

Religion und Medien

László Lukács

Die politischen Veränderungen in Europa bedeuteten eine doppelte Herausforderung für die Nachfolgestaaten der ehemals sozialistischen Länder. Sie mussten die westlichen wirtschaftlichen und anderen Vermarktungsmechanismen annehmen und zur gleichen Zeit den schnellen Rhythmus der Erneuerung in der Ersten Welt übernehmen. Eine der wichtigsten Eigenschaften der Zeit ist das Anbrechen des neuen Informationszeitalters.¹ Die entwickelten Länder traten in die multimediale Revolution ein, und die Nachfolgestaaten des Staatssozialismus mussten ihnen folgen, ohne eine richtige Vorbereitung zu haben. Die Religion und konkreter noch die Kirchen in der Region waren mit diesem Phänomen konfrontiert.

1. Das Erbe der Vergangenheit

Obwohl die kommunistische Ideologie und das kommunistische Parteiensystem grundsätzlich die gleichen in Osteuropa waren, gab es doch große Unterschiede, was die Situation der Kirchen in den verschiedenen Ländern angeht. Eine Extremposition ist das Beispiel der Kirche in Polen, wo die Kirche immer sehr stark gewesen ist, mit glühendem christlichen Glauben und starkem Einfluss in der Gesellschaft (vergleichbar nur mit Irland in Europa). Das andere Extrem ist Albanien, das Land, in dem Religion offiziell und per Gesetz verboten war. Was die Kirchen konkret selbst angeht, war die griechisch-orthodoxe Kirche in den meisten Ländern Osteuropas gesetzlich verboten, während andere Kirchen ihre Tätigkeit ausüben konnten, wenn auch nur eingeschränkt.

Die religiöse (und insbesondere die katholische) Medienlandschaft variierte ebenfalls von Land zu Land. Bei dem Versuch, einen Vergleich anzustellen, könnten wir sagen, dass es neben den ausgezeichneten und gut etablierten katholischen Medien in Polen, neben der relativ freien kirchlichen Presse in Jugoslawien, neben der unterdrückten, aber bestehenden Presse in Ostdeutschland und Ungarn keine vergleichbaren katholischen (oder religiösen) Medien in anderen kommunistischen Staaten gab, sie daher ihre Aktivitäten in den Jahren 1989/90 beim Nullpunkt beginnen mussten.

1.1 Mikrokommunikation – Untergrund

Trotz aller Unterschiede kann man einige allgemeingültige Merkmale beobachten. In den Zeiten der Unterdrückung wurde in diesen Ländern kaum irgendeine freie Mitteilung ermöglicht, sei es auf institutioneller oder auf offizieller Ebene,

weder in der Gesellschaft als Ganzes noch in den Kirchen. In den meisten dieser Länder wurden die institutionellen Kirchen unter strikte Kontrolle gestellt und konnten nur innerhalb eines begrenzten Rahmens fortbestehen. Die freien Zellen unter den totalitären Diktaturen waren die kleinen Basisgemeinden im Untergrund, unter denen sich auch Gemeinden von Gläubigen befanden. Diese kleinen Gruppen waren die Zentren für Gemeinschaft und Mitteilung, für eine kleine Anzahl von Menschen, jedoch auf sehr persönliche und intensive Art und Weise. Ein *dynamisches Mikrokommunikations-System* funktionierte mit wenig oder *gar keiner Makrokommunikation* zwischen den verschiedenen Basisgemeinden und mit der öffentlichen Gesellschaft. Das Ergebnis ist, dass es in vielen Kirchen der Region kaum nennenswerte Erfahrungen auf dem Gebiet der sozialen Kommunikation gab. Die am besten ausgebaute Datenbank wurde von der Geheimpolizei und in den Archiven des Staatssekretariates für Kirchen geführt.

1.2. Alltägliche Kommunikation innerhalb der Kirche

Die politischen Veränderungen ermöglichten Religionsfreiheit und machten die Neuorganisation der traditionellen Kirchen möglich. Zur gleichen Zeit erschienen neue religiöse Gruppen, teils kleine evangelikale Kirchen, teils religiöse Gruppen, die sich als Nachfolger fernöstlicher Religionen ausgaben, auf die Situation in Europa abgestimmt. Diese Gruppen führten eine wirkungsvolle Vermarktungsstrategie ein, die oftmals fortschrittlicher war als die traditionellen, manchmal altmodischen Methoden der christlichen Denominationen.

