



Synode 72 Bistum St.Gallen

Verabschiedeter Text

XII. Information und
Meinungsbildung in Kirche
und Öffentlichkeit

Inhalt

Seite

| | | |
|----|--|--------|
| 0 | Einleitung | XII/ 1 |
| 1 | Kultur, Kommunikation und Gesellschaft | XII/ 6 |
| 2 | Probleme der Kommunikation | XII/ 8 |
| 3 | Freiheit als Grundlage der Kommunikation | XII/12 |
| 4 | Die Medien als Kommunikationsmittel | XII/14 |
| 5 | Meinungsbildung in der Kirche | XII/18 |
| 6 | Pfarrblätter | XII/22 |
| 7 | Kirche und Presse | XII/24 |
| 8 | Film | XII/28 |
| 9 | Radio und Fernsehen | XII/30 |
| 10 | Audiovisuelle Medien als Hilfsmittel für Seelsorge, Liturgie und Erwachsenenbildung | XII/38 |

XII.

Information
und Meinungsbildung
in Kirche
und Öffentlichkeit

0 Einleitung

(Kommissionsbericht)

0.1 Die Pastoralinstruktion «Communio et Progressio» ist die neueste amtliche kirchliche Verlautbarung über die Mittel der sozialen Kommunikation, datiert vom 23. Mai 1971 (abgekürzt: CP). Dieses kirchliche Dokument atmet Freiheit und spricht sich modern und aufgeschlossen über Kommunikation, öffentliche Meinung und über die Medien Presse, Film, Radio und Fernsehen sowie Theater aus.

0.2 CP möchte die Kommunikationsmittel aufgefasst wissen als Möglichkeiten, die Probleme der Menschen aufzuzeigen und schneller eine Antwort darauf zu finden (6). Oberstes Ziel der sozialen Kommunikation sei die Gemeinschaft der Menschen (8) und die Menschenwürde (11). Die Medien werden bezeichnet als Teil und Ausdruck der heutigen Kultur und als Vermittler von Kulturwerten (49). Sie trügen bei zur Bildung der öffentlichen Meinung, sie ermöglichten Information, Bildung und Unterhaltung, alles echt menschliche Werte (20). Sie dienten den Künsten und der Werbung (54 ff.). In den Medien lägen aber auch Gefahren und Möglichkeiten zum Missbrauch. Sie seien daher mit kritischer Wachsamkeit zu benützen (21, 30, 43, 53, 56, 60). Zum Verständnis der Medien und zur Abwehr der ihnen innewohnenden Gefahren sei besondere Erziehung (Medienpädagogik) notwendig und Pflichtbewusstsein auf Seiten der Medienschaffenden sowohl wie der Medienrezipienten (= Konsumenten: 64 ff.).

CP faltet dann die Aufgaben der Katholiken auf dem Gebiet der Kommunikationsmittel im einzelnen aus.

0.3 Sowohl vom Standpunkt der christlichen Begründung und Betrachtung der Kommunikationsmittel wie auch von der Charakteristik ihrer Besonderheiten her ist die Feststellung von CP beachtenswert, Christus sei ein «Meister der Kommunikation»: er habe sich uns verständlich gemacht, indem er unsere Natur angenommen habe; er habe je aus der Situation heraus gesprochen; er habe innigste und vollendete Gemeinschaft verwirklicht, indem er sich selbst uns mitgeteilt habe (11).

0.4 Auffallend an CP ist der Verzicht auf belehrende Weisungen (z. B. gute Presse unterstützen, schlechte Presse meiden!). Vielmehr werden die Verantwortung des einzelnen Christen und die Wichtigkeit des Meinungs austausches aufgezeigt. Das Dokument anerkennt die Eigengesetzlichkeit der Medien und betont die Sachgerechtigkeit.

0.5 Über den gegenwärtigen Stand der katholischen Medienarbeit in der Schweiz wurde im Auftrag der Bischofskonferenz eine eingehende Analyse erstellt (Willy Kaufmann, Katholische Medienarbeit in der Schweiz, 1974). Aus diesen Zusammenstellungen geht hervor, dass der Schweiz. Katholische Volksverein seit 1905 sich der Medienarbeit angenommen hat und dass nach und nach über 20 katholische Organisationen entstanden sind, die sich mit Presse, Film, Radio, Fernsehen und weitem Medienfragen beschäftigen. Seit etwa 1960 wird ein Reorganisations- und Ausbauprogramm systematisch erarbeitet. Dazu sind bereits erste Schritte getan worden etwa in der Schaffung der deutschschweizerischen Arbeitsstellen in Zürich für Film (1938) sowie für Radio und Fernsehen (1964) und des Pressesekretariates in Freiburg (1974).

0.6 **Methodischer Hinweis:** In Abweichung von anderen Synodentexten wird im folgenden versucht, die Gedankengänge über Information und Meinungsbildung in der Kirche in einer Art Synopse darzustellen. In der ersten Kolumne ist die *gesellschaftliche Situation*, sozusagen der Ist-Zustand, geschildert, und es werden Begriffe erläutert; die zweite Kolumne enthält die *Überlegungen*, die wir *als Kirche* zu

den Fragen machen; in der dritten Kolumne werden die konkreten *Folgerungen* gezogen. So entsprechen die ersten beiden Kolumnen auf der linken Seite dem Kommissionsbericht; die rechte Seite entspricht den Entscheidungen und Empfehlungen.

Der Text erhielt folgende Einteilung:

1. Kultur, Kommunikation und Gesellschaft
2. Probleme der Kommunikation
3. Freiheit als Grundlage der Kommunikation
4. Die Medien als Kommunikationsmittel
5. Meinungsbildung in der Kirche
6. Pfarrblätter
7. Kirche und Presse
8. Film
9. Radio und Fernsehen
10. Audiovisuelle Medien als Hilfsmittel für Seelsorge, Liturgie und Erwachsenenbildung

Kommissionsbericht

Von der Synode zustimmend zur Kenntnis genommen

1 Kultur, Kommunikation und Gesellschaft

1.1 Gesellschaftliche Situation

1.1.1 Am Anfang jeder Kultur stehen Fragen des Menschen:

- nach seiner Herkunft und damit nach dem Werden der ersten Menschen;
- nach seiner Existenz und seinem Wesen;
- nach seinem sozialen Verhalten in der Gemeinschaft aller Menschen;
- nach einem höheren Wesen, das Anfang und Entwicklung beherrscht.

1.1.2 Der Mensch sucht diese Fragen zu beantworten:

- aus seinem persönlichen Erleben und seinem Denken;
- aus dem Wissen, das er sich von andern erwirbt.

Mit der Verarbeitung dieses Wissens und der Weitergabe leistet er selbst einen Beitrag an die Kultur.

1.1.3 Gegenseitige Aufnahme und Weitergabe von Wissen, d. h. Setzen und Zur-Kennntnis-Nehmen von Information sowie Austausch von Meinungen ist Kommunikation. Durch sie entsteht Gesellschaft.

1.2 Kirchliche Überlegungen

1.2.1 Der Kirche ist die Aufgabe gestellt, unmissverständlich Kunde zu geben:

- dass über den Menschen Gott als Schöpfer und Lenker dieser Welt steht;
- dass unser Dasein nicht Ende, sondern Anfang menschlicher Existenz ist.

1.2.2 Kommunikation in christlicher Sicht beginnt mit der Mitteilung Gottes an die Menschen durch das Wort Gottes in der Schrift und durch das fleischgewordene Wort Gottes Jesus Christus.

