

*Heinemann:* Die Grundelemente kommen meines Erachtens vor. Nehmen Sie etwa die Einübung in Gemeinschaft, das ist eines der Grundanliegen, die wir in unserer Hausgemeinschaft haben. Sie kann natürlich nur dann gelingen, wenn wir es nicht bei der Großgemeinschaft belassen, sondern eine gegliederte Gemeinschaft von geistlichen Gruppen besteht, die sich wechselseitig annehmen. Das Seminar ist damit so etwas wie ein Spiegelbild dessen, was auch in den Gemeinden an verschiedensten Tendenzen und Richtungen vorkommt. Die größte und schwierigste Aufgabe ist es deshalb, mit Andersdenkenden geistlich und menschlich wirklich vertrauensvoll umgehen zu lernen. Das ist die größte Belastung in unseren Häusern und gleichzeitig auch die wichtigste Aufgabe. Natürlich bleibt immer ein Ungenügen, weil das, was wir erreicht haben, keinesfalls schon genug ist.

*HK:* Sie befürchten nicht, daß gegenwärtig ein Priesternachwuchs herangebildet wird, der den Anforderungen, die sich in Kirche und Gesellschaft stellen, gar nicht ent-

spricht? Oder anders gefragt: Bekommen wir in den nächsten Jahren wirklich die Priester, die wir brauchen?

*Heinemann:* Auf diese Frage kann ich schlecht antworten. Wir können die brennenden Aufgaben sehen, die sich den Priestern und allen Christen stellen. Wissen wir aber dann schon darum, welche Priester wir brauchen? Unsere Aufgabe in der Priesterausbildung liegt darin, daß die jungen Männer, die bei uns anfangen, ihre wirkliche Berufung aufgreifen und entfalten. So dienen wir der Kirche. Doch dann kann ich auf unsere Priesteramtskandidaten in den oberen Semestern hinweisen, die sich der Veränderungen im Priesterbild und der vielfältigen Erwartungen an ihren Dienst durchweg bewußt sind. Natürlich kann der eine oder andere sein Wunschbild vom Pfarrherrn gegen alle Erneuerungsbemühungen hindurchzuretten versuchen. Aber die Bereitschaft zur Zusammenarbeit und zum lebendigen Austausch ist bei den meisten, die heute Priester werden wollen, gewachsen.

## Zur Entwicklung der Massenmedien

### Thesen der Schweizer Kirchen 1983

*Am 23. März veröffentlichten die Kirchenleitungen der Schweiz ein Grundsatzpapier über die Entwicklung der Massenmedien. Das von einer gemeinsamen Kommission von Fachleuten aus der katholischen, der reformierten und der christ-katholischen (altkatholischen) Kirche erarbeitete Papier befaßt sich nicht allein mit den sog. Neuen Medien, sondern ordnet diese ein in ein Gesamtkonzept über Aufgaben und Gestaltung der Medienkommunikation. Unseres Wissens ist es das erste von den christlichen Kirchen eines Landes gemeinsam erarbeitete und verantwortete Dokument zum Medienbereich. Wenn dieses auch auf den speziellen schweizerischen Hintergrund zu beziehen ist, so sind seine wesentlichen Aussagen doch allgemein gültig bzw. diskussionswürdig. Hier der Wortlaut:*

### Der Leistungsauftrag der Massenmedien in der Gesellschaft

#### These 1: Zur Mitverantwortung braucht es Massenmedien

Die Menschen benötigen öffentliche Information und Auseinandersetzung, um die Aufgaben der Gegenwart und der Zukunft angehen zu können. Massenmedien schaffen Öffentlichkeit in einer Welt, die komplex und weiträumig geworden ist. Ohne öffentliche Kommunikation wäre der Mensch nicht in der Lage, eine Mitverantwortung der Gesellschaft zu übernehmen.

*Kommentar:* Das Zusammenleben der Menschen erfordert ständig gemeinsame Entscheidungen. Unterschiedliche Interessen und Zielvorstellungen machen die Entscheidungsprozesse zu konfliktreichen Auseinandersetzungen. Sie haben zudem fast immer Voraussetzungen und Auswirkungen in verschiedenen Bereichen und auf mehreren Ebenen. Die Welt ist für den Einzelnen nicht aus eigener Kraft überblickbar. Der Bürger benötigt Informationen und Verstehenshilfen, um sich zu orientieren und um sich an der Gestaltung seiner natürlichen, sozialen und kulturellen Umwelt beteiligen zu können.

Die Massenmedien haben in erster Linie die Aufgabe, Voraussetzungen für das öffentliche und demokratische Umgehen mit gesellschaftlichen Fragen zu schaffen. Öffentlichkeit entsteht nicht von selbst. Sie ist das Ergebnis einer Vielzahl von kulturellen Leistungen, worunter jene der Massenmedien eine Schlüsselstellung haben.

Mit „Massenmedien“ (auch „Massenkommunikationsmittel“ oder einfach „Medien“) sind in diesem Text sämtliche technischen Mittel gemeint, die der Verbreitung von sachlichen Informationen, Meinungen, Ideen sowie unterhaltenden und künstlerischen Darbietungen in Wort, Schrift, Ton oder Bild dienen. Sie vermitteln indirekt Aussagen an ein weitgehend nicht bestimmbares Publikum, sei es ein größerer Personenkreis oder die Gesellschaft insgesamt. Zu den Massenmedien zählen die einmaligen und periodischen Druckerzeugnisse (z. B. Flugblatt, Prospekt, Plakat, Zeitung, Zeitschrift, Buch), die Träger akustischer und audiovisueller Signale (z. B. Schallplatte, Tonkassette, Film, Videokassette, Bildplatte) und die elektronischen Medien (Radio, Fernsehen, Teletext, Videotext).

Die vorliegenden Thesen der Kirchen befassen sich nicht gleichmäßig mit allen Massenmedien, sondern gehen vor allem auf jene Aspekte der Medienentwicklung ein, welche die Gesellschaft und die Kirchen vor dringliche Fragen stellen.

Mit dem Begriff „Kommunikation“ ist in diesen Thesen nicht bloß ein Vorgang der Informationsübermittlung gemeint. Er bezeichnet darüber hinaus ein Mitteilen und Teilnehmen, das auf Gemeinschaft hin orientiert ist und deshalb an sich schon einen Wert darstellt.

