

COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

ETHIEK EN COMMUNICATIE

THEMANUMMER EMERITAAT
PROFESSOR LOUIS MEERTS

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAP
E. VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

JAARGANG 17
NR 4
WINTER 1987-88

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAP
E. VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

JAARGANG 17
NR 4
WINTER 1987-88

COMMUNICATIE

TIJDSCHRIFT VOOR
MASSAMEDIA EN CULTUUR

Een uitgave van het
Centrum voor Communi-
catiewetenschap, K.U.Leuven
E. van Evenstraat 2A
B-3000 Leuven.
Verschijnt 4 x per jaar.

ISSN 0771-7342

17de jaargang nr. 4
WINTER 1987-88

Hoofdredacteur: W. Van der biesen
Redactiesecretariaat: A. Hendriks
Administratie: A. Willems, J. Creyns
Lay-out: G. De Meyer

Redactie: G. De Meyer, G. Fauconnier, A. Hendriks,
W. Hesling, W. Van der biesen, L. Van Poecke.

Abonnementen: De abonnementsprijs bedraagt 400 BF voor een jaargang (4 nummers). De prijs voor losse nummers is 150 BF. Betaling kan geschieden op rekening nr. 431-0370171-86 van het Centrum voor Communicatiewetenschap, K.U.Leuven, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven.

Abonnees in Nederland schrijven fl. 30,- (verzendingskosten inbegrepen) over op (Rabobank-Nederland) rekeningnr. 10.38.86.737 van Communicatie, E. Van Evenstraat 2 A, B-3000 Leuven. Losse nummers kosten fl. 10,-.

Voor betaling vanuit andere landen gelieve een cheque te sturen ter waarde van 830 BF (port- en wisselkosten inbegrepen).

Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij men een maand vóór het einde van de jaargang opzegt.

Alle briefwisseling i.v.m. redactie, administratie, boeken ter recensie, advertenties enz., gelieve men te richten aan COMMUNICATIE, Centrum voor Communicatiewetenschap, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven, tel. 016-28.32.20.

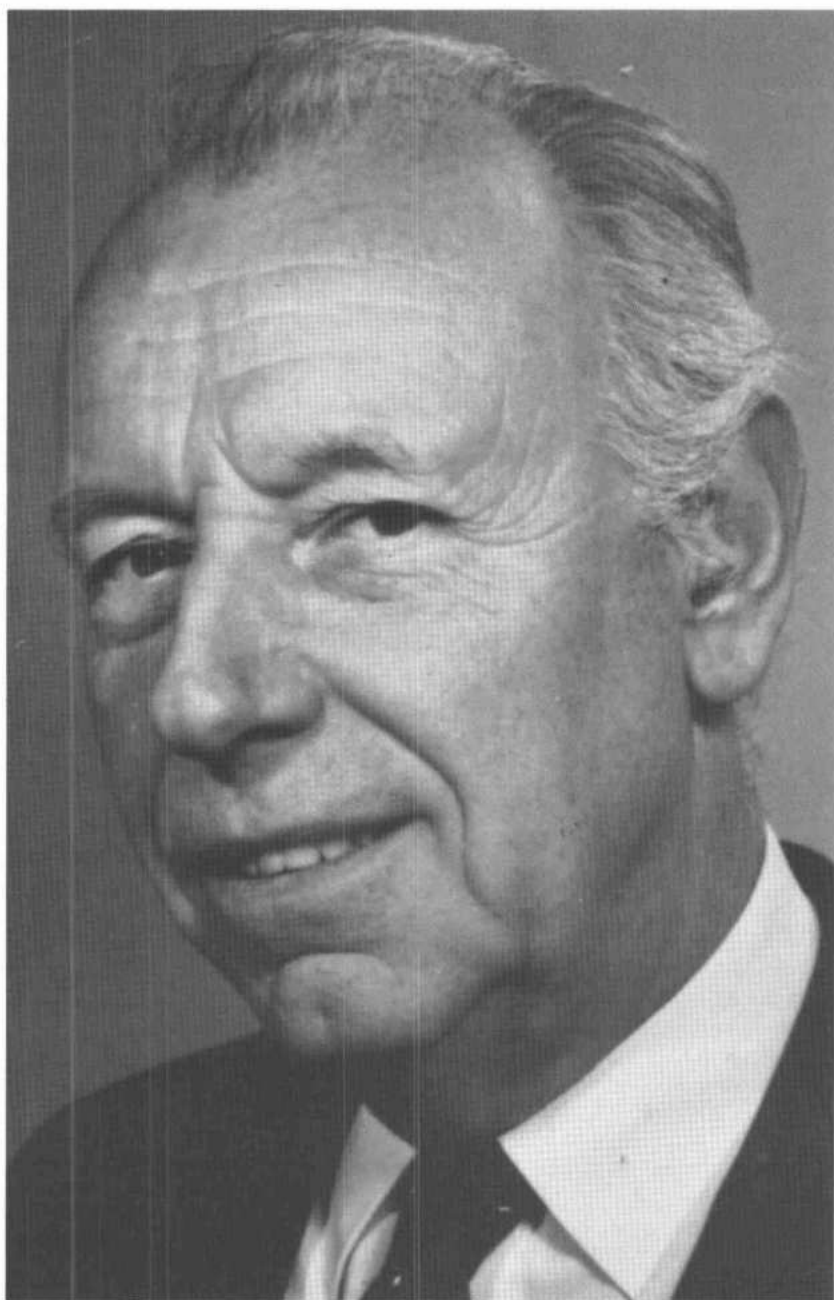
Advertentietarief wordt op aanvraag toegezonden.
Getekende artikels verbinden alleen de schrijvers.

Jg. 17, nr. 4

Ter gelegenheid van de
Emeritaatsviering van
Professor L. Meerts
wordt dit nummer volledig
gewijd aan
Ethiek en Communicatie

Gedetailleerde inhoudstafel
zie blz. 8

Verantwoordelijke uitgever:
L. Van Poecke, Frederik Lintsstraat 57
B-3000 LEUVEN.



Professor Dr. Louis Meerts

Louis Meerts

Geboren te Boom op 7 mei 1920. Doctor in de Letteren en de Wijsbegeerte (moderne geschiedenis) aan de K.U.Leuven in 1946 met een historisch-kritische studie over *Claude Fleury en zijn Histoire Ecclésiastique (1640-1723)* en Baccalaureus in de Thomistische Wijsbegeerte. Laureaat van de Koninklijke Vlaamse Academie van België voor Wetenschappen, Letteren en Schone Kunsten in 1947 en lesgever aan de Katholieke Hogeschool voor Vrouwen te Antwerpen en aan de Sociale School te Heverlee. Studiebeurzen brachten hem in Parijs en in de Verenigde Staten (Fullbright 1950: Instituten voor Journalistiek aan verschillende universiteiten en grote dagbladen).

Deeltijds benoemd aan de K.U.Leuven achtereenvolgens als lector (1963), buitengewoon docent (1968) en buitengewoon hoogleraar (1971) als titularis van het college Publieke opinie en propaganda en vanaf 1968 ook Ethiek van de communicatiemediën, beide voor de licentie Pers- en Communicatiewetenschap. Op rust gesteld in 1985 heeft hij op verzoek van de Faculteit der Sociale Wetenschappen zijn colleges nog twee academiejaren verder gegeven.

Zijn hoofdactiviteit lag echter buiten de universiteit: Ere-hoofdredacteur van *Gazet van Antwerpen*; ere-docent aan de Katholieke Vlaamse Hogeschool te Antwerpen; gastprofessor aan de Gregoriana te Rome; ere-consultor van de Pauselijke Commissie voor sociale communicatie; oud-voorzitter van de Internationale Katholieke Unie van de Pers (Genève) en voorzitter in deze Unie van de commissie Internationale Problemen; lid van de Raad van Beheer van de Catholic Media Council (Aken); voorzitter van de Raad van Beheer van het katholieke persagentschap C.I.P.; ondervoorzitter van de Raad van Beheer van de Katholieke Vlaamse Hogeschool te Antwerpen; lid van de Raad van Beheer van Vlaamse Leergangen Leuven; lid van de Visser-Neerlandiacommissie (Den Haag); lid van de Koninklijke Zuidnederlandse Maatschappij voor Taal- en Letterkunde en Geschiedenis; lid van de Geschillenraad voor niet-openbare televisieverenigingen; lid van de redactieraad van het internationaal katholiek tijdschrift *Communio*; lid van de Raad van Beheer van de Stichting voor de Kempen; lid van de Raad van Beheer van Katholiek Vlaams Onderwijs v.z.w. Antwerpen.

Publikaties

De historische kritiek bij Claude Fleury (1640-1723), in *Miscellanea Prof. Gessler*, Leuven, 1946.

Prof. L. Van der Essen als historicus, in *Dietsc Warande en Belfort*, februari, 1955.

Van Romeins grensgebied tot bloeiende provincie, in *Synthese van de provincie Antwerpen*, Antwerpen, 1962.

Het Tweede Vaticaans Concilie, Antwerpen, 1965.

De regionale bewustwording, in *Facetten van onze evoluerende wereld*, Antwerpen, 1966.

De sociale communicatiemediën, evenwichtig spiegelbeeld van onze samenleving? (IVe Congres voor sociale communicatiewetenschappen) Gent, 1972.

Kerk en Communicatie, in *Onze Alma Mater*, nr 1, Leuven, 1974.

Une presse pour l'homme (XIIe Wereldcongres voor de katholieke pers), ed. UCIP, Genève, 1978.

Geschiedenis en Journalistiek, in *Liber Amicorum Prof. A. Breyne*, Leuven, 1980.

Information und Kommunikation, ethische und sociale Aspekte, in *Die Zeitung als Persönlichkeit*, Düsseldorf, 1982.

Nuttige halve waarheden? Ideologieën, propaganda, publiciteit, in *Communio*, nr 4, Gent, 1987.

louis meerts: de minzame professor

Indien men een typologie van professoren zou opstellen, dan zou Professor Meerts tot het type behoren waarvan er, zeker in deze 'no nonsense'-tijd, nooit genoeg kunnen zijn. Hij is een *gentlemen professor*, een heer in het academische verkeer, een man met een aantal goede, 'ouderwetse' deugden, zoals beschaving, eer, fatsoen. Toen de *Gazet van Antwerpen* aan haar lezers het afscheid aankondigde van Louis Meerts, die sinds 1949 als hoofdredacteur de krant had geleid, werd hiervoor op een beperkte oplage een extra-editie gedrukt, waarvan de ganse eerste pagina voor dit afscheid werd gereserveerd (cf. afdruk op blz. 4). Op deze pagina werd de journalist beschreven zoals ik hier de academicus tracht te beschrijven: 'een begaafd en innemend man', die 'op de verschillende gebieden' waar hij werkzaam was 'verrijkend werkte door zijn inzicht, zijn wijsheid en zijn mildheid'.

Deze minzaamheid, die a.h.w. het *ethos* van Professor Meerts uitmaakt, is hierbij de concretisatie van wat zijn krant het christelijk humanisme van haar hoofdredacteur heeft genoemd. Van ditzelfde humanisme en van de charme hiervan hebben ook wij op het Departement Communicatiewetenschap - generaties studenten, het administratief en technisch personeel, de assistenten, de collega's - al die tijd mogen genieten. Als een man met inderdaad een wijs oordeel en een milde beoordeling van de anderen (ook van diegenen die hem onheus hadden behandeld, ook op de examens en de deliberaties), verkoos hij steeds de dialoog boven de confrontatie. Hij sprak je aan met een spontane directheid en warmte, en zijn bereidheid om, indien dit ook maar enigszins in zijn macht lag, de problemen van het Departement mee te helpen oplossen was exemplarisch. Zo werd hij na zijn emeritaat in 1985 direct bereid gevonden om, binnen de beperkingen die de wet oplegt, verder college te geven tot het vernieuwde licentieprogramma Communicatiewetenschap van start kon gaan. Zo heeft hij, nu ook aan deze colleges een einde is gekomen, al laten weten dat wij ook in de toekomst nog steeds een beroep op hem kunnen doen. Doch met het afscheid - dat er dus in feite geen is - van Professor Meerts loop ik op de zaken vooruit. Ik sluit een periode af waarvan ik het begin nog moet schetsen.

Juist zoals bij zijn collega, wijlen Antoon Breyne, is de carrière van Louis Meerts langs het dubbele spoor verlopen van de journalistiek en de academische wereld. De journalist is reeds elders gekarakteriseerd en gevierd, ik zou mij derhalve willen concentreren op de academicus.

Een sober overzicht van zijn 'academisch dossier' zou er als volgt kunnen uitzien. In 1946 te Leuven gepromoveerd tot doctor in de Wijsbegeerte en Letteren (Moderne Geschiedenis), nadat hij daarvoor reeds het baccalaure-

GAZET VAN ANTWERPEN

EDITIE KEMPEN

DRUKKERIJ: DE WITTE WERK... VERDRIJF: DE WITTE WERK... VERDRIJF: DE WITTE WERK...

Tragedie was niet te voorspellen
Bladzijde 3

Vaandredrager van het kristelijk humanisme in de journalistiek

Hoofdredacteur Dr. L. Meerts gaat op rust

Vandaag neemt *Gazet van Antwerpen* afscheid van haar hoofdredacteur en versnuwendelijk uitgever Dr. Louis Meerts. Hij heeft de persoonsrechterlijke leeftijd van 65 jaar bereikt en gaat op rust na een zwaar rijkgevulde als verrijkende loopbaan. Verrijkend inderdaad, want deze begaafde en inmensende man was werkzaam en vruchtbaar op verschillende gebieden, op de eerste plaats op dat van de journalistiek. Het was vooral hier dat hij verrijkt werkte door zijn steeds, zijn wijsheid en zijn mildheid.

In *Gazet Meerts* is het tijdschrift van de Vlaamse Beweging aan te zien. Meerts was een van de leidende krachten van het Vlaamse Beweging, een van de leidende krachten van de Vlaamse Beweging, een van de leidende krachten van de Vlaamse Beweging...



door verschillende instellingen... Meerts kreeg overal voor zijn begaafdheid... Meerts kreeg overal voor zijn begaafdheid...

De Franse jongen Marleen... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...

Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...

Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...

Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...



Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...

Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...

Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...

Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...



Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...

Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...

Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...

Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren... Meerts werd in 1918 geboren...

aat in de Thomistische Wijsbegeerte had verworven, wordt Louis Meerts in 1947 docent aan de Katholieke Hogeschool voor Vrouwen te Antwerpen. In 1963 wordt hij aan de Katholieke Universiteit te Leuven benoemd tot Lector aan wat toen nog de Faculteit der Economische en Sociale Wetenschappen was, in 1968 volgt zijn benoeming tot Buitengewoon Docent en in 1971 wordt hij Buitengewoon Hoogleraar aan de ondertussen zelfstandig geworden Faculteit der Sociale Wetenschappen. Alhoewel Professor Meerts nog een tijd co-titularis is geweest van het seminarie in de Pers en Public Relations, is zijn naam bij alle afgestudeerden vooral onlosmakelijk verbonden met de colleges 'Publieke Opinie en Propaganda' en 'Ethiek van de Communicatiemedia', die hij gedurende zowat twintig jaar heeft gedoceerd in wat nu de licentie Communicatiewetenschap heet.

Twee zaken vallen in deze summiere schets op. Ten eerste is het duidelijk dat Professor Meerts van in het begin het wel en wee, het ontstaan en de groei van de (Pers- en) Communicatiewetenschap(en) te Leuven heeft meegeemaakt. Dat dit niet gebeurde op een afstandelijke manier, doch integendeel met een grote betrokkenheid, hoeft in het licht van wat ik hierboven heb trachten te schetsen, nauwelijks gezegd.

Ten tweede is er de ietwat perverse combinatie van *Ethiek* en *Propaganda*: water en vuur, het angelieke en het diabolische, het pure en het onpure verenigd in de leeropdracht van één man! Professor Meerts heeft nu wat deze combinatie betreft van de nood een deugd gemaakt. Hij heeft niet de duivel door Beëlzebub trachten te verdrijven, doch integendeel, en dit als tegengif van wat hij in *Propaganda* diende te beschrijven, in zijn *Ethiek* hele generaties studenten doen grijpen naar Pauselijke Encyclieken.

Het was trouwens naar 'Ethiek van de Communicatiemedia' dat Professor Meerts zijn hart uitging. En het is hier dat de katholieke journalist en de Professor aan de Katholieke Universiteit elkaar vonden. Het christelijk humanisme waarvan hierboven sprake was, heeft hij steeds trachten uit te dragen binnen de wereld van de media, en in het bijzonder binnen de journalistiek, en dit o.m. door de functies die hij heeft vervuld of vervult binnen allerlei nationale en internationale organisaties. Al deze functies opnoemen zou onbegonnen werk zijn. Ik beperk mij tot het vernoemen van zijn (vroeger of huidig) voorzitterschap van de Bond van Katholieke Journalisten van België, van het Centrum voor Informatie aan de Pers (C.I.P.), van de Internationale Federatie van Katholieke Journalisten, van de Internationale Katholieke Unie van de Pers, van de Campinia Academica, zijn functie als consultant bij de Pauselijke Commissie voor de Sociale Communicatie ...

Ook hier vallen weerom twee zaken op. Ten eerste, de geest van Professor Meerts is zeker niet parochialistisch te noemen, integendeel zelfs. Deze cosmopolitische ingesteldheid, deze interesse voor de wereld dient gezien te worden als een fundamentele karaktertrek van Louis Meerts, die reeds als internationaal studentenleider en daarna als pas gepromoveerde doctor ettelijke studiereizen naar het buitenland ondernam. Zijn gastprofessorat aan de Gregoriana te Rome is voor dit alles symptomatisch.

Ten tweede, en dit heb ik niet vermeld in bovenstaande opsomming: Professor Meerts is een veel gelauwerd man. Ook hier meende hij dat men niet vroeg genoeg kon beginnen, vermits hij reeds in 1947 door de Koninklijke

Vlaamse Academie gelauwerd werd voor zijn doctoraatsthesis. Sindsdien zijn hem nog vele onderscheidingen te beurt gevallen, waarvan de Europese Persprijs in 1984 alleszins een aparte vermelding verdient.

Het Departement Communicatiewetenschap heeft nu gepoogd alles wat ik heb trachten te schetsen, in dit themanummer van *Communicatie* aan bod te laten komen: dit themanummer is gewijd aan de ethiek van de communicatie, hét studiedomein van Professor Meerts; het is geschreven door een schare vrienden en collega's, wat de minzaamheid van de gevierde onderstreept; dat ook een tekst van zijn hand is opgenomen illustreert dan weer zijn bereidwilligheid; het internationale karakter van de bijdragen is een teken voor zijn brede kijk op de wereld; de geest waarin deze teksten geschreven zijn is deze van het christelijk humanisme. Dat wij hem dit nummer aanbieden, vertolkt, tot slot, onze wil om hem nogmaals te lauweren en te vieren.

Luc Van Poecke
Voorzitter
Departement Communicatiewetenschap

ten geleide

Dank zij de bereidwilligheid van talrijke vrienden-collega's van Professor Meerts werd het mogelijk ter gelegenheid van de viering van zijn emeritaat op 18 maart 1988 een themanummer van *Communicatie* samen te stellen, dat integraal gewijd is aan ethiek en communicatie.

Daar het enerzijds een tijdschriftnummer is en anderzijds het karakter heeft van een liber amicorum, is het niet eenvoudig om aan de eisen van beide tegemoet te komen.

De lezer-abonnee van *Communicatie* zal in dit nummer de vertrouwde rubrieken als 'Feiten en meningen' en 'Boeken en tijdschriften over communicatie' missen, maar zal er hopelijk ruime compensatie vinden in het feit dat een actueel thema als ethiek en communicatie vanuit verschillende gezichtshoeken wordt belicht.

Dat de verschillende bijdragen in hun oorspronkelijke taal zijn opgenomen is eveneens een element, waarmee de trouwe lezer voor het eerst wordt geconfronteerd. Dit heeft echter het voordeel van de originaliteit, die de grotere leesinspanning zeker zal belonen.

Het was geen sinecure om de aangeboden bijdragen in een zekere orde op te nemen. Er werd geprobeerd ze te rangschikken in een volgorde gaande van een meer algemene vraagstelling omtrent ethiek en communicatie naar een meer toegepaste probleemsituering. Wellicht ware een andere even verantwoord geweest, maar hopelijk zullen de auteurs en de lezers de gevolgde werkwijze niet al te zeer euvel duiden.

Een woord van dank past hier aan het adres van Professor Meerts, die niet alleen de tekst van zijn te houden afscheidscollege ter beschikking heeft gesteld, maar eigenlijk via zijn bijzonder goede relaties met zijn buitenlandse vrienden-collega's dit hele themanummer heeft mogelijk gemaakt, dat juist daardoor echt een liber amicorum geworden is. Het wordt hem dan ook als zodanig aangeboden.

Oprechte erkentelijkheid gaat uit naar de auteurs, die allen op het eerste verzoek hun bijdragen ter beschikking hebben gesteld.

Dank ook aan alle niet met name genoemde medewerkers, die aan de totstandkoming van dit nummer hebben bijgedragen.

Adriaan Hendriks
Redactiesecretaris

Dit themanummer 'Ethiek en Communicatie' wordt uitgegeven met de steun van de Faculteit der Sociale Wetenschappen, K.U.Leuven en van Gazet van Antwerpen.

- 2 **Louis Meerts**
- 3 **Voorwoord** - Luc Van Poecke
- 7 **Ten geleide** - Adriaan Hendriks
- 8 **Inhoud**
- 8 **Colofon**
- 9 **Een ethiek voor de communicatiemedia?** - Louis Meerts
- 19 **Zur Journalistischen Ethik. Einige grundsätzliche Gedanken** - Florian H. Fleck
- 33 **Réflexions sur l'idéologie journalistique** - Lucien Guissard
- 41 **Was ist Kritik? Nichts als Moral. Anmerkungen zum Aufklärungspostulat des Journalismus** - Hermann Boventer
- 49 **Quelle vérité et quelle liberté communicative pour l'Eglise dans la nouvelle 'civilisation d'information'** - André Joos
- 65 **Sophistik in den Medien** - Peter Henrici
- 73 **Overheidsvoorlichting in Nederland** - Anne van der Meiden
- 81 **Zur Ethik von 'Dallas' und 'Denver'** - Louis Bosshart
- 85 **L'éthique de la communication face à la pornographie et à la violence** - Jean Gelamur
- 93 **Pauvreté, progrès et culture, dans le contexte de l'Afrique et dans la perspective du développement endogène et centré sur l'homme** - Albert Tévoédjrè
- 101 **Feindbild in Ost und West: Du sollst dir kein falsches Bild machen** - Paul Roth
- 113 **Gemaskerd bal van Nederlandse uitgevers. Onwenselijke effecten van ongewenste overnemingen** - Joan Hemels
- 121 **Verleger und Journalist in katholischer Presse. Ein partnerschaftlicher Auftrag** - Hanns Sassmann
- 129 **Chancen für katholische Blätter** - Günther Mees

De bijdragen in dit themanummer zijn van:

Prof. Dr. Louis BOSSHART, Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Freiburg/Schweiz.

Dr. Hermann BOVENTER, Publizist, Hamburg; Vorsitzender der Gesamten Katholischen Publizisten Deutschlands; Lehrbeauftragter der Universitäten Bonn und München für Politische Bildung und Ethik des Journalismus; Berater Zentralkomitee der Deutschen Katholiken.

Prof. Dr. Florian H. FLECK, Direktor Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut, Universität Freiburg/Schweiz.

Ir. Jean GELAMUR, Président du Conseil de Surveillance de Bayard-Presse, Paris; ancien Président de l'UCIP (Union Catholique Internationale de la Presse).

Père Prof. Em. Dr. Lucien GUISSARD, Dép. de Communication Sociale, Université Catholique de Louvain-la-Neuve; membre de l'Académie Royale de Belgique; ancien Rédacteur en chef de 'La Croix - l'Événement', Paris.

Prof. Dr. Joan HEMELS, Studierichting Communicatiewetenschap, Universiteit van Amsterdam.

Prof. Dr. Peter HENRICI S.J., Centro Interdisciplinare sulla Comunicazione Sociale, Pontificia Università Gregoriana, Roma.

