Durch seine Publikationen über interkulturelle Kommunikation trug Pater Eilers auch zu einem besseren Verständnis zwischen Völkern und Kulturen bei.

Thailand

Fragen der Medientechnologie behandelte das zweite, vom Bischöflichen Institut für soziale Kommunikation (BISCOM) veranstaltete Treffen in Bangkok, an dem über 44 Bischöfe aus zahlreichen asiatischen Ländern teilnahmen. In einem Papier über „Orientierungen und Empfehlungen“ werden die Bischofskonferenzen u.a. aufgerufen, die technischen Mittel zur Verbesserung der Kommunikation auf Gemeinde-Ebene, im Bistum und übernational einzusetzen und dabei Internet und e-Mail zu nutzen.

„*Megatrends in Asien - Medienherausforderung für die Kirche*“ lautete das Thema des vierten Jahrestreffens des vom Medienbüro der Förderung der Asiatischen Bischofskonferenz veranstalteten FABC-OSC Bishops' Meet 99 in Bangkok. Über 35

Medienverantwortliche der diözesanen Medienbüros berieten über Verbesserungen des kirchlichen Medienapostolates in Asien und über Anregungen des Schlussdokumentes der Asiatischen Bischofskonferenz zur Einbeziehung der Medien in die Pastoralpläne.

Ein asiatisches Studienzentrum für Religion und soziale Kommunikation ist an der St. John's University in Bangkok eröffnet worden. Das vom Medienbüro der Föderation der Asiatischen Bischofskonferenz angeregte Zentrum will nicht nur Studien fördern, sondern auch alle in asiatischen Ländern durchgeführten Studien zur kirchlichen Kommunikation sammeln und jedem zur Verfügung stellen (www.st.john.ac.th/arc).

Vietnam

90 Jahre katholische Pressearbeit in Vietnam bildeten das Studienobjekt eines Seminars für Journalisten und Studenten in Ho Che Minh City, das vom regierungsgenehmigten Katholischen Komitee für Solidarität und der Wochenzeitung „Katholizismus und Nation“ veranstaltet wurde. Dabei wurde festgestellt, dass die katholische Presse nicht nur dem kirchlichen Apostolat diene, sondern auch Nationalismus und Sozialentwicklung in Vietnam förderte.

EUROPA

Deutschland

Für einen Beitrag über den Friedensprozess in Guatemala ist dem Hörfunkredakteur beim Kirchenfunk des Senders Freies Berlin (SFB), *Jürgen Gressel*, der mit 14.000 Mark dotierte *Katholische Journalistenpreis 1999* verliehen worden. Der Nachwuchspreis (6.000 Mark) ging zu gleichen Teilen an den Journalisten *Albert Link* und den Fotografen *Gert Krautbauer*. Die Auszeichnungen wurden vom Vorsitzenden der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz, *Bischof Hermann Josef Spital*, in Mainz überreicht.

Dem schwedischen Autor *Henning Mankel* wurde der von der Deutschen Bischofskonferenz gestiftete Katholische Kinder- und Jugendbuchpreis zuerkannt. Er erhält den Preis für sein Jugendroman „Das Geheimnis des Feuers“. Das Buch wurde von einer Jury unter Vorsitz des Bamberger *Weihbischofs Werner Radspieler* unter 327 eingereichten Büchern ausgewählt. Die Preisverleihung nahm *Erzbischof Johannes Joachim Degenhardt* im Liborium in Paderborn vor. Die Preissumme in Höhe von 15.000 Mark wird mit 10.000 Mark dem Autor und mit 5.000 Mark der Übersetzerin *Angelika Kutsch* zuerkannt.