#### These 2: Die Aufgaben der öffentlichen Kommunikation

Wenn öffentliche Kommunikation in der Gesellschaft zustande kommt, so ist damit eine kulturelle Leistung erbracht, die ent-

scheidend zu einer befriedigenden Lebensqualität beiträgt. Diese Leistung besteht im wesentlichen darin, daß die Massenmedien Kenntnisse und Urteilsvermögen der Menschen fördern, Unterhaltung anbieten und verschiedene Dienste offerieren. Je klarer die Massenmedien ethischen Werten verpflichtet sind, desto besser werden sie ihren Aufgaben gerecht. Der Adressat öffentlicher Kommunikation ist vorwiegend der selbstverantwortliche Bürger, dem ein hohes Interesse an Wahrheit, Freiheit und Solidarität zugetraut werden darf. Zudem gibt es aber zahlreiche Medienprodukte, die sich an Kinder und Jugendliche richten. Ihre Inhalte müssen zusätzlich an pädagogischen Maßstäben gemessen werden.

*Kommentar:* Die von den Massenmedien getragene öffentliche Kommunikation hat in der Gesellschaft eine Vielzahl von Aufgaben zu erfüllen.

*Information* soll die Kenntnis von Ereignissen, Fakten, Entwicklungen, Problemen usw. vermitteln. Solche Information bedarf der *Kommentierung*, welche Zusammenhänge aufzeigt, Wertfragen stellt und erkennbar eine bestimmte Sicht der Dinge vertritt. Medien haben gegenüber den Inhabern und Verwaltern von politischer, wirtschaftlicher und kultureller Macht auch eine Aufgabe der *Kontrolle*. Sie wird erfüllt durch das Öffentlichmachen von Tatsachen und durch *Kritik*. Medien können auch *Anregungen* zur Gestaltung des öffentlichen Zusammenlebens bieten, dem Einzelnen *Lernimpulse* vermitteln und zu Prozessen der *Bildung* beitragen. Durch Information und Weckung von Verständnis leisten sie einen Beitrag zur *Integration* verschiedenster Gruppen in der Gesellschaft. Medienangebote können Menschen bei der Erfüllung von Aufgaben und beim Durchhalten in Schwierigkeiten eine *Unterstützung* sein und *Lebenshilfe* bieten. Medieninhalte haben in vielen Fällen den Charakter von *Dienstleistungen*. Jedermann ist darauf angewiesen, in seinem Alltag regelmäßig *Entlastung* zu finden. Das Bedürfnis nach *Unterhaltung* ist ein Ausdruck davon. Medien können ihren Beitrag zur Entlastung und Unterhaltung leisten, doch ist bei diesen Funktionen besonders darauf zu achten, daß die Medien nicht den direkten zwischenmenschlichen Kontakt verdrängen. *Werbung* soll vor allem Konsumenten über den Markt orientieren; in der Praxis kommt es jedoch oft vor, daß sie in fragwürdiger Weise Menschen benützt.

### These 3: Die Rolle der Journalisten und Medienschaffenden

Die Massenmedien können ihre Aufgabe nur erfüllen, wenn Journalisten und Medienschaffende der verschiedensten Sparten ihre Tätigkeit kompetent, ungehindert und verantwortungsbewußt ausüben. Die Freiheit, Informationen zu erhalten, zu überprüfen und zu veröffentlichen, sowie die Freiheit der Meinungsäußerung müssen den in Medienberufen Tätigen sicher sein. Zu diesem fundamentalen Recht gehört die Verpflichtung zur Wahrhaftigkeit, zur Fairneß und zum Schutz der Persönlichkeit von dargestellten oder befragten Personen. Journalisten und Medienschaffende sollen, soweit das möglich ist, ihre Leser oder ihr Publikum kennen. Sie müssen ebenso die Sache kennen, die sie behandeln. Befangenheit, Vorurteile oder Bindungen an bestimmte Interessen können zu schwerwiegenden journalistischen Fehlleistungen führen, nicht zuletzt im Bereich des Religiösen und Weltanschaulichen.

*Kommentar:* Die von den Medien im Interesse der Gemeinschaft zu fordernden Leistungen zeigen deutlich, daß die Berufsgattung der Journalisten und Medienschaffenden hohe fachliche Qualifikationen, großes Engagement für die Aufgaben der öffentlichen Kommunikation und menschliche Integrität verlangt.

Die Informations- und Meinungsfreiheit ist zunächst ein grundlegendes Menschenrecht. Es muß jedoch im besonderen zugunsten der in Medienberufen Arbeitenden geschützt werden. Freie Massenmedien sind eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Verwirklichung der Informations- und Meinungsfreiheit aller Menschen. Die Medienfreiheit kann mit den Erfordernissen des Persönlichkeitsschutzes in Konflikt kommen. In solchen Situationen sollen dargestellte oder befragte Menschen soweit als möglich geschützt werden.

Damit Journalisten und Medienschaffende ihre Berufe gut und mit persönlicher Befriedigung ausüben können, brauchen sie eine solide Aus- und Fortbildung, gesellschaftliche Anerkennung, faire Kritik, rechtlichen Schutz und materielle Sicherheit. Wenn solche Voraussetzungen gegeben sind, darf man von Journalisten ein Berufsethos erwarten, das weiter reicht, als Gesetze und Vorschriften es verordnen können.

### These 4: Gefährdungen der öffentlichen Kommunikation

Zahlreiche Einflüsse gefährden die optimale Erfüllung der genannten Aufgaben. Verschiedene Kräfte versuchen, die Medien anderen Zwecken dienstbar zu machen. Die Gefährdungen gehen nicht zuletzt von Medienbenutzern aus, die sich vielfach ihres Einflusses nicht bewußt sind, den sie durch die Auswahl und die Art des Umgangs mit Medienangeboten ausüben. Sodann sind es Versuche zur kommerziellen und ideologischen Vereinnahmung, welche die Massenmedien bei der Erfüllung ihrer an der Gesamtgesellschaft orientierten Funktionen behindern. Gesetzgeberische und konzeptionelle Mängel, unbefriedigende Ausbildungs- und Arbeitsverhältnisse bei den Medienschaffenden sowie Hindernisse bei der Informationsbeschaffung sind weitere Faktoren, welche die Qualität der öffentlichen Kommunikation beeinträchtigen.

Neben diesen Einflüssen sind im Medienwesen auch Entwicklungstendenzen zu beobachten, welche zusätzliche Erschwernisse und Probleme für die öffentliche Kommunikation und neue Aufgaben für die Medienorganisation mit sich bringen. Es handelt sich vor allem um die Ausweitung des Angebots, den überstürzten Einsatz neuer Techniken und eine zunehmende Kommerzialisierung des Medienwesens.

*Kommentar:* Die Gefährdungen der öffentlichen Kommunikation lassen sich wie folgt etwas näher umschreiben.