Mgr. Prof. Dr. André JOOS, Centro Interdisciplinare sulla Comunicazione Sociale, Pontificia Università Gregoriana, Roma; membre de la Pontificia Commissione per le Comunicazioni Sociali, Città del Vaticano.

Prof. Em. Dr. Louis MEERTS, Ere-Hoofdredacteur van 'Gazet van Antwerpen'; Emeritus buitengewoon hoogleraar Departement Communicatiewetenschap, Katholieke Universiteit Leuven.

Dr. Günther MEES, Chefredakteur der Bistumszeitung 'Kirche und Leben', Münster; Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse (AKP); Vorstandsmitglied — verantwortlich für die Finanzen — im Weltverband der katholische Presse (UCIP).

Prof. Dr. Paul ROTH, Fakultät für Sozialwissenschaften, Universität der Bundeswehr, München.

Dr. Hanns SASSMANN, Präsident Styria Verlag, Graz; Senator h.c. der Grazer Universität; Präsident der Gemeinschaft österreichische katholische Zeitungs- und Zeitschriften Verlage, Wien; Alt-Präsident UCIP.

Prof. Dr. Albert TEVOEDJRE, Secrétaire général de l'Association Mondiale de Prospective Sociale (AMPS), Genève.

Prof. Dr. Anne VAN DER MEIDEN, Sectie Voorlichtingskunde, Rijksuniversiteit Utrecht.

een ethiek voor de communicatiemedia ?

louis meerts

De ethische vraagstelling behoort tot de actuele problemen van onze dagen. Niet enkel de vooruitgang van de wetenschap, vooral van de medische wetenschap of de vragen rondom de aanwending van de kernenergie, hebben deze vraagstelling in het brandpunt van de actualiteit geplaatst, doch ook de schrijvende tegenstelling tussen arm en rijk in onze wereld, de problemen in verband met de bestaande economische ordening, de aangroei van de wereldbevolking, de werkloosheid van een gedeelte van de jonge generatie in een aantal landen, het vluchtelingen-probleem, de bezoedeling van de natuur, dit alles heeft een sterke ethische reflex wakker gemaakt. Waarheen leidt ons deze ganse evolutie, wat is mogelijk maar ook geoorloofd, waar liggen grenzen en hoe deze te ontdekken, welke zijn onze verantwoordelijkheden? Het zijn vragen die inwendig of duidelijk uitgesproken bij ontelbaren leven.

Bewijzen hiervan vinden wij in de vele colloquia en studiesamenkomsten, in de talrijke publikaties die zich steeds intenser met deze problematiek bezighouden. Denken wij maar even aan de commissies voor biomedische ethiek die aan verschillende universiteiten, ook aan onze Alma Mater, werden opgericht. Ook binnen de Hoge Gezondheidsraad van ons land wordt de oprichting van dergelijk overlegorgaan voorbereid, wat trouwens ook elders het geval is, en de publikatie van prof. P. Schotsmans: "*En de mens schiep de mens - medische revolutie en ethiek*" (1987), is sprekend voor menige andere uitgave dienaangaande. Onlangs werd aan de universiteit van Straatsburg door Bernard Bastian, geneesheer, een doctoraats thesis voorgebracht over dezelfde problematiek. Ook hij gaat op zoek naar een antwoord op de steeds talrijker en ingewikkelder wordende ethische vragen gesteld door de biomedische technieken.

Maar ook op het vlak van de economie is een grote ethische bekommernis ontstaan. En deze belangstelling is niet speciaal gegroeid in sociale, wijsgerige of theologische middens, maar wel bij hen die zich op de eerste plaats met economische problemen bezighouden. In de business schools van grote Amerikaanse universiteiten is de ethiek van het zakenleven onderwerp geworden van wetenschappelijk onderzoek en van onderricht, en ook aan onze universiteit werd in het voorbije academiejaar een centrum voor economie en ethiek opgezet. Men wil ethische bezinning en economische wetenschap en praktijk nauwer met mekaar confronteren, ethische grondslagen verduidelijken voor economie en bedrijfsleven. Op een vergadering van de Orde van de Prince sprak in de lente van 1987 de voorzitter van de Kredietbank J. Huyghebaert over "ethiek en management".

Dit doet denken aan een voordracht die prof. J. Basile (U.C.L.) een aantal jaren geleden hield in verschillende grote ondernemingen in Japan, en waar hij de gedachten ontwikkelde, die wij terugvinden in zijn vroeger boek "Croissance 3" (1973). Hij vergelijkt de technische evolutie en de sociale vooruitgang met de noodzakelijke ethische bezinning om een humane en evenwichtige maatschappij op te bouwen. De Federatie van de Japanse Industrie liet zijn uiteenzetting op 500.000 exemplaren verspreiden. En in diezelfde tijd zei de Duitse Bondsminister Balke in verband met nieuwe elektronische technieken: "Het opzoekingswerk van de ingenieur situeert zich in de onbegrensde zone van de menselijke angst en de menselijke verwachtingen, en hiertegenover kan hij ethisch niet neutraal blijven".

Wat hier reeds jaren geleden werd gezegd, wordt in onze dagen met grotere nadruk herhaald. Begin oktober 1987 organiseerde het "Deutsche Institut für Bildung und Wissen" in Paderborn een symposium over "Ethiek, wetenschap en technologie". Hier werd onderstreept dat de ethische vraagstelling méér actueel is dan ooit, daar de mens in toenemende mate is blootgesteld aan wetenschappelijke experimenten, die ook genetische manipulatie niet uitsluiten. De ethische bezinning moet hier verder gaan dan grensbepalingen en verboden, doch zoeken naar de diepere grond voor oriëntaties en houdingen. Er werd door vooraanstaande professoren gepleit voor vernieuwing van het metafysisch denken ten overstaan van de plaats en de betekenis van de moderne wetenschap in verband met de persoonlijke verantwoordelijkheid en het beeld dat men zich maakt van de mens.

Het is dan niet te verwonderen dat ook op het gebied van de sociale communicatiemedia de vraag naar ethische bezinning duidelijker wordt gesteld en sterker weerklinkt. Zij hebben in onze maatschappij toch een enorme plaats ingenomen en zijn van essentiële betekenis in de hedendaagse gemeenschap, terwijl de technische evolutie van de media steeds verder gaat.

Zeer lange tijd werden in de vorige eeuwen, vooral sedert het ontstaan van het gedrukte nieuws, waarde-oordelen uitgesproken over dit sociaal medium, waarbij het als goed of verkeerd, toegelaten of te veroordelen werd bestempeld vanuit uiteenlopende standpunten die op de eerste plaats en vaak uitsluitend een uitspraak deden in verband met het dienstkarakter van het medium. Kerkelijke en politieke gezagdragers, vooraanstaanden uit het wetenschappelijk of cultureel leven gaven hun goedkeurend of afkeurend oordeel naargelang het medium al dan niet volledig trouw in dienst stond van hun zienswijzen en hun opvattingen. Echt ethische vragen kwamen hier niet aan bod.

Wanneer als gevolg van de Verklaring over de rechten van de mens en van de burger bij de Franse revolutie ook de persvrijheid in de grondwetten van de Europese staten werd opgenomen, en in de loop van de 19e eeuw allerlei nieuwe dagbladen werden opgericht, zien wij in de tweede helft van deze eeuw praktische handleidingen voor journalisten verschijnen, waarin gesproken wordt over de eigenschappen die een journalist moet bezitten. Het zijn vaak technische en moraliserende beschouwingen, beroepsregels, de eerste pogingen om te komen tot een soort praktische deontologie voor de journalist (1).

Een der eersten die het woord ethiek gebruikt voor dergelijke publikaties is N.A. Crawford in 1924 met als titel voor zijn boek: *The ethics of journalism* (2).

En in de jaren dertig verschijnen de eerste studies die de plichtenleer van de journalist veelzijdiger gingen belichten.

Wij zouden kunnen zeggen dat in de tijd na de eerste wereldoorlog, zowel in de Verenigde Staten als in Europa, handleidingen voor journalisten werden uitgegeven met een aantal praktische aanbevelingen voor hun beroep. Het zijn de eerste codices, die later, na de tweede wereldoorlog in een groot aantal landen worden uitgegeven, en die kort en bondig een aantal voorschriften formuleren zonder verdere verklaring (3). Wat zij bedoelen kunnen wij lezen in de inleiding van de Belgische codex, *Rechten en plichten van de journalist* (4), waar gezegd wordt: "Wij bepalen de plichtenleer, de beroepsmoraal als de leer van de regels die in een beroep in acht genomen moeten worden". Deze codices zijn voor een gedeelte uit de ervaring gegroeid. Zij geven als eerste en voornaamste principe aan: de eerbied voor de waarheid. De diepere betekenis hiervan en het waarom worden niet verder onderzocht.

Daarom is het hier wel de gelegenheid om even te verduidelijken wat wij verstaan onder juridisch statuut van de media, deontologie of plichtenleer en ethiek van de media.

In het juridisch statuut gaat het over de bepalingen, vrijheden, voorrechten, verplichtingen die bij wet zijn vastgelegd in een bepaald land. Hier kunnen verschillen bestaan tussen de onderscheidene landen. Een duidelijk voorbeeld is het recht van antwoord.

De plichtenleer of deontologie zijn de regels, voorschriften, verplichtingen die binnen het beroep zijn overeengekomen en vastgelegd. Zij gaan verder dan wat juridisch, bij wet, is bepaald. Wanneer overtreding van de wet is verboden met sanctie van officiële zijde, kunnen deontologische fouten evt. binnen het kader van het eigen beroep worden besproken of evt. gesanctioneerd. Hier wordt in de eerste plaats beroep gedaan op eigen verantwoordelijkheidszin en geweten. Een voorbeeld is de eerbied voor de waarheid.

De ethiek zoekt naar de klaardere betekenis, de diepere grondslag, het waarom van de voorschriften. Het gaat om de fundamenten van wat juridisch of deontologisch wordt voorggehouden. Wet en plichtenleer dienen eigenlijk op dieper ethisch inzicht te stoeien, en hier kunnen conflicten ontstaan. Een duidelijk voorbeeld is het nationaal-socialisme en de Joden. De ethiek is het rechtvaardigend denken over en onderzoeken van wat goed handelen op een bepaald gebied wordt genoemd.

Wanneer in de jaren dertig een aantal werken verschenen, waarin ook deze ethische bekommernis in verband met de journalistiek naar voren kwam (5), dan is het wel opvallend dat na de tweede wereldoorlog vooral belangstelling bestond voor de opstelling van codices, doch dat het dieper ethisch denken minder aandacht kreeg. Hier moet het pionierswerk van prof. N. De Volder en van E. Gabel worden vermeld, die in de jaren vijftig en zestig terug aandacht hebben gewekt voor de ethiek in verband met journalistiek (6). Doch het is pas in de loop van de laatste vijftien jaar dat een aantal belangrijke publikaties over ethiek en media zijn verschenen, waarbij het wel zeer opvallend is dat in het laatste decennium de vraag naar ethische bezinning in verband met de media een aspect is van de algemene vraag naar grotere ethische bekommernis op vele levensgebieden, zoals in het begin van deze bijdrage beklemd werd (7). Hierbij is het treffend dat vaak zeer uiteenlopende opvattingen

worden verkondigd, dat deze meermaals geen diepgaande grondslagen hebben, en dat er toch een groot verlangen bestaat om tot een fundamentele, zo mogelijk universele ethiek in verband met de media te komen.

In 1978 had te Warschau een internationaal congres plaats over mediaproblemen, waarbij ook een werkgroep was opgericht over "Ethics and Mass Communication". De tussenkomsten dienaangaande van een aantal deelnemers uit West-Europa en de Verenigde Staten werden door prof. A. van der Meiden (Utrecht) gebundeld en in 1980 uitgegeven. Opvallend hierbij is, wat van der Meiden noemt, de dubieuze situatie van de ethiek. Zij komt op het einde van de belangstelling en wordt niet beschouwd als de basis van wat wij doen en communiceren. Ethiek zou het ganse communicatieproces moeten doordeesemen. Er is ook geen enkelvoudige ethische visie (8). Het is normaal dat er een veelvoudigheid van ethische opvattingen bestaat. Opvallend echter bij de medewerkers aan vernoemde publikatie is het gebrek aan diepgang, het pragmatisch en te sterk situatie-gebonden karakter van hun meningen, het weinig of geen inzicht in en onderscheid tussen dieperliggende principes en concrete vormgeving, zodat vele opvattingen gekenmerkt zijn door een te sterk relativisme. Men zoekt niet naar de metafysische grond van de ethiek. En toch is er een groeiende vraag naar een dieper inzicht in de verhouding ethiek en media. In een zeer recente bijdrage heeft prof. Dr. J. Wilke van de universiteit van Eichstätt hierop gewezen (9). Hij beklemtoont dat men vaak de ethiek van de media verwaarloost, doch dat anderzijds, vooral in de Verenigde Staten, een groeiende belangstelling is waar te nemen, die parallel loopt met de bezorgdheid voor de wetenschapstechniek, en dat ook de laatste jaren in Europa de ethiek van de media door een aantal auteurs op meer grondige wijze is bestudeerd (10). Hij wijst op de empirische en pragmatische houding van velen, waardoor juist het verlangen naar dieper inzicht is gegroeid, en het onderscheid tussen recht en ethiek duidelijker wordt.

Wat prof. J. Wilke onlangs schreef over de groeiende belangstelling voor de verhouding ethiek en media, werd ook uitgedrukt in het boek van prof. J.C. Kelly (Dublin) met een voorwoord van prof. R.A. White (London) (11). In deze studie beklemtonen zij dat een filosofie van de communicatie van fundamentele betekenis is voor de huidige communicatiewetenschap en dat de ethiek in dit verband (en het gaat vooral over de Angelsaksische wereld) vaak niet veel meer is dan een verzameling van "ad hoc" journalistieke conventies, juist door het gebrek aan een wijsgerige basis. Er is hier nood aan een bredere en diepere discussie.

In het tijdschrift *Communication research trends*, 1, London, 1980, waarvan prof. R. White de uitgever is, wordt een overzicht gegeven over het zoeken naar waarden in de ethiek van de media, aan de hand van Amerikaanse en Engelse publikaties (12). Volgens de aangehaalde auteurs bestaat er groeiende twijfel en cynisme, en verhindert de beklemtoning van de codices een systematische ethische studie in verband met de media. Er is te veel feitelijk empirisme en te weinig zin voor basiswaarden. Een systematische theorie van een ethiek van de media zou moeten worden uitgewerkt, en de grenzen van uiterlijke codes zouden moeten worden doorbroken. Er is nood aan een wijsgerige, ja ook theologische ondergrond. Zonder een gefundeerd waardensysteem en een aantal grondprincipes blijven wij aan de oppervlakte en

verzeilen in legalisme. En Cl. Christians (USA), na een overzicht van vijftig jaar, pleit voor een normatieve ethiek met algemene ethische principes.

Waar vinden wij dan een vertrekpunt en bepaalde essentiële grondslagen voor een ethiek van de media? In de vroeger aangehaalde publikatie van A. van der Meiden, met bijdragen van verschillende auteurs, verklaart de Utrechtse hoogleraar dat zijn vertrekpunten liggen in de westerse traditie van christendom en humanisme. Hij gelooft in "prima facie" normen, geformuleerd door de vaders van de Verlichting en gebaseerd op de bijbel en de humanitaire traditie. Klinkt dit standpunt misschien niet wat te westers, en moeten wij niet nog verder zoeken dan de bijbel, de decaloog en het christendom, het humanisme en de verlichting? Licht uiteindelijk het vertrekpunt niet in de mens zelf en in het menselijk denken doorheen de eeuwen.

Elke ethiek vertrekt van een antropologie, van een bepaalde visie op de mens. En deze mens leeft midden de andere mensen, de andere "zijnden" in de wereld. Het denken over zijn bestaan, over zijn handelen, over zijn verhouding tot de anderen, doet hem waarden ontdekken, die de uitdrukking zijn van zijn visie op mens en gemeenschap, waarbij deze waarden als menswaardig, of het miskennen ervan als mensonwaardig worden aangevoeld. Er leeft inderdaad in hem een primaire vorm van spontaan ethisch besef. Deze ethische reflectie is een groeiende en blijvende opgave, die juist het dynamisch karakter zal uitmaken van de ethiek doorheen het evoluerende cultuurpatroon van de geschiedenis. De mens zal bepaalde fundamentele waarden ontdekken, die blijvend zijn, die bepaalde grondprincipes zijn. Doorheen de wisseling van de historie worden deze 'prima praecepta' in normen verduidelijkt, die voor de mens oriënterend zijn, doch een relatief karakter hebben. Zij dienen steeds opnieuw te worden ingevuld, uitgaande van de fundamentele principes. Utilitarisme is hier niet houdbaar, en de ontkenning van essentiële grondprincipes leidt tot een onaanvaardbare situatie-ethiek. Zulke ethiek is niet statisch, doch ziet de mens in de samenleving in voortdurende evolutie, ziet hem als een historisch relationeel wezen, met inzicht, vrijheid en verantwoordelijkheid. Tot de diepste aspiraties van de mens, die zeer algemeen zijn, die steeds opnieuw worden gepreciseerd en nader omschreven, behoren o.m. de waarheid als overeenkomst met het reëel gegeven, de gerechtigheid als wat billijk lijkt, wat passend is, de vrijheid als het denken en handelen zonder onmiddellijke druk, de goedheid als wat onbaatzuchtig lijkt. De concrete invulling van deze fundamentele menselijke waarden zal variëren doorheen de tijd, doch de grondinspiratie blijft dezelfde. En de mens zal zich met verantwoordelijkheidszin hiertegenover moeten opstellen. Prof. J. Ghoos spreekt over de natuurwet als over de fundamentele zedelijke aanleg van iedere normale mens, en over de autonomie van de moraal als resultaat van het menselijk denken en het verstandelijk onderzoek van zichzelf, de relatie met de andere en de omgevende werkelijkheid. Prof. L. Janssens zegt dat de eisen van een menswaardig handelen door het menselijk denken kunnen worden achterhaald, zodat de inhoud van de decaloog uiteindelijk natuurwet is. Doch steeds moet worden gezocht naar een passende vormgeving en naar verantwoorde middelen om nieuwe verworvenheden in het bestaan te betrekken. Hier ligt de historiciteit of de relativiteit van de ethiek. En prof. G. Maertens zegt dat een

consensus over de zedelijke grondslagen voor de overleving van de wereld meer dan ooit geboden is (13).

Deze personalistische opvattingen van de zgn. Leuvense school, en die ik humane ethiek heb genoemd naar de woorden van P. Ricoeur "le souhaitable humain", omdat het geheel van deze fundamentele ethische waarden oriënteert naar het ideaal menselijke, worden ook buiten onze universiteit verdedigd. Ik verwijs b.v. naar prof. J.M. Aubert uit Straatsburg, die ook spreekt over fundamentele ethische principes gesteund op het wezen van de mens (14). Hij noemt de natuurwet de uitdrukking van de fundamentele vereisten van de totale menselijke natuur. Prof. R. White (London) spreekt over universele menselijke waarden die geldig zijn doorheen de geschiedenis en doorheen nationale en culturele grenzen (15). Ook Dr. H. Boverter (BRD) beklemtoont de nood aan een gemeenschappelijke ethos, een minimaal geheel aan mensenrechten en waarde-opvattingen over de vrijheid, de gerechtigheid en de waarde van de menselijke persoon (16). De opvattingen van prof. G. Maertens worden onderschreven door Dr. L. Wüst (Nederl.) in zijn artikel over Massamedia en levensbeschouwing (17), terwijl de Zwitserse professor L. Bosshart (Fribourg) als zijn mening geeft dat ethiek nood heeft aan klare doelstellingen op grond van algemeen aanvaarde waarden (18).

Doch keren wij terug naar de uiteenzetting van A. van der Meiden over zijn vertrekpunten voor een ethiek van de media. In het vervolg van zijn betoog dienaangaande komt hij tot drie fundamentele criteria waarop hij een communicatie-ethiek wil grondvesten nl. authenticiteit, vrijheid en verantwoordelijkheid. Wat in onze opvattingen zou betekenen: eerbied voor de waarheid en oprechtheid, gewetensvol beslissen, en verantwoordelijkheid verband met de inhoud en het effect van de informatie. De ethiek dient dan nog altijd verder de vraag te onderzoeken naar de zin en het waarom van waarheid, vrijheid en verantwoordelijkheid (19).

Pas dan is inderdaad de ethische bezinning volledig. Wanneer b.v. in de vele deontologische codices de eerbied voor de waarheid als eerste en voornaamste principe wordt aangegeven, moet het waarheidsprobleem in de ethiek nader worden onderzocht. Over welke waarheid gaat het in de media, en waarom heeft deze waarheid de voorrang? Hoe dient dit in concreto te worden gerealiseerd, welke zijn de problemen en de eventuele gerechtigde uitzonderingen? Dit ganse onderzoek behoort tot de communicatie-ethiek (20).

Wanneer wij dan hierbij aansluitend de vraag stellen naar een christelijke ethiek, dan kan hierop samenvattend een dubbel antwoord worden gegeven. De menselijke autonome ethiek, die wij de humane ethiek hebben genoemd, krijgt bij het gelovig christen zijn enerzijds een verduidelijking, een diepere inspiratie en motivatie, en anderzijds een eschatologisch perspectief. Wanneer de christelijke beleving een eigen oriëntatie geeft aan ons denken en doen, betekent dit dat het christelijk ethisch handelen een verdieping en een vervolmaking geeft aan wat wij verantwoord en gewetensvol volbrengen (21). Medemenselijkheid en broederlijke solidariteit worden naastenliefde, soms tot in de dwaasheid van het kruis, zoals wij allen voorbeelden kennen, ook uit de jongste geschiedenis.

Wij hebben gezien dat aan de basis van elke ethiek een antropologische visie ligt, een opvatting over het wezen van de mens, midden de andere wezens in

de wereld. Concrete ethische opgaven, moreel handelen, worden afgeleid uit het bestaan van de mens als vrije en verantwoordelijke persoon, die ook in relatie is met anderen. Deze laatste zijn eveneens autonome, bewuste en vrije wezens, die ik als zodanig moet erkennen, om in eerbied voor elkaar tot coëxistentie te komen. Wanneer wij ons bezinnen over de oriëntatie van ons handelen, neemt de menselijke persoon een centrale plaats in. Prof. J. Ghooz zegt dan ook terecht dat een filosofische visie over het totale wezen van de mens, midden de wereld, onontbeerlijk is (22). Dit heeft ook zijn betekenis voor de ethiek van de media. Ook zij zijn er uiteindelijk voor de mens. Informatie wordt dan op de eerste plaats een sociaal goed, en niet een koopwaar of een propagandamiddel (23).

H. Beuve-Méry, stichter van *Le Monde*, zei jaren geleden, dat de liefde tot de medemens centraal moet staan bij de nieuwsverbreiding, en dat de journalist zich moet hoeden voor gebrek aan belangstelling voor de gevolgen van zijn publikaties. Verantwoordelijkheid, zegde hij, maakt de grootste graad van vrijheid uit. En in diezelfde zin sprak Dr. Fr. Willinger (Oostenrijk) op een internationaal perscongres te Wenen (24).

De sociale communicatiemedia zijn de middelen van uitwisseling aangaande het dagelijks gebeuren in de schoot van de gemeenschap, en de journalisten zijn de tussenpersonen bij dit menselijke gebeuren, wat eigen verantwoordelijkheden meebrengt, verantwoordelijkheden met een sociale dimensie (25). In de geest van H. Beuve-Méry schreef E. Lucatello (Rome) in 1974 een boek om een pleidooi te houden voor een journalistiek op maat van de mens, waarin ook hij de sociale dienstbaarheid beklemtoonde (26).

