Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 27 (1975)

Heft: 4

Artikel: Medienpolitik als Aufgabe der Kirchen

Autor: Geisendörfer, Robert

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-933370

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Medienpolitik als Aufgabe der Kirchen

Die Frage nach der Bedeutung kirchlicher Medienpolitik und Medienarbeit wird auch hierzulande immer wieder gestellt; dann vor allem, wenn es dafür nicht unerhebliche Geldbeträge aufzubringen gilt. Das programmatische Referat «Medienpolitik als Aufgabe der Kirche» von Robert Geisendörfer, das wir in stark gekürzter Form veröffentlichen, soll zugleich als Standortbestimmung und Diskussionsgrundlage zu dieser Frage dienen. Die Feststellungen des Autors – obwohl auf die Bundesrepublik Deutschland zugeschnitten – treffen genau auch auf die schweizerischen Verhältnisse zu und sind von brennender Aktualität. Robert Geisendörfer ist Direktor des Gemeinschaftswerkes der Evangelischen Publizistik in Frankfurt und Fernsehbeauftragter der Evangelischen Kirchen Deutschlands (EKD).

Kirchliche Medienpolitik ist nach populärem Verständnis nichts anderes als *Interessenvertretung zum Nutzen der Kirche*. Genau dies ist es, was viele Gruppen in unserer Gesellschaft unter Medienpolitik verstehen. Die Medienpolitik der Parteien etwa äussert sich, nicht in der Theorie, aber sehr oft in der Praxis, als die Interessenvertretung zum Nutzen der jeweiligen Partei. Eine Medienpolitik der Parteien – dabei nehme ich wenige Verständige gerne aus – gilt dann als erfolgreich, wenn es gelungen ist, einen Programmdirektor aus den eigenen Reihen ins Amt zu bringen; wenn es gelungen ist, eine kritische Sendung zu verhindern; wenn es gelungen ist, Anteile bei einer Zeitung zu erwerben, die bisher der andern Partei zugerechnet wurde. Medienpolitik nach diesem Muster ist *Machtpolitik,* ist die Fortsetzung der Politik mit andern Mitteln. Sie versteht sich als das politische Agieren im Blick auf die Massenmedien, das Einfluss sichert und dafür sorgt, dass man mit der andern Partei mindestens gleichzieht. *Medien sind Mittel der Macht.* Wer sie beherrscht, hat einen Vorsprung. Wer sie nicht beherrscht, bleibt zurück.
Aber dies ist eben nur die eine Seite der Sache. Medien sind nicht nur *Instrumente* für die Politik, sie sind auch *Gegenstand* der Politik, vergleichbar der Vermögensbildung, der Energieversorgung, der Strukturplanung. Und genau dies, dass sie auch Gegenstand sind, dass man sie organisieren, finanzieren, kontrollieren muss – dies bringt eine Nuance ins Spiel, die zum Ansatz kirchlicher Medienpolitik wird. Kurt Sontheimer hat darauf hingewiesen, dass die Parteien schlechte Sachwalter des Allgemeininteresses sind, wenn sie es mit den Medien zu tun haben. Sie begreifen sie erst einmal als Instrumente und erst sehr viel später als Gegenstände. Dies bedeutet: Es muss Gruppen und Kräfte in der Gesellschaft geben, die nicht auf diese Weise fortgesetzt ihre eigenen Interessen ins Spiel bringen *müssen,* die nicht unter dem Erfolgszwang stehen.
Zwar wird auch kirchliche Medienpolitik sich von Fall zu Fall nicht schämen, legitime Eigeninteressen zum Ausdruck zu bringen. Man kann hier vor falschen Skrupeln nur warnen. Doch dies ist nicht die Haupt- und Staatsaktion kirchlicher Medienpolitik. Der Bezugsrahmen ist nicht der Raum der Kirche, sondern – und dies sei mit allem Nachdruck gesagt – die Gesellschaft als Ganzes, zu dem ich freilich die Kirche dazurechne. Kirchliche Medienpolitik, wie ich sie verstehe, macht den Versuch, in der einzelnen Aktion deutlich zu machen, dass diese Aktion sich an den Interessen und Bedürfnissen der *ganzen* Gesellschaft ausrichtet. Die Testfrage an kirchliche Aktionen kann nur heissen: Geschieht, was geschieht, für solche, die dazu nicht in der Lage sind? Enthält die Aktion einen Überschuss, der sich nicht auf dem Konto der Eigeninteressen abbuchen lässt?