- a) In weiten Kreisen der Gesellschaft ist das Bewußtsein für die Notwendigkeit eines unabhängigen, verantwortlichen und kritischen Medienwesens zu wenig entwickelt.
- b) Die *rechtliche Ordnung* des Medienwesens ist lückenhaft, was zu zahlreichen Unsicherheiten führt. Die Bemühungen um eine Mediengesamtkonzeption, eine Verfassungsgrundlage und verschiedene gesetzliche Regelungen können wesentliche Verbesserungen anbahnen, sofern sie sich am Leitbild einer humanen Gesellschaft und deren Bedürfnissen nach öffentlicher Kommunikation orientieren.
- c) Den Benutzern fehlen weitgehend die für den Umgang mit Massenmedien notwendigen Kenntnisse und Erfahrungen. Die *Medienerziehung* ist eine auf allen Ebenen stark vernachlässigte Aufgabe. Die Medien selbst sollten die Erfüllung dieses Postulats nach ihren Möglichkeiten unterstützen.
- d) Die geistige Passivität vieler Medienbenutzer entzieht den positiven Funktionen der Massenmedien die Basis. Damit hängt zusammen, daß viele Medienangebote nur auf bequeme Konsumierbarkeit und auf Bestätigung der vorhandenen Einstellungen und Meinungen ausgerichtet sind. In der Fernsehunterhaltung beispielsweise stellt sich vielfach eine *Wechselwirkung zwischen*

Angeboten und vordergründigen Zuschauererwartungen ein, die sowohl Programmgestalter wie Zuschauer gewissen Zwängen unterwirft: Auf der einen Seite entsteht Erfolgswang, und auf der anderen Seite droht ein Verlust an unmittelbaren menschlichen Kontakten und eigenem Erleben.

e) Die Informationsbeschaffung stößt gelegentlich auf unnötige Hindernisse. Wirtschaftsunternehmen und staatliche Instanzen, aber auch kirchliche Stellen, zeigen sich manchmal wenig informationsfreudig. Sie neigen oft auch dazu, Information nach ihren Vorstellungen beeinflussen zu wollen. Auf der anderen Seite haben Personen und Institutionen das *Anrecht auf authentische Wiedergabe* ihrer Aussagen in den Medien. Im Fall der Kirchen betrifft das zum Beispiel die Verkündigung.

f) Übergewichte von ideologischen oder kommerziellen Einzelinteressen schränken die redaktionelle Freiheit und Verantwortlichkeit ein. Insbesondere kann die *Abhängigkeit von der Werbung* die journalistische Arbeit über Gebühr beeinflussen. Die Verpflichtung für die gesamtgesellschaftlichen Funktionen der Massenmedien muß in erster Linie bei den sogenannten Monopolmedien Radio und Fernsehen, aber auch in der weltanschaulich oder politisch profilierten Presse den Vorrang behalten.

g) Die *Einführung des Computersatzes* bei der Presse (Zusammenstellung fertiger Textseiten durch den Journalisten an einem Bildschirmgerät) leistet dem Zwang zu möglichst schneller, aktueller Information Vorschub und setzt die Journalisten unter starken Druck. Vielfach fehlt ihnen die Zeit für eigene Recherchen und zur publizistischen Aufarbeitung des Materials. Das berufliche Selbstverständnis der Journalisten wird dadurch verunsichert. Außerdem sind die Ausbildungsmöglichkeiten für journalistische Berufe in der Schweiz nicht ausreichend. Dies mag mit ein Grund dafür sein, daß sich Journalisten über ihre besondere Rolle in der Gesellschaft nicht genügend klar sind.

h) Je größer der *Einfluß multinationaler Medienkonzerne* wird (Nachrichtenagenturen, Pressekonzerne, Film- und Plattenproduzenten, teilweise verbunden mit Elektronik- und Raumfahrtindustrie), desto stärker wird die kulturelle Vielfalt und Eigenständigkeit bedroht durch die Ausbreitung einer *künstlichen „Einheitskultur“*. Besonders die Länder der Dritten Welt sind diesen Strukturen und Mechanismen weitgehend ausgeliefert.

i) Die unkontrollierte, beinahe uferlose Ausweitung des Informationsangebots durch die sprunghafte Vermehrung von Programmen vor allem beim Fernsehen und durch zusätzliche Medien wie Teletext und Videotext droht die öffentliche Kommunikation in einer Informationsflut zu ertränken. Neue elektronische Medienangebote gefährden auf lange Sicht möglicherweise die Existenz der Presse, die eine unverzichtbare Rolle spielt. Die Ausweitung der Medienkommunikation in immer neue Lebensvollzüge hinein hat für das Zusammenleben der Menschen schädliche Auswirkungen. So ist anzunehmen, daß die fast unbegrenzten Anwendungsmöglichkeiten des Systems Videotext immer mehr zwischenmenschliche Kontakte aus dem Alltag verdrängen. Videotext erlaubt die Benützung des Fernsehgeräts als Computerterminal, das via Telefon mit der Videotext-Zentrale und durch sie mit Datenbanken in aller Welt sowie mit Computern von Unternehmen und Institutionen verbunden werden kann. Das System ermöglicht es, Einkäufe, Absolvierung von Lernprogrammen, Verkehr mit Dienstleistungsbetrieben und Arbeitsstellen etc. von zuhause aus abzuwickeln. Es könnte auch die Einführung neuer Formen von Heimarbeit mit sich bringen.

k) Die Ausweitung des Medienangebots ist verbunden mit einer *zunehmenden Kommerzialisierung*. Das Geschäft mit der Information wird dann problematisch, wenn es die Kommunikation dem Diktat des Profits unterwirft. Gegenwärtige Beispiele dafür sind

die entpolitisierte Information in der Boulevardpresse, aber auch die Verrohung bestimmter Genres des Trivialfilms, wie sie sich in der zunehmenden Brutalisierung in der Darstellung von Gewalt und Sexualität manifestiert.

### These 5: Alle sind für die Massenmedien mitverantwortlich

Die Verantwortung für die Massenmedien kann nicht von bestimmten Berufsgruppen, Behörden oder Institutionen allein getragen werden, sondern nur von der Gesellschaft als ganzer. Auch der einzelne Benutzer hat daran einen unmittelbaren Anteil. Er soll lernen, mit Massenmedien und ihren Angeboten kritisch umzugehen, aber auch bereit sein, seine eigene Meinung und Einstellung durch neue Informationen in Frage stellen zu lassen. Zur Mitverantwortung für die Medien gehört auch die Bereitschaft, für ihre Produkte den notwendigen Preis zu bezahlen, weil sie sonst in zunehmende Abhängigkeit von Werbung oder anderen Finanzierungsquellen geraten.