Die traditionellen Kirchen sahen sich mit einer Menge von Schwierigkeiten konfrontiert, die es zu überwinden galt. Auf den ersten Blick verlangten der Mangel an finanziellen Mitteln, an der notwendigen Infrastruktur und an ausgebildeten Medienfachleuten nach dringendster Lösung. Die Maßnahmen zur Behebung der dringendsten Anliegen zeigten jedoch, dass die Nöte und Probleme tiefer liegende Ursachen haben. Die erste Ursache könnte man als „Verfolgungssyndrom“ bezeichnen, welches die Kirchen selbst Jahre nach den Veränderungen heimsuchte. Es war schwierig, die Zeiten der Unterdrückung und Verfolgung zu vergessen und die Ansichten zu ändern, die ihren Ursprung im Druck der Diskriminierung hatten. Das System der Selbstkontrolle, die Prüfung des Gewissens im Hinblick auf die Vergangenheit; strategische Planungen, realistische Analysen der Situation, Machbarkeitsstudien für die Zukunft wurden ersetzt vom Heldenmut und der Gewissenhaftigkeit der Opfer. Die Zeiten der Unterdrückung waren eine ideale Zeit für charismatische Persönlichkeiten und private Abenteurer, aber sie zerstörten sogar die Notwendigkeit für Zusammenarbeit, für organisierte Strukturen, flexible Antworten auf die äußere Situation. Die hervorragenden Partisanen der Vergangenheit waren oftmals nicht fähig, in eine reguläre Armee aufgenommen zu werden. Daraus folgte, dass viele Menschen innerhalb der Kirchen die Auffassung vertraten, sie hätten ein Anrecht auf Unterstützung jedweder Art, selbst ohne ein realistisches Budget und regelmäßige Kontrolle.

Die zweitgrößte Schwierigkeit bestand in dem Fehlen jeglichen Medien-Bewusstseins. Eine neue Mentalität musste sich entwickeln im Hinblick auf Information

und Kommunikation: nicht nur in den Massenmedien, sondern zu aller erst im tagtäglichen religiösen Leben. Die Kirchen der Reformländer mussten ihre Untergrundmentalität verändern und sich selbst an das öffentliche Leben anpassen. In der Vergangenheit waren Heimlichkeit und Verborgenheit die Bedingung fürs Überleben gewesen. Durch den Eintritt in eine Atmosphäre der Freiheit hatten sowohl die Kirchenverantwortlichen als auch die Gläubigen zu lernen, dass das fundamentale Erfordernis für Kommunikation der Austausch von Information ist. „Der normale Lebensfluss und das reibungslose Funktionieren der Herrschaftsstrukturen innerhalb der Kirche erfordern einen stetigen Fluss in beide Richtungen zwischen den kirchlichen Autoritäten auf allen Ebenen und den Gläubigen, als Einzelne wie als organisierte Gruppen.“⁴² Westliche Kirchen boten finanzielle Unterstützung wie auch ihr Wissen in den Bereichen Organisation und Kommunikation an. Mehr als einmal wurde das erstere erwartet und akzeptiert, das letztere jedoch nicht angenommen oder mit Misstrauen und Widerwillen angesehen. Beide Seiten mussten die jeweils andere Sprache lernen und die unterschiedlichen Ansichten und Realitäten verstehen.

Kirchen in Osteuropa benötigten das (Wieder-)Erschaffen der innerkirchlichen öffentlichen Meinung: eine „Glashaus“-Atmosphäre, in der alle Handlungen sichtbar und messbar sind und wo alle Kirchenglieder zu aktiver Mitarbeit eingeladen sind. Die Verbreitung von Information innerhalb der Kirchen begann langsam. Ein langer Lernprozess war notwendig, um die gegenwärtigen Techniken von *Management, Konferenzkultur, Entscheidungsprozesse und Öffentlichkeitsarbeit* zu erlangen und dadurch bessere Zusammenarbeit innerhalb ihrer eigenen Organisationen und Gemeinden zu erreichen.

