

# Kalter Gegenwind

#335

## Kirchliche Medien in Osteuropa

*Seit der Wende von 1989 versuchen die Katholiken in den Reformländern, auch im Medienbereich ihre neue Freiheit zu nutzen. Die Entwicklung verläuft in den einzelnen Ländern unterschiedlich rasch. Nach anfänglicher Euphorie werden gemeinsame Strukturschwächen und Probleme deutlich. Der Dialog mit den verschiedenen religiös-weltanschaulichen Strömungen fällt schwer.*

Die Kirche in den Reformstaaten Osteuropas brauche einen Pastoralplan für den Kommunikationsbereich, ließ der Präsident des Päpstlichen Medienrates, Erzbischof *John P. Foley*, im Februar dieses Jahres verlauten. Seit der Wende von 1989 habe die Kirche im östlichen Europa „neue Freiheit und neue Verantwortung“ auch im Medienbereich. Es sei „notwendig und möglich“, daß man in diesem Bereich stärker aktiv wird, so *Foley* bei einem Treffen der „Medien-Bischöfe“ aus den Reformstaaten in Warschau.

Hehre und sicher ehrlich gemeinte Worte des Erzbischofs, der aus den USA stammt und von daher kaum mit Angst vor den Medien besetzt ist. Seiner Forderung steht auch nichts Grundsätzliches entgegen. Sie hat nur einen schier übermächtigen Gegner: die realen Verhältnisse. Sieben Jahre sind seit dem Fall des Eisernen Vorhangs vergangen; eine lange Zeit in der kurzlebigen Welt der Medieninhalte, eine kurze Zeit für einen Umbau der Medienlandschaft, eine sehr kurze Zeit im Prozeß der Veränderung von Denk-, Verhaltens- und Kommunikationsmustern ganzer Gesellschaften.

Fragt man Fachleute nach der heutigen Situation der kirchlichen Medien im ehemaligen Ostblock, betonen sie das sehr unterschiedliche Entwicklungstempo in den einzelnen Ländern und Regionen. Ein wesentlicher Grund dafür ist in der Zeit vor 1989 zu finden. Im damaligen Jugoslawien und in Polen hatte die katholische Presse zwar vom Staat beschränkte, aber doch vorhandene Entfaltungsmöglichkeiten. In Kroatien etwa gründete 1968 der damalige Erzbischof Kardinal *Franjo Šeper* das Verlagshaus „Kršćanska Sadašnjost“ (Christliche Gegenwart), um das Zweite Vatikanum auch publizistisch bekannt zu machen und umzusetzen. Trotz mancher Behinderungen durch das Tito-Regime und trotz mancher Querschüsse auch aus Teilen der Kirchenführung und des Klerus konnten sich diese Initiativen behaupten und entfalten.

In Slowenien existierte bereits der Verlag „Družina“ (Familie), der bis heute die gleichnamige Wochenzeitung herausgibt. Die Kirchenzeitung der polnischen Erzdiözese Kattowitz „Gość Niedzielny“ (Der Sonntagsgast), die vor 73 Jahren gegründet wurde, konnte in kommunistischer Zeit – von kleinen Unterbrechungen abgesehen – publiziert werden; ebenso das renommierte, intellektuell ausgerichtete Wochenblatt „Tygodnik Powszechny“ aus Krakau. Bereits in der zweiten Hälfte der 80er Jahre erlebte die katholische Presse in Polen einen großen Aufschwung. 1988 gab es in

Polen mindestens 35 namhafte Wochen-, Monats- und Vierteljahrestitel. Etwas anders ist die Lage in Ungarn und der Tschechoslowakei. Dort gab es zwar auch vor 1989 katholische Presseeinrichtungen, sie waren aber von staatlichen oder parteiabhängigen Institutionen gelenkt; Auflage, Umfang und Inhalt wurden strikt kontrolliert.