*Kommentar:* Die umfassende Mitverantwortung aller gesellschaftlichen Gruppen gilt in erster Linie für die sogenannten Monopolmedien Radio und Fernsehen. Für die im gesellschaftspolitischen Bereich wirkenden Gruppierungen bedeutet dies, daß sie für die allgemeine Öffentlichkeit bestimmten elektronischen Medien *nicht als Instrumente partieller Interessen* betrachten dürfen. Das gilt für Parteien, Wirtschaftsverbände, Gewerkschaften, Interessenverbände, für soziale und kulturelle Vereinigungen, aber auch für die Kirchen, soweit sie als institutionalisierte Gruppen der Gesellschaft in Erscheinung treten. Zur kontinuierlichen Vertretung einzelner weltanschaulicher oder politischer Positionen ist nach gegenwärtiger Beurteilung die Presse das bestgeeignete Medium. Es liegt im gesellschaftlichen Gesamtinteresse, daß eine Vielfalt solcher Organe ihren Platz in der öffentlichen Kommunikation behalten kann.

### These 6: Die Mitverantwortung der Kirchen

Die Kirchen wissen sich für die Gestaltung des gesellschaftlichen Zusammenlebens und deshalb auch für die Massenmedien mitverantwortlich. Deshalb legen sie ein Verständnis von Kommunikation, das im christlichen Glauben angelegt ist, öffentlich dar.

Die Einzigartigkeit des Menschen liegt in der Art, wie er zur Kommunikation fähig und auf sie angewiesen ist. Die Bibel sieht das Wesen und den Wert des Menschen in einem Beziehungsvorgang begründet: Sie handelt im wesentlichen davon, daß Gott zum Menschen in Beziehung tritt, daß er ihn annimmt und ihm mit Liebe begegnet. Der glaubende Mensch fühlt sich angesprochen und in Anspruch genommen von der Zuwendung Gottes, und er sucht ihr zu entsprechen in der Zuwendung zum Mitmenschen. Der Glaube, die religiöse Sinnggebung und die christliche Weltverantwortung des Menschen können von daher als Prozesse der Kommunikation verstanden werden. Zum Kern der biblischen Botschaft gehört die Aussage, daß Gott diese Kommunikation schafft und daß sie für den Menschen und für die Welt Versöhnung bedeutet.

*Kommentar:* Die Bibel handelt von der Geschichte Gottes mit den Menschen als einer nicht abgeschlossenen Geschichte des Heils. Man kann sie auch als die Geschichte der Kommunikation Gottes mit den Menschen lesen, die in immer neuen Situationen die Versöhnung der Schöpfung zum Ziel hat.

Für Christen wird an der Gestalt Jesu deutlich, wie die Versöhnungsabsicht Gottes sich in der menschlichen Kommunikation auswirken soll. Der Glaube an Jesus als den Christus, den Sohn Gottes und damit den eigentlichen Herrn der Welt drückt aus,

daß die Art seines Glaubens und Handelns die neue, versöhnende Möglichkeit aller menschlichen Kommunikation ist.

Solche Kommunikation verdankt sich *nicht allein der Leistung des einsichtigen Menschen*, aber auch nicht allein einem jenseitigen Geschehen ohne menschliches Zutun. Wenn sie gelingt – auch nur ansatzweise –, so ist nach christlicher Überzeugung der Geist Christi am Werk. Versöhnende Kommunikation ist nicht „machbar“, weil der Heilige Geist nicht verfügbar ist; sie ist jedoch ebensowenig aus der menschlichen Verantwortung ausgenommen, weil es zur Versöhnung engagierte und intelligente Bereitschaft braucht.

## Die Massenmedien in der Perspektive christlicher Hoffnung

### These 7: Die Zeichen der Zeit deuten

Alle Menschen sind auf Information über Ereignisse und Entwicklungen angewiesen. Indem die Massenmedien solche Informationen vermitteln, helfen sie zur Meinungsbildung. Zum Christsein gehört das Interesse für die Welt, denn christliche Hoffnung gilt auch dieser Welt. Christen sollen die Zeichen der Zeit beachten. Massenmedien helfen, sie zu sehen und zu deuten. Doch gerade dieser Dienst, den die Medien der ganzen Gesellschaft zu leisten haben, ruft oft *Abwehrhaltungen* hervor. Sie äußern sich unter anderem darin, daß den Massenmedien manchmal die Rolle des Sündenbocks zugeschoben wird.

*Kommentar:* Wenn von der Konfrontation mit der Realität die Rede ist, darf selbstverständlich die Unterscheidung zwischen der Wirklichkeit und ihrer Darstellung im Medium nie übersehen werden. Es liegt auch an den Massenmedien selbst, diesen Unterschied nicht zu vertuschen, sondern immer wieder offenzulegen. Es besteht die Gefahr, daß die Flut von Nachrichten die Medienbenützer mit der Zeit *immunisiert*. Die tagesaktuellen Medien stehen vor der anspruchsvollen Aufgabe der Nachrichtenauswahl und -bearbeitung. Sie ist in jedem Fall von subjektiven Urteilen mitgeprägt. Zusätzlich hilft der Journalist mit seinen Kommentaren dem Medienbenützer bei der *Bewertung der Nachrichten*. Damit kommt ein zusätzliches subjektives Element zum Zug. Solange diese Tatsache klar erkennbar ist, wirkt sie sich nicht nachteilig aus. Auswahl, Bearbeitung und Kommentierung der Nachrichten sind nötig, um dem Benützer Orientierung und tieferes Verstehen zu ermöglichen.

In dieser Beziehung haben die nicht an die Tagesaktualität gebundenen Medien – etwa die Presse in ihren Kommentaren und Hintergrundinformationen oder der Film mit seiner spezifischen Fähigkeit des emotionalen Ansprechens – eine besonders wichtige Funktion: Sie können die Fragen unserer Zeit herausarbeiten und in einer Weise gestalten, die den Zuschauer, Hörer oder Leser zur aktiven Auseinandersetzung mit den Problemen animiert. Diese besonderen Stärken einzelner Medien dispensieren die aktuellen elektronischen Medien selbstverständlich nicht von der Aufgabe, zur Verarbeitung und Auseinandersetzung beizutragen.

### These 8: Die Perspektive der Versöhnung

Ohne grundlegende Veränderungen in vielen Bereichen hat die Menschheit keine Zukunft. Die öffentliche Diskussion um die Neuorientierung der Gesellschaft setzt funktionstüchtige Massenmedien und verantwortungsfähige Bürger voraus. Damit aber die Auseinandersetzung tatsächlich zu Ergebnissen führt, braucht es in allen Konflikten eine Perspektive der Versöhnung.