1972 haben wir eine Tagung veranstaltet unter dem Titel «Kontrolle oder Einfluss». Schon damals war uns zweifelhaft, ob es das «oder» überhaupt noch gab. Bei der Suche nach den Gründen für diesen wachsenden Einfluss ergab sich, dass die Parteien entsprechend ihrer gesamtgesellschaftlichen Bedeutung so mächtig sind, dass sich Intendanten und Redaktoren dem nur noch durch Zivilcourage, durch Verstellung oder durch Kapitulation entziehen können. Nun hätte man sagen können: Wenn die Parteien auch sonst so mächtig sind, warum nicht auch im Rundfunk? Und genau dies war offenbar die Meinung vieler Parteienvertreter. Der Denkfehler bestand jedoch darin, dass der Rundfunk nicht ein Instrument der Parteien, sondern eine Veranstaltung der ganzen Gesellschaft ist. Also kam es darauf an, diesen Rest zwischen Parteien und Gesellschaft, diesen Unterschied deutlich zu machen.

Es scheint so, als seien derzeit allenfalls die Kirchen in der Lage, auf Verletzungen von Rundfunkgesetzen, auf medienpolitische Fehlentwicklungen ganz allgemein aufmerksam zu machen, weil sie allein die Chance haben, dass man nicht sofort zurückfragt: Was springt für die Gruppe dabei heraus? Es versteht sich von selbst, dass im speziellen Fall der Gremienzusammensetzung in der Rundfunkaufsicht der Ansatz kirchlicher Medienpolitik gründlich verdorben würde, wenn sich die Parteien durch Hereinnahme des einen oder andern kirchlichen Vertreters aus der Affäre ziehen könnten. Wer sich auf Akte der Stellvertretung einlässt, kann dies nur dann, wenn er absolut glaubwürdig bleibt.

Kirchliche Medienpolitik im beschriebenen Sinne stösst in eine Lücke. Sie thematisiert und problematisiert Zustände in der Organisation und der Praxis der Massenmedien, für die sich offenbar derzeit niemand sonst zuständig fühlt. Es ist in der Tat schwierig, von einer Partei zu verlangen, dass sie den mühsam errungenen Einfluss kraft Einsicht wieder Stück für Stück zurückgibt. Aber wer bleibt dann in einer Gesellschaft übrig, der die Belange des Ganzen öffentlich diskutiert? Ihre besondere Schärfe bekommt diese Frage, wenn man den gegenwärtigen Zustand der Gesellschaft bedenkt: eine weitgehende Polarisierung, in der man nur noch diesseits oder jenseits stehen kann, wo es keine Mitte mehr gibt, wo man nur in Alternativen, in rechts und links, in progressiv und konservativ aufgeteilt wird. Hier hat die Kirche insgesamt eine Aufgabe ganz neuer Art zu übernehmen: zwischen den Blöcken die Interessen beider Seiten zu *vermitteln*. Im besonderen Fall der Medienpolitik heisst das vielleicht: die beiden Seiten in Kontakte zueinander bringen, ein Forum eröffnen, auf dem man miteinander spricht.

Wir wissen alle, in welch schwierige Lage die Presse geraten ist. Wenn sich nun die Verleger an den Staat wenden – denselben Staat, von dem sie sich zu Schönwetterzeiten jeden Einfluss verbitten, mit Recht – wenn sich also die Verleger nun an den Staat mit der Bitte um Hilfe wenden, dann ist es nicht verwunderlich, wenn der Staat, wenn Regierungen und Parlamente vorsichtig sind. Erstens macht es sie stutzig, dass ausgerechnet die Verleger kommen, die sich sonst den Staat so weit vom Leibe halten. Und zweitens sind sie immer skeptisch, wenn jemand um Geld bettelt. Kirchliche Medienpolitik könnte in einer solchen Lage mindestens den Versuch machen, sich – nach Erörterung der Tatsachen – zum Sprecher von Gruppen zu machen, denen man selbst nicht abnimmt, dass sie mehr als eigenes Interesse im Sinn haben.