Michaela Pilters, Redaktionsleiterin beim ZDF in Mainz, wurde

auf der Mitgliederversammlung der GKP 1999 in Fulda zur neuen Vorsitzenden der Gesellschaft Katholischer Publizisten gewählt. Michaela Pilters gehört dem Vorstand der Gesellschaft schon etliche Jahre an; neun Jahre war sie stellvertretende Vorsitzende der GKP. Zu ihren Stellvertretern wählten die anwesenden Mitglieder *Bernhard Wiedemann* (Leipzig) und *Dr. Winfried Bettecken* (Magdeburg). *Pater Prof. Dr. Albert Keller SJ* wurde mit großer Mehrheit in seinem Amt als Geistlicher Beirat bestätigt. Zu weiteren Vorstandsmitgliedern der GKP wählte die Versammlung *Christian Frevel* (Bochum), *Matthias Kopp* (Bonn), *Maria Riederer* (Köln), *Bernhard Rude* (Sankt Augustin) und *Ursula Wicklein* (Dresden). Der neue Vorstand der GKP trat Ende Januar 2000 zu einer zweitägigen Klausurtagung in Bensberg zusammen.

Giso Deussen, früherer Pressesprecher der Konrad-Adenauer-Stiftung, des Norddeutschen Rundfunks und des Deutschlandradios Berlin, wurde zum Professor für Medienpolitik und Medienethik an die Fachhochschule Rhein-Sieg in Sankt Augustin bei Bonn berufen. Er will dort im Fachbereich Elektrotechnik und Maschinenbau einen von ihm konzipierten achtsemestrigen Studiengang Technikjournalismus samt Hörfunk-, Fernseh- und Multimedia-Studios einrichten.

Die traditionsreiche katholische

Frauenzeitschrift „monika“ wird mit „Frau im Leben“ redaktionell zusammengelegt. Der Sankt Ulrich Verlag, das Medienunternehmen der Diözese Augsburg, verkaufte am 31. Dezember 1999 den Titel und die Abonnentenrechte an den Weltbild Verlag. Als Grund wurden fehlende Werbeeinnahmen genannt. Mit ihren 130 Jahren galt „monika“ bislang als die älteste Frauenzeitschrift Deutschlands. Sie war 1869 von dem Oberpfälzer Volksschullehrer Ludwig Auer gegründet worden, um eine „Verbesserung der Familienerziehung“ zu erreichen.

Frankreich

Die christlichen Kirchen Frankreichs wollen im Internet auftreten. Ein gemeinsames Eingangsportale soll aus Anlass des Heiligen Jahres 2000 eingerichtet werden, teilten die Organisatoren in Paris mit. Die Internetseite wurde zum Weltgebetstag für die Einheit der Christen am 18. Januar 2000 eröffnet. Unter der Adresse „<http://www.esperer.net>“ können Informationen über die einzelnen Kirchen sowie ökumenische Beiträge abgerufen werden.

Die französische katholische Tageszeitung „La Croix“ soll in diesem Jahr erheblich mehr Geld vom Staat erhalten. Die Zuschüsse sollen nach dem jetzt vorgelegten Haushaltsentwurf um 33 Prozent erhöht werden, berichtete das Blatt. In Frankreich werden

„nationale Tageszeitungen mit geringen Werbeeinnahmen“ mit Zuschüssen gefördert. Im Haushaltsplan stehen dafür im laufenden Jahr umgerechnet rund 7,8 Millionen Mark bereit. Neben „La Croix“ profitiert davon nur eine weitere Tageszeitung, die kommunistische „L'Humanité“.

Frankreichs Regierung ist Befürchtungen entgegengetreten, sie plane die Abschaffung der sonntäglichen Kirchensendungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Die „gut verankerte Tradition“ dieser Beiträge, die zu den wesentlichen Verpflichtungen des Senders „France 2“ gehörten, solle erhalten bleiben, beruhigte das von Catherine Traumann geführte Kultusministerium die katholische und evangelische Kirche. Völlig ausgeräumt sind die Sorgen damit indes nicht. Die für das Frühjahr 2000 vorgesehene Verabschiedung eines neuen Rundfunkgesetzes lässt die Kirchen um die Zukunft ihrer Verkündigungssendungen im Programm von „France 2“ weiter fürchten.