Sie vermeidet sowohl die unverantwortliche Ausnützung von Konfliktsituationen wie auch das Verschleiern von Gegensätzen. Wer die Probleme und Konflikte der heutigen Welt journalistisch bearbeitet mit dem Ziel, Transparenz zu schaffen und auf mögliche Entscheidungssituationen hinzuweisen, dessen Tätigkeit darf als publizistische Friedensarbeit betrachtet werden.

*Kommentar:* Nicht erst die Frage, wie unsere gemeinsame Zukunft zu gestalten sei, sondern bereits die Beschreibung und Beurteilung der Gegenwart sind strittig. Wo es um das Ganze unserer Werte und Ziele geht, da sind die Konflikte fundamental.

In der Diskussion über Grundprobleme ist es besonders wichtig, *Versöhnung* nicht zu verwechseln mit Verschleierung von Gegensätzen. Für Christen ist alle Versöhnung bezogen auf das Leiden und Sterben Christi, indem die Gegensätze von Schuld und Gnade, Tod und Leben nicht vertuscht, sondern durchgehalten werden. In Analogie dazu gilt es, der Problematik der heutigen Welt standzuhalten im Blick auf eine erhoffte Veränderung. Die Massenmedien haben Anteil an der schwierigen Aufgabe, Probleme und Konflikte ohne Vertuschung aufzuzeigen und die notwendigen Auseinandersetzungen in Gang zu bringen. Sie müssen sich aber davor hüten, Konfliktsituationen zusätzlich zu verschärfen oder Ansätze zu gegenseitigem Verstehen zu hintertreiben. Es kommt vor, daß Medienschaffende ihren Produkten durch ständige Überspitzung Profil verleihen wollen. Konflikte auf diese Weise auszubeuten ist ebenso unverantwortlich wie die Verschleierung von Gegensätzen.

### These 9: Neue Weltordnung der Information und Kommunikation

Die grundlegenden Medienfragen haben auch eine weltweite Dimension. Die Abhängigkeit der Dritten Welt von Medienstrukturen und Informationen, die durch die Industrieländer geprägt und teilweise von großen Medienkonzernen beherrscht sind, ist eine besonders problematische Form des allgemeinen Nord-Süd-Gefälles.

Für die Lösung der großen Zukunftsprobleme der Menschheit sind Bildung, kulturelle Identität, Abbau von Vorurteilen und Feindbildern sowie Fähigkeit zu politischer Willens- und Konsensbildung wesentlich. Deshalb muß auch auf weltweiter Ebene die Entwicklung der öffentlichen Kommunikation gefördert werden. Dazu gehört der Abbau von einseitigen Abhängigkeiten, die eigenständige Entwicklung des Medienwesens im jeweiligen Kulturkreis, ungehinderte Informationsbeschaffung und freie Meinungsäußerung sowie ein partnerschaftlicher Austausch auf allen Ebenen.

*Kommentar:* Ein weltweites Problem ist die Tatsache, daß totalitäre und diktatorische Regime die Meinungs- und Informationsfreiheit systematisch behindern.

Unsere Sicht der Weltlage und das Bild, das wir uns von der eigenen Gesellschaft und von fremden Kulturen machen, sind viel stärker vom bestehenden Welt-Informationssystem geprägt, als es uns in der Regel zum Bewußtsein kommt. Nachrichten aus der Dritten Welt berichten unverhältnismäßig häufig von Katastrophen und politischen Wirren. Andere Meldungen, die in den Industrieländern Interesse für die kulturellen Eigenarten von Gebieten der Dritten Welt wecken oder Einblick in die Probleme und deren Ursachen geben könnten, gelangen seltener in unsere Medien. Ein Grund für diese Situation ist die *Einseitigkeit der Informationsströme*. Ein weiterer Grund ist die Notwendigkeit, Informationen zu verkaufen. Der internationale Nachrichtenaustausch ist weitgehend Sache von Agenturen aus Industrieländern. Er wird zu einem großen Teil von den folgenden fünf Anstalten dominiert: Agence France-Presse (Frankreich), Associated Press

(USA), Reuter (Großbritannien), Tass (UdSSR) und United Press International (USA). Sie alle sind in mehr als hundert Ländern mit eigenen Niederlassungen tätig und geben tägliche Dienste in Arabisch, Englisch, Französisch, Deutsch, Portugiesisch, Russisch, Spanisch und teilweise noch in weiteren Sprachen heraus. Die Einführung neuer Informationstechnologien droht die Abhängigkeit der Dritten Welt in dieser Hinsicht noch zu vergrößern.

Einen weiteren Problemkreis könnte man als *kulturelle Entfremdung der Dritten Welt* bezeichnen. Schallplatten und Filme waren die ersten Medien, die Sprachbarrieren überwandten. Heute übernimmt das Fernsehen in aller Welt immer ausgeprägter die früher dominierende Rolle des Kinos in der Massenunterhaltung. Fernsehveranstalter der Dritten Welt kaufen Spielfilme und Unterhaltungssendungen überwiegend in Industrieländern ein, vor allem in den USA. Auch die Werbung in diesen Ländern liegt weitgehend in den Händen großer ausländischer Agenturen (die größten unter ihnen befinden sich in amerikanischem und japanischem Besitz und erzielen Umsätze von über einer Milliarde US-Dollar). Die Einflüsse, die dadurch in der Dritten Welt zur Wirkung kommen, sind so einseitig und mächtig, daß sie die kulturelle Identität jener Völker bedrohen.