Ethische overwegingen leiden ons inderdaad uiteindelijk tot wijsgerige beschouwingen over communicatie (27). En hieraan hebben zowel E. Gabel in de na-oorlogse jaren, als zeer recent de Afrikaanse auteur P.M. Balela, om een paar vooraanstaande auteurs te noemen, belangrijke en hoogstaande beschouwingen gewijd (28). De media brengen de wereld in staat van dialoog. Zij scheppen een relatie tussen mensen in het weten, de kennis van het dagelijks gebeuren. Communicatie wordt in zijn diepste betekenis ontmoeting met de andere, zij maakt de mens tot wereldburger en brengt elementen aan voor de verdere opbouw van de *communio*, de universele mensengemeenschap. Communicatie is een vitale noodzakelijkheid, zegt Balela. Méér dan ooit heeft de mens van onze dagen er behoefte aan. Om zichzelf te kennen en zich te bevestigen heeft hij de andere nodig. Hij is een sociaal wezen met openheid tot de anderen. Bij dit alles spelen de communicatiemedia een eerste en vooraanstaande rol. Wat dan ook voor de journalist grote verantwoordelijkheden meebrengt. Hij kan niet om het even wat zeggen, aan om het even wie, op om het even welke wijze, of om op het even welk ogenblik. Het is overgelaten aan zijn beslissing, waarbij de ethische evaluatie essentieel is. De mens tot wie hij zich richt, is inderdaad geen object maar een menselijke persoon, wiens waardigheid eerbied verdient. Terecht zegt dan ook H. Evers dat de journalist in staat moet zijn gebeurtenissen en ontwikkelingen op levensbeschouwelijk en ethisch terrein te herkennen en te waarderen op hun betekenis voor mens en samenleving (29).

In zijn belangrijke toespraak tot de vertegenwoordigers van de communicatiemedia op 15 september 1987 te Los Angeles, beklemtoonde paus Johannes

Paulus II dat aan de basis van alle mensenrechten de waarde ligt van de menselijke persoon, en dat de communicatie van invloed is op de wereldgemeenschap en de zaak dient van de universele solidariteit. De communicatie moet het algemeen welzijn dienen en de menselijke waardigheid bevorderen. Het visioen van een harmonieus verenigde mensengemeenschap door de communicatie betekent een grote hoop voor de wereld (30).

Een van de belangrijke problemen die gedurende vele jaren in de vergaderingen van de UNESCO zijn besproken, is de nieuwe informatie en communicatie orde (NOMIC). Het gaf aanleiding tot bewogen debatten, en als basis voor verdere discussie verscheen in 1980 het zgn. McBride-rapport (31). Het ging erom een nieuwe orde tot stand te brengen op het gebied van de communicatiemediën, waarbij de landen van de derde wereld een eigen, volwaardige plaats zouden kunnen innemen in het geheel van de wereldcommunicatie. Het is dan wel treffend dat in een van zijn laatste toespraken enkele dagen voor zijn afscheid, M. Amadou Mahtar M'Bow, directeur-generaal van de UNESCO, verklaarde in verband met de tegenstellingen in de huidige wereld, dat de zending van de UNESCO essentieel ethisch is, en dat dit haar grote uitdaging is (32). Een dergelijke uitspraak stemt tot nadenken, ook in verband met de communicatiemediën.

En in 1977, een maand voor zijn onverwacht overlijden, na tien dagen verhoor, schreef de grote Tsjechische filosoof J. Patocka, woordvoerder van Charta 77, de beweging van intellectuelen die zich inzet voor de mensenrechten: "Geen enkele gemeenschap, hoe goed zij ook mag uitgerust zijn op technisch gebied, zal kunnen functioneren zonder ethische ondergrond. De ethiek is er echter niet om de maatschappij te doen functioneren, maar eenvoudig opdat de mens mens zou zijn" (33).

Deze waarschuwing tot ethische reflectie is nadien ook door anderen uitgesproken. Betekent de nieuwe belangstelling voor de media-ethiek, die momenteel in de Verenigde Staten zo kenmerkend is (34), en die ook in Europa de laatste jaren weer opkomt (35), een antwoord op deze oproep?

NOTEN

(1) Zie bv. J.H. WEHLE, *Die Zeitung, Ihre Organisation und Technik*. Wien, 2e uitg. 1883; J. FRITZENSCHAF, *Die Praxis der Journalisten*. Leipzig, 1901; R. WREDE, *Handbuch der Journalistik*. Berlin, 1902.

(2) N.A. CRAWFORD, *The ethics of journalism*. New York, 1924; zie b.v. ook H.F. HENNING, *Ethics and practices in journalism*. New York, 1932; J. MESSNER, *Negative Kritik an der katholische Presse vom Standpunkt der Presse-Ethik*, in *Die Presse und der Katholik*. Augsburg, 1932; A. KOLLERBOHM, *Die ethischen Förderungen der katholische Kirche an die Presse*. München, 1936.

(3) Zie P.B. ASENJO, *Codigos Deontologicos de los Medios de Comunicacion*. Madrid, 1984.

(4) J. DEMARTEAU en L. DUWAERTS, *Rechten en plichten van de journalist*, Brussel, s.d.

(5) W. CARLE, *Weltanschauung und Presse*. Frankfurt, 1931; H. TRAUB, *Grundbegriffe des Zeitungswesen*. Stuttgart, 1933; J.H. KRUMBACH, *Grundfragen der Publizistik*. Berlin, 1935; E. DOVIFAT, *Zeitungswissenschaft*. Berlin, 1937; K. KURTH, *Kritik der Publizistik*, in *Zeitungswissenschaft*, 13e jg., 1938.

(6) N. DE VOLDER, *De ethiek van de pers*. Leuven, 1952; de vele publikaties van E. GABEL zijn later gebundeld in *L'enjeu des media*. Paris, 1971.

- (7) H. PROSS, *Moral der Massenmedien*. Köln-Berlin, 1967; E. GABEL, *op. cit.* Paris, 1971; R.W. LEONHARDT, *Journalismus und Wahrheit*. Luzern, 1976; G. DEUSSEN, *Wahrheit und öffentliche Meinung*. Köln, 1979; A. HUTER, *Zur Ethik der Massenmediën*, Wien, 1980; W.L. RIVERS, W. SCHRAMM, CL.G. CHRISTIANS, *Responsibility in mass education*. New York, 1980; A. VAN DER MEIDEN, *Ethics and mass communication*. University Utrecht, 1980; C.J. PINTO DE OLIVEIRA, B. BEGUIN, *L'éthique professionnelle des journalistes*. Fribourg (Suisse), 1981; A. AUER, *Anthropologische Grundlegung einer Medienethik* in A. HERTZ e.a., *Handbuch der christlichen Ethik*, B 111. Freiburg-Basel-Wien, 1982; K. KOSZYK, V. SCHULZE, e.a., *Die Zeitung als Persönlichkeit*. Düsseldorf, 1982; H. BOVENTER, *Ethik des Journalismus*. Konstanz, 1984; H. MAIER, *Ethik der Kommunikation*. Freiburg (Schweiz), 1985. Wij moeten hier ook vermelden het conciliedecreet over de publiciteitsmedia *Inter Mirifica*, Amersfoort, 1966, en de pastorale instructie *Communio et Progressio*, Amersfoort-Brussel, 1971.
- (8) A. VAN DER MEIDEN, *op. cit.*, p. 1-16.
- (9) J. WILKE, *Journalistische Berufsethik in der Journalistenausbildung*, in *Communicatio Socialis*, 2, Paderborn, 1987.
- (10) Zie o.m. A. AUER, *op. cit.*; H. BOVENTER, *op. cit.*; M. RUHL, *Ethik und Humankommunikation* in G. WODRASCHKE, *Jugendschutz und Massenmedien*. München, 1983; *Ethik, ein Gegenstand der Kommunikationsforschung?* in *Ethik und Kommunikation*, Stuttgart, 1980; U. SAXER, *Publizistische Ethik und gesellschaftliche Realität*, in *Communicatio Socialis*, 3, Paderborn, 1970; *Journalismus und Medienethik*, in *Media Perspektiven*, 1, 1984; onlangs werd aan de universiteit te Amsterdam een doctoraatproefschrift verdedigd: H. EVERS, *Journalistiek en ethiek*, nov. 1987.
- (11) J.C. KELLY, *A philosophy of communication*, London, 1981.
- (12) B. RUBIN e.a., *Questioning Media Ethics*. New York, 1979; *Media Ethics*, W.A.C.C. Journal, 4, London, 1979; CH. CURRAN, *The Seamless Robe*. London, 1979; CL. CHRISTIANS, *Fifty years of scholarship in media ethics*, *Journal of Communication*, 4, 1977; J.L. HULTENG, *The Messengers' Motives. Ethical Problems of the News Media*. Englewood Cliffs, N.J., 1976; BR. M. SWAIN, *Reporters Ethics*. Iowa State University Press, 1978.
- (13) J. GHOOS, *Is er een christelijke ethiek?* Averbode, 1982; L. JANSSENS, *De zedelijke normen*, in *Ethische vragen voor onze tijd*. Antwerpen-Amsterdam, 1977; Christus en de moraal in *Christendom en Secularisatie*. Antwerpen, 1970; G. MAERTENS, *Crisis en Vernieuwing. Beschouwingen over het waardenprobleem in onze tijd*. 's Hertogenbosch, 1983.
- (14) J.M. AUBERT, *Droits de l'homme et morale chrétienne*. Paris, 1984.
- (15) R. WHITE, *The church and media ethics*, *Communication research trends*, 1, London, 1980.
- (16) H. BOVENTER, *Der Journalist und die Pilatusfrage* in K. KOSZYK en V. SCHULZE, *Die Zeitung als Persönlichkeit*. Düsseldorf, 1982.
- (17) L. WÜST, *Massamedia en levensbeschouwing*, in H. HEMELS en H. HOEKSTRA, *Media en religieuze communicatie*. Hilversum, 1985.
- (18) L. BOSSHART, *Anmerkungen zu den internationalen Grundsätzen der journalistischen Berufsethik*. (Handschrift), Freiburg, 1985.
- (19) H. BOVENTER, *Ethik des Journalismus*. Konstanz, 1984, p. 17.
- (20) L. MEERTS, *Nuttige halve waarheden?* in *Communio*, 4, Gent, 1987.
- (21) L. JANSSENS, *op. cit.*, p. 74-82; J. GHOOS, *op. cit.*, p. 119-122.
- (22) J. GHOOS, *op. cit.*, p. 81-113; J.M. AUBERT, *op. cit.*, p. 18.
- (23) H. BOURGES en J. GRITTI, *Le village planétaire, l'enjeu de la communication mondiale*. Dakar, Abidjan, Lomé, 1986.
- (24) FR. WILLINGER, *Une presse pour l'homme*. Genève, 1978, p. 8.
- (25) B. VOYENNE, *L'information aujourd'hui*. Paris, 1979, p. 20-21, 39, 290-291.
- (26) E. LUCATELLO, *Giornalismo a misura dell'uomo*. Roma, 1974.
- (27) J.C. KELLY, *op. cit.*, p. 1-9.
- (28) E. GABEL, *op. cit.*, p. 403-406, 421-440; P.M. BALELA, *De la communication avec l'autre à la réalisation de soi*. Rome, 1985, p. 15-33.
- (29) H. EVERS, *Levensbeschouwelijke en ethische toerusting van toekomstige journalisten* in J. HEMELS en H. HOEKSTRA, *op. cit.*, p. 412.

- (30) JOHANNES PAULUS II, *Meeting with communications specialists*. Los Angeles, 1987, Holy See Press Office, doc. 28.
- (31) L. McBRIDE, *Voix multiples, un seul monde*. Paris, 1980.
- (32) A.M. M'BOW, *L'Unesco doit continuer à privilégier le débat intellectuel*, UNESCO Presse, nr. 59, Paris, 1987.
- (33) J. PATOCKA, zie *Le Monde*, 19 mars 1977; *La Croix*, 11 mai 1977.
- (34) J. WILKE, *op. cit.*, p. 113-114; H. EVERS, *op. cit.*, p. 410; M. TRABER, director W.A.C.C., London, *Letter* 15 sept. 1987.
- (35) Zie vooral onder (7) een aantal belangrijke Europese publikaties uit de laatste jaren.

zur journalistischen ethik

einige grundsätzliche gedanken

florian h. fleck

Situationsanalyse

Untersuchen wir im zeitgeschichtlichen Sinne die Lage unserer Völker in Westeuropa, so können wir vor allem *zwei Tendenzen* feststellen: a) Eine Tendenz zur Entchristlichung und b) eine mehr und mehr um sich greifende Geschichtslosigkeit im täglichen politischen Leben, ja sogar innerhalb der Schulbildungsprogramme.

Dabei wäre gerade heute mehr denn je eine Rückbesinnung auf die beiden *Grundwurzeln* unserer historischen und kulturellen Entwicklung notwendig: *Erstens* auf die hebräisch-christlichen Glaubenswurzeln und *zweitens* auf die griechisch-römischen Kulturwurzeln. Die gemeinsame Verflechtung beider Entwicklungslinien und -kräfte schuf aus dem relativ kleinen Europa im Laufe der Jahrhunderte mehr als nur einen kleinen geographischen Wurmfortsatz Asiens. Die Ausstrahlung dieses *geistigen Kräftezentrums* reichte weit über Meere und Landmassen in andere grosse Geschichts- und Kulturkreise hinein.

Wo stehen wir West-Europäer dagegen heute? Der aufmerksame Geschichtsbetrachter, Sozialwissenschaftler und Oekonom "sieht" über Jahrhunderte hinweg eine Verlagerung der Geistes-, Wirtschafts- und Machtzentren vom Mittelmeer-Raum, zum Atlantischen Raum bis zum Pazifischen Raum in allerjüngster Zeit (1). Somit müssen wir Europäer uns klar darüber werden, dass wir nicht mehr der Nabel der Welt sind und dass nur eine Besinnung auf unsere gemeinsame Geschichte, auf unsere *Grundwerte*, uns vor dem vorzeitigen Niedergang bewahren kann.

Journalismus und Ethik

Ein Versuch zur Grundlegung

In einer wie vorstehend skizzierten geistigen und geschichtlichen Situation sollten gerade die Meinungsmacher, Journalisten und Programm-Macher die Grundwerte unserer Kultur und unserer demokratischen Staaten beachten und mithelfen, das Verständnis dafür in unseren Völkern wiederzubeleben und zu verstärken. Denn es wird zwar heute viel über Ethik und Berufsnormen verkündet, aber wenig begründet und meist nicht beachtet. Dies gilt für die *drei* grossen Fachgebiete: Nachrichten und Information insgesamt, die Unterhaltung und nicht zuletzt die Werbung inklusive "Public Relations".

Ueber die Wichtigkeit der Ethik, des ethischen und sozialen *Impacts*, in einer

sich rasch wandelnden Medienlandschaft mit neuen Medien und neuen Kommunikationssystemen schreibt unser Jubilar Louis MEERTS selbst:

“Der Mensch muss die Ziele festlegen nicht als willenloses und negatives Objekt dieser Medien, sondern er selbst *manipuliert* diese Medien und bestimmt also die Qualität seines Lebens” (2). Dabei stehen verständlicherweise im Mittelpunkt unserer Betrachtungen *die Inhalte* der Medienbotschaften und deren *formale Präsentation*; ja selbst auch *der Zeitpunkt*, zu dem eine Meldung durchgegeben wird. Können doch Meldungen zurückgehalten, aber auch entgegen allen Versprechungen (Embargo) vorzeitig als “Knüller” (Scoop) hinausgelassen werden.

Der Adressat der Botschaften des Journalisten ist ein Multi-media-Rezipient. Dieser ist Leser, Hörer und Zuhörer der verschiedensten Buch- und Presseerzeugnisse, den verschiedensten Radio- und Fernsehprogrammen neben sonstigen spezifischen Angeboten wie Kino, Videokassetten, Pay-TV, Bildschirmtext, Tonkassetten, CD-Discs usw. - Als Empfänger von Informationen *selektioniert* er wiederum für sich, was er zu empfangen und wahrzunehmen *wünscht*. Kriterien dafür sind seine *Wertehaltungen*, Einstellungen, Erwartungen, Motivationen, Bedürfnisse und nicht zuletzt sein Geld- und sein *Zeitbudget*, nach denen er den Ueberfluss und das Ueberangebot an Information und Unterhaltungskommunikation filtert. Nun ist dieser subjektive Filtervorgang des Informationsflusses durch den Einzelmenschen mithilfe seiner Sinnesorgane simultan auch mit *einem Interpretationsvorgang verbunden*. Jeder Mensch nimmt in erster Linie die Kommunikationsinhalte auf, die seiner subjektiven Wirklichkeitswelt und dazu seiner Erfahrungswelt entsprechen. Mit anderen Worten ausgedrückt, er interpretiert und *verändert* womöglich die Aussageninhalte gemäss seinem Wirklichkeitsverständnis und seinem Erfahrungsmodell.

Erinnern wir uns ausserdem daran, dass jedes Massenmedium (Informationsunternehmen) in der Regel von *vier Partnern* lebt:

a) dem Unternehmensführer (Verleger, Generaldirektor, Intendant), b) den Journalisten und Programmschaffenden, c) den Lesern, Hörern, Zuschauern, d) den Werbekunden (Inserenten).

Eine weitere, sehr wichtige Frage wäre gleich hier anzuschliessen: Wie sieht wohl der neue, junge oder sogar künftige Medienkonsument aus? - Wird es einen grundlegenden Wandel im Medienkonsum geben? - *Social Media-Utilization Change!* - Sicher ist *eins*, mit dem wachsenden Ueberfluss an Medienangeboten wird die junge und künftige Generation öfters den Kanal wechseln (sei es Radio- oder Fernsehkanal), öfters die verschiedensten Presseerzeugnisse durchblättern und *querlesen* (die Kurzleserschaft). Läuft die Entwicklung in dieser Richtung, so heisst das, dass der Medienmix zum *einen* vermehrt, höchstpersönlich zusammengestellt und zum *andern* wahrscheinlich im Ablauf eines Lebensalters sich ändern wird. - Derartige Ueberlegungen sollten sowohl die Kommunikatoren als auch die Medien-Marketingleute anstellen.

Oft wird selbst von Fachleuten der schnoddrige Begriff “*Nachrichten-Wert*” gebraucht. Natürlich wissen die “Insider”, die Nachrichtenredakteure, allzu gut, dass es keine “berufsmässig” *festen*, unveränderlichen Grundsätze, Auswahlkriterien für die Bewertung von Nachrichten in objektiver Sicht gibt.

Was ist wichtig, was ist interessant, was ist spektakulär oder nur alltäglich? - Bei der ständig steigenden Flut von einlaufenden Informationen sind besonders beim Radio, dem tagesaktuellsten und zeitlich meistgenutzten Medium, Zusammenfassungen von 5, 7 und 10 Minuten für die Haupt-Nachrichtensendungen unter höchstem Zeitdruck zu redigieren. Das Radio gilt gerade heute wiederum als das *führende Nachrichtenmedium*. Die sehr hohen Einschaltquoten bestätigen diese Aussage eindeutig.

Wir benötigen daher für eine nicht x-beliebige *Artikelauswahl* und bei einem fast unübersehbaren, undurchsichtigen *Themenwirrwarr* die "Kompassnadel" für die "Richtungs"-Entscheidung der durchzugebenden Informationen sowie deren Ausformulierung *zum Wohle* der Rezipienten und der demokratischen Gesellschaft. Ein hochgestochenes, sogenanntes kreatives Chaos an Meldungen fördert den Informationsstand der Empfänger wohl kaum. Im Gegenteil! -

Nun gibt es einmal keine standpunktslosen, wertfreien Informationen. Schon bei der *Auswahl* der aufzunehmenden und durchzugebenden Nachrichten durch die Reporter und Korrespondenten der grossen Nachrichten- und Bildagenturen werden wertebeladene, subjektive Entscheidungen getroffen. Das altbekannte *Gatekeeper-Problem* tritt hier in der Abfolge der Vermittlung von Nachrichten gleich zu Beginn auf. Besagtes *Torwächter-Problem* tritt noch *einmal*, wenn nicht noch zweimal auf, bei der Auswahl der internationalen Meldungen bei den nationalen *Presseagenturen* und zuletzt bei den Presse- und Rundfunk-Redaktionen. - Dass der *Empfänger* von Informationen bei der Auswahl und Verarbeitung derselben ebenfalls *wertbezogen* agiert, darauf haben wir schon früher hingewiesen.

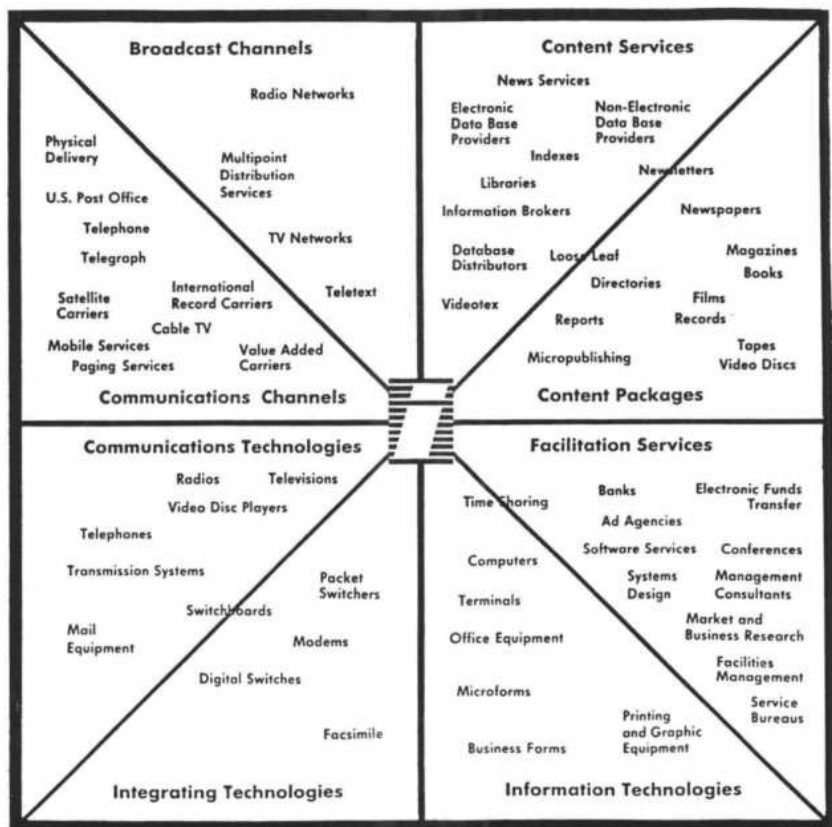
Kurzum das menschliche Verhalten im allgemeinen und das Verhalten der Journalisten im besonderen ist stets von irgendwelchen "Werten" geprägt, und gehe es nur darum, durch einen "Scoop" eine möglichst hohe Abdruckquote und einen möglichst grossen Widerhall (Erfolg! ?) beim Publikum zu erreichen.

Die nachfolgende Uebersicht zeigt uns die ganze Vielschichtigkeit der gesamten Informations-"Industrie" in nationaler und internationaler Sicht. Wir können des weiteren daraus schliessen, dass eine umfassende Ethik für Journalisten und Kommunikatoren insgesamt weit mehr Medien und deren Inhalte als nur Presse, Radio und Fernsehen einzubeziehen hat.

Um das gesamte Ethik-Problem wirklich zu erfassen und darzustellen genügt es eben *nicht*, nur die Grundsatz- und die Letztbegründung derselben - das *Sollen* wissenschaftlich (philosophisch) und theologisch - umfassend abzuhandeln. -

- Nein! - Wir müssen zu den einzelnen "heissen" Fällen des aktuellen täglichen Lebens kommen, um ethisch begründete Entscheidungen, ethisch bedingtes Handeln und/oder Unterlassen zu erklären. Das letztgenannte Kapitel einer Gesamt-Ethik kann nicht mit oberflächlichen Bemerkungen wie das sei "*unwissenschaftlich*" oder das sei "*feuilletonistisch*", abgetan werden.

Glaubwürdige, "*Eyewitnessed News*" zu bringen, das kostet übrigens grosse Anstrengungen. Das Auffinden von glaubwürdigen Zeugen, Ueberprüfung ihrer Aussagen, Zusammenfassung und Kommentar dazu, das alles erfordert ethische Handlungsweise, Können, Ausdauer, Zeit und Geld!