Das Wort Gottes fordert eine Antwort des Menschen. Diese Antwort ist nach der Lehre Christi der Glaube und die Liebe, und zwar als

- Gottesliebe,
- Nächstenliebe,
- geordnete Selbstliebe.

1.2.3 Die christliche Nächstenliebe entspricht auch jenem modernen Verhaltensziel, dass das Wohl der Gemeinschaft dem Eigenwohl vorgehe.

1.2.4 Lange Zeit hat die Kirche im abendländischen Kulturkreis ei-

Entscheidungen und Empfehlungen

Von der Synode verabschiedet am 11. Mai 1975

Die Zustimmung des Bischofs erfolgte unmittelbar nach der Verabschiedung.

1.3 Folgerungen

1.3.1 In unserer Gesellschaft finden Kommunikationsprozesse statt. In diesem grossen Gespräch hat die Kirche von der Botschaft Christi her einen wesentlichen Beitrag in religiöser, ethischer und sozial-karitativer Hinsicht zu leisten. Die Kirche muss sich allerdings ihre aufbauende Rolle in der kulturellen Entwicklung weitgehend wieder erarbeiten.

Die Synode erwartet daher:

- dass sich die Kirche in den Prozess der kulturellen Entwicklung integriert, insbesondere dort, wo die Rechte der freien Meinungsäusserung gewährleistet sind;
- dass sich die kirchliche Leitung und alle Glieder der Kirche bemühen, mit den modernen Erkenntnissen Schritt zu halten;
- dass das kirchliche Lehramt wissenschaftliche Forschung nicht hindert und die Beteiligung von Theologen an interdisziplinären Forschungsprojekten unterstützt.

1.3.2 Die Kirche muss auch die ihr zustehende kritische Funktion im Gesellschaftsganzen immer klar sehen. Die Synode erwartet, dass die kirchliche Leitung und die einzelnen Glieder der Kirche bei Bedrohung der humanen Werte und der Menschenwürde eindeutig Stellung beziehen.

1.3.3 Trotz ihres Auftrages, in Fragen des Glaubens und der Sitten Stellung zu nehmen, muss sich die Kirche bewusst sein:

- dass christliche Gemeinschaften nicht allein für Lebensgestaltung und Weltanschauung zuständig sind, weil auch andere dazu wesentliche Aussagen machen;
- dass Aussagen zu jeder Zeit und in jedem Kulturkreis wieder anders verstanden werden;

ne führende kulturelle Rolle gespielt. Ihre Institutionen haben Gewaltiges beigetragen zur Entfaltung des Wissens und der Kultur.

Mehr und mehr haben der Staat und andere gesellschaftliche Organisationen die Funktion der Kulturträger übernommen, etwa im staatlichen Schulsystem oder in der Organisation wichtiger Kommunikationswege.

2 Probleme der Kommunikation

2.1 Gesellschaftliche Situation

2.1.1 Voraussetzungen für eine optimale Kommunikation sind:

- Transparenz des Kommunikationssystems;
- Informationswege, die eine offene und sachgerechte Kommunikation gewährleisten;
- angemessene Quantität und Qualität der Information;
- Bereitschaft der Verantwortlichen, Information aufzunehmen und wahrheitsgetreu weiterzugeben;
- Verständnisbereitschaft beim Empfänger.

2.1.2 In jedem Gross-System der Kommunikation gibt es Schwierigkeiten:

- weil die Informationswege kompliziert sind;
- weil die Sprache der Kommunikationspartner gegenseitig oft nicht verstanden wird;

2.2 Kirchliche Überlegungen

2.2.1 Um ihren Auftrag in Verkündigung und Dienst in der heutigen Zeit zu erfüllen, ist die Kirche auf Kommunikation und damit auf die Kommunikationsmittel angewiesen.

Die Kirche ist also in den Kommunikationsprozess einbezogen. Kommunikation ist notwendig:

- unter den Amtsträgern (Hierarchie),
- zwischen Amtsträgern und Basis,
- unter den Gläubigen und ihren Gruppen,
- von der Kirche zur Gesellschaft.

2.2.2 Es gehört zum Auftrag der Kirche, die Nächstenliebe hochzuhalten. Oft genug verletzt sie diese Pflicht, sei es, dass ihre Repräsentanten der Versuchung der Macht erliegen, sei es, dass Kirchenglieder im Bestreben, die «reine Lehre»

- dass jeder menschlichen Ausdrucksweise Mängel anhaften. Daher muss die Kirche ihre Aussagen immer wieder überprüfen und wenn nötig neu formulieren.

2.3 Folgerungen

2.3.1 Kommunikation innerhalb der Kirche und zwischen Kirche und Welt bedeutet Gespräch unter und mit Menschen.

2.3.2 Die Kirche muss die Gesetze respektieren, nach denen sich der Kommunikationsprozess abspielt.

Die Synode erwartet daher:

- von der Kirchenleitung mehr Offenheit gegenüber der Basis und eine Sprache, welche der Zuhörer und Leser versteht;
- von den Seelsorgern sachliche und offene Information der Bistumsleitung, damit diese über die zur Führung notwendigen Grundlagen verfügt;
- von allen Gläubigen mehr Verständnis für einander und untereinander.

- weil höhere Stellen mangelhaft informiert werden;
- weil Informationen undurchsichtig sind, was Anlass gibt zu Gerüchten und willkürlichen Schlüssen.

2.1.3 Zur Verdichtung und Beschleunigung des gesamten Kommunikationsprozesses haben beigetragen:

- die rasante Entwicklung der Technik, vor allem der Medientechnik (Buchdruck, Fotografie, Film, elektromagnetische und elektronische Übermittlungs- und Speicherungsmöglichkeiten);
- die überstürzende Folge naturwissenschaftlicher Erkenntnisse;
- die Entwicklung der Wirtschaft mit der Schaffung neuer Bedürfnisse;
- die permanente Umlagerung politischer Systeme;
- der Abbau des Einflusses traditioneller Autoritäten (Kirche, Schule usw.).

zu bewahren, Unrecht an Menschen begehen.

2.2.3 Auch im innerkirchlichen Kommunikations-System sind immer wieder Schwierigkeiten offensichtlich. So kommt es vor, dass

- Thematik, Zeitpunkt und Form der Verkündigung an den echten und aktuellen Problemen vorbeiziele;
- die Sprache des Lehramtes unverständlich bleibt;
- Transparenz bei der Bestellung wichtiger Ämter in der Kirche fehlt;
- das Verfahren vor der Glaubenskongregation menschliche Grundrechte verletzt;
- kirchliche Stellen versuchen, Meinungen zu unterdrücken, anstatt sich mit ihnen auseinanderzusetzen;
- keine oder bloss mangelhafte Informationen gegeben werden, dafür aber grosses Gewicht auf Anweisungen gelegt wird. Allerdings ist auch festzustellen, dass viele Gläubige genaue Verhaltensregeln erwarten, anstatt sich über Entscheidungsgrundlagen zu informieren.

3 Freiheit als Grundlage der Kommunikation

3.1 Gesellschaftliche Situation

3.1.1 Die Entwicklung geht weiter. Die Menschheit hat sie bei weitem nicht im Griff. Die einen reden vom «globalen Dorf», andere stellen eine wachsende Kontaktlosigkeit und zunehmende Kommunikationsunfähigkeit fest. Neben Gefahren, welche die Existenz des Menschen bedrohen, zeichnen sich auch hoffnungsvolle Perspektiven ab.

3.1.2 Offene und ehrliche Information ist Voraussetzung einer freien Meinungsbildung. Geheimnistuerei dagegen fördert nur schädliche Gerüchtebildung.