Dass die kirchliche Medienpolitik ihrem Wesen nach gesamtgesellschaftlich ausgerichtet ist, dass sie *Vertretungscharakter* hat, ist nicht eine unbestrittene Meinung innerhalb der Kirche. Es ist das erste und eines der entscheidenden Probleme, dass es kein weitgehend einheitliches Handeln der Kirche auf diesem Gebiet gibt. Vielmehr gibt es zwar unter den für die Medien Verantwortlichen einen relativen Konsensus. Aber dies ist eine kleine Zahl, und sie kann auf die Dauer nicht ohne eine breitere Zustimmung handeln. Es ist bei vielen Mitgliedern der Kirche, ob sie nun grosse oder kleine Köpfe haben, entweder völlig unbekannt, dass es hier eine Aufgabe gibt, oder aber sie bestreiten dies schlichtweg. Medienpolitik als eine Aufgabe der Kirche ist alles andere als selbstverständlich. Das liegt nicht zuletzt daran, dass alles, was mit

Publizistik zu tun hat, noch immer mit einem gewissen Argwohn beobachtet wird. Zwar wünscht man sich in der Kirche einen Gefälligkeitsjournalismus, eine Werbung für die kirchlichen Aktivitäten durch Publizisten. Aber davon abgesehen, gibt es noch immer eine erhebliche Reserve gegen dieses «Tun und Treiben». Publizistik hat noch immer nicht den Stellenwert im Denken und Handeln der Kirche, den sie verdient. Aber eine Kirche, die sich als *Volkskirche* versteht, darf sich um die Beschäftigung mit den Massenmedien überhaupt nicht drücken. Medienpolitik als eine Aufgabe der Kirche ist alles andere als verzichtbar.
Es kann der Kirche nicht gleichgültig sein, ob sich diese Gesellschaft ein Kabelfernsehen auf den Hals holt, das grob geschätzte 25 Milliarden Mark kostet, wo andere soziale Aufgaben – und auch Kabelfernsehen könnte einmal eine soziale Aufgabe wahrnehmen – noch im argen liegen, die es *zuerst* zu lösen gilt. Es kann der Kirche nicht gleichgültig sein, ob sich das Programm der Werbung anpasst oder dem Programmauftrag einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt. Die Qualität der Fernseh- und Hörfunkprogramme ist eine Frage, die die Kirche nicht nur dann beschäftigen muss, wenn es um kirchliche Programme geht. Es kann der Kirche auch nicht gleichgültig sein, ob der Bürger in diesem Lande 10 oder 100 Zeitungen zur Auswahl hat. Die Kirche kann dies nicht tun oder lassen, ganz nach Belieben. *Sie muss es tun.* Sie muss sich als Partner, als Berater, als Akteur, sie muss sich auch als Gegner in die Kommunikationspolitik einbringen. Es ist der Auftrag, für andere da zu sein.
Wenn ich sage, dass die Zahl derer nicht gross ist, die den Gesichtspunkt der Stellvertretung an die erste Stelle setzen, dann ist damit auch eine erste Aussage über die Mittel kirchlicher Medienpolitik gemacht. Sie kann, ganz im Unterschied zur Medienpolitik anderer Gruppen, so gut wie gar nicht mit Druck von der Basis rechnen, allenfalls mit Gegendruck. Es gibt nicht den geschlossenen Block «Kirche», der dafür, wenn ich so sagen darf, auf die Barrikaden ginge, dass der Norddeutsche Rundfunk wieder einen handlungsfähigen Verwaltungsrat bekommt. Ich gebe gerne zu, dass dies nicht nur ein Nachteil ist. Es bedeutet einen grösseren Handlungsspielraum, verschafft die Möglichkeit, flexibler zu agieren, etwa durch einen Brief, durch eine öffentliche Erklärung usw., aber da Macht in der Regel nur durch Gegenmacht zu beeindrucken ist, muss sich diese Art von Medienpolitik auf lange Fristen gefasst machen.

Zum Abschluss sei der Versuch gemacht, mit wenigen Thesen zu skizzieren, was der Ansatz kirchlicher Medienpolitik heute sein muss und welche konkreten Aufgaben sich für die kirchliche Medienpolitik in einer absehbaren Zukunft stellen:

1. Die evangelische Kirche muss dafür sorgen, dass Information und Meinung möglichst unbehindert fliessen. Informations- und Meinungsfreiheit gehören – wie etwa Rede- und Versammlungsfreiheit – zu einem menschenwürdigen Leben. Informationsfreiheit ist dabei immer auch die Freiheit der andern, vielleicht unerwünschte Information. Meinungsfreiheit ist dabei immer auch die Freiheit der Meinung des andern.

2. Solange sich die Kirche als *Volkskirche* versteht, als ein Teil der Gesellschaft, gehört die explizite Beschäftigung mit den Medien, gehört Medienpolitik zu den notwendigen kirchlichen Aufgaben. Es gibt eine *Pflicht* der Kirche zur Medienpolitik.

3. Kirchliche Medienpolitik ist ihrem Inhalt nach *nicht* – und darin unterscheidet sie sich von der Medienpolitik anderer Gruppen – Interessenvertretung der Kirche. Ihr Motiv ist nicht Gruppenegoismus.