Die Wertneutralität

Das Ziel der und die Tendenz zur Wertneutralität führt in unserer heutigen sozialen Wirklichkeit der westlichen Demokratien zu einer *permissiven Gesellschaft*. Auf gut deutsch umschreibt dieser Begriff *eine solche Gesellschaft, die die abnormsten Werturteile zulässt und irgendwie erträgt*. Ein derartiger weltanschaulicher Pluralismus führt aber letzten Endes zu einem weltanschaulichen Durcheinander und zur Verwirrung der Staatsbürger. Wie schreibt doch übrigens Gilbert Keith Chesterton dazu:

“Seit die Menschen nicht mehr an Gott glauben, glauben sie nicht etwa an nichts mehr, sondern an alles”.

Die Spanne des an Alles-Glaubens erstreckt sich vom reinen und nur Wissenschaftsglauben bis zum Glauben an die Lehren fernöstlichen Gurus. Kurzum, der Wirrwarr und die Orientierungslosigkeit sind “perfekt”. Daraus folgt, dass *der gelebte vielfältige Werte-Pluralismus* für viele Menschen gerade in den Wohlstandsgesellschaften zu einem sinnlosen, inhaltslosen Leben führt, besonders wenn die Menschen in reiferen Jahren erkennen, dass Erfolg, Gelderwerb und Macht *nicht* alles ist und sein kann. Das Wort des grossen Mathematikers und Philosophen Blaise Pascal “grandeur et misère de l’hom-

me" drückt am besten die "Notwendigkeit" einer Hoffnung im Vertrauen auf einen Herrgott aus. Wie armselig ist daher ein Menschenverständnis, das auf Wertneutralität beruht. Ist doch der Mensch in seiner Gesamtheit sowohl "animal rationale" als auch "zoon politikon" in seiner sozialen Eingebundenheit. Stellt ferner nicht die moderne Hirnforschung fest, dass auf der linken Gehirnhälfte die *Ratio* angesiedelt ist, während auf der rechten die irrationalen "Kräfte", wie Gefühle, Phantasie und Intuition ihren Sitz haben.

Raymond Aron als Geschichtsphilosoph, Soziologe und Politologe stellt schon in seiner "Philosophie critique de l'Histoire" (1938) fest, dass, wenn man die Wissenschaft (Human-) von den Werten trennt, man sich das Denken und Schlussfolgern zu einfach, ja sogar das menschliche Leben in Gemeinschaft und Gesellschaft unmöglich macht (3).

Das Erstreben eines ganzheitlichen Menschenbilds und zugleich auch eines Weltbildes, jenseits aller Polarisierungen, das gibt erst die unerlässliche Grundlage für das Erarbeiten, Erfahren und Erkennen von gemeinsamen gesellschaftlichen Grundwerten. Auf einem solchen Grundwerte-Sockel lassen sich *in gutem Glauben* gemeinsame Ziele für Individuum und Gesellschaft aufbauen. In manchen Verfassungen von Nationen der freiheitlich-demokratischen Welt sind Grundwerte niedergeschrieben. Aber werden diese befolgt, "gelebt"?

Journalistische Berufsauffassung

Das Rollenverständnis mancher Journalisten (4) und Programm-Macher wird durch ihre eigene Selbstdarstellung dominiert. Ueberzeugungsdrang, Missionseifer überwiegen die Motive des Dienens und der glaubwürdigen Darstellung eines breiten Meinungsspektrums zur umfassenden Information der Rezipienten und schliesslich als Orientierung für deren Entscheidungsfindung. Die saubere Trennung von Nachricht und Kommentar wird meistens nicht beachtet. Dasselbe gilt auch für die Trennung von Text- und Inseratenteil, von allgemeinen Radio- und Fernseh-Programnteilen und den Werbesendungen. Immer mehr "rutschen" Werbung und PR in den Textteil bzw. in die übrigen Programnteile. Wer verdient denn dabei? - Die Gretchenfrage! - Schlimm wird es erst recht, wenn zum Einfluss- und Machtstreben auch noch das Streben nach Geld, d.h. zusätzlichem Einkommen tritt. Damit beginnt dann eine wirkliche "Doppelzüngigkeit", wenn ein solcher "fortschrittlicher" Journalist das Profitstreben der Kapitalisten anprangert.

Die neuen Medientechniken wie Satellitenrundfunk, Kabelrundfunk, Lokalradio, Bildschirmtext und Videotext stellen neue Herausforderungen an die Berufstätigkeit der Journalisten dar. *Aber neben der Frage nach den möglichen Aenderungen der beruflichen Qualifikationen stellt sich wiederum die ebenso wichtige Frage nach der zu beachtenden Ethik.* -

Aus diesen kurzen Bemerkungen können wir schliessen, wie aktuell *die Ethikdefizite* besonders im Enthüllungs- und Scheckbuchjournalismus von heute sind, wo angeblich im Namen der "politischen Kultur" gehandelt wird. Wenn aber selbst Rechtsgrundsätze verletzt und Methoden von spionage-dienstlichen Operationen angewandt werden, so kann mit gutem Recht von

politischer Unkultur gesprochen werden. - Wir kennen das Gegenargument zu gut: Die Journalisten sind die Kontrolleure der Regierenden und der Gesellschaft, sie betreiben einen anwaltschaftlichen Journalismus. - Gut so! - Wer kontrolliert aber die "Kontrolleure"?

Zu den allgemeinen Rechtsvorschriften über den Schutz der Persönlichkeit, der Ehre, Datenschutz usf., muss doch eine Eigenverantwortung vor dem eigenen *Gewissen* treten.

"Wenn Du nicht willst, was man Dir tut, das füg' auch keinem anderen zu!" *Respekt vom dem Menschen*, ja vor der ganzen Schöpfung bezeichnet Albert Schweitzer als das grundlegende Gebot der Ethik. "Die Ethik der Ehrfurcht vor dem Leben erkennt keine relative Ethik an"... Diese "Ethik ist ins Grenzenlose erweiterte Verantwortung gegen alles, was lebt". Und dann fährt der Weise aus Günsbach (geb. in Kaysersberg) im Elsass weiter, "Ihre Wahrheit erweist die Ethik der Ehrfurcht vor dem Leben auch darin, dass sie das verschiedenartig Ethische in seinem Zusammenhang begreift (5).

Schlagzeilen der Boulevardpresse und seichte Fernsehunterhaltung tragen gewiss nicht dazu bei, die geistigen Fähigkeiten und Kenntnisse der Rezipienten weiter zu entwickeln. Aber gerade in einer Zeit des raschen Wandels von Technik, Wirtschaft und Gesellschaft ist der einzelne Mensch wohl oder übel "gezwungen", nach seiner Grundausbildung *weiterzulernen*. Ein reichhaltigeres Programm-Angebot an Kultur und Bildung neben der Erhöhung des Niveaus der Unterhaltung sind daraus die Schlussfolgerungen für die einer Ethik verpflichteten Journalisten und Programmschaffenden. *Aber erfüllen unsere "Kommunikatoren" mit Hilfe der Massenmedien diese grosse öffentliche Aufgabe?* - Arbeiten die beiden Kräfte: Egozentrisches Rollenverständnis und wirtschaftlicher Erfolgsdruck nicht direkt gegen die vorher genannte erhabene Zielsetzung? -

Fragen wir uns ferner nach *den Grundpfeilern* einer guten Journalisten-Ausbildung, so sind es vor allem derer *fünf*: (6)

- Eine *gute umfassende Schulausbildung*, die zu einer tiefen Allgemeinbildung ("culture générale") führt.
- Das Erlernen der Geschichte der Politischen Ideen und der Geschichte überhaupt.
- Das Erlernen von *sorgfältigem Arbeiten*, insbesondere beim Recherchieren und Schreiben.
- Die Pflege des sprachlichen Ausdrucks und Stils, um verständlich zu schreiben und zu sprechen. - Wie heisst doch Goethes *Maxime*: "Wer fremde Sprachen nicht kennt, weiss nichts von der eigenen!"
- Die Weckung des Bewusstseins für Verantwortung und ethisches Verhalten (Berufsethik).

Wie sagte übrigens schon Wilhelm Busch in bezug auf das vorgenannte fünfte Prinzip:

"Tugend will ermuntert sein,
Bosheit kann man schon allein!"

Vergessen wir nicht, dass parallel zur eigentlichen Fachausbildung *die Persönlichkeitsausbildung* und womöglich *die Führungsausbildung* im Sinne einer modernen Aus- und Fortbildung anzubieten und zu erlernen ist. Kurzum, der Schulungsbedarf wächst weiter!

Quellen der Ethik

Es gibt zwar heute eine Fülle von sittlichen Normen, ethischen Vorschriften und Verhaltensregeln für die meisten Berufe. Aber irgendwie gehen diese Gebote weder in die Tiefe noch in eine umfassende Weite. Sie bleiben irgendwie und irgendwo an der Oberfläche kraftlos zwischen der eigentlichen Gesinnung und dem menschlichen Verhalten hängen. Zudem beschränken sie sich vordringlich darauf, Beziehungen zwischen Menschen vor allem im Rahmen ihrer Berufsarbeit zu regeln. Ueberholte Lehrestücke heutzutage! - Es gilt doch auch das Verhältnis zur Tier- und Pflanzenwelt, d.h. zu allen Lebewesen, im Sinne echter umfassender Humanität zu begreifen. Eine Selbstverständlichkeit für die Philosophen und Theologen der asiatischen Hochkulturen, aber nicht für die meisten europäischen Denker! - Es sei denn, dass im Zuge der modernen Oekologie eine Rückbesinnung zum Sinn der Schöpfung und zur universellen Ethik erfolgt.

Somit ergibt sich ein *zweifacher Grundzug* einer wahren, universellen Ethik: *Erstens* der Zug des Sittlichen *hinauf* in die Transzendenz, ins Universelle und in den Kosmos und *zweitens* der Weg in die *Tiefe* der menschlichen Existenz, ja sogar der gesamten Kreatur. In diesem Sinne lehnen wir fragmentarische Teil-Ethiken wie Individualethik, nur diesseitige Verantwortungsethik, eine auf allernächste Interessen beschränkte Sozialethik als unbefriedigend ab.

Eine rein *diesseitige Ethik* dagegen, die nur aus der "Abwägung" von materiellen Gütern und Dienstleistungen durch Menschen besteht, ist "materialistisch" und zu einfach! - Die Ökonomen verwenden zwar solche Ansätze bei der kardinalen und/oder ordinalen Nutzenmessung wirtschaftlicher Güter. Solche Gedanken sind jedoch unseres Erachtens zu naiv, zu "mager" für die Entwicklung und Definition von Berufsethiken für Berufe, die das Menschenleben und das menschliche Verhalten von der Geburt bis zum Tode mitbeeinflussen. Zu derartigen bestimmenden Berufsgattungen gehören nach unserer Meinung nicht nur Aerzte (7), Apotheker, Pfarrer, sondern eben auch die *Kommunikatoren* in der post-industriellen Informationsgesellschaft.

Die *Soziologie* als die Grundlage des "modernen" Wirklichkeitsverständnisses bietet besonders mit ihren spätmarxistischen, aber auch älteren naturwissenschaftlichen Denkschemata bloße Anpassungen an den jeweiligen *Zeit- und Weltgeist*! (8) - Steckt nicht dahinter nur eine Gesellschaftsmechanik auf empirisch-positivistischer Basis? Mehr nicht! (9) - Was kann dann eine auf derart "fortschrittlicher" Philosophie und Gesellschaftslehre begründete "streng wissenschaftliche" Ethik bieten?

Eine universelle moderne und "alte" Ethik dagegen - sei sie für den *Journalismus* und/oder auch für die *Wirtschaft* zu konzipieren - ist letztlich auf *zwei Quellen* zurückzuführen. *Die erste Quelle* stellen für uns die *Zehn-Gebote* und namentlich die Bergpredigt als neutestamentliche Fortsetzung des Dekalogs dar.

Als *zweite Quelle* erkennen wir nach intensiver Reflexion über die Zustände in unserer modernen Welt: Zum einen *den Hunger* und *das Elend* der Armen und zum anderen die *Zügellosigkeit*, verbunden mit einer *Existenzangst*, der Reichen (Reichtumselend!). - Es handelt sich dabei um unsere beschränkte

Ratio und letztlich um die Schranken allen menschlichen Handelns. Kurzum, unsere menschliche Schwäche und ... Ohnmacht!

Wir sitzen schliesslich alle im gleichen Boot, bei einem Overkilling-Waffenarsenal! - Walter Adolf Joehr beschreibt trefflich und engagiert die vielfach miteinander verknüpften Teufelskreise (Circuli vitiosi) der nuklearen Aufrüstung. Dabei beinhalten die Strategien der Grossmächte in ihren rationalen Kalkülen die Eventualitäten eines "Erstschlages" und eines "Zweit-schlages" (10). So weit hat uns also der *reine* Rationalismus und das Machtstreben gebracht.

Als *Kernfrage* ergibt sich sodann daraus:

Ist der Journalist und der Programmschaffende *Diener* seiner Mitmenschen, *der Rezipienten*, denen er mit Achtung und Anstand begegnen will und soll? - Der geachtete und "gute" Journalist bemüht sich ständig um die Wahrheit. Deshalb versucht er, komplexe Zusammenhänge zu "sehen", zu verstehen und seine Erkenntnisse verständlich an seine Mitmenschen weiterzugeben. Denn Realitätsbeschönigung als "Tugend" und Empfehlung anzusehen, ist schlichtweg Unsinn und zudem feige! - Andererseits ist es angebracht, ja sogar die "Pflicht" des freiheitlichen Journalismus, den Mächtigen gegenüber unbequem zu sein. Dazu bedarf es mutiger "Kämpfernaturen", die willens sind, sich für eine *gute* Sache voll einzusetzen.

Sind nicht im Dom zu Metz in Lothringen die 4 *Kardinal-Tugenden*: Gerechtigkeit, Mässigkeit, Klugheit und Tapferkeit als Frauengestalten dargestellt.

Das Streben nach diesen Tugendidealen im Bezugsrahmen einer *Religion* (11), sagen wir ruhig des christlichen Glaubens, und die Liebe zum Nächsten, das sind doch die Grundwerte jeder Berufsethik und somit auch die der Journalisten. - Dabei ist die Beispielfunktion innerhalb der Gesellschaft sowohl der Journalisten als auch der Politiker in Sachen Ethik und Moral besonders in Betracht zu ziehen.

Der Sozialphilosoph und Religionswissenschaftler, Hans Jonas, Friedenspreisträger des Deutschen Buchhandels 1987, fordert eine neue *Zukunftsverantwortung* besonders im Hinblick auf Anwendung der neuesten Technologien. Seine Verantwortungsethik für das *Ganze*, die Menschheit als solche, stellt sich als grossartiger Appell für eine individuelle und universelle Zukunftsverantwortung dar (12). Hierin finden wir den zentralen Anknüpfungspunkt für eine journalistische Ethik.

"Es ist nicht nur die *kommunikative Botschaft* nach Form und Inhalt, nein, auch deren *Wirkungen* sind zu verantworten!".

Und diese Verantwortung bezieht sich nach unserer Auffassung auf das eigene Gewissen, auf die Mitmenschen und anderen Geschöpfe und auf den Allerhöchsten.

Schlussfolgerungen

Wir leben in einer *wertunsicheren Gesellschaft und Zeit* (13). Umso mehr ist in einem solchen Umfeld das Berufs-Anforderungsprofil für moderne Journalisten, Programm-Macher und Programm-Verantwortliche bei Radio und Fernsehen und nicht zuletzt auch bei den Pädagogen von höchster Bedeutung.

Wenn wir das Anliegen, Ethik zu lehren und zu leben, wirklich ernst nehmen, so bedeutet das logischerweise, dass wir konsequent daran arbeiten, unser eigenes und fremdes Verhalten in Sachen Ethik im Journalismus und gesamten Mediensystem überhaupt zu verändern, im christlichen Sinne zu verbessern! *Das Quartett*, zusammengesetzt aus Ethik, Politik, Oekonomie und Kommunikation (Publizistik), ist in Anlehnung an die alte aristotelische Einheit von der praktischen Philosophie als moderne, neue Integration der genannten Fachdisziplinen, entsprechend den Anforderungen unserer heutigen Lebenswelt, mit Kraft und Nachdruck zu fördern. Dabei hat das alte und neue Grundprinzip, die Suche nach dem *Guten* und der *Wahrheit*, die erste *Priorität*! -

"Overkilling" mittels einer Ueberzahl von Todeswaffen vernichten jegliches Leben. Zerstörungsprodukte fataler Art aus technisch-rationaler Produktion werden in Erde, Wasser und Luft abgesetzt. Ist nicht bei diesen Gegebenheiten das "Ueberleben radikal in Frage gestellt?" Ohne Zweifel ja! - Jedoch scheint uns ein ethischer Imperativ, der nur das "Ueberleben durch Ethos" beinhaltet, zu vage, zu einseitig auf der Menschengeschichte basierend gegründet (14).

Für das *soziale Ansehen* der Journalisten ist eine hohe Ethikauffassung das unbedingte Erfordernis! Denn nur dann wird es möglich, von den stereotypen Resultaten öffentlicher Umfragen loszukommen, die besagen dass die Journalisten knapp vor den Gastwirten (Beizern) unten in der sozialen Rangskala stehen.

Gerade deshalb kommen wir nochmals auf das vorstehend entwickelte ethische Grundkonzept zurück:

Die grundlegende Metaethik ist nur in Verbindung mit der Transzendenz zu fixieren. Das heisst nichts anderes, als dass die drei theologischen Kategorien und zugleich religiösen "Urworte" *Schöpfung*, *Sünde* und *Erlösung* formell und materiell in das "alte" und "neuzeitliche" Weltbild einzubeziehen sind.

Und unter diesen grossen Vorzeichen ist die Handlungsethik für Journalisten und Kommunikatoren überhaupt bei Verantwortung vor dem eigenen Gewissen und letztlich vor dem Schöpfer zu verstehen. Schliesslich sollte in allen Hochkulturen die Ethik allemal den Egoismus (egozentrischen Individualismus), Hass und Neid und die Feigheit *überlagern*.

Den Zweiflern, Nur-Intellektuellen und Atheisten als *Motto* und Wegweiser für eine, besser die Moral:

Es gibt nichts Gutes
ausser: Man tut es.

Erich KÄSTNER 1950

ANMERKUNGEN

- (1) Geopolitisch und wirtschaftlich rückt der Pazifische Raum immer mehr in den Brennpunkt der Ueberlegungen der beiden Supermächte, aber auch der Grossmächte Asiens wie VR China und Japan. So hat der Handel über den Pazifik hinweg denjenigen über den Atlantik seit 6 Jahren übertroffen. Und ausserdem ist das durchschnittliche Wirtschaftswachstum der pazifischen Staaten, insbesondere Südasiens fast *dreimal* so gross wie dasjenige der OECD-Länder.

- (2) Siehe Louis MEERTS: "Information und Kommunikation, ethische und soziale Aspekte". In Zeitung als Persönlichkeit, Festschrift für Karl Bringmann, hrsg. von Kurt Koszyk und Volker Schulze. Düsseldorf 1982, S.47.
- (3) Vergl. Raymond ARON: "La Philosophie critique de l'Histoire. Paris 1987 (Neuaufgabe), Original 1938.
- (4) Es gibt übrigens keine Legaldefinition für den Beruf und Begriff *Journalist* in den bekannten Verfassungsordnungen. Mit anderen Worten, jeder kann sich als Journalist bezeichnen. Als Rechtsquellen bleiben somit die Grundrechte wie Informationsfreiheit, Meinungsäusserungsfreiheit, Pressefreiheit.
- (5) Siehe Albert SCHWEITZERS Werk: "Kultur und Ethik". Sonderausgabe mit Einschluss von Verfall und Wiederaufbau der Kultur. München 1981 (Orig. 1960), besonders S.328, 335, 339.
- (6) Siehe dazu vom Autor F.H. FLECK: "Die Herausforderung neuer Medientechniken an die Journalistenausbildung. Einige Ueberlegungen dazu von seiten der Berufspraxis, aber auch von seiten des Hochschul-Lehrangebots". In SGKM-Bulletin Nr.2, 1987, Fribourg/Schweiz.
- (7) Ein drastisches Beispiel für Ethikdefizite bieten speziell die neuen *Fortpflanzungstechnologien*. Diese "hochgezüchtete" Technologie verleitet zur Manipulation an Keimzellen und Genen, zur Korrektur am "genetischen Material". Hier spielen Biologen und Aerzte mit dem einzelmenschlichen und gesellschaftlichen Schicksal.
- (8) Den Systemtheoretikern und reinen Funktionstheoretikern unter den Kommunikationswissenschaftlern, die eine journalistische Berufsethik funktional aus dem erdachten, mechanistisch arbeitenden Kommunikationssystem "logisch" ableiten wollen, sei folgendes ins Stammbuch geschrieben:
 "Jedes System - das besagt ein physikalisches Grundgesetz -, sei es "Kleiderschrank", Beziehungsraum oder Universum strebt unaufhörlich einem Zustand höchster Unordnung zu. Die Physiker bezeichnen das in ihrer Taxonomie mit *Entropie*. Zwar kann dieser Prozess der Ver-Unordnung *lokal* unter Kontrolle gebracht werden, denn bekanntlich lässt sich (fast) alles wieder aufräumen und ordnen. Jedoch ist dazu wiederum wie jeder weiss, zusätzliche Energie notwendig, die einem anderen benachbarten System in der Regel entnommen werden muss. Was dort wiederum ein Mehr an Unordnung schafft. Dazuhin wird von diesen "System-Ethikern" über mögliche oder sogar wünschbare *Aenderungen* des Systems im Zeitablauf überhaupt nichts ausgesagt! Uebrigens wird in der modernen Physik mit der Theorie *der offenen Systeme*, mit "dissipativen Strukturen" und wechselnden Konfigurationen gearbeitet. - In einer anderen Studie über "die Berufsethik des Presseverlegers ..." haben wir schon mittels der mathematischen Logik den Theorieansatz von einer systemfunktionalistischen, "kommunikationswissenschaftlich fundierten Ethik des Journalismus und der Massenkommunikation" *ad absurdum* geführt.
 Aus diesen wenigen Grund-Erkenntnissen wird ersichtlich, welcher schrecklichen Verwirrung Sozialwissenschaftler unterliegen, wenn sie falsche und/oder veraltete Analogien aus den Naturwissenschaften für ihre Untersuchungen einfach übernehmen. - Was hat das mit Erfahrungswissenschaften und mit Humanwissenschaften zu tun? - Siehe dazu Ulrich SAXER: "Konstituenten einer Medien- und Journalismus-Ethik. Zur Theorie von Medien- und Journalismus-Regelungssystemen". In Zeitschrift für Evangelische Ethik, 30. Jg. 1986, Heft 1, S.21-45. - Hierzu lässt sich in Bescheidenheit eine Weisheit des grossen Philosophen und Dichters Ralph Waldo EMERSON zitieren: "Life is a mystery to be lived and not a problem to be solved". -
- (9) Siehe dazu Wilhelm WEBER: "Wenn aber das Salz schal wird ... Der Einfluss sozialwissenschaftlicher Weltbilder auf theologisches und kirchliches Sprechen und Handeln". Würzburg 1984.
- (10) Walter Adolf JOEHR: "Zum Rüstungswettlauf in der Nachkriegsepoche". Schriftenreihe Staat und Politik, Bd. 35, Bern 1987.
- (11) Auf dem Grabstein des grossen Malers Paul KLEE und seiner Frau Lily auf dem Berner Schosshaldefriedhof steht das sinnreiche Wort:
 "Diesseitig bin ich gar nicht fassbar. Denn ich wohne grad so gut bei den Toten, wie bei den Ungeborenen. Etwas näher dem Herzen der Schöpfung als üblich. Und noch lange nicht nahe genug".
- (12) Hans JONAS schöpft diese (seine) Verantwortungsethik aus der Anthropologie, aus

einer bestimmten Lehre vom Sein (Ontologie) und nicht zuletzt vom Naturrecht. So verdienstvoll sein Weg ist, wegzukommen vom reinen Subjektivismus und von der verengten Rationalität naturwissenschaftlicher Erkenntnis, so setzt er leider nicht den allerletzten, höchsten und entscheidenden Akzent in sein Ethik-Konzept, die letzte Verantwortung vor dem Schöpfer Gott, im Leben und im Tode. - Vergl. Hans JONAS: "Das Prinzip der Verantwortung. Versuch einer Ethik für die Technologische Zivilisation". Frankfurt a.M. 1979.