### Nachrichtenagenturen, Pressestellen, Radiosender

In all diesen Ländern konnte die neue Freiheit nach der Wende rasch genutzt werden, weil man auf vorhandene Strukturen baute. Nicht so in der ehemaligen Sowjetunion, in Rumänien, Bulgarien und Albanien. Dort hatten die Kommunisten kirchliche Medienprodukte verboten bzw. nicht zugelassen. Es gab in vielen Fällen Untergrundpublikationen, unter schwierigsten Bedingungen und unter ständiger Verfolgung hergestellt und verbreitet. Zum Teil konnten aus dem Ausland Bücher und Informationsschriften in der Landessprache hineingeschmuggelt werden. Der Aufbau kirchlicher Medien mußte aber nach 1989 aus dem Nichts erfolgen, mit allen damit verbundenen finanziellen, personellen, technischen und organisatorischen Schwierigkeiten.

Als wichtiger Schritt im Auf- und Ausbau eines katholischen Medienwesens erschien die Gründung katholischer Nachrichtenagenturen nach dem Vorbild der deutschen KNA oder der österreichischen „Kathpress“. Sie sollen die kirchlichen und säkularen Medien regelmäßig aktuell und umfassend mit Informationen über die Vorgänge in der Welt- und jeweiligen Heimatkirche versorgen. In Ungarn hat es bereits den „Magyar Kurir“ gegeben, weitere fünf Agenturen haben inzwischen – in unterschiedlichem Umfang – ihren Betrieb aufgenommen: IKA (Zagreb), KAI (Warschau), ARI (Lemberg/Ukraine), BLI (Moskau) und KTA (Sarajewo).

Gut ausgebaute Medienstellen der Bischofskonferenzen gibt es zumindest in Tschechien, Slowenien und Litauen. In der Slowakei erscheint wöchentlich ein Informationsdienst, der ebenfalls von der Bischofskonferenz herausgegeben wird. Regelmäßige Informationsbulletins werden in Minsk und Kiew publiziert.

Parallel dazu wurde begonnen, einen Meldungs-austausch zwischen den Agenturen bzw. Pressestellen der Bischofskonferenzen Osteuropas sowie mit Partneragenturen im

Westen aufzubauen. 1992 wurde zu diesem Zweck das „Katholische Nachrichtennetz Mitteleuropa“ (KNNM) gegründet. Drehscheibe dafür ist „Kathpress“ in Wien. Weiters ist hier das in Brüssel ansässige „Catholic Radio and Television Network“ (CRTN) zu nennen, das vom Hilfswerk „Kirche in Not/Ostpriesterhilfe“ maßgeblich mitfinanziert wird. Es arbeitet vor allem mit ARI und BLI zusammen. Mittelfristig ist die Errichtung eines gesamteuropäischen katholischen Nachrichtennetzes geplant. Die Pläne werden von der Konferenz der „Medien-Bischöfe“ Europas unterstützt, noch sind sie aber Zukunftsmusik.

Haupthindernis bei all diesen Initiativen: die Sprachbarrieren. Wobei gerade in diesem Bereich den osteuropäischen Kollegen Achtung zu zollen ist. Sie sind es in der Regel, die ihre Informationen in Englisch, Deutsch oder Französisch anbieten. Im Westen sind hingegen Journalisten, die eine oder gar mehrere Ostsprachen sprechen und im kirchlichen Medienbereich arbeiten, bedauerlicherweise sehr rar gesät.

Was die Lage auf dem gesamten Bereich der *Printmedien* angeht, so ist sie ziemlich unübersichtlich geworden. Viele neue katholische Periodika wurden gegründet. Sie hatten zum Teil Erfolg, zum Teil verschwanden sie wieder still und heimlich. Zusammengefaßt läßt sich sagen, daß heute praktisch in jedem osteuropäischen Land diözesane oder landesweite Kirchenzeitungen auf dem Markt sind, meist mit wöchentlicher, in einigen Fällen mit monatlicher Erscheinungsweise. Um einige wichtige Beispiele zu nennen: „Gość Niedzielny“ (Kattowitz), „Niedzielnia“ (Tschenstochau), „Katolícký Týdeník“ (Tschechien), „Katolícke noviny“ (Slowakei), „Uj Ember“ (Ungarn), „Družina“ (Slowenien), „Glas Koncila“ (Kroatien), „Kataliku Pasaulis“ (Litauen).