Damit war die erste Aufgabe zu Beginn der neunziger Jahre gegeben: diesen Kirchen zu helfen, die entsprechende Form moderner Verwaltung und des Managements einzuführen, sicherzustellen, dass der Informationsfluss innerhalb der verschiedenen Institutionen und Gemeinden, zwischen Pfarrbezirken und Diözesen ordnungsgemäß verläuft, die Diözesan-Zentren mit all den notwendigen Daten zu versorgen, um die geeigneten Entscheidungen treffen zu können, unter Zuhilfenahme eines funktionierenden Systems zur Übermittlung, Sammlung und Speicherung von Daten das Gemeindeleben usw. betreffend. Es bedurfte eines langen Zeitraums und großer Anstrengungen, um ein neues Bewusstsein für Kommunikation zu schaffen, die grundlegende Infrastruktur aufzubauen und das notwendige Verwaltungswissen für solch eine Basiskommunikation zu erwerben.

Der Autor

László Lukács, geb. 1936; Dr. theol.; Dr. phil. (Literatur); Professor für Dogmatische Theologie am Ordenskolleg für Theologie „Sapientia“; von 1989 bis 1996 Präsident des europäischen Regionalverbandes der UCIP, seit 1998 dessen kirchlicher Berater; von 1989 bis 1993 Ratgeber des Päpstlichen Rates für den Dialog mit Nicht-Gläubigen; seit 1995 Mitglied des Päpstlichen Rates für soziale Kommunikation. Anschrift: c/o VIGILIA, H-1053 Ferenciek, tere 7-8. 3. lepcső, 2. em, Ungarn.

2. Die Wiederherstellung von sozialer Kommunikation

Das Ziel aller Kirchen war, das volle Spektrum von religiöser Pressetätigkeit (sowohl in geschriebener als auch in elektronischer Form) wiederaufzubauen. Es gab jedoch keinen strategischen Plan für die Pastoralmedien, daher konnten sich religiöse Medien nicht in einer systematischen, gut skizzierten Art und Weise entwickeln, indem sie den Richtlinien eines umfassenden Konzepts folgten.³ Das Wachsen der Medien geschah in einer eher organischen Weise, so wie Bäume und Büsche in einem Wald wachsen: Heldenhafte Anstrengungen, aber auch einige einander widersprechende und erfolglose Versuche, blühende Zweige, aber auch Pflanzen, die keine Früchte tragen, sind in dieser Landschaft anzutreffen.⁴

Die letzten zehn Jahre können grob in zwei Abschnitte eingeteilt werden. Die ersten fünf bis sechs Jahre sind von anfänglichen Versuchen und der Einsetzung der verschiedenen religiösen Medien-Produktionen bestimmt.⁵ Das normale Funktionieren begann in der zweiten Hälfte der letzten zehn Jahre, und man kann die Wunden der Vergangenheit immer noch in verschiedener Hinsicht spüren. In den letzten drei bis vier Jahren kann ihre Vollendung als analog zur globalen Medienlandschaft der entsprechenden Länder angesehen werden.

2.1. Nachrichtenagenturen

Nachrichtenagenturen stellen die Basisinformationen für alle Medien zur Verfügung. Dennoch wurde deren einzigartige Bedeutung für die religiöse Presse recht langsam entdeckt, und selbst heute ist die Qualität ihrer Produktion nicht groß genug. Verschiedene Anstrengungen wurden unternommen, ein Netzwerk an Informationsbüros verschiedener Länder zu erstellen - ohne wirklich erfolgreich zu sein.⁶ Deren Arbeit wird oft durch mangelndes Medienbewusstsein gefährdet. Lokale Medienbüros (auf Diözesanebene usw.) arbeiten nicht effektiv und können in ihren Berichten nicht ausreichend Material zur Verfügung stellen. Abgesehen von sehr wenigen Ausnahmen benutzen säkulare Medien deren Berichte nicht als erste Quellen, sondern versuchen, direktere Wege zu finden, um an Informationen über religiöse Dinge heranzukommen.