- (13) Schliesslich ist die Geschichte *zweiseitig offen*: a) nach der Zukunft gerichtet und b) aber auch in die Vergangenheit rückschauend orientiert. Was wissen wir schon "exakt" über die Frühgeschichte der Menschheit und über die Erschaffung der Welt und der Lebewesen? - *Daher benötigte der Mensch bei der öfters vorkommenden Unvereinbarkeit und Widersprüchlichkeit "menschlicher" Werte einen absoluten höchsten Wert, verankert in der Transzendenz, als Leitstern!*
- (14) Siehe dazu A. BONDOLFI: "Ueberleben durch Ethos". In *De Dignitate Hominis*. Festschrift C.-J. PINTO DE OLIVEIRA. Freiburg i. Ue. und Freiburg i. Br. 1986, S.307-315.

Anhang

Die fünf grossen Problemkreise der Kommunikationsethik

- Informationsfreiheit

Individualisierung und Subjektivierung der Informationsflüsse. Ist nicht die Freiheit selbst ein Wert, der aber auch Toleranzgrenzen kennt.

- *Wirkungen und Nebenwirkungen der Aktivitäten der Kommunikatoren* durch die Massenmedien auf das sittliche Verhalten der Rezipienten in einer Welt mit Totalität der sozialen Bezüge.

- *Notwendigkeit einer Ethik publizistischer Macht.*

- *Wirtschaftlicher Wettbewerb versus publizistischen Wettbewerb.* Inwiefern decken sich diese beiden Begriffe in der Realität? Inwiefern decken sie sich nicht? - Welche Folgerungen sind dann für eine Ethik der Programmierer und der Programmverantwortlichen zu ziehen?

- *Ethik und Informationsvolumen*

"Overflow" und Qualität der Informationen.

Wohlbegründete Normen für konkrete Informations- und Kommunikationstätigkeiten in einer informierten Gesellschaft und Handlungswelt sind eine Notwendigkeit.

a) Normen für die Informationsauswahl (Inhalt und Form/Gestaltung) durch die Kommunikatoren.

b) Normen und 'Gewohnheiten' des Rezipienten (Adressaten) bei der Auswahl aus dem übergrossen Informationsangebot.

Auswahl - Bibliographie: Journalistische Ethik

ARON, Raymond, *La Philosophie critique de l'Histoire*. Paris 1987 (Neuaufgabe, Original 1938).

BOVENTER, Hermann, *Ethik des Journalismus. Zur Philosophie der Medienkultur*. 2. Auflage, Konstanz 1985 (Orig. 1984).

- BRANTSCHEN, Johannes, *Gott ist grösser als unser Herz*. 4. Auflage, Freiburg i.Br., Basel, Wien 1981.
- CHRISTIANS, Clifford G., *Fifty Years of Scholarship in Media Ethics*. In Journal of Communication, Autumn 1977, vol. 27, pp. 19-29.
- CHRISTIANS, Clifford G., ROTZOLL, Kim B. and FACKLER, Mark, *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*. 2nd ed. Longmans London 1987.
- DEUSSEN, Giselbert, *Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI*. München-Paderborn-Wien 1973.
- DUERR, H.P. (Hrsg.), *Der Wissenschaftler und das Irrationale*. 2 Bde, Frankfurt a.M. 1981.
- FISCHER, Heinz-Dietrich, *Kritik in Massenmedien. Objektive Kriterien oder subjektive Wertung?*, Köln 1983.
- FLECK, Florian H., *Aktuelle Presseprobleme in wirtschaftlicher Sicht*. Freiburg (Schweiz) 1969.
- FLECK, Florian H., *Leitlinien einer Kommunikationspolitik in christlicher Sicht*. In Kommunikation im Wandel der Gesellschaft, Festschrift für Otto B. Roegerle zum 60. Geburtstag. Herausgegeben von E. Schreiber, W.R. Langenbacher, W. Hömberg. Düsseldorf 1980, S. 201-210.
- FLECK, Florian H., *Die Berufsethik des Presseverlegers in einer demokratischen Gesellschaft*. In H. Maier (Hrsg.), *Ethik der Kommunikation*, Freiburg (Schweiz) 1985, S. 17-41.
- FLECK, Florian H., *Die Programmarbeit bei den Rundfunkanstalten ist eine Daueraufgabe für professionelle Programmschaffende*. In Mensch und Medien, Festschrift für Hertha Sturm, Hrsg. von M. Grewe-Partsch und J. Groebel. München - London - New-York - Oxford - Paris 1987, S. 270-273.
- FLECK, Florian H., *Die Herausforderung neuer Medientechniken an die Journalisten- ausbildung. Einige Überlegungen dazu von seiten der Berufspraxis, aber auch von seiten des Hochschul-Lehrangebots*. In SGKM-Bulletin Nr. 2, 1987, Fribourg/Schweiz.
- GEBSER, Jean, *Ursprung und Gegenwart*. 3 Bde, 2. Auflage, München 1986.
- GEISSLER, Erich E., RUEGG, Walter, *Erziehung zu neuen Tugenden? Eliten in der Demokratie*. Köln 1983.
- GOTTSCHLICH, Maximilian, *Journalismus und Orientierungsverlust. Grundprobleme öffentlich-kommunikativen Handelns*. Wien 1980.
- HEBARRE, Jean-Louis avec la collaboration de Martin LOEFFLER, *Protection de la vie privée et déontologie des journalistes*. Institut international de la presse. Zürich 1970.
- HOLDEREGGER, A., IMBACH, R., SUAREZ DE MIGUEL (ed.): *De Dignitate Hominis*. Mélanges offerts à C.-J. Pinto de Oliveira. Fribourg 1986.
- HUTER, Alois, *Grundfragen einer Ethik der Massenkommunikation*. Wien 1980.
- JOEHR, Walter Adolf, *Zum Rüstungswettlauf in der Nachkriegsepoche*. Schriftenreihe Staat und Politik, Bd. 35, Bern 1987.
- JONAS, Hans, MIETH, Dietmar, *Was für Morgen lebenswichtig ist. Unentdeckte Zukunftswerte*. 2. Auflage, Freiburg i. Br. 1983.
- JONAS, Hans, *Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation*. Frankfurt a.M. 1979.
- KIEFER, Heinz J., *Auf dem Weg zur Informationsgesellschaft*. Bochum 1982.
- KIEFER, Heinz J., *Mut zu neuen Kommunikationsmodellen*. Bochum 1980.
- KOSLOWSKI, Peter, *Ueber die Notwendigkeit und Möglichkeit einer Wirtschaftsethik*. Freiburg (Schweiz) 1987.
- LUYTEN, Norbert A., *Hat unser Menschenverständnis sich geändert? Interdisziplinäre Auswertung*. In *Grenzfragen*, Bd. 15, Freiburg/München 1987.
- MAIER, Hans (Hrsg.), *Ethik der Kommunikation*. Institut für Journalistik und Kommuni-

- kationswissenschaft an der Universität Freiburg (Schweiz), Werkpapiere Nr. 17, Freiburg (Schweiz) 1985.
- MEERTS, Louis, *Information und Kommunikation, ethische und soziale Aspekte*. In Zeitung als Persönlichkeit, Festschrift für Karl Bringmann. Herausgegeben von Kurt Koszyk und Volker Schulze. Düsseldorf 1982, S. 41-49.
- MERRILL, John C., BARNEY, Ralph D. (ed.), *Ethics and the Press*. Readings in Mass Media Morality. New York 1978.
- MERRILL, John C., *The Press, the Government, and the Ethics Vacuum*. In Communication, vol. 6, 1981, no. 2.
- NUSSBERGER, Ulrich, *Das Pressewesen zwischen Geist und Kommerz*. Konstanz 1984.
- OBERREUTER, Heinrich, *Pluralistische Gesellschaft und neue Medien*. In Hohenheimer Medientage 1982. Rottenburg-Stuttgart 1984, S.23-42.
- PIETSCHMANN, Herbert, *Das Ende des naturwissenschaftlichen Zeitalters*. Frankfurt a.M., Berlin, Wien 1983.
- PINTO DE OLIVEIRA, C.J., BEGUIN, Bernard, *L'éthique professionnelle des journalistes*. Cahiers de travaux pratiques de l'Institut de Journalisme et des Communications sociales de l'Université de Fribourg (Suisse), vol. 12. Fribourg 1981.
- PINTO DE OLIVEIRA, C.J., *Ethique de la communication sociale. Vers un ordre humain de l'information dans le monde*. Etudes publiées par l'Institut de Journalisme et des Communications sociales de l'Université de Fribourg/Suisse, vol 19. Fribourg 1987.
- POPPER, Karl R., *Logik der Forschung*, Tübingen 1966.
- RUEHL, Manfred und SAXER, Ulrich, *25 Jahre Deutscher Presserat. Ein Anlass für Ueberlegungen zu einer kommunikationswissenschaftlich fundierten Ethik des Journalismus und der Massenkommunikation*. In Publizistik, 26. Jg. 1981, S. 471-507.
- SCHELER, Max, *Die Stellung des Menschen im Kosmos*. Darmstadt 1928.
- SCHORSCH, Christof, *Die Oekologie des Seins. Zur Wahrnehmung von Natur in der mystischen Erfahrung*. Im Sammelwerk Holger SCHLEIP (Hg.): Zurück zur Natur-Religion. Freiburg I.Br. 1986.
- SCHWEITZER, Albert, *Kultur und Ethik*. Sonderausgabe mit Einschluss von Verfall und Wiederaufbau der Kultur. München 1981 (Original 1960).
- SCHWEITZER, Albert, *La Civilisation et l'Ethique*. Avant-propos par Robert Minder, préface du Pasteur Georges Marchal. Colmar 1976.
- SCHWEITZER, Albert, *Was sollen wir tun ?*. 12 Predigten über ethische Probleme. Heidelberg 1974.
- SORIA, Carlos, *Ethica y Derecho de la Información en una Sociedad Pluralista*. Pamplona 1983.
- STURM, Hertha, *Die kurzfristigen Angebotsmuster des Fernsehens*. In Fernsehen und Bildung, Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Bd.1 (1975) Themenband: Medienforschung - Medienpraxis, S. 39-50.
- STURM, Hertha, *Der rezipienten-orientierte Ansatz in der Medienforschung*. Publizistik, Heft 1-2, 1982, S. 89-98.
- STURM, Hertha, *Medienwirkungen auf Kinder und Jugendliche*. In Deutsche Forschungsgemeinschaft (Hrsg.): Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland, Teil 1, Kapitel Methodenkombinationen. Weinheim 1986, S. 29-46.
- WEBER, Max, *Politik als Beruf*. 2. Auflage, München und Leipzig 1926.
- WEBER, Wilhelm, *Wenn aber das Salz schal wird... Der Einfluss sozialwissenschaftlicher Weltbilder auf theologisches und kirchliches Sprechen und Handeln*. Würzburg 1984.
- WEISZAECKER, Carl Friedrich von, *Die Einheit der Natur*. 3. Auflage, München 1983.
- WERNER, Josua, *Marktwirtschaft und Ethik. Ein Diskussionsbeitrag*. In Festschrift für

Ernst Heuss, hersg. von M. BORCHERT, U. FEHL, P. OBERENDER, Markt und Wettbewerb. Bern und Stuttgart 1987.

Dokumente

Communio et Progressio, Pastoralinstruktion vom 23. Mai 1971.

Inter mirifica, Dekret über die Werkzeuge der sozialen Kommunikation (Presse, Film, Theater, Rundfunk und Fernsehen). In Vatikanum II, vollständige Ausgabe der Konzilsbeschlüsse. Osnabrück 1966, S. 57-69.

Periodica

Communicatio Socialis, Paderborn.

Gazette, Amsterdam.

Hohenheimer Medientage (Jahr), Rottenburg-Stuttgart (Herausgabejahr).

IPI report, London.

Journalist, Das Deutsche Medienmagazin, Bonn.

Media Culture & Society, London.

Media Perspektiven, Frankfurt a.M.

Medien Journal, Salzburg - Wien.

Presse actualité, Paris.

Telecommunications UPDATE, Washington D.C.

The Democratic Journalist, Prague.

Zeitschrift für evangelische Ethik, Gütersloh.

réflexions sur l'idéologie journalistique

lucien guissard

Pour rendre hommage à mon ami le Professeur Louis Meerts, je tente d'apporter quelques éléments personnels à une réflexion sur la pratique journalistique, en vue d'affiner une recherche déontologique toujours inadaptée en la matière et, par là, un jugement critique. L'ancien rédacteur en chef d'un grand quotidien flamand, l'ancien Président de l'Union catholique internationale de la presse, aimera, j'en suis sûr, que se poursuive, pour lui faire honneur, un travail d'approfondissement théorique et moral sur une profession qui ne se distingue pas toujours par l'empressement à s'examiner et à se remettre en cause. Ayant moi-même été journaliste pendant de longues années dans un quotidien (*La Croix*; Paris), ayant été rédacteur en chef de ce même journal, je peux sans doute faire retour sur cette activité nommée journalisme et le faire avec amitié, compréhension, mais aussi avec une volonté d'autocritique qui ne peut qu'être saine.

La réflexion ici ébauchée - seulement ébauchée - portera sur ce que j'appelle *l'idéologie journalistique*, plus précisément encore *l'idéologie de l'information*, telle qu'on la voit en action dans la presse et dans l'audiovisuel, la télévision surtout, ce grand journal quotidien qui bat tous les records de lecture.

Nous autres, gens de XXe siècle, en Occident, nous établissons en principe indiscuté que l'information est une valeur. Il vaut mieux, disons-nous, être informé que vivre sur une île déserte et nous disons cela de l'information journalistique. Nous dénommons information ce que, de fait, nous transmettons, un peu, toutes proportions gardées, comme l'historien qui dénomme Histoire l'histoire qu'il écrit. Nous avons la conviction d'être plus hommes que nos ancêtres parce que nous savons "ce qui se passe dans le monde". Cela sous-entend que nous apprenons aux lecteurs, aux téléspectateurs, "ce qui se passe" réellement. Nous admettons une adéquation entre nos récits, nos commentaires, nos jugements, et l'état véridique de l'humanité. Nous estimons, à tout le moins, que notre texte représente suffisamment le fait dont nous avons décidé de parler; car, nous ne poussons pas l'autosatisfaction jusqu'à penser que le récit journalistique de ce matin ou de ce soir capte la globalité des choses survenues en vingt-quatre heures sur la planète.

Nous pratiquons une certaine conception de l'information. Pour l'analyser au mieux, il faudrait en refaire l'historique. Cette conception, nous l'avons héritée d'une évolution typiquement occidentale qui s'est accélérée et définie dans la seconde moitié du XIXe siècle. Elle fait partie de l'héritage culturel et désormais l'information est partie intégrante de la culture: on parle de "culture de masse", soit pour en dénoncer les dangers soit pour en dégager les apports positifs, mais l'idée-force est que les connaissances, idées, principes d'action, images, véhiculés par le journalisme d'information sont un progrès

de grande portée culturelle par rapport au temps de la culture seulement scolaire, au temps des petites collectivités humaines fermées sur elles-mêmes, au temps où il n'y avait d'histoire que locale et de solidarité que tribale, familiale, villageoise, régionale. On a amplement exalté les mérites de l'ouverture sur le monde, sur l'autre.

La conception de l'information que nous mettons en pratique résulte d'une conception du journalisme. Notre profession l'a élaborée peu à peu, sans en faire jamais vraiment la charte synthétique. Nous la proposons à nos lecteurs; en réalité, nous la leur imposons. Ils n'ont pas à intervenir dans la fixation de l'ordre du jour qui préside à l'image du monde, au schéma d'histoire immédiate, présentés quotidiennement par nos journaux. On ne prend leur avis que secondairement, à travers le courrier (publié ou non), ou d'occasionnelles enquêtes à la base, parfois à travers un réseau de relations publiques avec la clientèle, mais ceci est rare. Dans toute entreprise d'écriture et de publication il entre un effet d'impérialisme, bien entendu inévitable, et tous ceux qui ont eu la responsabilité de diriger un journal savent deux choses: la difficulté de faire accepter aux rédacteurs le point de vue du public, la difficulté d'apprécier le juste poids des réactions de lecteurs.

Le journaliste fait profession d'informer; c'est de sa compétence et il se montre plutôt sensible d'épiderme quand les instances culturelles, les hommes politiques, les hommes d'Eglise se permettent de suspecter les pratiques du métier. Il est vrai que la presse est parfois le bouc émissaire tout trouvé dans les moments de contestation publique.

Restons-en à notre conception de l'information. Elle privilégie visiblement certains domaines de ce qu'on nomme actualité (mais il faudrait étudier à part la presse locale et régionale): la vie politique, mes mécanismes institutionnels, les faits divers, et, depuis quelques années, les problèmes de société. Ceux-ci ont émergé par le mouvement même des sociétés "avancées" où se sont affirmés le bouleversement des mœurs, les expériences génétiques, les maladies nouvelles, la conscience de l'environnement, le sous-emploi, l'immigration, etc. Ce que la presse situe dans la catégorie "problèmes de société" est extrêmement diversifié et n'est pas apparu à la curiosité journalistique uniquement sous la pression des réalités sociétales. Les journalistes ont dû comprendre que l'institutionnel, et aussi bien l'exceptionnel dans le fait divers, ne rencontrent pas l'existence quotidienne du citoyen ordinaire: d'où un journalisme d'enquête sur le réel concret des hommes. Les journalistes ont, de plus et en même temps, assisté à l'essor foudroyant de la télévision. Elle nous a contraint à réajuster, autant que faire se peut, notre angle de vision des gens et des situations. Le règne de l'image, la fascination du direct, entre autres facteurs de déstabilisation, ont déclenché une crise d'identité de l'écrit. Ainsi éclatait une vérité simple: notre conception de l'information n'est pas parfaite et n'est pas irréformable.

Il n'y a pas à l'origine de notre entreprise d'information une idéologie au sens d'un système structuré de pensée qui agirait comme une doctrine totalisante et militante. Mais il y a idéologie dès lors que prévaut la valorisation culturelle de l'information journalistique et qu'elle se trouva finalisée par son objectif même, appuyée sur le droit à l'information, rattachée aux requêtes de liberté, de démocratie, d'éducation, de progrès humain.

Personne ne récusera ces arguments d'ordre culturel. Forts de cet assentiment, les journaux les plus divers par leurs orientations idéologiques, par leurs procédés d'investigation, par leurs comportements à l'égard d'une moralité commune, voire de la déontologie élémentaire, divers par le langage et le ton, se réclament du même droit à l'information. Cet amalgame ne va pas sans préjudice pour les journaux qui se font du métier une idée intellectuelle et moralement exigeante : il est à craindre que le journalisme dans son ensemble, et pour longtemps, soit vu par un très large public de tous milieux comme est vue "une certaine presse", c'est-à-dire jugé de manière péjorative. Les stéréotypes fonctionnent mécaniquement dans l'opinion publique et il y a des stéréotypes du journalisme. On fera éventuellement exception pour le journal qu'on lit et qui a le mérite de conforter les positions acquises.

La légitimation idéologique du journalisme engendre chez les hommes de presse la conscience d'une fonction à remplir dans la société, et même la conscience d'une mission. On exerce peut-être le très utile métier d'amuseurs, d'entrepreneurs d'évasion, mais on exerce une sorte de magistère qui se traduit comme le nom l'indique, par la position du maître qui enseigne et du maître qui fait la leçon. Faire savoir n'est pas la seule fin de l'information ni de la communication ; user de la liberté critique est une autre ; elle est normale et reconnue. On porte des jugements.

Ceux-ci comportent de plus en plus un aspect technique, lorsque l'information fait intervenir la spécialisation en économie, en sciences, en technologie, en théologie, etc. Ils sont couramment de nature idéologiques et on voit opérer les références philosophiques ou religieuses, les réflexes de partis, mais ce n'est pas le propre de journaux ayant des liens organiques avec les partis politiques. Un journal classé "indépendant" occupe d'autant plus librement et efficacement le poste de censeur qu'il rejette toute connivence institutionnelle. Il met en oeuvre, pour composer sa grille de jugement, les idées et les valeurs qui permettent de distinguer la gauche et la droite. Il est intéressant, sur ce chapitre, de lire en France des journaux comme *Le Monde* ou *Libération*, en Italie *Repubblica*.

Pour rester dans cette dichotomie, volontiers manichéenne, de la gauche et de la droite, à laquelle nous sommes tous enclins à recourir pour situer les hommes et les idées, on emprunterait à l'histoire récente des exemples instructifs. On établirait une comparaison entre la guerre du Vietnam et la guerre en Afghanistan, afin de voir comment l'une et l'autre sont - ou ont été - traitées, même compte tenu du fait évident qu'aux Etats-Unis l'information démocratique est ouverte, alors que, pour l'Afghanistan, les sources d'information restent verrouillées en grande partie. On établirait, de même, une comparaison entre le portrait de Ronald Reagan et celui de Mikhaïl Gorbatchev, vus à travers les articles de presse, sur une assez longue durée ; et il faudrait observer le matériel qualificatif appliqué à ces deux personnalités : les épithètes, les surnoms, les évaluations en bien ou en mal, l'accentuation ou, au contraire, la sous-évaluation en ce qui concerne l'"impérialisme" attribué à la politique des grandes puissances. Troisième exemple possible : la recrudescence du vieux débat entre libéralisme et socialisme. Ce débat est porteur de toutes les équivoques conceptuelles qu'entraînent les deux termes. Les journaux, par la plume ou la voix des commentateurs, ne sauraient,

on en conviendra, procéder chaque fois aux mises au point théoriques et il en résulte d'incessantes confusions. De quel socialisme parle-t-on? Et que veut dire "libéralisme"? Le commentaire de presse se formule comme si l'un et l'autre recouvraient des concepts clairs, des systèmes univoques, déterminés une fois pour toutes, étant entendu qu'on laisse percer, avec toutes les habiletés de la rhétorique, la préférence pour l'un ou pour l'autre.

Il va de soi que la mission critique ne souffre pas de discussion; il va de soi que le journaliste, et il le sait encore mieux s'il écrit dans un journal d'inspiration chrétienne, s'investit légitimement de cette mission et s'en acquitte avec tous les risques du jugement conjoncturel et de l'opinion personnelle. L'important, en définitive, est d'avouer son système de valeurs; c'est ensuite de ne pas pousser le lecteur dans l'intolérance.

Les valeurs que nous invoquons se présentent selon une hiérarchie qui ne fait pas l'unanimité. Sur le fond des choses, un accord idéologique s'est instauré quant au racisme, mais les journaux se différencient par la fréquence et l'insistance avec lesquelles ils mettent en évidence les questions posées par l'immigration, par les relations avec les autres continents, par l'aide aux populations en détresse, par la politique envers les tiers-monde. Certains journaux ne manquent pas une occasion de souligner de façon voyante les thèmes, explicites ou implicites, de l'extrême-droite nationaliste, pour s'en démarquer; d'autres journaux, qui ne sont pas favorables à une idéologie raciste, adoptent une attitude plus discrète et, dans les deux cas, la tactique politique peut entrer en jeu. Tout le monde peut voir que les valeurs aussi sont politiques, mais elles ont l'avantage de donner fondement aux leçons de morale. Si j'écris ceci avec un peu d'humour, c'est tout bonnement parce que l'expérience d'un quotidien catholique m'a appris à mesurer les responsabilités du journaliste, ses responsabilités de chaque jour, et à considérer d'un oeil critique sa propre glose. Les jugements que nous portons nous jugent nous-mêmes, à la lumière de nos dogmes ou idéologies.

N'ayant pas la possibilité de méditer plus longuement ici sur ces aspects moraux (ou moralisants?) de notre métier, je voudrais rapidement revenir sur quelques singularités banales de la pratique journalistique. On constatera d'ailleurs que le recours aux valeurs, l'idéologie en actes qui est celle de tel journal, de tel journaliste, ne sont pas étrangers à ces pratiques.