Geheimhaltung von Informationen ist dann gerechtfertigt, wenn das Bedürfnis nach Schutz der Intimsphäre von Personen und Gruppen oder andere gewichtige Gründe schwerer wiegen als ein gerechtfertigtes Informationsbedürfnis.

3.1.3 Der Meinungs austausch scheint dort am günstigsten zu verlaufen, wo er sich in einem freiheitlich-demokratischen Gesellschaftssystem bewegt. Dieses gründet auf:

- der Achtung vor der Würde der menschlichen Persönlichkeit;
- der Verantwortung gegenüber der Sache und der Gemeinschaft;
- der Gewährleistung von Freiheit der Lehre und Forschung;
- der Meinungsäußerungsfreiheit und dem Recht auf Information;

3.2 Kirchliche Überlegungen

3.2.1 Die Kirche anerkennt auch in ihrem Bereich die Freiheitsrechte. «Wo der Geist des Herrn ist, da ist Freiheit» (2 Kor 3, 17).

- In der Erklärung über die Religionsfreiheit des II. Vatikanums wird das Recht des Menschen, ohne jeden Zwang nach seinem eigenen Gewissen entscheiden zu können, in der Würde der menschlichen Person begründet. Wie jede Freiheit habe auch die Religionsfreiheit ihre Grenzen im Gemeinwohl und in der öffentlichen Ordnung, also im Gesellschaftsgefüge. Dann wird die Religionsfreiheit im Lichte der Offenbarung behandelt und daraus abgeleitet, dass die Kirche die Pflicht habe, für die Religionsfreiheit einzutreten, aber auch das Recht, sie in Anspruch zu nehmen.
- Die Pastoralinstruktion CP betont: «Da der Mensch ein gesellschaftliches Wesen ist, muss er seine Gedanken mit anderen austauschen und vergleichen (45). . . In der Praxis ist die Freiheit der Kommunikation verbunden mit der Freiheit der Einzelnen und der Gruppen, Nachrichten zu erhalten und überall zu verbreiten sowie Zugang zu den Kommunikationsmitteln zu haben» (47).

3.2.2 Zur innerkirchlichen Freiheit gehört wesentlich die Bildung einer

3.3 Folgerungen

3.3.1 Um eine freie Meinung in der Kirche zu ermöglichen, muss sich die Kirchenleitung bereitfinden:

- auf Machtpositionen und Machtanwendung zu verzichten;
- Meinungsverschiedenheiten in offener und sachlicher Auseinandersetzung zu bereinigen;
- eine freie Informationsvermittlung im kirchlichen Bereich auszubauen;
- die theologische Diskussion als gültigen Weg zur Gewinnung neuer Erkenntnisse anzuerkennen.

3.3.2 Die Synode ruft alle Kirchenglieder auf,

- die freie Meinungs- und Willensbildung in der Kirche zu fördern;
- die gesicherten Erkenntnisse der wissenschaftlichen Forschung zu akzeptieren;
- die freie Forschung im theologischen und ethischen Bereich anzuerkennen;
- Differenzen sachlich und offen auszutragen.

3.3.3. Die Synode bittet die Schweizer Bischöfe, sich dafür einzusetzen, dass bei der Neukodifizierung des Kirchenrechtes die Grundsätze von *Communio et Progressio* voll beachtet werden.

- der möglichst breiten Meinungs- und Willensbildung unter möglichst vielen Menschen.

freien Meinung in der Kirche. Dazu sagt die Pastoralinstruktion CP: «Die Freiheit der Meinungsäußerung des Einzelnen ist ein Wesensbestandteil bei der Bildung der öffentlichen Meinung» (25).

3.2.3 Im Rahmen dieser freien Meinungsbildung ist Auseinandersetzung unerlässlich. Schon früher hat das Streitgespräch zur Meinungsbildung in der Kirche gehört.

4 Die Medien als Kommunikationsmittel

4.1 Gesellschaftliche Situation

4.1.1 Im Vordergrund stehen heute als Mittel der Kommunikation die sog. Massenmedien Presse, Film, Radio und Fernsehen, AV-Medien.

4.1.2 Umgang mit den Medien verlangt einerseits Vertrautheit mit der Ausdrucksweise (Sprache) und den Gestaltungsmöglichkeiten jedes Mediums sowie mit den Produktionsvoraussetzungen; andererseits kritische Aufmerksamkeit den Medien gegenüber.

4.1.3 Medienarbeit erfordert grosse finanzielle Mittel.

4.2 Kirchliche Überlegungen

4.2.1 Der Zweck kirchlicher Medienarbeit liegt:

- in der Begegnung mit den Menschen und im Erleichtern der Kommunikation;
- in der Hilfe für die Verkündigung und den Dienst;
- im Sammeln von Meinungen, Äusserungen und Antworten, welche die Kirche zur Kenntnis nehmen muss;
- in der Bildung einer öffentlichen Meinung in der Kirche;
- In den «public relations», d. h. den bewussten, geplanten und dauernden Bemühungen, durch Kontakt mit allen Öffentlichkeitsgruppen gegenseitiges Verständnis und Vertrauen aufzubauen.

4.2.2 Es ist nicht Aufgabe der Kirche als Institution, in jedem Fall einen eigenen Medienapparat (Ver-

4.3 Folgerungen

4.3.1 Die Synode bittet die Medienschaffenden, sich ihrer Verantwortung bewusst zu sein. An ihnen liegt es weitgehend, wie die brennenden Probleme unserer Zeit in das Bewusstsein der einzelnen eindringen.

4.3.2 Die Synode fordert die Verantwortlichen auf, dazu beizutragen:

- dass die Grundfragen der Information und Kommunikation weiter erforscht (Kommunikationsforschung) und das Bemühen um das Verständnis der Mediensprache gefördert werden;
- dass Theologen, Katecheten und in der Erwachsenenbildung Tätige in ihrer Ausbildung die notwendigen Kenntnisse in Medienkunde erhalten;
- dass Journalisten eine solide Aus- und Weiterbildung genießen können (Institut für Journalistik an der Universität Freiburg).

4.3.3 Die Synode unterstützt die Bemühungen um die Medienerziehung (Formung von Rezipienten) in Schule, Jugendarbeit und Erwachsenenbildung, weil darin ein echter Beitrag zur Kommunikation in unserer Gesellschaft liegt.

Vertrautheit mit den Medien soll die Gläubigen nicht zuletzt befähigen, die Medienarbeit durch Meinungsäußerungen zu unterstützen sowie sachliche Kritik zu üben.

lag, Sender, Studio) aufzubauen. Kirchliche Medienarbeit wird sich in der Regel auf Zusammenarbeit mit privaten (Verlage, Redaktionen, Filmschaffende) oder öffentlichen Trägern der Kommunikation (Radio, Fernsehen) beschränken.

Das schliesst nicht aus, dass in besonderen Fällen kircheneigene Instrumente der Kommunikation (z. B. Kirchenzeitungen, Publikationen der Spezialseelsorge usw.) verwendet werden.

4.2.3 Die Kirche und ihre einzelnen Glieder haben auch eine kritische Funktion gegenüber den Massenmedien wahrzunehmen. Sie haben unmissverständlich Stellung zu beziehen:

- bei Vernachlässigung des Gemeinwohls;
- gegen die Bedrohung humaner Werte;
- gegen einseitige Information und tendenziöse Beeinflussungsversuche;
- gegen rein passive Konsumhaltung.