2.2. Die Presse

Die kirchliche Presse (und das gilt auch für die Veröffentlichung von Büchern) war in den meisten Ländern Osteuropas vollständig unterdrückt oder streng eingeschränkt und kontrolliert. Aufgrund der marxistischen Herrschaft über die Kultur hatte kaum ein Christ die Chance, Kunst im Allgemeinen oder Kommunikationswissenschaften im Besonderen zu studieren (ein Ergebnis: der Prozentsatz der Christen ist weitaus geringer unter denen, die Literatur, die Schönen Künste oder Philosophie studierten, als unter denen, die Maschinenbau oder Medizin studierten). Die Presse und die elektronischen Medien befanden sich in der Hand des Parteienstaates. Daraus folgte, dass es zu Beginn nur sehr wenige oder keine christlichen Fachleute gab, die mit irgendetwas wie religiöser Presse neu beginnen konnten (und die meisten von ihnen hatten keine hinreichenden

theologischen Kenntnisse, da es keine Gelegenheit gab, Theologie zu studieren oder selbst einige Bücher über Theologie zu finden). Als die politischen Veränderungen freie Veröffentlichungen möglich machten, begannen Doktoren der Medizin, Ingenieure, Lehrer, Studenten oder andere Intellektuelle mit guten Absichten und Begeisterung, mit brennendem christlichen Engagement, aber ohne Fachkenntnisse, religiöse Monatszeitschriften und Wochenhefte herauszugeben. Während das Feld der katholischen Medien in Westeuropa ungeheuer reich war an professionellem Know-how, an einem ausgefeilten Netzwerk für Veröffentlichungen wie an entsprechendem finanziellen Hintergrund, führten im Osten einige einsame Pioniere einen verzweifelten Kampf um das wirtschaftliche Überleben, um die Verbesserung ihrer beruflichen Qualifizierung und für die Ausbildung junger Journalisten. Mittlerweile gibt es mehr und mehr Fachleute, die für die religiöse Presse arbeiten – mit einer entsprechenden Ausbildung in Journalismus. Jedoch gehört die Ausbildung von Journalisten selbst heute noch zu den ersten Prioritäten. Die Zahl der religiösen Veröffentlichungen (Wochenzeitungen, Monatshefte, Vierteljahreshefte) war während der letzten zehn Jahre schnell angewachsen, ihre Verbreitung ging jedoch in den meisten nach-kommunistischen Ländern zurück. Mittlerweile gibt es mehrere landesweite und viele auf die jeweilige Diözese beschränkte Wochenzeitungen und Monatshefte in allen nach-kommunistischen Ländern, selbst in Ländern wie Weißrussland, Bulgarien, Albanien. Im europäischen Teil Russlands gibt es eine Wochenzeitung seit 1994, und seit 1995 gibt es eine weitere Wochenzeitung für Katholiken in Sibirien (200 000 Gläubige an der Zahl, jedoch flächenmäßig die größte Diözese der Welt).

Hinter diesen vielversprechenden Resultaten, den überraschenden wie auch verwirrenden Reichtümern an Veröffentlichungen gibt es auch einige Spannungen und Schwierigkeiten. In mehreren Ländern gibt es fast keine Koordinierung zwischen den Veröffentlichungen, keinerlei Dialog zwischen den Verlagshäusern und den Büros der Herausgeber, keine Erhebung bezüglich der wahren Bedürfnisse der Leser, keine Analysen bezüglich der finanziellen Möglichkeiten. Die Frage wird unausweichlich: Wer besitzt die Autorität und die Verantwortung, um zu entscheiden, welche Veröffentlichungen bezuschusst werden sollen, welche eingestellt werden sollen? Welche Gebiete des seelsorgerlichen Lebens sind vernachlässigt oder vergessen? Sind der Inhalt und die Sprache der religiösen Presse wirklich an die sich wandelnden Bedürfnisse und Lesegewohnheiten der Gläubigen angepasst? Wie kann die religiöse Presse eine Sprache finden, die von der Durchschnittsbevölkerung verstanden wird? Wie kann die religiöse Presse aus dem Getto frommer Schlagwörter ausbrechen? Früher oder später muss sich die religiöse Presse all den typischen Herausforderungen westlicher Medien stellen, zuallererst den grausamen Gesetzen des Systems des freien Marktes. Ein neues und vernünftiges Projekt für die Presse und ein seelsorgerlicher Plan für die Medien erscheinen unvermeidlich.