Bemerkenswert ist, daß auch in jenen Ländern, wo die Katholiken nur Minderheiten stellen, inzwischen solche Zeitungen gemacht werden. So steht den Katholiken im europäischen Teil Rußlands seit 1994 eine Wochenzeitung zur Verfügung, den knapp 200 000 Katholiken in Sibirien – mit zwölf Millionen Quadratkilometer die flächenmäßig größte Diözese der Welt – seit 1995 eine Monatszeitung. In Weißrußland, Bulgarien, Mazedonien und Albanien findet man ebenfalls eine monatlich erscheinende Kirchenzeitung.

Die katholische Presse in Serbien spiegelt die unterschiedliche Zusammensetzung der dortigen Kirche: die kroatische, die ungarische und die griechisch-katholische ruthenische Minderheit haben je eine Monatszeitung. Ähnlich ist es in Rumänien: Die römisch-katholischen Ungarn haben je eine Wochen- und Monatszeitung, die griechisch-katholischen Rumänen eine Monatszeitschrift und die beiden römisch-katholischen Diözesen rumänischer Sprache je eine diözesane Kirchenzeitung.

Gesondert erwähnt sei Bosnien-Herzegowina, wo während des Krieges mehrere katholische Monatszeitschriften unter schwierigsten Umständen weiter erschienen, u. a. „Stečak“ des katholischen Kulturvereins „Napredak“ in Sarajevo, geleitet vom Priester *Franjo Topić*.

In einigen Ländern sind größere christliche Zeitschriften für

spezielle Zielgruppen – vor allem Kinder, Jugendliche, Frauen – zu finden: z. B. die Jugendzeitschriften „AD“ (herausgegeben von den Prager Salesianern), „Ognjišče“ (Slowenien, mit 100 000 Auflage das erfolgreichste christliche Jugendblatt Europas) und „Viruju“ (Ukraine); „Kana“ (Kroatien). Hinzu kommen einige sehr beachtete Monats- und Vierteljahresschriften für Intellektuelle und Kulturinteressierte, etwa „Vigilia“ in Ungarn und „Nasa Vera“ in Minsk. In Polen unterstützten die Bischöfe 1993 die Gründung einer eigenen katholischen Tageszeitung („*Slowo – Dziennik Katolicki*“). Nach einer Reihe von reaktionären Ausfällen gingen sie aber 1995 offiziell auf Distanz zu dem Blatt.

Ziemlich ausufernd ist der Markt an kleineren Zeitschriften, Blättchen und Schriftchen in jenen Ländern, in denen die Katholiken die Mehrheit stellen. In vielen Fällen sind es die Ordensgemeinschaften, die sich in diesem Bereich engagieren. In einigen osteuropäischen Ländern wurden von katholischer Seite auch *eigene elektronische Medien* ins Leben gerufen – mit sehr unterschiedlichem Erfolg. In Polen etwa kann man Dutzende regional ausstrahlende kirchliche Radiosender empfangen. Nicht ganz unumstritten ist das landesweit sendende „Radio Maryja“. Weitere katholische Rundfunksender sind in Tschechien, in der Ukraine und in Slowenien zu finden. In Polen startete heuer im Frühjahr der erste katholische TV-Sender des Landes. Unter teilweise kirchlicher Beteiligung entstand in Slowenien das neue private „TV 3“.

## Die Auflagenzahlen sind rückläufig

Soweit die Fakten, die kaum über die Hindernisse, Kämpfe und Krämpfe erzählen, mit denen die Herstellung der Medienprodukte verbunden ist. Auch wenn das Entwicklungstempo in den einzelnen Ländern – vom kirchenmedial hochentwickelten Polen und Slowenien bis zum monatlichen Blatt für die beiden einzigen katholischen Pfarreien in Estland – sehr unterschiedlich ist: Sie sehen sich heute mit einer Reihe von gemeinsamen Problemen konfrontiert. Den katholischen Medien in den ehemals kommunistischen Ländern fehlen zuallererst weithin *gut ausgebildete und erfahrene Journalisten*. Unter der kommunistischen Herrschaft wurde gläubigen Menschen der Zutritt zu dieser Berufslaufbahn verwehrt. Daher arbeiten in den katholischen Medien heute oft Leute mit großem Idealismus, aber ohne fachliche Erfahrungen und Kenntnisse.