Die UNESCO (Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur) hat eine Studie für *die Schaffung einer neuen Welt-Informationsordnung* ausarbeiten lassen. Der sehr interessante und gut lesbare Bericht, den die vom irischen Friedens-Nobelpreisträger *Sean McBride* geleitete Kommission vorgelegt hat, ist auch in Deutsch erschienen (Viele Stimmen – eine Welt, Kommunikation und Gesellschaft – heute und morgen, Universitätsverlag Konstanz 1981). McBride spricht im Vorwort davon, „daß die menschliche Geschichte immer mehr zu einem Wettlauf zwischen Kommunikation und Katastrophe wird“. Es geht dem Bericht im wesentlichen darum, durch die Untersuchung der Probleme und Tendenzen sowie durch Hinweise auf sinnvolle Maßnahmen die Entwicklung einer „Neuen Weltinformations- und -kommunikationsordnung“ anzubahnen. McBride umschreibt die Hauptziele: „Mehr Gerechtigkeit, mehr Gleichheit, mehr Gegenseitigkeit im Informationsaustausch, weniger Abhängigkeit im Kommunikationsfluß, weniger Verteilung von Botschaften von oben nach unten, mehr Autonomie und kulturelle Identität, mehr Vorteile für die gesamte Menschheit.“

## Technische Entwicklungen und ihre möglichen Folgen

### These 10: Eine breite und gründliche Diskussion ist nötig

Die gegenwärtigen technologischen Entwicklungen im Medienbereich bieten Möglichkeiten kommerzieller und propagandistischer Nutzung. Sie können aber auch zur Erfüllung gesellschaftlicher Bedürfnisse eingesetzt werden. Wegen der großen kulturellen Bedeutung der Massenmedien und ihrer starken Einwirkung auf das Zusammenleben muß jedoch in jedem Fall vor der Anwendung neuer Informationstechniken und vor der massiven Ausweitung von Medienangeboten die Frage nach den Auswirkungen gestellt und auf breiter Basis gründlich diskutiert werden. Dieser Diskussion ist unbedingt Vorrang zu geben vor wirtschaftlichen Sachzwängen, die angeblich auf schnelle Realisierung drängen.

*Kommentar:* Es sind hauptsächlich die Elektronik-Industrie, die Werbung und andere Wirtschaftszweige, teilweise aber auch Medienschaffende, die von der Einführung neuer Medien und von

der Ausweitung des Angebots der bestehenden Massenmedien profitieren zu können glauben. Zudem sind es politisch, kulturell, weltanschaulich oder religiös interessierte Gruppen, die zur Nutzbarmachung der neuen Möglichkeiten drängen.

Die gesellschaftlichen Bedürfnisse, zu deren Befriedigung die Neuerungen bei entsprechender struktureller, rechtlicher und organisatorischer Gestaltung dienen könnten, geraten gegenüber den partiellen Interessen leicht ins Hintertreffen. Sie sollen deshalb mit der folgenden These nachdrücklich betont werden.

### These 11: Mögliche positive Auswirkungen

Im lokalen Bereich können zusätzliche elektronische Massenmedien einen möglicherweise wichtigen Beitrag zur Verbesserung der öffentlichen Kommunikation leisten, sofern sie in der Lage sind, die wesentlichen lokalen Themen aufzugreifen und sofern sie den Bewohnern des Bereichs zur aktiven Mitwirkung offenstehen. In Gebieten, die in bezug auf Lokalinformation unterversorgt oder von Pressemonopolen abhängig sind, können etwa Lokalradiosender als Ergänzung gute Dienste leisten.

Neue Medientechniken sind teilweise auch geeignet, bisher vernachlässigten Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der öffentlichen Kommunikation und somit die Integration in die Gesellschaft zu erleichtern.

Verschiedene Techniken der Bild- und Tonspeicherung können dem Medienbenützer mehr Unabhängigkeit vom Angebot verschaffen und sind besonders im Bildungswesen vielseitig einsetzbar.

*Kommentar:* Damit elektronische Massenmedien im Lokalbereich den erwünschten Beitrag zur Verbesserung der öffentlichen Kommunikation leisten können, müssen sie einerseits *die Verbindungen zu möglichst allen wichtigen Gruppierungen am Ort organisatorisch sicherstellen* und andererseits von den Inhabern wirtschaftlicher, kultureller und administrativer Macht die nötige strukturelle Unabhängigkeit haben.

Medientechniken, die einzelnen Bevölkerungsgruppen heute schon oder in naher Zukunft besondere Dienste leisten können, sind hauptsächlich die folgenden:

- a) Der mehrkanalige Fernsehsehton bietet die Möglichkeit, Sendungen für Fremdsprachige zugänglich zu machen (noch nicht verwirklicht).
- b) Der Teletext kann Informationen für Hörbehinderte anbieten (verwirklicht). Mit Hilfe der Teletext-Untertitelung können auch normale Fernsehsendungen für Gehörlose verständlich gemacht werden (in Vorbereitung).

### These 12: Mögliche negative Folgen

Vergrößerung der Programmauswahl, Verstärkung der Konkurrenz zwischen verschiedenen Anbietern und eine fast grenzenlose Ausdehnung der durch den Medienbenützer abrufbaren Informationsmenge – dies alles sind an und für sich noch keine positiven Neuerungen. Es gibt im Gegenteil Anzeichen dafür, daß sie die personale Kommunikation weiter zurückdrängen und die Diskrepanz zwischen den Bildungsschichten wie auch das Nord-Süd-Gefälle verschärfen. Der Konkurrenzdruck in den elektronischen Medien bewirkt nach allen Erfahrungen bei den Programmen deutlich eine Nivellierung nach unten und nicht eine Steigerung der publizistischen Qualität. Unkontrollierte Ausbreitung von kommerziell interessierten Medien kann wichtige Kommunikationsträger wie lokale oder ideell profilierte Presseerzeugnisse in ihrer Existenz bedrohen. Die steigende Informationsflut mit immer mehr, immer schneller übermittelten und immer weniger publizistisch verarbeiteten Aktualitäten för-

dert beim Medienbenützer Bequemlichkeit und Oberflächlichkeit und bewirkt, daß er trotz wachsender Informationsflüsse immer weniger Bescheid weiß.

Die Abwicklung von bisher im persönlichen Kontakt vollzogenen Alltagsvorgängen über elektronische Informationssysteme zieht soziale Schäden nach sich und ermöglicht eine immer weitergehende Überwachung des Einzelnen.

*Kommentar:* Die Ausdehnung des Programmangebots im Fernsehen führt nach bisherigen Untersuchungen dazu, daß vor allem Kinder mehr Zeit vor dem Bildschirm verbringen. Das Vordringen der Medien in neue Lebensbereiche würde die Vereinsamung fördern, indem es die unmittelbare personale Kommunikation in verschiedenen Situationen des Alltags (z. B. bei der Arbeit, beim Einkauf) ersetzen würde. Eine Vermehrung der Medienangebote außerhalb der Arbeit könnte sich nur auf Kosten anderer Formen von Freizeitgestaltung durchsetzen. Sie würde den Menschen dadurch kommunikationsärmer und -unfähiger machen, gleichzeitig auch seine soziale Isolierung und sein politisches Desinteresse vergrößern.