2.3. Herausgabe von Büchern

Unter der kommunistischen Herrschaft waren nur Samisdat-Veröffentlichungen sowie einige theologische Bücher, die aus dem Ausland eingeschmuggelt wurden, einem sehr kleinen Leserkreis in den meisten Ländern zugänglich. An verschiedenen Orten waren nicht einmal die wichtigsten Dokumente (wie z.B. Messbücher oder andere liturgische Bücher oder die Dokumente des Zweiten Vatikanischen Konzils) in die einheimische Sprache übersetzt. Die Situation änderte sich während der ersten Hälfte der neunziger Jahre, jedoch gibt es immer noch einen unendlichen Mangel an theologischen und religiösen Büchern: Eine zeitliche Lücke von vier bis sechs Jahrzehnten muss aufgeholt werden.

Zur gleichen Zeit ist der Buchmarkt weitaus größer als vorher. Eine große Anzahl an Werken - sowohl klassische als auch moderne - mit philosophischen, religiösen, aber auch mit pseudo-religiösen Inhalten werden übersetzt. Neben ernsthaften Büchern aus den Bereichen der Theologie und der Philosophie kann man auch alle Arten esoterischer Bücher finden. Die Menschen können jetzt aus erster Hand erfahren, was Freiheit der Meinungsäußerung bedeutet. Jeglicher Standpunkt kann dargestellt und verbreitet werden: die mit wahrhaft religiösen Inhalten, aber auch die mit falschen und antireligiösen Gedanken. Jegliche Art des Aufsehens ist erwünscht, und die Kirchen sind beliebte Ziele von Sensationshaschern. Die Religion sieht sich heute in einem völlig anderen Umfeld als dem der Vergangenheit. Unter der Herrschaft der Marxisten waren die Medien kontrolliert und von der Partei geführt. Jeder Angriff gegen die Religion oder gegen eine Kirche wurde sorgfältig vorbereitet und geplant als ein Teil der jeweiligen politischen Strategie. In unserer Zeit sind alle Medien vollkommen frei: Sie können die Religion oder eine bestimmte Kirche verteidigen oder attackieren, religiöse Gefühle je nach ihrem eigenen Bedarf benutzen oder missbrauchen. Die Religion ist nicht länger Teil der Regierungspolitik. In der Vergangenheit hatten sich die Kirchen nur gegenüber einer anti-religiösen Propaganda zu verteidigen. Heutzutage sind sie in der Gewalt von gewinnorientierten Medienkonzernen und jedem möglichen Angriff ausgesetzt.

2.4 Die elektronischen Medien

Religiöse Programme hatten keinen oder nur sehr eingeschränkten Zugang zu Fernsehen und Radio in den kommunistischen Ländern. Nach dem Wandel beanspruchten die Kirchen Sendezeiten in beiden Medien, mit mehr oder weniger großem Erfolg. Die Zeit für religiöse Programme ist von Land zu Land unterschiedlich, aber in den meisten gibt es eine bestimmte regelmäßige Sendezeit im staatlichen Fernsehen wie auch in den staatlichen Radioprogrammen. (In den meisten Ländern wird die Herstellung dieser Programme von der staatlichen Rundfunk- oder Fernsehanstalt selbst bezahlt.) In der zweiten Hälfte der neunziger Jahre gründeten die Kirchen - unter dem Eindruck des Entstehens kommerzieller Kanäle - private christliche Radiosender. Die meisten davon gibt es in Polen, aber auch Kroatien, Slowenien und die Slowakei verfügen über private

katholische Radiosender. Natürlich sind sie hartem Wettbewerb mit anderen Sendern und Programmen ausgesetzt.

Die von den staatlichen Rundfunkgesellschaften hergestellten religiösen Sendungen sind durch das Gesetz garantiert, jedoch haben diese Gesellschaften ihre alleinige Vormachtstellung verloren und werden langsam durch die kommerziellen Sender besiegt. Ernsthafte religiöse Programme wie auch wirklich wissenschaftliche, künstlerische und erzieherische Sendungen stellen die letzte Bastion hohen kulturellen Anspruchs dar: Sie befinden sich unter dauerndem Angriffsdruck von kommerziellen Produktionen niedriger Qualität, die die Fernsehkonsumenten oftmals erfolgreicher in ihren Bann schlagen können.