Bestenfalls die nachwachsende Generation an Journalisten hat eine publizistische Ausbildung oder besucht berufs begleitende Kurse. Angebote aus dem Westen, hier Volontariate oder Kurse zu absolvieren, scheitern zumeist an Sprachbarrieren, an fehlendem Geld zur Bestreitung der Aufenthaltskosten oder an der zahlenmäßig schwachen Besetzung vieler kirchlicher Redaktionen, die eine längere Abwesenheit eines Mitarbeiters nicht zuläßt. Journalistenschulen katholischer Provenienz gibt es nur in Ansätzen. Ein

weiteres Problem in dem Zusammenhang ist, daß wenige theologisch gebildete Laien zur Verfügung stehen.

Fachkräfte fehlen nicht nur im redaktionellen, sondern auch im Marketing-, Finanz- und Verwaltungsbereich. „Die wirtschaftlichen Aspekte des Pressewesens werden weithin unterschätzt, ja oft geradezu ignoriert“, bedauert *Hubert Lehner*, Osteuropa-Experte der katholischen Weltunion der Presse (UCIP). Er bemüht sich seit Jahren, katholischen Medien in Osteuropa mit Finanz- und Sachhilfen unter die Arme zu greifen und ist eine der wenigen Personen, die einen Überblick über diese Medienlandschaft haben. Die kaufmännische Arbeit wird in vielen Fällen den Redakteuren zusätzlich aufgebürdet, denen dafür meist die Zeit fehlt. Daher sind Vertrieb und Werbung oft mangelhaft. Potentielle Käufer oder Abonnenten haben gar nicht die Gelegenheit, katholische Presseprodukte auch nur kennenzulernen, weiß Lehner aus Erfahrung. Für manche Publikationen sei dies existenzbedrohend.

Die vielen Neugründungen an Publikationen wären an sich begrüßenswert, würden sie nicht selten ohne strategische Überlegungen erfolgen. „Manche Publikationen sprechen keine klar umschriebene Zielgruppe an, für manche Zielgruppen gibt es mehrere, einander konkurrierende Publikationen“, stellt Lehner fest. Dies in einem Markt, der ohnehin klein ist. Auch Zusammenarbeit zwecks Synergieeffekten wird kaum gesucht. Die für Westeuropa selbstverständliche Form privater katholischer Verlage gibt es im Osten fast nicht. Mediadata und Zielgruppenforschung existieren für katholische Medien praktisch nicht. Die Erwartungen der Leser sind kaum bekannt.

Deutlich entschärft haben sich die Probleme bei Layout, Druck- und Papierqualität. Immer häufiger weisen die Zeitungen eine ansprechende graphische Gestaltung auf. Vier-Farb-Druck in guter Qualität bieten heute auch katholische Zeitschriften in Minsk und Moskau. In nur wenigen Fällen zielführend war die Errichtung eigener Druckereien durch die Kirche nach 1989 (der starke Wunsch danach war in den Schikanen und Verzögerungen begründet, mit denen die kommunistischen Druckereien der Kirche die Produktion ihrer Publikationen madig gemacht hatte).

Als falsch erwies sich auch die Einschätzung mancher, der geistige Hunger der Menschen nach Jahrzehnten kommunistischer Einheitsdoktrin würde die Auflagenzahlen christlicher Publikationen hochschnellen lassen. Wenn, dann geschah dies nur für kurze Zeit. Heute sind die Auflagen – mit wenigen Ausnahmen – rückläufig. Der Grund liegt nicht nur in den bereits genannten internen Schwierigkeiten.

Waren vor 1989 katholische Publikationen die einzigen nichtkommunistischen Presseerzeugnisse, so stürzten sich nach der Wende potente westliche Verlage mit praller Kriegskasse auf den neuen medialen „Hoffnungsmarkt“. Sie hatten kaum ideologisch-politische Interessen, sondern rochen die riesigen neuen Werbebetats, die mit der Einführung der Marktwirtschaft in den Reformländern einhergingen. Neue, bunte Zeitgeist- oder Boulevardmedien konnten Blät-

## Meditationen für die Advents- und Weihnachtszeit



Die Texte dieses Bandes folgen im Wochenrhythmus den Spuren der Advents- und Weihnachtszeit. Kurt Koch, Adolf Adam, Otto Hermann Pesch, Rainer Maria Rilke und andere bekannte Autoren begleiten den Leser auf seinem weihnachtlichen Weg.