Nous récoltons les événements et les faisons connaître à des lecteurs. C'est tout simple. Est-ce si simple? Premièrement, nous ne récoltons pas seulement des événements, des faits, mais une foule d'autres choses sans rapport avec l'histoire. Secondement, qui décrète qu'il y a un événement, au nom de quoi? Il se passe à tout instant, dans le monde, des faits qui nous restent inconnus; parmi tous ceux qui parviennent jusqu'à nous, nous en retenons un petit nombre. Voilà le très banal défi quotidien: choisir, décider des importances, introduire un certain ordre de grandeur, obligation qui devient d'une urgence presque arbitraire quand nous organisons la page une de notre quotidien autour d'un seul grand titre, ou de deux ou trois.

La réduction du format des journaux, la maquette très visualisée de la "une" portent à l'extrême le risque de la sélection des nouvelles. Ce n'est pas chaque matin le cas de conscience, mais c'est souvent une négociation d'équipe pour arriver au choix du sujet qui sera écrit en caractères frappants... L'orien-

tation idéologique du journal peut se lire dans cette seule originalité graphique et elle se lira dans l'énoncé du titre, le laconisme des mots qu'impose l'étroitesse du tabloïd, le ton grave ou satirique ou polémique de ce titre, les références culturelles (livre, film, parole historique ...) qui ont servi à le confectionner, jusques et y compris le calembour.

On ne découvre là rien de neuf pour qui sait lire : on n'en découvre pas davantage si on jette le soupçon sur les habitudes prises : dramatisation, recherche du spectacle, contamination du récit journalistique par le voisinage du roman, vedettisation des personnages mis en scène, hommes politiques, hommes d'Eglises, sportifs, chanteurs ; course à l'exclusivité, le "scoop", méthodes de viol de la vie privée, chasse aux documents confidentiels aboutissant à la publication par le magazine allemand *Stern* de "mémoires" d'Adolf Hitler qui étaient des faux. Cependant, ces phénomènes qu'on peut trouver dans n'importe quel ouvrage d'initiation à la culture médiatique prennent toute leur dimension suspecte quand on les relie à l'idéologie de l'information, aux idéologies professées par les journaux. Chacun de ces procédés, s'il doit beaucoup à la concurrence, au snobisme professionnel et aux appétits commerciaux, peut servir d'arme au service d'un combat idéologique partisan.

Nos journaux se font volontiers gloire de "créer l'événement". C'était, bien sûr, l'ambition de *Stern* ; ce fut l'ambition, réussie cette fois, de ceux qui ont révélé l'affaire du Watergate, et de ceux qui, Américains toujours, ont contraint un candidat démocrate à la Présidence à se démettre pour raisons de mœurs. L'investigation magistralement menée permet une application implacable du droit à l'information. Je confesse n'être pas convaincu par tous les présupposés de ces méthodes ; je me demande où sont les limites infranchissables et s'il en existe encore pour certains journalistes passionnés de chasse à l'homme et d'archives secrètes. Il y a des enquêtes qui ressemblent fort à de l'acharnement contre l'adversaire.

Créer l'événement est un projet louable s'il s'agit de trouver l'information inédite et significative ; s'il s'agit de marquer une spécificité en face des concurrents. A ce jeu cependant, on court le risque du ridicule. C'est ce qui est arrivé au *Journal du dimanche*, à Paris, tout récemment : il affirmait qu'un Français était grand favori pour le Prix Nobel de médecine la veille même du jour où on allait apprendre que le lauréat était américain... Allez savoir sur quels renseignements exclusifs reposait cette "information" ! Il n'est pas exclu que ce genre de prédiction, dont la presse française n'a certes pas le monopole ni, en France, le *Journal du dimanche*, relève de l'invention pure et simple, qui se confond alors avec le manque de sérieux. Moins folklorique tout l'arsenal stylistique du conditionnel et de la conjecture : les hypothèses, les suppositions, les scénarios qui prétendent anticiper sur l'avenir, la rumeur émanant "de source généralement bien informée", et puis maintenant les sondages d'opinion accompagnés de commentaires. L'analyse des faits, l'élucidation que l'on veut en faire pour que le lecteur "se forme un jugement" (c'est la formule consacrée) utilisent très couramment ces moyens et ils sont justifiables ; ils sont aussi assez malléables pour se plier à l'interprétation idéologique, pour concourir à un portrait manipulé des personnages en cause.

Il y a déjà un certain tamps que nous avons renoncé au débat stérile sur l'uto-pique objectivité, sur la non moins utopique neutralité. Ce serait suffisamment

beau si nous pouvions toujours revendiquer à bon droit la qualité de l'esprit libre mais honnête. Et même en adhérant à une idéologie politique ou à une foi religieuse ! Le climat culturel de ce temps ne refuse pas du tout qu'on s'affiche avec un drapeau ; on a réhabilité le subjectif dans le journalisme, qu'il s'agisse de l'éditorial, du reportage sur le terrain ou de la critique littéraire. Ce n'est que justice et réalisme. Mais pour que l'idéologie de l'information, adoptée par tout le monde en démocratie, poursuive ses objectifs en se faisant respecter, il importe que quelques journaux au moins s'interdisent les perversions du langage, résistent à la démagogie et maîtrisent les facilités du romanesque. C'est délibérément que je n'ai pas écrit les mots : "journaux à sensation" ou "sensationnel", trop galvaudés, trop ambigus, trop simplistes et qui jettent le discrédit sans nuances. Je pense en ce moment plutôt à la manie du noir et du blanc, aux classifications réductrices (les "faucons" et les "colombes"), aux oppositions conflictuelles qui collent des étiquettes (fasciste, "facho", communiste, réactionnaire, "réac", progressiste, intégriste ou conciliaire dans l'Eglise), aux approximations et assertions désinvoltes (voir la littérature de presse sur le Sida !), aux rappels historiques qui portent une charge d'idéologie : la catastrophe de Tchernobyl et l'explosion de la navette Challenger ont bel et bien été exploitées pour la polémique entre communisme et capitalisme.

Les médias, dit-on avec raison, façonnent une nouvelle culture populaire. Le travail de l'information entre pour beaucoup dans cette mutation. Mais sachons rester modestes. Les défauts et lacunes de nos instruments sont dénoncés par des sociologues de la culture qui ne sont pas forcément des nostalgiques d'une culture élitiste ou scolaire. Le "grand public" lui-même, que l'on dit passif devant les textes et surtout devant les images, ne manque pas, quand on écoute bien, de juger avec bon sens et ironie nos agissements d'intellectuels rapides et péremptoirs. Il m'est plus d'une fois arrivé d'avoir un peu honte en entendant tel journaliste connu, ou bien tel pigiste encore obscur, interroger des personnalités à la télévision, sur le ton suffisant du "Monsieur qui sait", l'arrogance s'ajoutant à l'impolitesse. Conscients de nos limites et de notre rôle de service, nous honorerons encore mieux la mission que nous nous donnons. Libres mais responsables nous serons encore plus crédibles. Soucieux de vérité, nous souvenant que la vérité est souvent inaccessible et reste souvent mutilée, nous donnerons son sens le plus direct au verbe : "informer", puisqu'informer est notre premier devoir, avant notre droit d'avoir des opinions.

L'idéologie de l'information répond à un besoin intellectuel spontané, qui est d'écrire l'histoire. L'écriture du journalisme est une réponse relative, imparfaite, empirique, nous en convenons, mais il y a, malgré tout, derrière elle et qui l'actionne, cette utopie du savoir rêvant de saisir le monde entier, l'événement total. Je mesure mieux qu'en ma jeunesse les difficultés de la tâche ; je me persuade un peu plus modérément de sa beauté et de son efficacité. A l'heure où les historiens réforment la méthodologie de l'histoire et récapitulent lucidement les obscurités du passé, défiant leurs meilleurs outils, ce n'est pas le moment de faire du triomphalisme. Grâce à nous, des lecteurs, des auditeurs, des téléspectateurs acquièrent une perception bien particulière du temps : l'actualité. Nous déterminons, en effet, cela dans la culture. Nous le

faisons, pour une bonne part, selon les habitudes de l'histoire classique : chronologie, faits politiques, guerres, diplomatie, série de grands nombres - des morts, des affamés -, catastrophes naturelles et accidents pris parmi les plus spectaculaires, coups d'Etat, révolutions ... Nous avons toutefois accompli des progrès vers l'actualité humaine moins exceptionnelle et traumatisante. Si notre récit du monde laisse quelques traces honorables dans les documents pour l'écriture de l'histoire, il en laissera peut-être de plus éloquentes et utiles, avec tout ce qui a bourgeonné autour de lui, en premier lieu ce qui s'appelle dans notre jargon le commentaire, parce qu'il aura eu le souci des hommes plus que des choses, souci de la vie plus que des anecdotes, souci de la justesse plus que des coups médiatiques.

was ist kritik ? nichts als moral

anmerkungen zum aufklärungspostulat des journalismus

hermann boventer

Wenn der Philosoph Nietzsche heute noch lebte und wir ihn fragen würden, wie er die sogenannten Tatsachen des Journalismus in der modernen Massenkommunikation beurteilt, wäre die Antwort vermutlich: Es gibt nichts "hinter" den Fakten, keine Wirklichkeit und keine Wahrheit, von denen eine normierende Kraft ausgehe, wonach man sich richten könnte. Hinter dem Journalismus und seinen Phänomenen ist nichts, Nihilismus. Es ist nichts mit den Tatsachen und Wahrheiten, sie sind "Illusionen, von denen man vergessen hat, daß sie welche sind". Seinen ganzen Spott ergießt Nietzsche über sie: "Ein bewegliches Heer von Metaphern, Metonymien, Anthropomorphismen, kurz eine Summe von menschlichen Relationen, die, poetisch und rhetorisch gesteigert, übertragen, geschmückt wurden und die nach langem Gebrauch einem Volke fest, kanonisch und verbindlich dünken: die Wahrheiten ..." (1). Der Philosoph attackiert das abendländische Wissen und Denken schlechthin. Die Phänomene des modernen Journalismus sind eine späte Frucht desselben und nur ein kleiner, wenngleich heute auch wichtiger Ausschnitt daraus, weil das Wissen von der Zeit, von den Ereignissen und Tatsachen im Leben der Menschen heute weitgehend ein medienvermitteltes ist. Der Journalismus ist geistesgeschichtlich ein Kind des Vernunft- und Aufklärungszeitalters. Mit Nietzsche müßten wir weiter fragen: Hat sich die Aufklärung selbst liquidiert? Alles Erkennen sinkt ins Bodenlose, und der Weg, auf dem der Mensch aus dem Dunkel der Unwissenheit ans Licht der Einsicht geführt werden sollte, endet im Nichts. Die Verfinsterungen der Vernunft sind das Thema der Gegenwart, und jetzt, da sich die Moderne dem Ende zuneigt und der Mensch zum ersten Mal in der Geschichte die Fähigkeit gewonnen hat, sich und sein ganzes Universum in den Strudel der Selbstzerstörung zu reißen, erfährt die Kantische Frage "Was ist Aufklärung?" noch einmal eine ungeheure Verschärfung. Nietzsche ist den Weg der Radikalisierung des aufklärerischen Geistes wie kein anderer vorangegangen. Alle Philosophie, Moral und Vernunft erzeugen nur den Schein eines Beständigen und Haltbaren. In Wahrheit enthüllt sich in ihnen die tiefe Ausweglosigkeit. Es gibt kein Ziel, es fehlt die Antwort auf das Warum. Und doch: Die Aporien kreisen um den Menschen und schreien förmlich nach Sinn vor dem unerbittlichen "Schatten", der Zarathustra verfolgt: "Mit dir zerbrach ich, was je mein Herz verehrte, alle Grenzsteine und Bilder warf ich um ... Mit dir verlernte ich den Glauben an Worte und Werte und große Namen. Wenn der Teufel sich häutet, fällt da nicht auch sein Name ab? 'Nichts ist wahr, alles ist erlaubt': so sprach ich mir zu ... Zu viel klärte sich mir auf: nun geht es mich nichts mehr an. Nichts lebt mehr, das ich liebe ... O ewiges Überall, o ewiges Nirgendwo, o ewiges - Umsonst!" (2).

Fernsehen, Synonym für Nihilismus?

Bei Nietzsche und anderen Philosophen, die der Moderne mit ihren Aporien ins Auge blicken, wird die orientierungslos gewordene Vernunft, die ins Gegenteil einer vernunftlos gewordenen Rationalität umschlägt, aller Maskerade entblößt. Wir lesen die Zarathustra-Worte heute mit neuer Sensibilität, wenn wir zum Beispiel an das Dauervergnügen des Fernsehens denken. Die Massen sitzen allabendlich für einige Stunden vor dem Bildschirm. "No Sense of Place" nennt der amerikanische Kommunikationswissenschaftler Joshua Meyrowitz seine Studie über die Auswirkungen des Fernsehens. "The Impact of Electronic Media on Social Behavior" lautet der Unter- und Forschungstitel (3). Fernsehen wird nach den Erkenntnissen dieser Studie zum Synonym für die geistige und kulturelle Orientierungslosigkeit. Nichts erscheint mehr an seinem angestammten Platz. "Alles" wird ins Wohnzimmer geholt, jenseits von Zeit, Raum und Geschichte. Die "quaestio facti", für Nietzsche unsinnig geworden, ist es auch für das Fernsehen und alles zum Konsum für jedermann an jedem Ort - Fernsehen, ein Synonym für den Nihilismus?

Nichts ist wahr, alles ist erlaubt? Jenes atmosphärische Etwas, das wir Zeitgeist nennen, wird heute in exemplarischer Weise vom Journalismus geprägt. Die Aporien unseren Gegenwart spiegeln sich im Journalismus wie kaum irgendwo. Nietzsches Rolle liegt im Paradigmatischen seiner geistigen Herausforderungen an den Zeitgeist. Er zeigt uns die Grenzen. Ein Denker von unbittlicher Strenge und Rücksichtslosigkeit gegenüber sich, gegenüber allen und allem, zeigt er uns die Grenzen und Möglichkeiten des aufklärerischen, kritischen Journalismus, um den es im folgenden geht.

Der Journalismus, so sagten wir, sei ein Kind des Vernunft- und Aufklärungszeitalters. Kants Frage "Was ist Aufklärung?" liefert das geistesgeschichtliche Fundament, und deshalb wollen wir dazu einige Fragen sammeln, um den Journalismus an der Kantischen Aufklärungsphilosophie zu messen.

Der Philosoph Kant bezeichnet sein eigenes Zeitalter als Aufklärungszeitalter. In seiner Philosophie gelangt der ungeheure Umbruch des Denkens, der sich im 18. Jahrhundert in Europa ereignet, zur höchsten und klassischen Bewußtheit. Welches Denken liegt der Aufklärungsphilosophie zugrunde? Wie versteht Kant selbst den Prozeß, der die Menschen aus dem Zustand "immerwährender Unmündigkeit" treten läßt? Wir stellen diese Fragen in doppelter Absicht. Einmal gilt es, das "Aufklärerische" im Journalismus zu verstehen. Aufklärung ist der "Beruf" des Menschen, sagt Kant, und der Journalismus hat sich dieses Wort in seinem Aufgaben- und Selbstverständnis zu eigen gemacht (4). Das Ziel ist die Stärkung der öffentlichen Urteilskraft, die Mündigkeit der Bürger im "Licht" vernünftiger und eifersüchtig zu hütender Freiheiten, die Beförderung der Humanität. Zum anderen gilt es, den kritischen Journalismus zu befragen. Er praktiziert seine eigene "Kritik der Vernunft" und hat sich die Philosophie der Kritik zu eigen gemacht. Die Welt, wie sie ist, steht im Widerspruch zu der Welt, wie sie sein soll. In öffentlichem Auftrag wird dem Journalismus jene Eigenschaft zugesprochen, die für einen Richter, griechisch "Krites", erforderlich ist, nämlich die Fähigkeit, die vorhandenen Verhältnisse auf Normen zu beziehen und sie daran zu messen (5). "Was ist

denn Kritik?" fragt Thomas Mann in den "Betrachtungen eines Unpolitischen". Seine Antwort lautet: "Nichts anderes als Moral" (6). Es wird zu zeigen sein, wie sich das Aufklärerische mit dem Kritischen verbindet, wie die Sache der Aufklärung als eine journalistische mit Lösungsworten wie Kritik, Veränderung und Erneuerung zum Programm geworden ist. Es wird aber auch mit Theodor W. Adorno zu bedenken sein, daß die Aufklärung in dem umfassendsten Sinn fortschreitenden Denkens seit je das Ziel verfolgt, "von den Menschen die Furcht zu nehmen und sie als Herren einzusetzen. Aber die vollends aufgeklärte Erde strahlt im Zeichen triumphalen Unheils" (7). Der aufgeklärte, aufklärerische Journalismus sollte nicht nur ein Interesse daran haben, Aufklärung über sich selbst zu gewinnen und zu betreiben, sondern ihm gilt ebenso auch die Frage Kants, "einen Gerichtshof einzusetzen", vor dem sich die journalistische Vernunft zu verantworten habe.

Das Kantische Denken hat eine Welt aus den Angeln gehoben. Die Idee ist, daß die Macht des Denkens nunmehr alles Wirkliche beherrscht. Nicht mehr die Natur, sondern die Vernunft ist die höchste Idee. Die Welt wird entzaubert, die Grundbegriffe der alten Seinslehre werden für immer entwertet. Der radikale Einschnitt wird dadurch vorgenommen, daß Kant den endlosen Streitigkeiten über die Bedingungen der menschlichen Seinerkenntnis, deren Kampfplatz "Metaphysik" heißt, durch eine Kritik "des Vernunftvermögens überhaupt, in Ansehung aller Erkenntnisse, zu denen sie, unabhängig von aller Erfahrung, streben mag", ein Ende bereitet. Der Königsberger Philosoph hat selbst seine Deutung von der Realität als "kopernikanische Wende" gekennzeichnet und erblickt darin das Resultat "der gereiften Urteilskraft des Zeitalters, welches sich nicht länger durch Scheinwissen hinhalten läßt, und eine Aufforderung an die Vernunft, das beschwerlichste aller ihrer Geschäfte, nämlich das der Selbsterkenntnis aufs neue zu übernehmen und einen Gerichtshof einzusetzen, der sie bei ihren gerechten Ansprüchen sichere, dagegen aber alle grundlosen Anmaßungen, nicht durch Machtprüche, sondern nach ihren ewigen und unwandelbaren Gesetzen, abfertigen könne, und dieser ist kein anderer als die Kritik der reinen Vernunft selbst" (8).

Zeitalter der Aufklärung, Zeitalter der Kritik

"Aufklärung", beantwortet Kant selbst die Frage in der berühmten Definition, "ist der Ausgang des Menschen aus seiner selbstverschuldeten Unmündigkeit. Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Selbstverschuldet ist diese Unmündigkeit, wenn die Ursache derselben nicht am Mangel des Verstandes, sondern der Entschließung und des Mutes liegt, sich seiner ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Sapere aude! Habe Mut, dich deines eigenen Verstandes zu bedienen! ist also der Wahlspruch der Aufklärung" (9). Aufklärung ist ein Prozeß der Freiwerdung und Befreiung durch die Reform der Denkungsart, durch öffentlichen und freien Gebrauch der Vernunft "in allen Stücken", wie Kant in seiner Abhandlung vom Jahre 1786 "Was heißt: Sich im Denken orientieren?" weiter ausführt. Selbstdenken, das heißt, "den obersten Probiestein der Wahrheit in sich selbst suchen", nämlich in der eigenen Vernunft. Diese

Maxime "ist die Aufklärung ... Sich seiner eigenen Vernunft bedienen, will nichts weiter sagen, als bei allem dem, was man annehmen soll, sich selbst fragen, ob man es wohl tunlich finde, den Grund, warum man etwas annimmt, oder auch die Regel, die aus dem, was man annimmt, folgt, zum allgemeinen Grundsatz seines Vernunftgebrauchs zu machen" (10).

Welcher Weg führt zur Aufklärung? Die "Kritik" ist es, die der Aufklärung zu einem Wissen über sich selbst und ihrer eigenen Grenzen verhilft, sie ist die Methode, und in seinen drei berühmten Kritiken hat Kant ihr Ausdruck verliehen und begründet, warum er das "Zeitalter der Aufklärung" das "Zeitalter der Kritik" nennt: "Unser Zeitalter ist das eigentliche Zeitalter der Kritik, der sich alles unterwerfen muß. Religion, durch ihre Heiligkeit, und Gesetzgebung, durch ihre Majestät, wollen sich gemeinlich derselben entziehen. Aber alsdann erregen sie gerechten Verdacht wider sich und können auf unverstellte Achtung nicht Anspruch machen, die die Vernunft nur demjenigen bewilligt, was ihr freie und öffentliche Prüfung hat aushalten können" (11).

Die Freiheit, von seiner Vernunft in allen Stücken öffentlichen Gebrauch zu machen, ist ein tragendes Fundament für das öffentlich-kommunikative Handeln im Journalismus. Der Anspruch ist ein kritischer, einer besseren Welt den Weg zu bereiten und die Urteilsunfähigkeit derer aufzudecken, die als die Mächtigen gelten. Das verschafft dem Begriff "Kritik" ein Pathos, aus dem ersichtlich wird, "daß in diesem Begriff nicht nur der forensische, sondern auch der religiöse Ursprung bis heute nachwirkt". Richard Schaeffler erinnert an 1 Kor 2,15: Er beurteilt alles, wird aber selbst von niemandem beurteilt. Der "Geistbegabte" bewährt sich als souverän, "unabhängig von der Welt in seiner Urteilsfähigkeit, zugleich maßgeblich für sie in seiner Urteilsbefugnis" (12). Es gilt den Nachweis zu führen, daß die Herrschenden und Mächtigen nur solange die Zustimmung haben, wie die "selbstverschuldete Unmündigkeit" perpetuiert werden kann und die Menschen vor der eigenen Freiheit fliehen. Das Befreiend-Emanzipatorische solcher Kritik ist seit jeher ideologiefähig gewesen.

Ideal einer vollkommenen Zeitung

Historisch war die Aufklärung "selber Publizistik sui generis", wie Wilmont Haacke nachweist, und sie hat geholfen, daß die Zeitungen aus ihren kümmerlichen Anfängen als unbedeutende und skandalumwitterte Nachrichtenblätter überhaupt herausfanden. In ihrer schätzbaren Rolle waren die Zeitungen darauf beschränkt, "Nachrichten zu sammeln, zu bündeln und sie zwar so rasch wie möglich, jedoch stets nur mit behördlicher Genehmigung und unter polizeilicher Aufsicht zu verkaufen. Daher resultiert ihr marktschreierisches Wesen. Verlegenheit gegenüber allen Seiten hat sie von Kind an gezwungen, zu laut zu werden" (13).

Den grundlegenden Wandel brachte die aufklärerische Forderung nach größerer Meinungsfreiheit im 18. Jahrhundert. In den Befreiungskriegen hatten die politische Presse und die deutschen Fürsten dann in Napoleon den gemeinsamen Gegner und in der Befreiung "Deutschlands" das gemeinsame Ziel, doch hat die Pressefreiheit als politisches Freiheitsrecht sich vor 1848

nirgendwo dauerhaft behaupten können. Die Idee war viel früher geboren, eine Idee der Aufklärung, und im Todesjahr Friedrichs II. von Preußen, im Jahr 1786 notierte der Publizist und spätere Freund Goethes, Karl Philipp Moritz, als er in der "Haude- und Spenerschen Zeitung" das Feuilleton übernahm, das "Ideal einer vollkommenen Zeitung" folgendermaßen: "Sie ist der Mund, wodurch zu dem Volke gepredigt, und die Stimme der Wahrheit, sowohl in die Palläste der Großen, als in die Hütten der Niedrigen dringen kann. Sie könnte das unbestechliche Tribunal seyn, wo Tugend und Laster unparteiisch geprüft, edle Handlungen der Mäßigkeit, Gerechtigkeit und Uneigennützigkeit gepriesen, und Unterdrückung, Bosheit, Ungerechtigkeit, Weichlichkeit und Üppigkeit mit Verachtung und Schande gebrandmarkt würden" (14).

Der Journalismus verdankt sich dem aufklärerischen Denken, und dies nicht nur historisch. Er verdankt sich dem Freiheitspathos und der Freiheitsmoral. Journalisten wollen etwas entdecken, erforschen und aufklären. Sie verstehen sich als eine Art von öffentlichem "Gewissen", als die Vierte und eigentlich kritische Gewalt im Staate. Aus der journalistischen Berufsforschung wissen wir, wie hoch der Anteil derjenigen ist, die in der öffentlichen und sozialen Kritikfunktion den obersten Wert des Journalismus erblicken und an erster Stelle "Mißstände aufdecken" wollen (15).