(4.3.4–4.3.8 von der gesamtschweizerischen Synodalversammlung verabschiedet am 14. September 1975)

4.3.4 Die Synode fordert die Bischofskonferenz auf, ein Gesamtkonzept kirchlicher Medienarbeit in pastoraler und struktureller Hinsicht erstellen zu lassen. Es soll die zweckmässigen Strukturen und Mittel in allen Medienbereichen und für jede Religion des Landes umfassen. Insbesondere sind vorzusehen:

- die notwendigen Organe zur Beratung der Bischöfe, der Bischofskonferenz und weiterer kirchlicher Stellen;
- Richtlinien zur Zusammenarbeit mit anderen Institutionen, besonders auf ökumenischer Ebene;
- Koordination und Ausbau der bestehenden Institutionen und ein gesamtschweizerischer Ausgleich zwischen den ungleich bemittelten Regionen;
- schliesslich die Schaffung eines schweizerischen Organs als Ort gemeinsamer Planung und Entscheidungen (z. B. in Form eines Medienrates).

Die bereits erarbeiteten und von den Trägern kirchlicher Medienarbeit grundsätzlich gutgeheissenen Unterlagen (vgl. Bericht W. Kaufmann: «Katholische Medienarbeit in der Schweiz») sollen für baldige Entscheidungen behilflich sein.

4.3.5 Die Synode bittet die zuständigen Instanzen der Kirche in der Schweiz, dafür zu sorgen, dass die Medienarbeitsstellen immer besser den strukturellen, technischen und finanziellen Anforderungen entsprechen können und mit dem erforderlichen Personal versehen werden.

Diese Organe müssen mit den privaten und öffentlichen Stellen zusammenarbeiten, die Anliegen der Kirche und der Christen vertreten und nicht zuletzt wirkungsvolle Beiträge leisten.

4.3.6 Da die Medienarbeit sich aus dem eigentlichen Verkündigungsauftrag der Kirche ergibt, sind ihre allgemeinen Dienste auch aus ordentlichen Mitteln zu finanzieren.

Die Römisch-Katholische Zentralkonferenz (RKZ) wird dringend ersucht, für eine rasch fortschreitende Mitfinanzierung und für eine langfristige Finanzplanung dieser Dienste besorgt zu sein.

5 Meinungsbildung in der Kirche

5.1 Gesellschaftliche Situation

5.1.1 Das Erhalten einer kritischen Öffentlichkeit gehört zu den grossen Aufgaben unserer freiheitlichen politischen Ordnung. Mit der Deklaration der Meinungsfreiheit als einem Grundrecht des Menschen ist es nicht getan. Es müssen zusätzlich die Bedingungen geschaffen werden, dass eine umfassende Information über unsere Welt-Gesellschaft auch gegen die herrschenden Interessen geschehen kann. Ebenso ist immer wieder über die

5.2 Kirchliche Überlegungen

5.2.1 Die Kirche hat einen vom Evangelium her begründeten Öffentlichkeitsauftrag. Sie hat ihren Dienst beim Aufbau einer kritischen Öffentlichkeit zu leisten. Dies setzt allerdings voraus, dass auch innerhalb der Kirche der öffentlichen Meinung die gleiche Bedeutung beigemessen wird und gleiche Bedingungen eingeräumt werden.

5.2.2 Bereits Pius XII. bezeichnete 1950 das Fehlen einer öffentlichen

4.3.7 Die Pfarreien (Kirchgemeinden) sind gebeten, sich an der Finanzierung der Medien, die im Dienste der Kirche stehen, zu beteiligen. Sie sollen auch in ökumenischer Zusammenarbeit die notwendigen Hilfsmittel bereitstellen und Initiativen ergreifen, um ihren Teil an der Meinungsbildung zu leisten (Bibliothek, Mediathek, verschiedene Apparate). Es handelt sich hier um eine neue seelsorgerliche Verantwortung, die auch auf Dekanats- oder Kantonebene gilt, zumal auch in der Schweiz das Kabelfernsehen aktuell wird.

4.3.8 Der Welttag der sozialen Kommunikationsmittel, der auf den Sonntag nach dem Fest Christi Himmelfahrt festgelegt ist, soll allen Gläubigen die Bedeutung der Medienarbeit mehr und mehr bewusst machen. Die Synode erwartet von allen Katholiken und ihren Seelsorgern, dass sie durch das Opfer am «Mediensonntag» ihr Verständnis bekunden und zugleich einen unentbehrlichen finanziellen Beitrag für besondere Aufgaben leisten.

5.3 Folgerungen

5.3.1 Die Synode empfiehlt die Schaffung einer Dienststelle für Information und Kommunikation.

5.3.1.1 Für den Leiter dieser Stelle sind entsprechende Fachausbildung und praktische Erfahrung in der Medienarbeit erforderlich. Er kann ein Laie sein und soll diese Funktion nicht bloss nebenamtlich ausüben.

5.3.1.2 Zielsetzung:

- optimale Information und Meinungsbildung innerhalb und zwischen den verschiedenen Ebenen der Kirche und ihren Gremien (Pfarrgemeinde – Region – Bistum – Schweiz);
- Kontakte über den Bereich der Kirche hinaus.

Mechanismen massenmedialer Kommunikation zu informieren.

5.1.2 Im innerkirchlichen Bereich ist der Meinungsbildungsprozess immer noch schwierig. Die Stimme der «Basis» ist in der Öffentlichkeit kaum oder höchstens in gelegentlichen Unmutsäusserungen vernehmbar.

Meinung in der Kirche als Mangel, wofür die Schuld bei den Hirten wie bei den Gläubigen zu suchen sei. Um bestehende Mängel zu beheben, sind Massnahmen in zwei Richtungen erforderlich:

- von den Leitungsgremien her;
- von der Seite der Gläubigen aus.

5.2.3 Für Bischof und Ordinariat ergibt sich die Notwendigkeit:

- Presse und Massenmedien über wichtige Beschlüsse und Aktivitäten des Bischofs und seiner Verwaltung zu informieren;
- sich in Informationsfragen beraten zu lassen.

5.2.4 Auf Seite der Gläubigen ergeben sich durch die Regionalisierung der Seelsorge und durch die Schaffung neuer Beratungsgremien (Pfarreirat, Seelsorgerat) neue Probleme, aber auch neue Möglichkeiten,

- den Meinungsbildungsprozess kritisch zu verfolgen;
- das Gespräch aller mit allen in Gang zu bringen;
- der Stimme der «Basis» Gehör zu verschaffen.

5.3.1.3 Aufgaben:

- Beratung der diözesanen Leitung in Informations- und Kommunikationsfragen;
- Information des Bischofs über Erwartungen und Reaktionen der Öffentlichkeit;
- Information der Dekanate und der Gläubigen über diözesane Ereignisse und Entscheidungen des Bischofs;
- Weitergabe kirchlicher Informationen an Presse und andere Medien («Pressesprecher»).

5.3.1.4 Die Synode wünscht, dass der Seelsorgerat die organisatorischen und finanziellen Grundlagen einer solchen Stelle abklärt und ihre Verwirklichung an die Hand nimmt.

5.3.1.5 Bis zur Verwirklichung dieses Auftrages soll der Bischof einen Pressesprecher ernennen.

5.3.2 Bei der Schweizerischen Bischofskonferenz soll die vollamtliche Stelle eines Beauftragten für Informationsfragen geschaffen werden. Die Synode unterstützt die in diesem Sinn laufenden Bestrebungen.