Italien

Ein religiöses Mammut-Programm hat das italienische Staatsfernsehen RAI für das Heilige Jahr 2000 angekündigt. Wie der Sender mitteilte, begannen die Übertragungen mit der Eröffnung der Heiligen Pforte am Petersdom am Heiligabend, die in Mondovision in alle Erdteile weitergeleitet wurde. Direkt übertrug die RAI auch

die Eröffnungen der drei weiteren Heiligen Pforten in Rom durch den Papst: am Weihnachtstag in der Lateran-Basilika und in Santa Maria Maggiore und am 18. Januar in der Basilika Sankt Paul vor den Mauern. Während des ganzen Heiligen Jahres wird die staatliche Fernsehanstalt Italiens im Schnitt drei bis vier religiöse Großveranstaltungen im Monat aus Rom live übertragen. Zu den Höhepunkten dürfte die „Vergebungsbite“ der katholischen Kirche zum Aschermittwoch und der Abschlussgottesdienst des Weltjugendtages am 20. August zählen. Die letzte Übertragung ist für den 6. Januar 2001 vorgesehen, wenn die Heilige Pforte wieder geschlossen wird.

Erich Kusch, früherer ARD-Korrespondent in Italien, ist zum Direktor des staatlichen Jubiläums-Pressezentrums in Rom ernannt worden. Er leitet die nahe der Engelsburg gelegene Einrichtung zur Betreuung italienischer und ausländischer Journalisten im Auftrag der staatlichen „Römischen Agentur für das Jubiläum“. Das Pressezentrum soll in Abstimmung mit dem vatikanischen Pressesaal und mit dem bei internationalen Fernsehübertragungen aus Rom federführenden Sender RAI arbeiten.

Österreich

Beim 6. Kolloquium der Europäischen Konferenz Christlicher Radios (CERC) im September 1999

in Wien wurde eine stärkere Zusammenarbeit zwischen den Radios beschlossen. Das soll unter anderem dadurch geschehen, dass im Internet eine Adresse der CERC eingerichtet wird, auf der sich die Macher der nationalen christlichen Radios jederzeit virtuell treffen und gegenseitig Informationen austauschen können.

Polen

Den Aufbau eines landesweiten kommerziellen katholischen TV-Senders in Polen unter dem Arbeitstitel *Telewizja Familijna* („Familienfernsehen“) sieht ein Projekt vor, das der katholischen Kirche nahestehende Kreise gegenwärtig mit Investoren aus der polnischen Industrie entwickeln. Der Nukleus für das Projekt ist der kleine TV-Kanal *Telewizja Niepokalanow*, der vom Franziskanerorden in Niepokalanow betrieben wird und seit kurzem in sechs polnischen Städten - darunter Warschau, Lodz, Krakau und Oppeln - terrestrisch empfangen werden kann. Schon bald soll das Programm des Senders auch über das Astra-Satellitensystem abgestrahlt werden, in Warschau wird das Programm bereits vom größten polnischen Kabelnetzbetreiber PTK übernommen.

Schweiz

Die katholische Kirche in der Schweiz hat ihren Medien-Service für die deutschsprachigen Landesteile neu gestaltet. Im „Katho-

lischen Mediendienst“ in Zürich hat das Rundfunk-Produktionsstudio „komRadio“ Ende September 1999 seine Arbeit offiziell aufgenommen. Unter Leitung von Hans-Jörg Spring werden Hörfunk-Kurzbeiträge zu gesellschaftlichen und religiös-kirchlichen Themen und Ereignissen erstellt und den privaten Rundfunkstationen in der Deutschschweiz kostenlos angeboten. Im Etat des „katholischen Mediendienstes“ stehen für das Studio umgerechnet rund 97.000 Mark pro Jahr bereit. Längerfristig sollen Sponsoren gefunden und Einnahmen erwirtschaftet werden.

Slowakei

Der katholische Rundfunksender „Radio Lumen“, einer der größten privaten Anbieter in der Slowakei, hat seinen Sendebetrieb auf den Osten des Landes ausgeweitet. Über Satellit kann das Programm der Rundfunkstation in Banska Bystrica auch im Raum um Michalovce an der Grenze zur Ukraine empfangen werden. Bislang war der Sender lediglich in zentralen Landesstellen zu hören. Neben religiösen und kirchlichen Themen bietet „Radio Lumen“ auch Nachrichten, Unterhaltung, Sport und Musik aus den aktuellen Charts. Gesendet wird rund um die Uhr.