Lessing spricht mit Vorzug von "Erleuchtung" und "erleuchteter Zeit", und seit etwa 1720 ist "aufklären", um die Mitte des 18. Jahrhunderts das Wort "Aufklärung" gebräuchlich geworden, "éclairer" auf französisch, "to enlighten" auf englisch, und das "erleuchten" dürfte mit dem lateinischen "clarus" zusammenhängen (16). Eine klare und kritische Erkenntnis wird im journalistischen Pflichtenkatalog hoch eingeschätzt. "Woran liegt es daß wir noch immer Barbaren sind?" fragt Schiller in seiner Aufklärungsschrift. Der Grund liegt in den "Gemüthern der Menschen", welche die Wahrheit nicht zur "Kraft" werden lassen (17). Die Wahrheit muß von der Vernunft aufgenommen und ins Welthafte gelangen. Die Welt ist für den Journalisten die Welt des Subjekts. Sie ist "Zeitalter des Menschen"; so versteht sich das Wort "Welt", das auf das althochdeutsche "wëralt" zurückgeht.

Im Rollenverständnis des Journalisten geht es bis zum heutigen Tage um die richtige Beantwortung der Kantischen Frage "Was ist Aufklärung?" Einen neuen, einen anderen Journalismus, der sich "anwaltschaftlich" versteht, haben die sechziger Jahre in Amerika hervorgebracht. Die Watergate-Krise brachte ihm die weltweit anerkannte Bewährungsprobe, eine Art von Duell zwischen dem Präsidenten des mächtigsten Landes der Erde und den Medien, die den Sieg davontrugen. Dieser "anwaltschaftliche" Journalismus, der sich der Methoden des "investigative journalism" bedient, ist ein normierender Typus geworden und verdrängt heute das traditionelle Verständnis von der journalistischen Dienstleistung, die ihr Auftragsverhältnis zum Publikum und die treuhänderische Rolle betont. Ein aktives Wächteramt, das dem Journalismus in seiner aufklärerisch-kritischen Funktion zugesprochen wird, muß sich allerdings der Grenzen bewußt bleiben. Der Journalist ist kein Ersatzpolitiker, kein Untersuchungsrichter, kein Polizist oder Kriminalbeamter. Bundespräsident Richard von Weizsäcker erklärte: "Die Medien haben ein Wächteramt, und wir sind alle darauf angewiesen, daß sie es wahrnehmen. Das geht nur mit einem nachforschenden, aufhellenden, untersuchenden

Journalismus" (18). Wo Rechte sind, wo ein Wächteramt deklariert wird, wohlgerne: ein Amt als etwas Amtliches und Dienstliches beansprucht wird, da müssen auch die Pflichten ebenso markant gezeichnet und ins Bewußtsein geholt werden, aber das ist weitgehend nicht der Fall.

Der Soziologe Helmut Schelsky hat vor einigen Jahren in seinem Buch "Die Arbeit tun die anderen" den Typus des Journalisten, der für Informationen sorgt, von einem anderen Typus unterschieden, der sich als Meinungs- und Willensführer versteht. Der vermittelnde Dienst eines um Objektivität bemühten Journalismus tritt zurück. Schelsky rügt die Vermengung beider Funktionen, denen er zwar nicht die Legitimation abspricht, wohl aber das Recht, das Ethos der Sachlichkeit mit der "Herrschaft der Publizisten" zu verwechseln. Das sei "Betrug am Leser" (19). Horkheimer und Adorno sprechen ebenfalls vom "totalen Betrug der Massen" und meinen eine Aufklärung, die zur Herrschaft von Menschen über Menschen umgeschlagen ist, heute, da Bacons Utopie einer Versöhnung von Vernunft und Natur gescheitert sei und "in tellurischem Maßstab" das Wesen des aufklärerischen Zwanges offenbar geworden sei (20).

Das Dilemma liegt in der Unvernunft einer Vernunft, die sich als Sachwalterin der Freiheit zum Vormund des Menschen aufwirft, statt ihn zu "befreien". Damit ist die Idee der Vernunft verraten. Ist Kant, sind die aufklärerischen Ideale mißverstanden worden?

Journalismus: Erinnerung an die Freiheit

Die Idee der sich rein aus sich selbst ermächtigenden Vernunft ist nicht die Idee der Aufklärung im Kantischen Sinne. Noch kann die Idee einer Kritik, die ihre eigenen Bedingungen dadurch aufhebt, daß sie "die Maßgeblichkeit eines Maßstabes" verwirft, sich auf die "Kritik der Vernunft" berufen. Diese Kritik kann nur dann ihren Auftrag erfüllen, wenn "sie an ihre Freiheit erinnert wird. Und dazu gehört es, jene verborgenen Motive freizulegen, die die menschliche Vernunft dahin gebracht haben, diese ihre Freiheit theoretisch zu verleugnen und praktisch zu verraten". Kritik und Anerkennung gehören nach Richard Schaefflers Auslegung der Kantischen Aufklärungsphilosophie zusammen, "die Anerkennung eines der Vernunft übergeordneten urteilsmaßstabes", sonst werde das Wechselspiel zwischen Dogmatismus und Skeptizismus kein Ende nehmen (21). Das Ausmessen der Grenzen des Erkennens und der Grenzen der Vernunft mit der Bestimmung der Grenzen der "Kritik" identifiziert auch Georg Picht mit der Quintessenz Kantischer Vernunftphilosophie, "das Abstecken des Horizontes, innerhalb dessen uns das Seiende in seinem Sein, die Gegenstände in ihrer Gegenständlichkeit erscheinen können ... Das Kriterium der Vernunft ist also nicht die Rationalität, die auch dem Wahnsinn dienen kann, sondern die in der Freiheit stets enthaltene Verantwortung für die Erhaltung der Freiheit" (22).

Was ist damit für den Journalismus gesagt? Die Vernunft erweist sich im Gebrauch der Freiheit, Freiheit auch in Zukunft zu ermöglichen. Nur in der Verantwortung gelangt das aufklärerische Denken an sein Ziel. Der "Gerichtshof", den Kant fordert, ist nicht zuerst und vor allem als Prozeß der Vernunft

gegen andere - die Tradition, die "Mißstände", die "Herrschenden" - zu verstehen, sondern als "Prozeß der Vernunft gegen sich selbst" (23). Führt der Journalismus diesen Prozeß der unablässig sich selbst prüfenden und ihrer eigenen Grenzen bewußten Vernunft immer von neuem, bevor er zum "Richter" über andere wird?

Die Selbstprüfung und Selbstkontrolle ist eine nichtendenwollende Aufgabe für den Journalismus. Das ist unsere These. Diese Selbstprüfung erfolgt im Lichte der Vernunft nach den Kriterien einer Sittlichkeit, die sich aus freien Stücken an der Dialektik von Verantwortung und Freiheit orientiert. Was ist denn Kritik? Nichts anderes als Moral. Der Journalismus ist ethik- und philosophiebedürftig. Sonst kann es schwerlich zu einer Theorie des Journalismus, sonst kann es auch nicht zu einer aufklärerischen und kritischen Praxis des Journalismus kommen.

ANMERKUNGEN

- (1) Friedrich Nietzsche, Werke III, hrsg. von Karl Schlechta (Ullstein-Buch), Frankfurt 1976, III, 314.
- (2) Friedrich Nietzsche, Werke II, a.a.O., II, 511.
- (3) Joshua Meyrowitz, No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior, New York, Oxford 1985.
- (4) Vgl. Max Seckler, Aufklärung und Offenbarung, in: Enzyklopädische Bibliothek Herder, Teilband 21, Freiburg 1980, 24.
- (5) Vgl. Richard Schaeffler, Kritik und Anerkennung, in: Enzyklopädische Bibliothek Herder, Teilband 21, Freiburg 1980, 110.
- (6) Thomas Mann, Betrachtungen eines Unpolitischen, Stockholmer Gesamtausgabe, Frankfurt 1956, 286.
- (7) Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, Frankfurt 1969, 9.
- (8) Immanuel Kant, Kritik der reinen Vernunft, Wissenschaftliche Buchgesellschaft Darmstadt 1956, A XII, 13.
- (9) Immanuel Kant, Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung? Werke Band IV, Darmstadt 1964, A 481, 53.
- (10) Immanuel Kant, Was heißt: Sich im Denken orientieren? Werke Band III, Darmstadt 1963, A 330, 283 (Fußnote).
- (11) Immanuel Kant, Kritik der reinen Vernunft, Werke Band II, Darmstadt 1963, A XII, 13.
- (12) Vgl. Richard Schaeffler, Kritik und Anerkennung, in: Enzyklopädische Bibliothek Herder, Teilband 21, Freiburg 1980, 111.
- (13) Wilmont Haacke, Publizistik und Gesellschaft, Stuttgart 1970, 159 f.
- (14) Elgar Blühm, Rolf Engelsing, Die Zeitung. Deutsche Urteile und Dokumente von den Anfängen bis zur Gegenwart, Bremen 1967, 125.
- (15) Vgl. Hermann Boverter, Ethik des Journalismus. Zur Philosophie der Medienkultur, 2. Auflage, Konstanz 1985, 456 ff.
- (16) Max Seckler, a.a.O., 13.
- (17) Friedrich Schiller, Über die ästhetische Erziehung des Menschen, Achter Brief: Über die Grenzen der Vernunft, Die Horen I, 1795, 39-42.
- (18) Bundespräsident Richard von Weizsäcker, Ansprache bei der Verleihung des Romano-Guardini-Preises, Katholische Akademie München, 7. November 1987.
- (19) Helmut Schelsky, Die Arbeit tun die anderen. Klassenkampf und Priesterherrschaft der Intellektuellen, Opladen 1975, 332.
- (20) Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, Frankfurt 1969, 49.
- (21) Richard Schaeffler, a.a.O., 115.

- (22) Georg Picht, Wahrheit, Vernunft, Verantwortung. Philosophische Studien, Stuttgart 1969, 190, 200.

(23) Ibid., 191.

quelle vérité et quelle liberté communicative pour l'église dans la nouvelle "civilisation d'information" ?

andré joos

Introduction: l'invasion communicative, un bouleversement et une redistribution des rôles et des valeurs ?

Notre Eglise a pris l'habitude de lier, dans la présentation de ses enseignements, les dimensions de la 'vérité' et de la 'liberté' (1). Il existe, bien-sûr, un autre 'axe' de référence communicative à la vérité, de la part des responsables ecclésiaux : la vérité et la 'charité' (2). Accomplir la vérité dans la charité, telle sera la compénétration proposée par le grand pape Jean XXIII, doté d'une fine et astucieuse sensibilité. Plus récemment, l'autorité ecclésiale incline à nouveau vers la juxtaposition vérité-liberté comme principe d'interprétation et critère d'évaluation (3).

On sait, par ailleurs, que l'Eglise aborde la dynamique de communication et d'information, considérant également le double aspect de la vérité et de la liberté comme irremplaçable (4). D'une manière quelque peu rapide et que d'aucuns qualifieraient - aujourd'hui - d'un peu 'naïve', le texte de Paul VI fait, cependant, surgir la perspective de la vérité et de la liberté de la source communicative et outre-communicative : la communion d'amour (5) (intéressante convergence avec la pensée de Jean XXIII). Mais, et c'est ici où commence notre brève enquête, une réflexion finale du document nous oblige à nous demander 'quelle vérité' et 'quelle liberté'. Pourquoi? Précisément en ce que le contexte de la communication technologique de masse nous introduit - peut-être - dans un 'autre monde', c'est-à-dire dans une autre dimension culturelle ou interculturelle, ou encore, dans une autre 'civilisation' ou 'une ère différente' (6). Quelles seront les modifications que cette 'ère' pourrait porter en ce qui concerne la perspective de la vérité et de la liberté ?

A première vue, pas de grosses transformations ... En effet, cette communication se présente comme un monde de l'imaginaire et de la fiction (7). Les textes, les images mouvantes, le spectacle, les ondes, les impulsions, les simulations d'effets, tout cela pourrait sembler bien éloigné de la réalité comme vérité et de la liberté concrètement vécue. Et nous savons que notre Eglise a, pendant un certain temps, repris l'idée que ce phénomène devait être réduit à un jeu "d'instruments", finalement assez périphériques à l'expérience vécue (ou intime ou intégrale), les indiquant comme 'instruments de communication sociale'.

Plus récemment, une autre orientation se précise lentement : ces 'instru-

ments' - disent les documents officiels - ont une profonde influence sur toute la vie de ceux 'qui les utilisent' (8). Ils 'plasment', en quelque sorte le monde actuel (9). Les expressions des responsables ecclésiastiques semblent s'accorder avec l'interprétation qui voit dans le phénomène de communication un événement touchant "la totalité" de l'expérience. Il faudrait donc expliciter l'approche, donnée au sujet de la communication actuelle, en ces termes: 'il s'agit d'un monde imaginaire qui plasmé notre expérience totale'. Mais alors, la vérité et la liberté seront-elles également impliquées dans ce remodelage de la vie? Et comment ce monde apparemment fictif peut-il remodeler la perception profonde de l'existence.

Une image analogique a été proposée: la communication plasmé le monde comme le système nerveux central rend possible l'expérience humaine (10). Le système nerveux, trait d'union entre l'esprit et le corps, entre l'action et la réflexion, se potentialise en 'système de communication' (11). On va jusqu'à se demander si la communication technologique de masse formera un nouveau type d'homme (12). Y aura-t-il un 'homo communicans' après l'"homo loquens" (mieux que 'homo sapiens' pour ce dernier, qui ne s'est pas démontré spécifiquement 'sage', et mieux que 'homo communicativus' pour l'autre, qui pourrait ne pas se démontrer trop spécifiquement 'transparent' aux messages offerts). Là où l'ère industrielle consistait en des 'muscles prolongés' (selon certains), l'ère post-industrielle serait faite de 'système nerveux potentialisé'. Là où on parlait d'explosion industrielle, on parlera d'implosion communicative' (dans le sens que tout se joue en 'tension' mentale et non en 'expansion' productive). L'implosion implique - bien-sûr - une 'concentration' à différents niveaux, avant de pouvoir diversifier et pluraliser (13). Indubitablement, l'intensification des impulsions 'nerveuses' pourra donner lieu à un 'nervosisme' communicatif: explication, peut-être, de nombreuses névroses des personnes perpétuellement 'bombardées' par les sollicitations communicatives ... Et, s'il existe, cet 'homo communicans' sait bien d'être né au coeur même de la pire excoissance 'musculaire' et 'musclée' de l'ère industrielle et 'moderne': l'excoissance des armes et l'explosion de la seconde guerre mondiale (14). Là où ce conflit fut un 'conflit d'expansion', la nouvelle étape du cheminement humain se présente comme 'contraction' exemplaire: le 'village planétaire' (15).

Monde imaginaire, système nerveux potentialisé, phase post-industrielle: tout cela nous mène-t-il vers un futurisme exacerbé? Non, car, dans ce jeu mental de connaissance et de mémoire concentrées, le plus lointain passé réapparaît dans le plus actuel comportement (16). Au slogan d'une ère précédente "rien ne se crée, rien ne se perd", suivra le slogan de demain "tout se crée, rien ne se perd" (à part les 'trous' des cerveaux électroniques qui perdent des parties de programmes) ... Les incidences sur la vérité et sur la liberté ne pourront certes pas être négligées.

Une première dimension de la "mutation communicative": La vérité de communication

Vérité et fiction

Quelle vérité pourra renaître dans un monde de communication? La vérité nous apparaissait comme éternellement identique à elle-même. Le monde de la communication, par contre, est un monde en perpétuel mouvement (17). Toute l'expérience - par ce système nerveux potentialisé - est mise en continu mouvement (18). La communication se présente comme un mouvement multiple d'une extrême complexité, jamais simplement stabilisé (19). Comme méthodologie totale du mouvement humain conscient et public, la communication s'infiltré partout, et, à tout moment, bouleverse les vases clos des disciplines et des pratiques de la pensée et de l'action culturelle (20). Etre en mouvement communicatif devient à la fois un moyen et une fin: compénétration qui laisse interdit et peut apparaître particulièrement ambiguë à qui est encore bien enraciné dans les convictions d'une division bien nette entre 'contenus' et 'expressions' (moyen et fin) (21). La vérité comme contenu parfaitement complet va-t-elle disparaître dans cette spirale communicative?

Il y a, bien-sûr, vérité et Vérité. Ne serait-il pas opportun de considérer la question de la vérité, ou de 'quelle vérité' pour l'Eglise dans une civilisation d'information en partant de la 'Vérité', au sens ultime de la foi évangélique? A ce propos, une intéressante observation des spécialistes nous est évoquée: la communication comme mouvement est avant tout un 'processus' d'échanges illimités, de ceux qui intéressent la vie quotidienne la plus prosaïque jusqu'à ceux qui semblent les plus éloignés et les plus inattendus. On parlera de la communication, appelée 'processus comme mystère' (22). Dans la perspective de ce mystère, nous "sommes communiqués" bien plus que "nous communiquons" (23). L'ouverture sans frontières de la communication n'exclut plus rien 'a priori', même pas la question la plus 'improbable' (la mentalité séculariste de l'ère 'moderne' aurait dit "la plus impossible"): la question de Dieu et de la destinée ultime de l'humanité. Il existera une 'Vérité non vérifiable' (24).

La science elle-même ne se limitera plus à la 'réalité vérifiable' mais deviendra 'technologie de l'imaginaire' (25). L'instrumentalité fait progressivement partie de cette 'nature' qui nous entoure et constitue notre cadre de vie (26). C'est bien à ce niveau que 'tout se crée' et tout devient possible grâce au 'rêve' qui anticipe et tente de prospecter l'expérience ultérieure de la communauté humaine. C'est dans ce contexte que se profile l'éventualité d'une présentation rénovée de la vérité.

Repenser la vérité?

Jusqu'où ira le 'bouleversement communicatif' au niveau de la 'vérité'? Le "vrai" semblait s'opposer limpide au "faux", la vérité démantelait "l'erreur" et le "mensonge"... En est-il toujours ainsi? Si nous voulons nous arrêter un moment à un des aspects de communication de masse, un exemple dévoile immédiatement l'incertitude de l'affrontement entre 'vrai' et 'faux': la

publicité et la propagande communicative (27). La publicité nous habitue à enregistrer des données non pas simplement 'fausses' et cependant pas complètement 'vraies' ... On pourrait se laisser tenter par une solution facile : "c'est un mélange de 'vrai' et de 'faux'" ! Ce faisant, on condamne la publicité à être constitutivement corrompue : culpabilisation radicale qui s'est facilement étendue à toute la pratique des mass media. Face à cette mise en accusation, notre Eglise a reconnu la communication comme 'don de Dieu' (28), ou, au moins, comme instruments 'neutres' (bons si utilisés pour le bien, mauvais si utilisés pour le mal) (29).

Quelle est la perspective qui s'ouvre à la 'vérité' dans un tel contexte? Par-tons encore des déclarations de l'autorité de notre Eglise. La vérité, nous l'avons vu dans l'introduction, se présente non plus comme une entité qu'il faut 'préserver intacte', mais comme une expérience à "accomplir dans la charité" (Jean XXIII). Plus précisément, 'faire ou accomplir' la vérité est un service apostolique d'information à tous les niveaux (30). Ce service aura la qualité d'une 'sérieuse investigation scientifique' munie de 'moyens nouveaux' (31). La recherche de la vérité est la recherche de la 'transparence' de l'Eglise et de son 'desir de vérité' (32). Ce desir de vérité est aussi une exhortation à publiciser tout ce qui tend au 'bien' (33). La diffusion n'est plus une réflexion d'élite mais l'attente générale de l'humanité (34). La vérité naît d'un 'contact vrai et direct' avec la vie ecclésiale (35).

Ainsi, la vérité devient un 'droit fondamental de la personne humaine' (36). La vérité de l'expérience est toujours plus 'profonde' que les seuls aspects sail-lants ou superficiellement perceptibles (37). La vérité qu'il faut accomplir dans la charité est un critère 'paulinien' (Eph. 4, 15) qui nous incite à 'décou-vrir des liens multiples dans les différences qui nous éloignent encore les uns des autres' (38).

Ces quelques indications évoquent une vérité qui ne se formule plus comme une entité 'toute faite', à partir de laquelle on déduira les 'principes' qui de-vront être appliqués. "Rendre témoignage à la vérité" (Jn, 18, 37) (39) devient, en ce sens, non pas l'affirmation monolythique d'une vérité dont on est en possession, mais une 'recherche de témoignages', qui guident et inspirent informativement.

Malgré les hésitations ecclésiales concernant la manière de traiter la problé-matique totale de la vérité, cette accentuation de l'ouverture dynamique et des possibilités de croissance (d'approfondissement) de la vérité permettent de supposer une certaine maturation de l'intuition - encore peu explicitée - concernant la présentation de la vérité aujourd'hui. A ce point, il est bon de jeter un coup d'oeil sur la prise de conscience 'communicative' actuelle sur la vérité.

La vérité, un parcours ?

La 'vérité', en communication, n'est pas l'énoncé et la mise en bilan de seules 'significations' pré-définies, mais une "voie" à parcourir et une vie toujours nouvelle à découvrir (40). La vérité n'est donc pas un 'chemin déjà parcouru', mais un itinéraire qu'il faut porter à terme. La voie est le 'mouvement' : carac-téristique fondamentale de toute communication (41). La vérité communicati-

ve trouve son dynamisme 'respiratoire' et 'inspiratoire' dans le sens compris comme souffle vivant de tous les langages des communautés humaines. Ainsi, la vérité n'apparaît pas comme seulement 'identique à elle-même'? Ne pas se situer 'au-dessus' mais 'se mouvoir et mouvoir' du dedans, telle sera la caractéristique et le défi communicatif aux constructions mentales sur 'la vérité'...

On a parfois déraciné la vérité en termes de 'pure vérité', semi-divinité détachée du flux de l'expérience concrète (42). La 'mutation communicative' nous fait redécouvrir "informativement" la vérité: c'est-à-dire partant d'une opération spécifiquement 'humaine' au sujet de ce que l'on appelait le 'réel' (l'information, on le sait, n'est pas simplement et 'innocemment' "le réel", mais déjà une expérience qui l'assimile et l'organise, ou le ré-inventé (?)). La communication technologique de masse s'accomplit dans la 'fiction'. Et, quelle sera la vérité de cette 'fiction'?! Faudra-t-il dire que la fiction de l'imaginaire sera seulement 'illusion irréaliste' et donc 'anti-vérité'?

Pourra-t-on, par contre, trouver une 'vérité de l'imaginaire'? Est-ce qu'elle sera la nouvelle dimension spirituelle d'une société sécularisée qui l'avait 'oubliée' (43)? Sera-t-il possible de discerner dans l'imaginaire une réalité authentique (44)? La vérité acquiert, dans cette perspective, une intéressante dimension de potentialité, tendue vers le 'pas encore' et animée de son 'Aufgabe' (sa tâche à accomplir): c'est-à-dire, explorer les niveaux et les éléments non encore pris en considération ou valorisés en vue de sa pleine expression et explication.

Partir de la complexité pour ré-contextualiser la vérité?

Si l'ère de la communication donnera une place toujours plus significative à la 'vérité en devenir', comment rendre cette approche complémentaire à celle habituellement utilisée dans le passé pour servir de cadre à l'interprétation du message chrétien comme 'Vérité'? Ne conviendra-t-il pas de partir du phénomène communicatif lui-même, tel que nous le percevons aujourd'hui. Celui-ci nous apprend quelque chose, sinon sur la vérité, du moins sur la connaissance ou sur les connaissances: le savoir humain qui double depuis le Christ jusqu'en 1750, double une autre fois de 1750 à 1900, et une troisième fois de 1900 à 1950 (45). La rapidité de cette croissance intensifie à tel point la circulation des données, que les encadrements théoriques, spéculatifs ou systématiques des connaissances sont parfois bouleversés par cette 'explosion du savoir' qui engendre une 'industrie du savoir'. La diffusion de masse des connaissances aura-t-elle le même effet de 'redistribution des rôles' que celle qui peut être impliquée par la 'communication de masse'? Sera-t-il impossible de maîtriser les données de la connaissance par les méthodes 'classiques' et 'statiques' de documentation? Les connaissances de chaque secteur d'action ou de réflexion vont-elles devoir être traitées par des spécialistes de l'information informatisée (46).