Die Situation bei den elektronischen Medien ist vergleichbar mit der bei den Buch- und Zeitschriftenmedien. Neben den traditionellen christlichen Kirchen finden verschiedene evangelikale Gruppen und alle möglichen Sichtweisen mit pseudo-religiösen Anspielungen ihren Weg zur Nachrichtenübertragung, indem sie Sendezeit in verschiedenen kommerziellen Kanälen bekommen (oder häufig kaufen). Sie kommen zumeist aus dem nordamerikanischen Spektrum. Das ist der Grund, warum sie die finanziellen Möglichkeiten und das technische Wissen haben, um attraktive Programme zu produzieren. Fernsehzuschauer benötigen wirklich den Geist der Unterscheidung, um zwischen wahren und falschen Botschaftern des Christentums unterscheiden zu können, zwischen wahrer Religion und pseudo-religiösen Programmen ohne jegliche Verbindung zu Gott. Eine Menge Fernsehzuschauer kennt jedoch überhaupt keine Religion und ist daher leicht verwirrt im Hinblick auf das Wesentliche der Religion.

Die Herausforderung ist ungeheuer groß. Die bloße Tatsache, eine bestimmte Menge an Sendezeit zu besitzen, reicht nicht aus, wenn die Programme nicht attraktiv genug sind, um die Aufmerksamkeit von Gläubigen wie Nicht-Gläubigen auf sich zu ziehen.

2.5. Internet

Internet entstand in den letzten Jahren und fand seinen Einzug in Osteuropa fast genauso schnell wie im Westen. Fast alle Kirchen und verschiedene andere religiöse Gruppen haben ihre eigenen Homepages. Einige von ihnen sind zweisprachig (z.B. die russische, die kroatische und die ungarische) und versuchen so, die Sprachbarriere zu durchbrechen. Einige werden von offiziellen kirchlichen Behörden angeboten, andere von begeisterten Laien oder von Ordensgemeinschaften. Die Qualität ihres Formats und ihres Inhalts ist recht unterschiedlich, aber sie antworten zum größten Teil auf die Herausforderungen der Zeit und stellen den Internet-Surfern ausreichendes, auf den neuesten Stand gebrachtes und interessantes Material zur Verfügung.

3. Perspektiven für die Zukunft

Die Medien in den post-kommunistischen Ländern sind nach westlichem Standard modernisiert worden mit allen guten wie schlechten Folgen, große multime-

diale Unternehmen sind in der ganzen Region präsent. Religiöse Medien haben die ersten Schwierigkeiten überwunden. Um ihren Erfolg in der Zukunft sicherzustellen, müssen sie alle Wunden der Vergangenheit heilen und eine aufrichtige, unverfälschte Atmosphäre der Kommunikation schaffen.⁷

3.1. Wunden, die geheilt werden müssen: Angst und Misstrauen

Nach Jahrzehnten der Verfolgung ist die Angst immer noch gegenwärtig als eines der typischen Syndrome der erwachsenen Bevölkerung, insbesondere unter den religiösen Menschen. Drei Arten davon werden immer noch angetroffen.

Die eine ist der Verdacht oder selbst die Angst gegenüber Westeuropa, den Kirchen eingeschlossen. Diejenigen, die um ihres Glaubens willen unter einer totalitären Diktatur gelitten haben, sehen die Gläubigen im Westen als liberale, säkularisierte Personen an, die die wahre Christenheit verraten haben. Diese Einstellung hat zwar abgenommen, ist aber noch nicht verschwunden, insbesondere nicht in der älteren Generation.

Zweitens fürchten viele Kirchenvertreter die Journalisten. Sie erinnern sich an einige schmerzliche Erfahrungen und verdammen daher alle Journalisten und alle Medien, werfen ihnen Misshandlung der Religion vor. Das Verhältnis zwischen der Kirche und der Presse ist in vielen Ländern nicht sorgenfrei. Mehr Geduld und mehr Dialogbereitschaft sollte investiert werden, um für die Kirchen bessere öffentliche Beziehungen herzustellen.