Je besser der allgemeine Bildungsstand, desto eher können Benützer mit Medienangeboten souverän umgehen. Weniger gebildete Personen und Gesellschaften mit großen Bildungsdefiziten sind der *normensetzenden und verhaltensprägenden Wirkung von Medienbotschaften* besonders ausgeliefert (so etwa der Wirkung der Werbung oder dem Vorbild des „american way of life“ in den Ländern der Dritten Welt). Die Konkurrenz in den elektronischen Medien zwischen privaten und öffentlichen Anstalten führt zu einem *Kampf um hohe Einschaltquoten*. Die Zuschauerzahl wird zum wichtigsten Kriterium für die Programmpolitik, und damit nimmt zwangsläufig der Anteil der möglichst problemlos unterhaltenden gegenüber den anspruchsvollen Sendungen zu. Rücksichten auf Kinder, die Beachtung von Minderheiten und andere kommerziell uninteressante oder sogar belastende Leistungen der öffentlich-rechtlichen Medien geraten unter dem Konkurrenzdruck in ernste Gefahr. Ausländische Erfahrungen zeigen, daß es in der Praxis schwierig ist, konzessionsrechtliche Auflagen bei kommerziellen Veranstaltungen zu kontrollieren und durchzusetzen.

## Die Position der Kirchen

### These 13: Kirchliche Medienkonzeption und -politik

Wo es heute um medienpolitische Zukunftsentscheidungen geht, liegt es den Kirchen daran, daß Gesichtspunkte eines biblischen Menschenbildes und einer christlichen Weltverantwortung zur Sprache kommen.

Die Kirchen wollen ferner dazu beitragen, daß die Massenmedien an ihrem gesellschaftlichen Leistungsauftrag gemessen werden; daß die Medienschaffenden die nötige Ausbildung, Begleitung und Unterstützung erhalten; daß den Medien die unerläßliche Freiheit gegenüber kommerziellem und ideologischem Einfluß erhalten bleibt.

In diesem Engagement vertreten die Kirchen ihren Auftrag. Sie sehen sich dabei als Partner all jener, die bei ihrem Einsatz für das Medienwesen die humane Entwicklung der Gesellschaft im Auge haben. Die Kirchen begründen jedoch ihre Mitverantwortung für die Medien von der biblischen Botschaft her. In diesem Sinne handelt es sich für die Kirchen gerade auch dann um Gehorsam gegenüber ihrem Verkündigungsauftrag, wenn sie in Medienfragen nicht nur ihre spezifischen Verkündigungsmöglichkeiten vertreten.

*Kommentar:* Das kirchliche Medienengagement für die umfassenden Fragen der öffentlichen Kommunikation wird in den Kirchen selbst nicht immer ganz verstanden. Viele Christen erwarten, daß die Kirchen einzig daran interessiert seien, gerade auch die elektronischen Massenmedien als Instrumente der Verkündigung zu benützen. Sie sehen in einer solchen kirchlichen Medienarbeit die einzigartige Möglichkeit, die biblische Botschaft an Menschen heranzutragen, welche sonst keinen Bezug zur Kirche haben.

Dieses Verständnis von kirchlicher Medienarbeit ist berechtigt, und es wird in der Praxis auch angewandt (siehe These 14). Die Ausstrahlung von verkündigenden Sendungen gehört nach Auffassung der SRG zu ihrem Programmauftrag.

Heute aber sind darüber hinaus die *Fragen der allgemeinen Medienentwicklung* von einer Brisanz und Tragweite, daß die Kirchen herausgefordert sind, bei der Suche nach Maßstäben für eine humane Gestaltung des Medienwesens ihren Beitrag zu leisten. In dieser Perspektive können sich z. B. bei Lokalradio oder -fernsehen beteiligen.

### These 14: Die Medienarbeit der Kirchen

Die Kirchen sind von ihrem Auftrag und Selbstverständnis her auf Kommunikation angelegt. In der Schweiz sind sie bis heute als Anbieter fast ausschließlich durch gedruckte Medien aktiv (Flugblatt, Broschüre, Zeitung, Zeitschrift, Buch). Mit Radio und Fernsehen gibt es eine vereinbarte Zusammenarbeit. Im Bereich des Films sind die Kirchen durch Unterstützungsbeiträge und in bescheidenem Ausmaß auch als Produzenten tätig. Verschiedene audiovisuelle Medien – z. B. Kurzfilme – haben gerade in der kirchlichen Arbeit einen besonders wichtigen Platz. Diese Form der kirchlichen Medientätigkeit ist nicht die einzig denkbare, aber sie ist sowohl der gegenwärtigen Medienordnung wie auch der Position der Kirchen in der Gesellschaft angepaßt: Die Kirchen sind selbständig aktiv im Sektor der Massenmedien, der privatwirtschaftlich organisiert ist, und sie sind kooperierende Partner der öffentlich-rechtlichen Medien.

*Kommentar:* Zwischen den Kirchen und der SRG bestehen auf der Ebene der Programmgestaltung bewährte Formen der Zusammenarbeit. Von seiten der SRG werden die Kirchen als gesellschaftlich bedeutsame Gruppierungen betrachtet, die im Programm angemessen zu berücksichtigen sind. Es ist jedoch der SRG aufgrund der bundesrätlichen Konzession nicht erlaubt, irgend jemanden Sendezeit zur freien Verfügung zu überlassen. Sie ist für alle ihre Radio- und Fernsehprogramme in letzter Instanz verantwortlich. Zwischen kirchlichen Mitarbeitern und Instanzen der SRG bestehen vielfältige Formen der Zusammenarbeit. Auf kirchlicher Seite sind es besonders die Radio- und Fernsehbeauftragten, die auf verschiedene Weise ihre Beiträge zur Gestaltung religiöser Programme leisten.

### These 15: Seelsorgerlicher und sozialer Auftrag

Von ihrem seelsorgerlichen und sozialen Auftrag her setzen sich die Kirchen dafür ein, daß die Menschen befähigt werden, mit Medien souveräner umzugehen und daß sie die Möglichkeit bekommen, sich selbst in den Medien zu artikulieren.

Es liegt den Kirchen daran, daß die Medienangebote nicht unkontrolliert zunehmen und damit noch viel mehr als heute zu einer Informationsflut werden, die der einzelne nicht mehr verkraften kann. Die Kommunikationsmöglichkeiten des Menschen sind ein begrenztes Gut, mit dem haushälterisch umgegangen werden muß. Im Sinne einer Medienökologie ist festzuhalten, daß nur solche Medienangebote verantwortbar sind, für die es ein begründetes Bedürfnis gibt.

*Kommentar:* Souveräner Umgang mit Massenmedien kommt zustande durch die *Fähigkeit des bewußten Auswählens*; durch das notwendige Wissen um die Eigenarten, Funktionen und Wirkungen der verschiedenen Medien; durch eine richtige Einschätzung der relativen Bedeutsamkeit von Medienangeboten.