**NEU:** 176 Seiten,  
gebunden, DM 28,-  
öS 204,- /SFr 27,-  
ISBN 3-451-26051-4



Christoph Dohmen begibt sich auf eine adventliche Spurensuche im Alten Testament: Er findet interessante Antworten, die ein ganz neues Licht auf das Weihnachtsgeschehen werfen.

**NEU:** 120 Seiten,  
gebunden, DM 19,80  
öS 145,- /SFr 19,80  
ISBN 3-451-26152-9



Die Betrachtungen dieses Bandes erschließen die Bedeutung der Geburt Christi in unserer heutigen Zeit. Die einfühlsamen Worte Kardinal Sterzinskys ermutigen, die Ankunft Gottes glaubend und bezeugend mitvollziehen.

**NEU:** 88 Seiten,  
gebunden, DM 19,80  
öS 145,- /SFr 19,80  
ISBN 3-451-26117-0

In jeder Buchhandlung!

# HERDER

tern wie denen der Kirchen leicht den Rang ablaufen. Die Medienmärkte sind inzwischen hart umkämpft, in Zeiten, in denen der Geldbeutel vieler Osteuropäer dünner und dünner wird.

Der Medienmarkt ist aber nicht nur ein monetärer, er ist in den pluralistischen Gesellschaften auch ein geistiger. Und hier liegt nach übereinstimmender Einschätzung von Fachleuten aus Ost und West die tiefere Ursache für den Rückgang der Auflagenzahlen kirchlicher Publikationen. Die Kirchen in den Reformländern sind beträchtlich irritiert über das Ausmaß, mit dem alle möglichen Weltanschauungen in ihren Gesellschaften um die Gunst der Menschen buhlen. Verhaltensweisen, die in Kampf und Widerstand gegen den diktatorischen Feind richtig und letztlich erfolgreich waren, erweisen sich in einer pluralen Gesellschaft plötzlich als wenig zielführend. Wer Abschottung vor einem bestimmten Feind gelernt hat, tut sich schwer, über Nacht in den freien Dialog mit verschiedenen ideologischen und religiösen Strömungen zu treten und sie aus christlicher Sicht differenziert zu beurteilen.

### Es fehlen katholische Journalisten in den säkularen Medien

Die Inhalte der katholischen Publikationen spiegeln diese Schwierigkeiten wider. Eine Auseinandersetzung mit den Entwicklungen der Zeit wird vermieden. Häufig wird undifferenziert alles abgelehnt, was nicht gleich auf den ersten Blick als christlich erkennbar ist, oder nicht den traditionellen Gedankengängen entspricht. Die Haltungen und Erfahrungen der westlichen Kirche im Dialog mit einer pluralen Gesellschaft werden gerne mit dem negativ besetzten Schlagwort „liberal“ abgestempelt.

Nicht selten begegne man einem „spirituell verbrämten Antiintellektualismus“, beklagt etwa ein osteuropäischer Theologe. Beschäftigung mit christlicher Soziallehre unterbleibe weitgehend, ebenso theologische Auseinandersetzung und Information über die Vorgänge in der Weltkirche. Bemerkenswerterweise geschieht auch kaum eine eingehendere Aufarbeitung der Erfahrungen unter der KP-Diktatur. Statt dessen dominieren traditionelle Spiritualität, kirchliche Jubiläen aller Art, Heiligenprotrats und meist unkritische Abhandlungen über die örtliche, regionale und nationale Kirchengeschichte.

Die künftige Entwicklung der Kirche in Osteuropa und damit auch ihrer Medien entscheidet sich aber an der Frage, wie sie mit ihrer inneren Vielfalt und mit der Vielfalt der „Welt“ umgeht. In einigen Ländern bereitet der beginnende innerkirchliche Pluralismus bereits in manchen katholischen Publikationen Probleme. Redaktionen sehen sich mit dem Unmut von Bischöfen oder von Lesern konfrontiert.