6 Pfarrblätter

6.1 Gesellschaftliche Situation

6.1.1 Als zeitgemässes Mittel der Seelsorge erfüllt das Pfarrblatt folgende Aufgaben:

- Herstellung von menschlichen Verbindungen in überschaubarem regionalem und lokalem Raum;
- Information über Themen des religiös-theologischen Bereichs;
- Schärfung des Bewusstseins der Mitverantwortung;
- Förderung der aktiven Teilnahme am sozialen, kulturellen und politischen Leben durch die katholische Bevölkerung.

6.1.2 Eine Erhebung im Bistum St.Gallen (1970) ergibt folgendes Bild:

- 89 Pfarreien kennen ein Pfarrblatt (84 % der katholischen Bevölkerung);
- 50 Pfarreien haben kein Pfarrblatt (16 %).

38 Pfarreien beziehen den redaktionellen Teil von aussen:

- 20 vom Christoferus-Verlag, Arlesheim;
- 18 von der Augustinus-Druckerei, St-Maurice.

Im Regionalverband erscheinen die Pfarrblätter von St.Gallen und der Region Uzwil.

Die Gestaltung der Pfarrblätter ist sehr verschieden: vom Pfarreibrief über das Pfarreibriefprogramm bis zum eigentlichen Heft. Erscheinungsdaten: wöchentlich, vierzehntäglich, monatlich.

6.2 Kirchliche Überlegungen

6.2.1 Die Erwartungen, die heute an ein Pfarrblatt gestellt werden, sind hoch. Seine Aufmachung darf gegen andere Druck-Erzeugnisse nicht abfallen.

6.2.2 Eine vermehrte Zusammenarbeit unter den Pfarrblättern ist wünschenswert. Den Pfarreien, die nicht selbst eine volle Redaktionsarbeit an einem Pfarrblatt leisten können oder wollen, sollte ein «Kopfblatt» zur Verfügung gestellt werden, das von Leuten erarbeitet wird, die mit unserem Bistum vertraut sind. Dazu könnte entweder eine regionale Pfarrblatt-Redaktion ausgebaut oder eine neue gegründet werden. Als Trägerschaft käme beispielsweise ein Pfarrblattverein in Frage.

Menschliche Verbindungen im überschaubaren Raum müssen dem einzelnen Seelsorgeteam auch in einem regionalen Pfarrblatt möglich sein.

6.2.3 Ein eigentliches Bistumsblatt dürfte in unseren Verhältnissen kaum Erfolg haben.

6.2.4 Für die Ausländer ist ein eigensprachliches Pfarrblatt besonders wichtig. Sie werden überschüttet von tendenziösen Presseerzeugnissen. Es ist darum notwendig, dass die Ausländer auch die kirchliche Information gratis bekommen.

6.3 Folgerungen

6.3.1 Die Synode empfiehlt den verantwortlichen Instanzen, die Pfarrblätter zu zeitgemässen Informationsmedien auszubauen. Das Pfarrblatt soll auch dem Gespräch aller Gruppen der Pfarrei miteinander dienen und allen Pfarreigremien als Informationsorgan offen stehen (z. B. Pfarreirat, Kirchenverwaltungsrat).

Das Pfarrblatt soll auch zu wichtigen aktuellen Problemen aus der Sicht des Evangeliums Stellung nehmen und sich nicht auf organisatorische Mitteilungen und erbauliche Beiträge beschränken.

6.3.2 Als Grundsätze für Verleger und Redaktoren von Pfarrblättern sollen gelten:

- die in CP verankerte Informations- und Meinungsfreiheit soll auch für Verlag und Redaktion des Pfarrblattes wegweisend sein;
- die innere Pressefreiheit der Redaktion muss gewährleistet sein;
- nötig sind durchschaubare organisatorische Formen und klare Kompetenzen sowie eindeutige Aufgabenstellungen für Herausgeber und Redaktoren.

6.3.3 Es soll eine diözesane «Studiengruppe Pfarrblatt» gebildet werden mit folgenden Aufgaben:

- Überprüfung und Koordinationsmöglichkeiten der bestehenden und Hilfen beim freiwilligen Zusammenschluss einzelner Pfarrblätter;
- Kontakte mit den evangelischen Kirchenblättern;
- Kontakte mit Tageszeitungen.

6.3.4 Die Pfarrblätter der Ausländer müssen als wichtiges Pastoralmittel gefördert werden.

Die Kirchgemeinden sollen finanzielle Mittel zur Verfügung stellen, damit die Ausländerseelsorger ein eigensprachliches Pfarrblatt gestalten und den von ihnen betreuten Kreisen abgeben können.

7 Kirche und Presse

7.1 Gesellschaftliche Situation

7.1.1 Die Presse zielt als wirtschaftliches Unternehmen auf Rentabilität. Das verlangt:

- Marktforschung;
- Abonnentenwerbung;
- Werbung von Inserenten.

Die Abonnemente decken in der Regel einen Viertel bis einen Drittel der Kosten einer Tageszeitung.

7.1.2 Es gibt Verlagsunternehmen,

- die ihre Presseerzeugnisse ausschliesslich den Massstäben der Wirtschaftlichkeit (Konsumentenbedürfnis) unterwerfen;
- deren Presse-Erzeugnisse ethischen Massstäben verpflichtet sind (journalistisches Berufsethos, gesellschaftliches oder politisches Engagement).

7.1.3 In der Schweiz gibt es rund 185 Tages- und Wochenzeitungen. Davon sind rund 120 mit einer Auflage von 1,5 Millionen neutrale Blätter und 65 mit einer Auflage von 350 000 Gesinnungsblätter. Die Pressekonzentration, d. h. das Verschwinden kleinerer und mittlerer Zeitungen trifft vorab die Gesinnungspresse.

7.1.4 In der Schweiz gibt es keine Kirchenpresse als Tagespresse. Die Schweizer Tagespresse ist zur Hauptsache politische Presse. Dennoch spricht man von einer katholischen Presse. Damit meint man

7.2 Kirchliche Überlegungen

7.2.1 Kirchliche Stellen und Katholiken haben sich bis heute vielfach auf die katholische Presse als Informationsträger in kirchlichen Belangen gestützt. Mehr und mehr nimmt sich auch die nicht-katholische Presse kirchlicher Belange an.

7.2.2 Katholische Gesinnungspresse muss mit einem eingeschränkten Interessentenkreis rechnen. Daraus erwachsen ihr wirtschaftliche Schwierigkeiten, zumal sie dem Zeitungssterben mehr ausgesetzt ist als die reine Informations- und Unterhaltungspresse.

7.2.3 Information über kirchliche Ereignisse und Vorgänge in objektiver Sicht ist wichtig und erwünscht (Weltkirche, Schweizerkirche, Diözese, Pfarrei). Die Information geht nicht nur von oben nach unten, sondern auch von der Basis zur Spitze der Hierarchie.

7.2.4 In der Kirche ist öffentliche Meinungsbildung durch Dialog in der katholischen Presse möglich. Diese ist nach wie vor notwendig. Sie bildet ein von kirchlichen Instanzen unabhängiges Diskussionsforum aller Katholiken, der verschiedenen Richtungen in der Kirche untereinander und der Hierarchie mit der Basis. Die katholische Presse repräsentiert aber auch

7.3 Folgerungen

7.3.1 Die Synode ruft alle Gläubigen auf, den Fragen der Presse ihre Aufmerksamkeit zu schenken und die katholische und qualitativ gute Gesinnungspresse materiell und moralisch zu unterstützen.