Vor allem die elektronischen Lokalmedien bieten neue Möglichkeiten der aktiven Beteiligung von Bürgern. Der „offene Kanal“, d.h. die Möglichkeit der selbständigen Programmgestaltung durch Vereine, Gruppen oder Einzelpersonen, verhilft der Medienkommunikation zu einem zusätzlichen demokratischen Element und damit auch zu einer breiteren Abstützung der gemeinsamen Verantwortung.

Die Möglichkeiten eines Menschen, auf Kommunikationsangebote einzutreten, haben Grenzen in der Zeit, die ihm dafür zur Verfügung steht, aber auch in seinen Fähigkeiten zur gefühlsmäßigen und geistigen Teilnahme. Sind zu viele solcher Angebote und Anreize da, so kommt es nur noch zum oberflächlichen Konsum von Informationen und damit zur Abstumpfung.

Aus medienökologischer Sicht ist zu fordern, daß für die Einführung neuer Medienangebote *nicht wirtschaftliche Interessen* den Ausschlag geben dürfen, *sondern das Wohl der Menschen*. Medien, die von den Benützern nicht gewünscht werden, belasten unnötigerweise die Adressaten und die Umwelt. Heute werden in viel zu großem Ausmaß Informationen aufgedrängt. Dieser Zustand sollte in der Richtung verändert werden, daß vermehrt Informationen gesucht und gewählt werden können. Dadurch ließe sich auch die Bereitschaft fördern, für Informationen den nötigen Preis zu bezahlen.

### **These 16: Das christliche Zeugnis als eine Stimme unter vielen**

Gesamtgesellschaftliche Mitverantwortung hat für die Kirchen im Rahmen der gegenwärtigen schweizerischen Medienordnung

Vorrang vor unabhängiger kirchlicher Informationspraxis in allen Medienbereichen. Sofern die Stimme der Kirchen unverfälscht vernehmbar wird, nützen sie deshalb die jetzige Umbruchsituation im Medienwesen nicht dazu aus, im Radio oder Fernsehen eigene Verkündigungssender schaffen zu wollen. Ein solcher Schritt würde medienpolitische Rahmenbedingungen erfordern, die gerade die Kirchen aus den dargelegten Gründen nicht herbeiwünschen können.

Aus diesen Überlegungen ziehen es die Kirchen in der jetzigen Situation vor, im Bereich der elektronischen Massenmedien vor allem die bestehenden Formen der Zusammenarbeit weiter zu entwickeln. Dabei geht es einerseits um verkündigende Sendungen, andererseits um die Beachtung der christlichen Stimmen und der Kirchen im gesamten Programm. Die Kirchen betrachten es grundsätzlich als richtig, wenn ihr Zeugnis im Medienangebot als eine Stimme neben und im Gespräch mit anderen vernehmbar wird.

*Kommentar:* Es gehört zum Auftrag der Kirchen, *dem Evangelium Öffentlichkeit zu verschaffen*. Sie erreichen das unter anderem dadurch, daß sie mit den öffentlichen Medien zusammenarbeiten. Dies darf jedoch nicht in eigennütziger Weise geschehen, etwa in der Absicht, die Medien dazu zu benützen, um von sich selbst ein möglichst ideales Bild zu erzeugen. Die Kirchen sind daran interessiert, sich mit ihrer Botschaft der öffentlichen Diskussion zu stellen. Wo immer es um die grundlegenden Fragen des Menschseins, die zielbestimmenden Werte der Gesellschaft, aber auch um die Würde und die Not von Personen geht, da sind die Kirchen daran interessiert, daß Gesprächsbeiträge aus der Sicht des Evangeliums mit einbezogen werden. Derartige Beiträge müssen durchaus nicht immer von Repräsentanten christlicher Kirchen oder von theologischen Fachleuten eingebracht werden. Doch ist es in manchen Fällen sinnvoll oder sogar notwendig, daß es repräsentierende und kompetente Personen sind, die in den Medien zu Wort kommen oder deren Positionen in Berichten und Darbietungen aller Art veröffentlicht werden.

## **Zugänge zum christlichen Gott**

### **Zu Walter Kaspers theologischer Gotteslehre**

*Vor einigen Monaten legte Walter Kasper einen Gesamtentwurf einer theologischen Gotteslehre vor (Der Gott Jesu Christi, Matthias-Grünwald-Verlag 1982, 408 S. 48,- DM). Darin greift der Tübinger Dogmatiker wichtige Grundfragen auf, die sich für das christliche Reden über Gott heute stellen. Raphael Schulte, Professor für Dogmatik und Dogmengeschichte an der Katholisch-theologischen Fakultät der Universität Wien, gibt einen Durchblick durch das Werk und markiert einige Punkte, die weiterer Diskussion bedürfen.*

Es ist eine nach wie vor allseits beklagte Tatsache, daß es im katholischen, ja allgemein christlichen Bereich immer noch keine Gesamtdarstellung der Dogmatischen oder Systematischen Theologie gibt, wie sie dringend benötigt würde. Sie müßte dem berechtigten Anspruch eines heute notwendigen wissenschaftlichen Standards gerecht werden, wie er auf Grund aller jetzt zugänglichen exegetischen, historischen, geistesgeschichtlichen und sonstigen Erkenntnisse möglich wäre. Zugleich sollte sie bei aller

Exaktheit, Tiefe und hinreichender Vollständigkeit des Dargelegten jene sinnvolle Überschaubarkeit aufweisen, wie sie für Grundrisse von wissenschaftlichen, d.h. im Sinne des Hochschulbetriebes, zu vermittelnden Lehrinhalten zu fordern ist.

Den zahlreichen bedeutenden Darstellungen einzelner Glaubensinhalte müßte sich doch endlich wieder eine Gesamtdogmatik zugesellen, wie sie in früherer Zeit öfters vorgelegt wurde und wie sie der einzelne Dogmatiker in seiner Lehrtätigkeit ja auch heute zu vermitteln hat und sie dafür doch in irgendeiner verantworteten Form auch erarbeiten muß. Von daher gesehen ist es äußerst erfreulich, wenn gelegentlich wenigstens für einzelne große Traktate entsprechend umfassende und zugleich überschaubare Darstellungen erscheinen (obwohl diese nicht ganz so viel Mut erfordern wie eine Gesamtdogmatik). Aber das ist nicht der letzte Grund dafür, weswegen das neue Buch von *Walter Kasper* zur christlichen Gotteslehre, „Der Gott Jesu Christi“, von vornherein mit reger Aufmerksamkeit rechnen kann, zumal sein Buch „Jesus der