Vatikan

„Zu Beginn des neuen Jahrtausends Christus in den Medien verkünden“ lautet das Motto des Welt-Mediensonntags 2000. Der vom Zweiten Vatikanischen Konzil (1962-1965) vorgeschlagene Welt-Mediensonntag wird in den meisten Ortskirchen am Sonntag vor Pfingsten gefeiert. Er fällt dieses Jahr auf den 4. Juni. In Rom wird an diesem Tag im Rahmen des Heiligen Jahres das „Jubiläum der Journalisten“ begangen. In Deutschland wird der Medien-sonntag am zweiten Sonntag im September begangen (*Wortlaut und Einführung in diesem Heft*).

Radio Vatikan strahlt während des Heiligen Jahres 2000 Sonderprogramme für die Pilger in Rom aus. Von 8 bis 21 Uhr werden Rombesucher live in verschiedenen Sprachen über die aktuellen Veranstaltungen und Feiern informiert. In deutscher Sprache gibt es zwei fünfzehn-minütige Sondersendungen zu guter Sendezeit: 8.35 und 19.55. Die deutschsprachigen Sendungen werden auf folgenden Frequenzen ausgestrahlt: UKW 96,3 MHz und Mittelwelle 1260 kHz.

Nach dem technischen Ausbau seines Radios hat der Vatikan zum Heiligen Jahr 2000 auch sein Fernsehengagement verstärkt. In Anwesenheit von Kardinal-Staatssekretär Angelo Sodano wurde eine moderne Aufnahmezentrale der vatikanischen Fernseh-Produktionsgesellschaft CTV (Centro

Televisio Vaticano) eingeweiht, die über Kupferkabel, Glasfaser und Satellit Bild- und Tonverbindungen mit Sendern in aller Welt ermöglicht. CTV begleitet den Papst bei seinen täglichen Verpflichtungen im Vatikan sowie bei Reisen in Italien und ins Ausland und stellt Fernsehgesellschaften das Material zur Verfügung. Zu den Hauptabnehmern in Europa zählt das italienische öffentlich-rechtliche Fernsehen „RAI“, das allein für das Heilige Jahr mehr als 2.000 Stunden Direktübertragungen angekündigt hat.

Eine besondere Initiative für Rompilger aus aller Welt hat das Zentralkomitee für das Heilige Jahr 2000 unternommen: *Mit einer Gratiszeitung*, die seit dem 22. Dezember 1999 alle zwei Wochen in sieben Sprachen erscheint, sollen die Gläubigen während des Jubiläums einen „Weggefährten“ erhalten. Ziel des mit einer Gesamtauflage von einer Million erscheinenden Pilgerjournals ist es, den Besuchern die religiöse Bedeutung des Heiligen Jahres und dessen Geschichte zu erklären und sie gleichzeitig in übersichtlicher Form über alle wichtigen Termine und Jubiläumsorte, über nützliche Telefonnummern und Anschriften zu informieren.

Die Gründung eines europaweiten kirchlichen Fernsehens ist bei der Europasynode 1999 im Vatikan vorgeschlagen worden. Der französische Bischof Bellino Chirard sagte, um die europäische Kultur

zu evangelisieren, solle ein katholisches Fernsehprojekt auf Europa-Ebene geschaffen werden. Als Vorbild nannte er den in Italien bereits realisierten kirchlichen Fernsehkanal „Sat 2000“.

Eine Web-Site in chinesischer Sprache hat der Vatikan zum Heiligen Jahr 2000 im Internet eingerichtet. Unter der Adresse http://www.jubil2000.org/pre_index.ci.html können Informationen

über den Papst, das Jubiläum, Dokumente des Heiligen Stuhls sowie grundlegende Informationen über den katholischen Glauben abgerufen werden. Das angebotene Material wird unter anderem von der chinesischen Abteilung von Radio Vatikan geliefert. Betreuer der Seite ist der Franziskaner-Pater John Chiu aus Assisi.