7.3.2 Eine gut gemachte Zeitung bedarf, wie jedes soziale Kommunikationsmittel, einer soliden finanziellen Basis. Abbestellen der Zeitung oder Inseratenboykott ist keine angemessene Erwiderung auf einen missliebigen Artikel. Die Gesinnungspresse kann ihre Aufgabe in der Auseinandersetzung und in der Meinungsbildung um so besser erfüllen, je mehr Unterstützung und Anerkennung sie findet.

7.3.3 Die Kirche ist daran interessiert, dass über ihre Belange in der gesamten Presse informiert und kommentiert wird. Deshalb ist die Mitarbeit von katholischen Journalisten und Theologen bei allen Zeitungen zu begrüßen.

Um einen fruchtbaren Dialog mit der Gemeinde zu ermöglichen, sollen die Seelsorger den Kontakt mit der lokalen und regionalen Presse suchen und pflegen. Seelsorger, Behörden (Kirchenverwaltungsräte) und weitere Gremien (Pfarreiräte) sollen ihre Informationen der gesamten Presse zur Verfügung stellen.

7.3.4 Die Synode dankt allen theologisch und journalistisch geschulten Mitarbeitern, die als Informanten und Meinungsbildner bei der Presse tätig sind und auf berufsethischer Haltung einen konstruktiven Beitrag zur Meinungsbildung leisten. Sie macht gleichzeitig darauf aufmerksam, dass jedermann durch Einsendung von Leserbriefen und telefonische Anrufe in der Presse mitarbeiten kann. Solche Mitarbeit soll allerdings nicht nur Ressentiments abreagieren oder missliebige Persönlichkeiten angreifen.

7.3.5 Die Redaktionen sollen als Gegenleistung Platz für Äusserungen aus dem Publikum einräumen und eine rasche Publikation gewährleisten.

7.3.6 Von den Verlegern der katholischen Zeitungen soll geprüft werden, ob nicht die gemeinsamen Leistungen und die Zusammenarbeit

die Zeitungen, die katholischen Wertmassstäben genügen wollen. Das können sie nur, wenn sie:

- fachlich ausgewiesen sind;
- aus dem Geist des Evangeliums einen Dienst an der Wahrheit zu leisten bereit sind;
- als Kirche in der Welt die humanen Werte pflegen.

Nicht vergessen sei, dass gerade in der katholischen Presse dem Humor der gebührende Platz einzuräumen ist.

7.1.5 Die Presse hat als Aufgaben:

- Information auf verschiedenen Ebenen (global – national – regional – lokal). Die Information durch die Tagespresse wird von Radio und Fernsehen in die detaillierte Zweitmeldung und in den regionalen und lokalen Bereich verdrängt.
- Meinungsbildung durch Problemvertiefung, profilierten Kommentar und kritische Äusserungen. Die Presse darf, da sie keine Monopolstellung hat, betonte redaktionelle Meinungen vertreten. Leserbriefe können einseitige Standpunkte widerlegen und korrigieren.
- Wahrung des öffentlichen Interesses: der Journalist hat eine besondere Wächteraufgabe im Aufspüren und Publizieren von Missständen oder Bedürfnissen und Interessen allgemeiner Natur.
- Unterhaltung und Zerstreung;
- Anstoss zu Aktionen.

7.1.6 Was von der Presse gesagt ist, gilt sinngemäss auch von den

kirchliche Standpunkte im Meinungspluralismus und trägt so wiederum bei zu einer repräsentativen öffentlichen Meinung.

7.2.5 Presse kann

- Verkündigung in der Alltagssprache darstellen;
- das persönliche Engagement der Christen fördern.

Wenn die Stellung des Laien in der Kirche ernst genommen wird, ist er mitaufgerufen, eine kritische Funktion in Kirche und Welt mittels der Presse auszuüben.

7.2.6 Ein wichtiges Instrument kirchlicher und katholischer Pressearbeit ist eine leistungsfähige Presseagentur.

7.2.7 Neben der katholischen Presse sind die religiös orientierte Zeitschrift und das Buch nicht zu vergessen.

ihrer Blätter vermehrt werden können (Wochenendbeilagen, Publikation kirchlicher Verlautbarungen und Erlasse usw.).

Es ist zu prüfen, wie solche Leistungen von seiten der Kirche unterstützt werden sollen.

7.3.7 Die KIPA soll zu einem leistungsfähigen kirchlichen Pressedienst ausgebaut werden. Als zusätzlicher Dienst sollen vermehrte gute Kommentare zu kirchlichen Geschehnissen angeboten werden.

Zeitschriften, vom Buch und von weiteren Medien.

Leider ist es eine Tatsache, dass z. B. die wenigen Zeitschriften mit hohem Niveau um ihre Existenz ringen, während seichte und wertlose Druck-Erzeugnisse in breiten Kreisen kritiklos konsumiert werden.

8 Film

8.1 Gesellschaftliche Situation

8.1.1 Der Film hat immer noch grosse Bedeutung. In der Schweiz besuchen jährlich rund 30 Millionen meist jugendliche Besucher eine Kinovorstellung. Einen bedeutenden Anteil stellen die Gastarbeiter.

8.1.2 Für viele Jugendliche bedeutet das Filmangebot eine Art Kontrastprogramm zu dem Medienangebot, das im Kreise der Familie zur Verfügung steht. Daraus ergibt sich die besondere Bedeutung des Films als Vermittler von Werthaltungen in der Phase der Loslösung des Jugendlichen aus seiner engen Bindung an die Familie.

8.1.3 Auf die Bedürfnisse der ausländischen Arbeitnehmer kann der Film in besonderem Masse eingehen (Sprache).

8.1.4 Neben den kommerziellen Verleihorganisationen und Vorführstellen wächst die Bedeutung von

8.2 Kirchliche Überlegungen

8.2.1 Die kritische Auseinandersetzung mit dem Film gehört seit der Entstehung des Films zu den kirchlichen Aktivitäten im Mediengebiet. Hier haben sich die Kirchen auch zu wertvollster ökumenischer Zusammenarbeit gefunden.

8.2.2 Lange Zeit wurde das Gewicht vorwiegend auf moralische Beurteilung des Film gelegt. Heute werden mehr und mehr auch künstlerische, gruppensdynamische und gesellschaftskritische Momente berücksichtigt.

8.2.3 Die kritischen Begutachtungen von Filmen durch fachlich ausgewiesene kirchliche Stellen sind eine wertvolle Orientierungshilfe für persönliche Entscheide.

8.2.4 In richtiger Einschätzung ihrer Bedeutung werden von kirchlicher Seite auch gefördert
– Verleihstellen (z. B. Selecta,

8.3 Folgerungen

8.3.1 Die Synode anerkennt dankbar, was seit vielen Jahren von kirchlicher Seite in der Schweiz auf dem Gebiet der Filmerziehung (wo Pionierarbeit geleistet wurde), der Filmbewertung und der Dokumentation geleistet wurde und geleistet wird. Sie empfiehlt die Arbeit der entsprechenden Stellen der Beachtung und bittet diese, eine gezielte Filmförderung auch in ländlichen Gegenden und in kleinen Städten an die Hand zu nehmen.

8.3.2 Verleihfirmen und Kinobesitzer sollen auf ihre Verantwortung bei der Programmgestaltung hingewiesen werden.

8.3.3 In der Jugendarbeit (Freizeitgestaltung, Weiterbildung) und in der Ausländerseelsorge soll der besonderen Bedeutung des Films für diese Gruppen Rechnung getragen werden. Günstige Voraussetzungen für diese Arbeit werden geschaffen, indem man Verleihstellen fördert und Vorführmöglichkeiten bereitstellt.