Der Budapester Theologe und Soziologe *Miklós Tomka* bringt es so auf den Punkt: „Die wohl wichtigste Frage ist, ob

die Kirchen in Osteuropa Mut und Kraft für einen Dialog mit der Welt aufbringen können oder im Monolog verharren. Werden sie die Weltlichkeit der Welt als Geschenk Gottes verstehen, den christlichen Inhalt der Säkularisierung erkennen können? Werden sie die Minderheitensituation der Gläubigen als Chance und als Aufgabe akzeptieren? Werden sie die Pluralität, den provisorischen Charakter, die Modernität dieser unserer Welt bejahen und als Milieu der Verwirklichung des Reiches Gottes annehmen können? Von den Antworten hängt es ab, ob den religiösen Medien die Rolle des unselbständigen Kirchenpropagandisten zugeteilt wird, oder ob sie Träger eines echten Dialogs werden können.“

Tomka weist aber noch auf zwei andere Aspekte im Verhältnis von Kirchen und Medien in Osteuropa hin. Zum einen sehen laut Meinungsumfragen viele Osteuropäer zwei Kräfte, von denen sie sich ein Gegengewicht zum immer stärkeren Auseinanderfallen ihrer Gesellschaft erhoffen: die Kirchen und – in den meisten Ländern – die Medien. Zum anderen wurde Religion durchaus zu einem Thema öffentlichen Interesses.

„Nach einer langen Abstinenz will nun die Gesellschaft regelmäßig über religiöse Fragen informiert werden. Kein Medium kann es sich leisten, diesen Wunsch zu ignorieren“, so der Kirchensoziologe. Das Problem sei, daß bei den Journalisten wie bei den Lesern die kommunistische Indoktrination bzw. Vermeidung des Themas Religion nachwirke – in Form von schlichter Unwissenheit oder in einer Ablehnung von politischen Äußerungen der Kirche.

Was in dieser besonderen Situation fehlt, sind katholische Journalisten, die in säkularen Medien arbeiten, als Ressortfachleute oder Berater in der Berichterstattung über Religion und Kirche. Derzeit sind nur wenige zu finden – auch eine Nachwirkung der erst vor sieben Jahren untergegangenen Ära. Die meisten staatlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten räumen zwar inzwischen den Religionsgemeinschaften Sendezeiten ein. Die Qualität dieser Sendungen hängt stark von der Qualifikation der Gestalter ab, die nicht immer gegeben ist.

Wie kann dieser katholischen Medienlandschaft in pluralistischen Gesellschaften westlicher Prägung, die noch viele „kommunistische Restelemente“ enthalten, geholfen werden? Neben Ausbildungshilfen und die Förderung von Kontakten zwischen Ost und West nennt Hubert Lehner: „Ohne Bevormundung sollen westliche Fachleute besonders in Marketing und längerfristiger wirtschaftlicher Planung Rat erteilen. Auch sollen mittelfristige finanzielle Hilfen für sinnvolle Projekte gewährt werden.“

Und weiter: „Die grundlegenden Aussagen der Pastoralinstruktionen ‚Communio et progressio‘ und ‚Aetatis novae‘ haben auch für die Medienarbeit in Osteuropa Gültigkeit, sind aber bei den leitenden Persönlichkeiten der Kirche und den katholischen Publizisten weithin unbekannt. Die praktische Anwendung dieser Grundsätze auf die spezifische Situation der postkommunistischen Gesellschaften müßte im

Dialog zwischen Kirchenleitungen und katholischen Publizisten dieser Länder – eventuell unter Einbeziehung westlicher Berater – erarbeitet werden.“

Zur Ehrenrettung der katholischen Medienleute in Osteuropa, die mit viel Idealismus, Einsatz und nicht selten für Gottes Lohn wirken, sollte festgehalten werden: Vom Ziel

eines freien und offenen Dialogs und Umgangs mit der „Welt“ und den Medien, wie es vom Konzil eindrücklich formuliert wurde, ist auch die Kirche Westeuropas noch ein weites Stück entfernt. Sie ist höchstens ein paar Schritte voraus. Nichts wäre unangebrachter als Überheblichkeit.