Drittens wurde der größte Teil der Geistlichkeit niemals mit anderen Standpunkten konfrontiert und hat daher wenig Erfahrung und Kenntnis, einen Dialog anzufangen mit Menschen, die abweichende Gesichtspunkte vertreten. In einer monolithischen Gesellschaft, wie es die kommunistischen Regime waren, konnte sich keinerlei Dialogkultur entwickeln. Im Geiste des Zweiten Vatikanischen Konzils sollten Christen den Dialog mit anderen Religionen und mit allen Menschen guten Willens erlernen.

3.2. Der Bedarf an pastoralen Planungen und Zusammenarbeit in der Medienarbeit

Ein pastoraler Plan für soziale Kommunikation wird in allen Kirchen dringend benötigt. Er sollte auf einer Erhebung über die gegenwärtige Situation des Landes oder der Region basieren. Er sollte daraus folgernd die fundamentalen Bedürfnisse und Prinzipien religiöser Medien formulieren. Welches ist die Rolle, die die Medien im Leben der Kirche einnehmen, welches deren Rolle im Dialog mit der Welt? Als ein weiterer Schritt sollte eine allen Arten von Medien entsprechende Strategie erarbeitet werden, die die Notwendigkeiten wie auch die Möglichkeiten berücksichtigt, die Herausforderungen wie auch die Gefahren, aber auch Finanzen, Personal, Ausbildung usw. nicht unberücksichtigt lässt.

Gemäß *Communio et progressio* besteht das bedeutendste Ziel der Kommunikation darin, den Dialog innerhalb der Kirche zu pflegen, innerhalb der Kirche eine

öffentliche Meinung zu schaffen und das Gemeinschaft-Sein in der Kirche zu stärken. Die zweite Aufgabe steht der ersten in keiner Weise nach: einen Dialog zu schaffen zwischen Religionen, zwischen den Kirchen und der Gesellschaft. Osteuropa ist auch ein Teil der Informationsgesellschaft geworden: Können die Kirchen ihre eigene Stimme finden und bewahren in diesem wachsenden multimedialen Chor? Dies ist die größte Herausforderung für die Kirchen in der Zukunft, und die Vergangenheit kann kaum noch erhalten für ein mögliches Versagen.

¹ M. Bangemann, *Europe and the Global Information Society*, Luxembourg 1994; K. Steinbuch, *Die informierte Gesellschaft*, 1966; K. Steinbuch, *Informationsflut - Probleme der gegenwärtigen Massenkommunikation*, 1979.

² *Communio et progressio*, 120.

³ *Aetatis Novae* drängte die Bischofskonferenzen, ihren eigenen Pastoralplan für die Medien zu schaffen, und gab allgemeine Leitlinien für deren Ausarbeitung - die Verwirklichung auf nationaler und Diözesanebene steht in den meisten Ländern immer noch aus. Vgl. also: V. Sunderaj (Hg.): *Pastoral Planning for Social Communication*, Montreal 1998.

⁴ L. Lukács, *Probleme nach dem Umbruch*. Kirchenpresse am Ende des Jahrtausends. Berichte aus 15 Ländern Europas und aus den Vereinigten Staaten, Paderborn 1992, 117-120.

⁵ L. Lukács, *Social Communications in Central and Eastern Europe*, in: *Mediaforum* 2/1997; L. Lukács, *Die Medien in der katholischen Kirche Osteuropas von 1990 bis 2000*, in: *Communicatio Socialis*, Heft 4/2000 (noch nicht erschienen).

⁶ Mitte der 90er Jahre versuchte Kathpress in Österreich ein Netzwerk von Nachrichten-„Agenturen“ mit den benachbarten zentraleuropäischen Ländern. Die stärkste Nachrichtenagentur besteht in Polen.

⁷ Ph. Breton, *L'utopie de la communication*, Paris 1997.

Aus dem Englischen übersetzt von Hans-Werner Schmidt

Noch immer sind Brücken zu schlagen

Die osteuropäischen Kirchen in der Weltkirche

Jonathan Luxmoore

Ein Jahrzehnt nach dem Zusammenbruch des kommunistischen Herrschaftssystems sind die Bedingungen für die Entfaltung des religiösen Lebens in Ost- und Mitteleuropa von scharfen Gegensätzen gekennzeichnet, und auch die Bemühungen der Kirche, in den jungen Demokratien den ihr zustehenden Platz