8.3.4 Die kirchlichen Dienststellen für Filmarbeit sollen die nötige Unterstützung erhalten, damit sie weiterhin den Auftrag der Kirche in diesem weltlichen Bereich erfüllen können.

Verleihstellen und Spielmöglichkeiten, die nicht in erster Linie Gewinn anstreben.

Zoom);
– Vorführungsmöglichkeiten (Filmklubs usw.).

Fast ausschliesslich durch solche Organisationen werden jene Filme zu günstigen Bedingungen zugänglich gemacht, die sich zur gezielten Auseinandersetzung mit religiösen Themen oder für die Jugend- und Erwachsenenbildung sowie für kirchliche Freizeitgestaltung besonders eignen.

9 Radio und Fernsehen

9.1 Gesellschaftliche Situation

9.1.1 Radio und Fernsehen haben eine ungeahnte Entwicklung erfahren und werden sich in den kommenden Jahren in den technischen Möglichkeiten und im Programmangebot noch erweitern. Für die Nutzung dieser beiden Massenmedien wird allgemein täglich viel Zeit verwendet. So gehören Radio und Fernsehen zu den prägenden Faktoren unserer Gesellschaft. Umgekehrt stehen auch sie unter dem Einfluss der Gesellschaft.

9.1.2 Die grosse Aufgabe von Radio und Fernsehen besteht darin, dem einzelnen zu helfen, seine Meinung selber bilden zu können. Es ist notwendig, dass sich die Verantwortlichen in diesem Sinne über Werte und Ziele der Programmgestaltung im klaren sind und nach Möglichkeit die Wirkung der Mediennutzung erforschen.

9.2 Kirchliche Überlegungen

9.2.1 Die Kirche ist in mancherlei Hinsicht an der Mitwirkung in Radio und Fernsehen interessiert:

- sie darf und muss in der Vielfalt der im Kommunikationsprozess engagierten Gruppen und Kräfte den ihr zukommenden Platz beanspruchen;
- diese Medien erleichtern ihr in besonderer Weise Kommunikation und Verkündigung.

9.2.2 Die Kirche kann aus Mitarbeit in Radio und Fernsehen nur Nutzen ziehen, wenn

- auch ihre Gläubigen die Ausdrucksweise dieser Massenmedien verstehen;
- sie mit sachkundigen Vertretern dynamisch und schöpferisch mitwirken kann.

9.2.3 Die Kirche interessiert sich für die Wirkung dieses Sozialisa-

9.3 Folgerungen

(Von der gesamtschweizerischen Synodalversammlung verabschiedet am 14. September 1975)

9.3.1 Die bestehenden Strukturen in unserem Land verleihen der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) ein faktisches Monopol, das – bis zur Schaffung eines Verfassungsartikels – durch eine Bundeskonzession geregelt ist.

Andere Lösungen der Trägerschaft wären denkbar. Sie müssten sich grundsätzlich der gleichen Verantwortung stellen wie heute die SRG, im Bereich der Information und Kultur die Grundrechte der menschlichen Person gewährleisten und wahrhaft dem Gemeinwohl eines kleinen, aber kulturell sehr vielgestaltigen Landes dienen.

Diese Verantwortung muss auf allen Stufen wahrgenommen werden: von den Konzessionsträgern bis zu den gesellschaftlichen Institutionen, von der Ausarbeitung des Programmrahmens bis zur Herstellung und Ausstrahlung der Sendungen. Weder der Staat allein noch eine relativ kleine, sich selbst ergänzende Körperschaft kann ihr wirklich gerecht werden.

Die Synode fordert daher alle Christen, besonders jene, die in dieser Hinsicht eine berufliche, gesellschaftliche oder politische Mitverantwortung tragen, auf:

9.1.3 Die hervorstechenden Merkmale von Radio und Fernsehen sind

- suggestive Wirkung,
- Monopolstellung,
- Tendenz zur Mammutorganisation,
- riesiger Finanzbedarf.

9.1.4 Die Monopolstellung bedeutet, dass Information und Meinungsbildung in diesen Massenmedien einer verhältnismässig kleinen Gruppe von Verantwortlichen anvertraut sind. Bei Monopolmedien ist vor allem darauf zu achten, dass die verschiedenen Gruppen einer pluralistischen Gesellschaft ihre Meinungen nach demokratischen Regeln ausdrücken können.

9.1.5 Es ist unbestritten, dass das Fernsehen vor allem einen bedeutenden Einfluss ausübt auf die Kinder, die im Begriffe sind, die sog. «Welt» zu erfahren und sich Meinungen und Haltungen anzueignen.

tionsfaktors, vor allem was die Prägung von Werten anbetrifft. Schon in der Pionierzeit der Medienerziehung zeigten sich vor allem kirchliche Kreise aktiv. Heute geht es darum, das Publikum in einer durchdachten Medienerziehung zum richtigen Gebrauch der Massenmedien hinzuführen.

- sorgfältig auf eine angemessene Vertretung aller gesellschaftlichen Gruppen in den bestehenden Institutionen zu achten;
- sich für eine möglichst weite Anwendung der geltenden Konzessionsbestimmungen einzusetzen.

9.3.2 Jede Monopolsituation birgt besondere Gefahren. Das muss der Trägergesellschaft und ihren Direktoren, aber auch den Journalisten und Präsentatoren, Produzenten und Realisatoren stets bewusst sein. Denn sie wollen ja in ihren Medien legitime Diener am Informationsrecht und an der Informationsfreiheit aller Bürger sein.

Ihre wohl schwierigste Aufgabe ist es, die Pluralität der im Lande vertretenen Mehrheits- und Minderheitsmeinungen zum Ausdruck zu bringen und doch jene Einheit von Aussage und Stil zu wahren, die jedes Medium sich selbst schuldig ist.

Unter diesen Meinungen muss die Stimme der Christen gehört werden, wenn sie – einzeln oder als Kirche – die Werte des Evangeliums zum Ausdruck bringen, die sie zu leben versuchen und für die sie sich in der Gesellschaft einsetzen.

9.3.3 Die Haltung der Christen im Bereich der Massenmedien ist klar umschrieben in der Pastoralinstruktion «Communio et Progressio» (1971). Diese Pastoralinstruktion zeigt die zukünftige Bedeutung dieser Medien und ihre eigentliche Zweckbestimmung im Dienste der Würde des Menschen und der Entwicklung der Gesellschaft.

Den Massenmedien kommt in besonderer Weise die Aufgabe zu, auf den Dienst der Christen in dieser Gesellschaft hinzuweisen, wie auch die Haltung der Kirche gegenüber den Problemen dieser Welt und die innerkirchliche Wirklichkeit aufzuzeigen.

Auf schweizerische Verhältnisse bezogen erfordert dies:

- von allen Christen, dass sie ihren Einfluss als Hörer und Zuschauer einzeln oder in Gruppen geltend machen, damit ihre gesellschaftliche Präsenz auch in den Programmen zur Geltung kommt und ihr Einfluss sich durch sinnvolle Kritik auswirken kann;
- von den Spezialisten, dass sie einen angemessenen Beitrag zur Medienerziehung leisten, nicht zuletzt durch kritische Programmhinweise und Besprechungen in anderen Medien;
- von den Verantwortlichen der Kirche, dass sie sich zu einer offenen, wirksamen Informationspraxis entschliessen und dass sie nicht zögern, auch an den schwierigen Diskussionen unserer Zeit teilzunehmen.