Josef Pumberger

# Aktionismus und Egoismus

## Die Lega Nord im politischen Kräftefeld Italiens

*Wenn es nach dem Willen der Lega Nord unter Führung von Umberto Bossi geht, soll sich der Norden Italiens vom Rest des Landes abspalten. Trotz spektakulärer Aktionen wollen Bossi nur wenige auf diesem Weg folgen. Der Protest der Lega wirft aber ein Licht auf unbewältigte Probleme des italienischen Einheitsstaates.*

Drei Tage lang demonstrierten im September (am Wochenende 13., 14., 15.) die Anhänger der italienischen „Lega Nord“ entlang des Po, von dessen Ursprung in den Piemontesischen Alpen bis nach Venedig, für „ihr“ unabhängiges Padanien. Mit einem Aufwand an künstlich erzeugten Symbolen und Mythen, wie ihn nur Politikfantasten produzieren können. An der Quelle des Po bei Pian del Rè wurde Po-Wasser in eine Ampulle gefüllt, nach Venedig transportiert und dort von einer hübschen, noch in den Kinderschuhen steckenden Maid unter Assistenz von Lega-Chef *Umberto Bossi* in die Lagune gegossen. So sollte die Einheit der „Stämme“ der neu zu schaffenden „Zisalpinischen Republik“ augenscheinlich gemacht werden.

Und man demonstrierte nicht nur, sondern schuf wenigstens auf virtuellem Wege gleich Tatsachen. Man proklamierte schon einmal prophylaktisch die Souveränität des gewünschten künftigen Staates mit einem Text (vgl. Wortlaut in „La Stampa“, 16.9.96), dessen Pathos mehr an die verbalen Leidenschaften des Südens als an nüchterne Lombarden und Venezianer erinnert. Eine provisorische Verfassung (ganze 75 Zeilen) neben einer vorläufigen Regierung mit dem ehemaligen Bilanzminister der Regierung Berlusconi, *Giancarlo Pagliarini*, an der Spitze durfte auch nicht fehlen. Aus dem bisherigen Ordnungsdienst der Lega, den bereits sprichwörtlich gewordenen „Grünhemden“, sollte die künftige Nationalgarde Padaniens hervorgehen. Eigenes Geld und alles, was sonst zu einem unabhängigen Land gehört, sollte im Zuge der Umsetzung der prospektierten Unabhängigkeit noch folgen, einschließlich einer, um auch dem soziokulturellen Sektor Genüge zu tun, eigenen Fußballnationalmannschaft.

Und – keine lichtvolle Neugründung ohne Abschwörung an das Reich des Bösen, im vorliegenden Fall an den „vermodernden“, „räuberischen“ italienischen Zentralstaat. Ursprünglich wurde geraunt, man wolle ein Autodafé veran-

stalten mit feierlicher öffentlicher Verbrennung italienischer Reisepässe. Dies war den Veranstaltern aber offensichtlich doch zu heiß; die Gebührenhefte der RAI, des staatlichen Rundfunks und Fernsehens, mußten deswegen als Ersatz erhalten, und der Ersatz war vorsichtshalber faksimiliert. Angesichts des noch vordemokratischen (faschistischen) Strafrechtsparagrafen 241, der „Attentate“ gegen den Staat mit langjährigen Haftstrafen („bis lebenslänglich“) ahndet, wollte man kein allzu großes Risiko eingehen. Die auf Halbmast gesetzte italienische Trikolore wurde allerdings trotzdem eingeholt und dafür die Lega-Fahne Padaniens gehißt – mit der keltischen Sonne als Emblem des künftigen „Sonnenstaates“ an Po und Etsch.

### Befürchtungen und Erwartungen – beides war übertrieben

Dem symbolischen Aufwand entsprechen die Erwartungen. Noch am Tag vor dem Demonstrationswochenende hatte der Lega-Chef vollmundig verlauten lassen, Millionen „Personen“ würden gegen Rom aufstehen, würden mit der Lega Nord für die Sezession stimmen, und der Preis für die Regierung würde dann sehr hoch sein.

Die laute Vorauspropaganda schuf immerhin beträchtliche Unsicherheit unter den politischen Konkurrenten und medialen Beobachtern. Schwer abzuschätzen, wie stark die aktive Resonanz in der Bevölkerung nördlich und südlich des Po sein würde. Das Unbehagen an „Roma ladrona“ und unter den zugunsten des Südens vermeintlich geschröpften Steuerzahlern des Nordens ist schließlich alt und mächtig. Und seitdem die Lega am 23. April 1996 bei den Parlamentswahlen mit 10,1 Prozent im Landesdurchschnitt (mit rund 20 Prozent im Norden) wie ein Phönix aus der Asche mit ge-