4. Kirchliche Medienpolitik besteht auf dem Unterschied zwischen Eigeninteresse und Gemeinwohl. Sie betreibt das Geschäft der Erinnerung, wenn die Medienpolitik anderer Gruppen diesen Unterschied verwischt. Sie versteht sich als Stellvertretung und Fürsprache für diejenigen Gruppen, die sich entweder nicht organisieren oder nicht öffentlich artikulieren können.

5. Kirchliche Medienpolitik besteht auf dem Unterschied zwischen den Medien als einem Instrument von und einem Gegenstand für Politik. Sie wird vor allem *gegen eine Instrumentalisierung der Medien* auftreten müssen.

6. Kirchliche Medienpolitik kann nicht auf das Repertoire klassischer Machtpolitik zurückgreifen. Zu ihrem Instrumentarium gehören die Mittel der Publizistik, die Mittel der Überzeugung. Ihre Reputation und ihre Glaubwürdigkeit liegt im Verzicht auf Lobbyismus und Pression.

7. Die wichtigste Teilaufgabe kirchlicher Medienpolitik heute ist die *Aufweichung der Polarisierung,* der *Versuch zur Versöhnung* trotz gegensätzlicher oder unterschiedlicher Positionen, das Überwinden des alternativen Blockdenkens.

8. Was den besonderen Bereich des Rundfunks betrifft, so sehe ich die wesentlichen Aufgaben der nächsten Zukunft darin, dass
a) eine vernünftige finanzielle Ausstattung der Rundfunkanstalten einen drohenden Verlust an «publizistischer und künstlerischer Substanz» abwendet;
b) die politische Unabhängigkeit des Rundfunks, wie sie durch den Buchstaben der Rundfunkgesetze und deren höchstrichterliche Auslegung gefordert wird, wiederhergestellt wird; darin liegt vor allem eine Anfrage an die Gruppen der Gesellschaft, wie weit sie Distanz zu den politischen Parteien halten können; eine Überprüfung der Kraft dieser Gruppen ist überfällig;
c) die Mitarbeiter der Rundfunkanstalten auf bequeme Resignation verzichten und ihre Bemühungen um eine Organisation der inneren Rundfunkfreiheit entschlossen wieder aufnehmen; dass sie sich loyal gegenüber der Gesellschaft, nicht aber gegenüber Teilen der Gesellschaft verhalten;
d) die Parlamente, die für die Rundfunkgesetzgebung zuständig sind, überprüfen, was an diesen Gesetzen im Blick auf ihre Intention verbesserungsfähig ist.

Dies sind nur einige Aufgaben. Und der Beitrag der Kirche zu ihrer Bewältigung kann nur gering sein. Dies reicht freilich nicht aus, um mich pessimistisch zu stimmen. Von Scheitern kann man erst reden, wenn man etwas versucht hat.

Robert Geisendörfer (epd)

Jury für Filmprämien neu bestellt

g. Das Eidgenössische Departement des Innern hat die Jury für Filmprämien für die Amtsdauer 1975–1978 wie folgt bestellt: Dr. Martin Schlappner, Redaktor der «Neuen Zürcher Zeitung» (Zürich), Präsident; Nicolas Bouvier, Photograph und Schriftsteller (Cologny); Nicola Franzoni, Journalist (Lugano); Alain Tanner, Filmschaffender (Genf), und Professor Heiny Widmer, Direktor des Aargauer Kunsthauses (Kölliken). Dieses beratende Gremium übernimmt die Aufgabe der bisherigen Jury für Qualitätsprämien. Den ausscheidenden Mitgliedern Dr. Charles Cantieni, Leiter der Abteilung «Wort» des Radios der deutschen und rätoromanischen Schweiz (Zürich), und Hans Rudolf Haller, Redaktor der Radio- und TV-Zeitung (Zürich), ist der Dank für die geleisteten Dienste ausgesprochen worden.

Filmwochenschau wird liquidiert

gst. Die «Schweizer Filmwochenschau», die nur noch selten in schweizerischen Kinos zu sehen war, wird nun vollends verschwinden. Wie das Eidgenössische Departement des Innern (EDI) am Montag mitteilte, hat es als Stiftungsaufsichtsbehörde bereits am 24. Januar 1975 die Liquidation der Schweizer Filmwochenschau verfügt. Gleichzeitig wurde der Stiftungsrat aufgelöst und als Liquidator der frühere Präsident der Eidgenössischen Filmkommission, Oscar Düby (Zürich), eingesetzt.