Die katholischen Medien-Arbeitsstellen (insbesondere die ARF in Zürich, das CCRT in Lausanne und das CCRT in Lugano) werden ersucht, dem positiven Beitrag, den die Kirchen zum allgemeinen Gespräch in unserer pluralistischen Gesellschaft leisten müssen, ihre ganze Aufmerksamkeit zu schenken.

Ihren besonderen Dienst in der Kirche können diese Arbeitsstellen nur erfüllen im ständigen Gespräch mit den andern seelsorgerlichen Instanzen. Ebenso werden sich die einzelnen Christen, die Pfarreien und Vereinigungen zur Verfügung stellen, wenn die Arbeitsstellen und Redaktionen im Rahmen ihrer Kompetenzen ihre Dienste anfordern.

9.3.4 Die Vollständigkeit der Information in einer pluralistischen Gesellschaft macht es der SRG zur Pflicht, nicht nur den religiösen Ereignissen den ihnen zukommenden Platz in den Programmen einzuräumen, sondern auch die spirituelle oder religiöse Dimension aller wesentlichen Ereignisse und Probleme sinngemäss darzutun.

Daraus ergibt sich die Forderung an die Programm-Verantwortlichen, in religiösen Fragen qualifizierte Mitarbeiter innerhalb oder ausserhalb ihres Personals regelmässig zu Rate zu ziehen, wie dies auch in wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen, wissenschaftlichen, politischen oder sportlichen Fragen der Fall ist.

9.3.5 Das Recht auf Information, das jedem Menschen zusteht, beschränkt sich nicht auf Tagesereignisse. Es reicht bis in die tiefsten Wesensbereiche des Menschen. So steht auch den Hörern und Zuschauern das Recht auf ausgesprochen «religiöse» Sendungen zu. Darin ist also auch das Recht auf die für uns Christen wesentlichste Information einbezogen, nämlich auf die Frohe Botschaft. Sie wendet sich an alle Menschen und verkündet ihnen die Liebe Gottes und die lebendige Hoffnung in Jesus Christus. Diesem Recht des Rezipienten entspricht der unveräusserliche Auftrag der Kirchen, das Evangelium «allen Völkern bis ans Ende der Welt» zu verkünden.

Die Synode unterstreicht das mehrfach erwiesene Interesse vieler Rezipienten für «religiöse Sendungen» Gottesdienste, Predigten, Meditationen und andere kirchliche Programme).

Solche Sendungen bedingen auf seiten der SRG keinen ideologischen Wahl- oder Präferenzentscheid. Sie sind einfach – aber im vornehmsten Sinne – einer jener Dienste, die sie dem Hörer und Zuschauer im Blick auf die Gesamtheit seiner Bedürfnisse – und übrigens auch nach Bundesrecht – schuldet.

Der Inhalt der verkündigenden Sendungen betrifft unmittelbar die Kirchen. Diese Sendungen sind – oder sollten sein – Gegenstand offener und klarer Absprachen zwischen der SRG und den Verantwortlichen der Kirchen.

9.3.6 Denen, die die Kirche mit diesem Dienst betraut (den bischöflichen Beauftragten für Radio und Fernsehen), obliegt es, dafür zu sorgen, dass die kirchlichen Sendungen durch mediengerechte Ausdrucksweise, Verständlichkeit und Aktualität sich sinnvoll in das Gesamtprogramm einfügen. Dabei ist die Verschiedenheit der drei Sprachregionen, die auch die Programmorganisation der SRG bestimmen, zu respektieren.

9.3.7 Die Kirche und die Programmverantwortlichen stehen also im Gespräch miteinander und je auf ihre Art im Dienst der Gesellschaft. Ihr Verständnis als Partner entwickelt sich in einem dynamischen Prozess nach den Gegebenheiten der Sprachregionen. Die Synode anerkennt allgemein eine positive Haltung der SRG und erfreuliche Anstrengungen in der Kirche.

In der französischen Schweiz sowie im Kurzwellendienst entsprechen sich Grundsätze wie Praxis in erfreulicher Weise.

In der deutschen und rätoromanischen Schweiz sollte die religiöse Dimension der Programme erweitert werden. Besonderer Stellenwert kommt darin einem Ausbau der sogenannten «verkündigenden Sendungen» zu.

In der italienischen Schweiz soll ein personeller und struktureller Ausbau das Centro Cattolico per la Radio e la Televisione (CCRT) in die Lage versetzen, die bestehenden Sendungen weiterzuführen, weitere zu entwickeln und im ganzen Bereich neue Initiativen zu ergreifen.

10 **Audiovisuelle Medien als Hilfsmittel für Seelsorge, Liturgie und Erwachsenenbildung**

10.1 **Gesellschaftliche Situation**

10.1.1 Die audiovisuellen Medien haben erstaunlich rasch unser Zeitalter geprägt. Sie weiten nicht nur das Feld der menschlichen Wahrnehmungen beträchtlich aus, sie beeinflussen auch die Art und Weise, in welcher der Mensch die Wirklichkeit wahrnimmt.

10.1.2 Über Jahrhunderte hin wurde die Kommunikation im Abendland durch verbale Formen (gesprochenes und geschriebenes Wort) bestimmt. Diese werden heute durch eine «Sprache» abgelöst und ergänzt, die sich des Bildes und des Tones bedient. Diese «Bild-Ton-Sprache» (audiovisuelle Kommunikation) erfasst den Menschen totaler und tiefer als die bisherige «Begriffssprache».

10.1.3 Die technische Entwicklung der audiovisuellen Medien schreitet weiter fort. Als neue Möglichkeiten werden sich anbieten

- Lehrfilm,
- Bildplatten,
- Fernsehkassetten,
- Kabelfernsehen.

10.1.4 Wirtschaft, Industrie, Schule, politische Gruppierungen, Gewerkschaften, Freizeitorganisationen usw. haben bereits begonnen, sich dieser Medien zu bedienen.

10.2 **Kirchliche Überlegungen**

10.2.1 Wenn die Kirche den Menschen von heute erreichen will, muss sie sich in ihrer Verkündigung nach innen wie nach aussen auch dieser neuen Sprache bedienen. Der Einsatz der audiovisuellen Hilfsmittel gehört deshalb in den normalen Aufgabenbereich von Pfarrei und Diözese.

(Vgl. «Audiovision – die neue Kirchensprache?», herausgegeben von der Schweizerischen Pastoralplanungskommission, 1975.)

10.3 Folgerungen

10.3.1 Die Synode begrüsst grundsätzlich den Einsatz der audiovisuellen Hilfsmittel in

- Katechese,
- Jugendarbeit,
- Erwachsenenbildung,
- Liturgie.

10.3.2 Diese audiovisuellen Mittel sollen methodisch richtig und gezielt eingesetzt werden. Die Synode bittet deshalb die für Katechese, Jugendarbeit, religiöse Weiterbildung und Liturgie Verantwortlichen in Zusammenarbeit mit Medienfachleuten

- die neuen Möglichkeiten für Diözese und Dekanate zu studieren;
- entsprechende AV-Stellen (Verleih und Beratung) zu schaffen;
- für fortlaufende Beratung besorgt zu sein.

10.3.3 Die Erweiterung der Regionalprogramme im Radio und die Entwicklung des Kabelfernsehens mit ihren lokalen Kommunikationsmöglichkeiten soll aufmerksam verfolgt und entsprechend genutzt werden.

10.3.4 Die Synode fordert die Kirchgemeinden und den Konfessions- teil auf, die notwendigen finanziellen Mittel zur Verfügung zu stellen und für entsprechende Installationen und Apparaturen besorgt zu sein.