Que conclure de tout ceci? Au moins une observation préliminaire: le savoir se conçoit de plus en plus comme complexité illimitée des données à recueillir, mémoriser, classifier. Pour bien 'connaître' sa propre discipline, il faudra la dépasser en un recours inévitable à la grande 'mémoire' dont les seuls indivi-

du (même géniaux) ne peuvent plus être les seuls dépositaires. Pour bien classifier et mémoriser les données, il faudra impliquer et confronter toutes les disciplines de l'action et de la pensée : il faudra opérer de manière "interdisciplinaire", autre dimension de cette complexité de plus en plus manifeste. Le savoir n'est jamais réellement 'acquis' mais toujours 'à faire' (à refaire, à développer en réorganisant, à corriger en recoupant les plans, les niveaux et les systèmes). Tout est en relation avec tout. Le savoir lui-même s'inscrit au coeur d'une fondamentale "relation" où se rencontrent tous les langages humains de l'action et de la réflexion (47). Si la vérité signifie agir et penser 'en connaissance de cause' 'l'action suprême' étant éventuellement l'amour et la 'pensée suprême' la possibilité de rendre compte de toute l'expérience humaine), celle-ci ne pourra certes pas ignorer le nerf vital du savoir : son dynamisme interdisciplinaire d'approfondissement, d'extension et de multiplication (que d'aucuns définiront 'exponentielle'). Le 'savoir d'information' apparaît comme une prise en charge de la complexité de données illimitées à enregistrer, de niveaux qui se recoupent, de dimensions qui s'entrelacent. Faudra-t-il - d'ailleurs - une "science-carrefour" pour affronter cette complexité ? (48)

Vérité comme système unique ou vérité par les langages ?

Prenant acte de cette complexité pluridisciplinaire, pourra-t-on concevoir une approche systématique, capable de ne rien exclure 'a priori' de l'expérience ? Pour connaître efficacement il faut des systèmes de classification et de dépistage. Les systèmes informatifs seront 'operatifs' plus que préconstitués : systèmes ouverts en continue révision, en vue de ne rien perdre des données éventuellement enregistrables. L'information propose un contexte de recherche continue et insistera manifestement sur l'aspect 'en devenir' de toute vérité. Mais si la perspective informative se concrétise, ne constituera-t-elle pas une possibilité unique de proposer la vérité 'ultime' comme non pré-affirmée mais aussi comme non-exclue ? La transdisciplinarité ne sera-t-elle pas la plateforme reconnue par tous, qu'une 'discipline de l'ultime' fait partie éventuelle des sources d'information et des possibilités de mémorisation ? La question de la vérité ultime n'est plus - alors - celle d'une affirmation en bloc ou d'un refus 'a priori'. La vérité naît du témoignage offert et vérifié grâce aux données recueillies dans l'expérience toujours en mouvement.

La vérité se trace à partir d'un témoignage au moyen de langages. Elle ne se possède pas et ne constitue pas une cristallisation quasi mathématique de l'expérience. Elle fait partie de ce mûrissement 'symbolique' qui récapitule les informations déjà recueillies, organisées, mémorisées (50). Une vérité qui cheminerait au coeur de la spirale de toutes les expressions et qui se situerait cependant au delà de chacune d'elles, est la plus crédible dans le contexte d'une ère interculturelle d'information et de communication (51). La vérité apparaîtrait, alors, comme une 'mise en relation à réaliser', inmanquablement ouverte au-delà d'elle-même, dont la préoccupation majeure ne serait pas de refuser ou exclure mais de rendre compte des nouvelles étapes de l'expérience en lien avec tout ce qui a déjà été vécu.

Ce type de vérité se présenterait alors à la fois comme 'medium' et comme

'symbole' - illumination comme voie et comme récapitulation - dans le plein sens de ce qu'est la 'lumière' révélatrice de la réalité, sans s'identifier avec 'les choses réelles' (52). La vérité se 'forme' et 's'informe' au coeur de l'expérience recueillie et mémorisée. Une vérité 'non informée' peut se muter en 'non vérité'; en ce qui est faux. S'informer c'est se mettre continuellement en relation avec tout, par tous... Il est aisé de percevoir combien cette perspective prend acte de la complexité comme tissu fondamentale de cette 'vérité vers l'avant'. Il se peut même qu'en un moment d'hésitation, on préférerais l'illusion d'une vérité comme simplisme, éventuellement appelé 'simplicité parfaite de la vérité'.

Vérité et plénitude de vérité

Mais, ne nous trouvons-nous pas ici face à 'des vérités' ou même à 'des petites vérités'? Que devient 'la Vérité' au sens fort et total? En d'autres termes, y a-t-il seulement une 'vérité informative' sans pouvoir accéder à un seuil de plénitude?

Qui dit plénitude ne dit pas amoncellement illimité (donc complexité au sens mathématique, dans la mesure où l'amoncellement s'organise). La plénitude dépasse la classification des petites significations 'précises'. Comme pour la plénitude de Dieu, de l'Eglise, du mystère de la personne, de l'accomplissement de l'histoire, il faut recourir à un langage 'symbolique': saut au delà des fragmentations et concentration expressive de l'expérience (53). Les symboles ne peuvent être réduits à des systèmes d'information (54). L'information ne réussit pas à intégrer 'toute l'information' (55); ce faisant elle risquerait de 's'intégraliser', de manière semblable aux autres intégrismes - configurations non ultimes qui se prétendent comme ultimes et définitives.

Malgré cela, la vérité est aussi 'médiation' et 'Medium': comme nous l'avons vu au paragraphe précédent, elle fait partie d'une instrumentalité, mais laquelle? Certains diront que son instrumentalité converge vers celle qui rend possible l'expression symbolique elle-même: les langages. Et que sont les langues - mères des langages - sinon un "instrument non inventé", c'est-à-dire 'donné', comme spécificité humaine propre (56). La vérité est à la source, est cheminement et trouve sa plénitude dans la récapitulation finale des tous les langages, relationnellement et transdisciplinairement. C'est donc par cette vaste et complexe opération de l'instrumentalité non inventée des langages (aujourd'hui 'implosée' en langages technologiques et informatiques) que l'expérience réelle devient "vraie" (57). Le 'réel' n'est donc pas encore et simplistement 'vrai' et la 'vérité' peut avoir sa dimension 'd'imaginaire'.

Il sera - alors - bien compréhensible de dire qu'on 'n'invente pas la vérité' (sa médiation n'est pas celle d'un instrument fabriqué). On prospecte la vérité, qui se révèle dynamiquement au sein de l'expérience. Faire coïncider 'vérité' et 'réalité' ne serait, à la lumière de ce discernement, qu'une forme de 'fondamentalisme' mental qui tente d'évacuer la complexité de l'approche humaine par l'illusion d'éviter les difficultés grâce à un simplisme quasi 'sub-humain'. Parlant des communications technologiques de masse, l'implication saute aux yeux: en effet, tout le monde sait que l'imaginaire n'est pas formellement 'réel' (tout y est artificiellement recomposé et consiste en impulsions visives,

auditives ...) mais peut quand-même être 'vrai' (précisément par leurs langages, bien que rien ne soit identique aux 'choses telles qu'elles sont' ou à la 'nature', les mass media ont leur rôle dans le jeu de la 'vérité'). L'ère de l'information et de la communication ne tardera pas à poser ses questions de fond quant à la consistance de la vérité, sur la base des bouleversements qu'elle a enclanchés.

A ce point, il n'est pas inutile de rappeler l'étrange cohérence des langages et des langues culturelles au sujet de la 'vérité'. Un théologien russe particulièrement intéressant indiquait la différence substantielle de perception de la 'vérité' entre latins-germans et slaves orientaux: la "veritas-Wahrheit" du "vereor" qui réfère à une divinité intouchable et intermédiaire qui répartit ce qui est conforme ou non à sa vénération, et la "istina" du "est" qui exprime le souffle originaire de vie vers son accomplissement de plénitude.

Une autre dimension de la "mutation informative": la liberté par l'information

La liberté de se mouvoir partout et la liberté de ne pas se laisser transpénétrer par quiconque

Comme mouvement conscient et public, la communication se perçoit, aujourd'hui, comme une méthodologie totale de l'expérience, ou encore comme un système transversal qui pénètre toutes les connaissances et les activités opératives de la communauté humaine (59).

Les sciences elles-mêmes ne sont pas 'libres' vis-à-vis de la communication, elles se régissent toutes sur des systèmes communicatifs (60). Semblablement, les activités et entreprises humaines ont besoin de systèmes analogiques (61). Dans la mesure où la communication acquiert sa pleine articulation, comme 'communication de masse' et comme 'communication technologique', elle se caractérise par une organisation opérative de plus en plus incisive et étendue (62). La communication publique et technologique se développera en systèmes de codifications instrumentales aux différents niveaux de l'expérience (63). Il apparaît progressivement que les segmentations de l'expérience en ses différents domaines, ne consiste pas prioritairement en codifications sur la base de 'concepts clairs et objectifs' mais en fonction de la communication des données (64).

La communication, par ses méthodes d'enregistrement, de segmentation, de classification et de mémorisation, "prend la liberté" de s'introduire dans tous les secteurs et à tous les niveaux de l'existence. Elle le fait comme l'ont fait les langues des peuples depuis que l'humanité s'est éveillée à elle-même (65). Et, similairement aux langues, ces nouveaux langages ne se sont pas formés à partir de présupposés théoriques ou d'un système logique unique et absolu. Les langues elles-mêmes plasment et conditionnent notre manière de percevoir la 'réalité' (66). La communication, comme les langues, réorganise l'expérience et permet de nous influencer les uns les autres (67). Les langues aussi 'prennent des libertés à l'égard de la réalité et envers chaque membre de la communauté linguistique qui devient soi-même grâce à elle'... La com-

munication deviendra-t-elle une 'super-langue'? Ou sera-t-elle le réseau de compénétration des langues entre elles et des langages les uns vers les autres? Il est vrai que les anciennes langues ne considèrent pas avec faveur les nouvelles (en général) (68), mais, d'autre part, les langages naissants offrent une manière rénovée de percevoir la réalité - comme ceux d'enfants qui apprennent à regarder et à écouter (69). Au mieux, les langages de la communication électronique de masse seront des langages qui pénètrent partout, comme les langues interpersonnelles, et qui, comme elles, peuvent être valorisées pour le 'bien' ou pour le 'mal', tout en n'étant pas simplement 'neutres' (puisqu'elles conditionnent déjà l'assimilation de l'expérience). Comment reconsidérer les données de la 'liberté' dans ce contexte communicatif? Une "liberté imaginaire" ou "le rêve en liberté"? Une liberté qui "choisit entre des possibilités de la réalité" ou une "liberté qui imagine l'anticipation de l'expérience"?

Quelle sera la liberté transversale des systèmes de communication qui pénètrent intégralement ceux qui y sont impliqués, comme l'anglais, l'allemand ou le français imprègnent totalement ceux qui les vivent comme langue maternelle? Quelle sera la liberté limitative de ceux qui sont parcourus par ces systèmes capables de les propulser bien au-delà d'eux-mêmes? Cela a-t-il un sens de 'résister à sa propre langue'? Est-on libre de refuser ou libre de valoriser?

Ré-inventer la liberté?

Certains experts ont tenté d'indiquer la transformation de la liberté en ces termes: d'une 'liberté qui tire son épingle du jeu' à une 'liberté qui plonge plus profondément dans l'expérience'. La liberté nous semblait une capacité d'échapper à tous les conditionnements, pour décider 'objectivement' et 'en conscience'. Comme l'oeil ne s'identifiait pas avec ce qu'il voyait, ainsi l'individu ne devait se laisser instrumentaliser par rien de ce qu'il affrontait, mais tout examiner grâce à 'l'oeil critique' de son discernement. Il fallait prendre distance de l'expérience en s'appuyant sur les 'principes' immuables qui orientent et déterminent les choix (70).

Aujourd'hui, on se rend compte que la prise de distance peut être illusoire, dans la mesure où le système nerveux central est déjà une expérience organisée, classifiée et segmentée (partant d'informations vitales déjà données dans le noyau de vie naissante). Nous pensions qu'il fallait 'être d'abord libre et ensuite communiquer'. Les 'moyens de communication sociale' ne seraient - alors - que l'expression de cette liberté acquise, qu'ils auraient pour tâche de refléter et de développer comme écho des choix arrêtés (71). Si la communication n'est pas le lieu même où se jouent les tensions en vue d'une liberté à réaliser (de manière publique et transversale), les aspects et les dimensions des confrontations apparaîtront comme des pressions illicites contre la 'liberté' et l'intégrité de l'individu (72). Le problème semble - cependant - consister non pas en la seule condamnation ou approbation de dégénérescences ou de convergences heureuses avec la sensibilité de qui évalue effets constatés, mais celui de tenter un approfondissement de la compréhension du phénomène total. Imperceptiblement, on peut enregistrer des orientations

ecclésiastiques qui sont plus disponibles à considérer la complexité de la problématique communicative actuelle. La liberté y est présentée comme 'confrontation libre' dans le cadre d'une 'oeuvre de groupe' sur la base d'échanges d'informations et de dialogue d'opinions : droit personnel et le devoir social (73).

La perspective d'information n'échappe donc pas à la problématique de la liberté. Et, on le sait, l'information est en grande partie 'ce qui nous arrive', bien au-delà de ce que nous pouvons contrôler ou prévoir. En ce sens, il est clair que la liberté plasmée par la dynamique d'information ne se limite pas à une 'libre décision' : En effet, ce sera précisément quant l'arbitraire d'une décision fera pression ou conditionnera le flux de l'information qu'on parlera de 'manque de liberté' : nous ne sommes pas 'libres' devant l'information, c'est-à-dire que nous ne sommes pas libres 'de' l'information ou 'pour' l'information. La liberté 'de' et la liberté 'pour' (74) apparaissent comme étriquées dans un monde de complexité dont la communication est la plateforme de compénétration.

Une liberté qui émerge de la dynamique informative ?

Est-ce donc la liberté qui permet l'information ou est-ce l'information qui rend possible la liberté ? La liberté est certes opérative, mais elle n'existe pas sans assimilation consciente et mentale.

La personne humaine est libre dans la mesure où elle est informée ou est-ce la personne libre qui articule son information ? La liberté va de l'homme à l'information, ou l'information rend possible la libération de l'homme ? L'information limite la liberté ou en promet les potentialités ?

La liberté a été liée intimement à la question de l'information, de manière concrète et pratique, depuis la diffusion de masse de l'information. La notion de "libre circulation de l'information" optait nettement pour l'opinion que l'information contenait en elle-même le germe de la liberté (75). Mais on a dû déchanter face à la constatation des déséquilibres dans la gestion de l'information. Il reste cependant un point acquis : le lien entre liberté et circulation non tronquée ou instrumentalisée, la liberté est une question de modalité équilibrée de la gestion de l'information dans le contexte d'un consensus ouvert à la participation de tous.

La 'liberté d'information' est devenue un des droits fondamentaux de la personne humaine (76). Mais, quel est le fondement de ce droit ? Le point de départ en serait la 'liberté d'expression', qui est un droit individuel alors que l'information est un échange social. Plus profondément, l'information se présente comme un dépassement continu de la dégradation 'naturelle' de l'expérience, incessante 'remise en ordre des données' qui ont tendance à se disperser (77). De même, certains penseurs insisteront sur l'inclination spontanée de la société établie, tant et si bien que la 'vérité' et la 'liberté' apparaîtront facilement comme un filigrane négatif de la dégradation d'incohérence toujours en passe de progresser (78).

La liberté se dessine initialement - à la lumière de ces constatations - comme une 'liberté contre' (à différents niveaux) (79). De cette 'liberté contre' devra surgir une liberté de consensus général sur la base d'une participation totale

aux échanges communicatifs (80). A ce point, l'expression n'est plus le fait d'un individu mais s'insère dans le jeu du 'pacte social' (81). La liberté d'information présentée comme prolongement de la liberté d'opinion et d'expression pourrait apparaître comme liberté individualisée des informateurs (82). Par contre, c'est l'information en tant que telle qui fournit sa consistance à la liberté, qui la 'nourrit', et sans laquelle - par manque de savoir - la personne humaine se réduirait inévitablement à moins qu'elle-même. La plateforme informative est irremplaçable pour la liberté.

Les données se précisent : la liberté inspirée par l'information n'est plus une question individuelle mais une question de consensus total, qui en requiert les conditions de réalisation. Le "nouvel ordre mondial de l'information et de la communication" ne fait que valoriser cette ouverture anthropologique de base. C'est ainsi que pourra se concrétiser l'accès à ce que d'aucuns appellent la "meta-communication" (83), ou échanges de la communauté des consciences et de l'esprit humain avec tout ce qui le dépasse. Poser l'affirmation de cet 'oultre' ou 'au-delà' comme contrainte d'option 'a priori' se démontrera - dans une civilisation de communication - bien moins crédible que l'ouverture non pré-déterminée vers l'ensemble de l'expérience, même la plus 'improbable' (pour certains). Il est bien clair qu'il ne s'agit pas - ici - de simple 'pluralisme', mais d'une méthodologie d'échanges ainsi que de ses présupposés élémentaires.

Cette rapide approche nous permet de clarifier l'insuffisance de certaines formulations sur la liberté : pas une 'liberté de' (pas une 'liberté contre'), pas une 'liberté pour', mais une 'liberté avec' (qui sonne assez mal en français : mais mieux en néerlandais 'vrijheid met' (van, tegen, voor) ou en italien 'libertà con' (da, contro, per) - et en bien d'autres langues) ou 'liberté ensemble' ...

La liberté comme information créative ?

Si la liberté surgit de l'information, et si l'information est une incessante 'découverte' de possibilités données dans l'expérience partagée, la liberté sera d'abord l'acceptation des voies de ces 'découvertes' : les langages de la communauté (84). Les langages donnent une forme aux échanges ; l'information c'est par excellence 'donner une forme' aux données recueillies. La liberté permet que convergent les langages et l'information en une 'forme communicative'. Pas de liberté sans information, pas d'information sans langues et langages : ceux-ci sont des 'ensembles orientatifs' auxquels il faut se soumettre (85). C'est là une 'captivité' qui rend possible la 'liberté humaine' (86). Cela signifie-t-il une restriction de la liberté, ou faudra-t-il rechercher un autre terrain pour discerner la spécificité de notre liberté ?

La liberté est la possibilité de valoriser 'en avant' les voies dont nous dépendons aujourd'hui, comme la communication l'illustre bien : impératifs technologiques et de masse, ingéniosité communicative à valoriser par les programmes offerts ... Et Dieu sait si les impératifs technologiques sont complexes ! Mais, les linguistes ne disent-ils pas que c'est au niveau des combinaisons linguistiques les plus complexes que la 'liberté' est majeure (la voyelle est toujours voyelle de même la consonne, mais ma manière de m'exprimer peut devenir créativement personnelle) (87).

Nous voici, donc, une nouvelle fois confrontés à cette question de la 'complexité' qui amplifie les possibilités créatives de la liberté, comme - d'autre part - elle rend possible la vérité comme plénitude. Dans la complexité, les perspectives créatives permettent de 'dépasser' les barrières qui nous conditionnent (88). L'information sera la 'mesure des possibilités' de "ce qui peut encore être dit" (89). La liberté sera de 'continuer le chemin' ou de 's'arrêter en route' : n'est-ce pas ce que formule l'articulation informatique elle-même ? Le "choix" informatique est 0 ou 1, interruption ou connexion, inévitable incertitude sur les perspectives ultérieures (90).

Parlant de créativité, nous sommes du coup replongés dans 'ce qui n'est pas encore réalisé aujourd'hui' ... S'agit-il, ici encore, du 'rêve' : la liberté comme rêve ? L'imaginaire sera-t-il le tissu d'une liberté 'ensemble en avant' ? Le monde de la communication entre de plein pied dans cette dimension étrange et incontrôlable ...

Conclusion : la vérité-plénitude et la liberté-prospection

Ces deux formules nous indiquent assez bien le challenge de la 'civilisation d'information et de communication' qui semble poindre à l'horizon. Les deux expressions recueillent une ouverture centrale : celle du 'pas encore'.

En étroite relation à cette perspective, le phénomène de la communication de masse a souligné l'aspect de 'droit fondamental de la personne humaine' dans les deux cas : droit de tous et non propriété de quelques-uns, ou gestion de quelques-uns, ou privilège de quelques-uns. Le "droit à ce continué 'pas encore'" se retrouve évoqué par une double connexion : la vérité qui surgit de l'information et l'information qui rend possible la liberté, l'information qui est le devenir incertain de l'expérience humaine. Cette information prend forme de vérité dans les langues et langages des communautés humaines, et elle a besoin du tissu vivant des langues et langages pour créer des voies en vue de la liberté.

Ces langues anciennes ou nouvelles, ces langages interpersonnels ou technologiques, semblent cependant ouvrir le réel au vrai et restreindre les choix libres en fonction du réseau 'réel' des ensembles linguistiques. D'autre part, la réalité non "languifiée" n'est pas 'vraie' et la réalité des seules langues n'est pas 'libre'. Pour être libre au niveau des échanges il faut concevoir la liberté comme prospection du 'pas encore' au sein de la complexité grandissante des possibilités offertes par les langues et les langages. Pour être vrai au niveau de l'offre et de la réponse il faut pouvoir mettre en forme la qualité du don offert ou rendu grâce à la symbolique qui récapitule mille complexités. Nous sommes bien au coeur des problèmes vitaux de la communication. La 'civilisation d'information' acquiert progressivement sa pleine stature, partant de la consistance même de 'l'information' dans le contexte de l'expérience communicative.

Le double renvoi de la vérité et de la liberté à l'information - au sens profond et total - nous indique que ce tandem ne peut être valorisé par la seule confrontation de 'liberté et vérité', ces deux moments dépendant à leur tour d'un fondement ultérieur. En tentant d'aborder celui-ci, nous nous sommes vu

projetés vers l'avant : vérité comme plénitude à découvrir et à vivre, liberté comme prospection des possibilités et potentialités ouvertes et vivables. Prospection en vue de la plénitude, c'est là où le 'rêve de l'imaginaire' se voit attribuer un rôle nouveau au centre même de ce 'système nerveux potentialisé' de la communication inter-culturelle.

NOTES

- (1) Congrégation pour la doctrine de la foi, "Instruction sur la liberté chrétienne et sur la libération", Rome 1986, p.22, n°38, 37 ; p.15, n°24, p.5, n°3, n°4.
- (2) Jean XXIII, "Allocution du congrès de la presse sportive", in "Discorsi e messaggi di Giovanni XXIII", Roma 1960, vol.II, p.278.
- (3) Jean Paul II, "Audience aux représentants de la presse étrangère à Rome", in "Insegnamenti di Giovanni Paolo II", 1981, vol.I, pp.240-241.
- (4) Paul VI, Instruction pastorale "Communion et progrès", Rome 1971, n°13.
- (5) Ibidem, n°12.
- (6) Ibidem, n°181-182.
- (7) A. Zanacchi, "La sfida dei mass media", Alba 1977, p.134.
- (8) Jean Paul II, "Familiaris consortio", in "Insegnamenti di Giovanni Paolo II", 1981, n°2, pp.1030-1117.
- (9) Idem "XV° Giornata mondiale delle comunicazioni sociali", Ibidem, p.1203.
Idem, "Messaggia per la XIV° Giornata mondiale", in "Bollettino della Sala Stampa della Santa Sede", 1980, n°174, bis, p.4.
- (10) M. Lubis, "Interaction entre culture et communication", in "UNESCO", 1979, n°76, dd.2-3. 4.
- (11) M. Mc Luhan, "Understanding Media", London, 1964, pp.368, 168.
- (12) M. Boegner, "Cette presse malade d'elle-même", Paris, 1973, pp.81, 80.
- (13) M.-Cl. Vetraino-Soulard, "Les moyens électroniques de communication et la transformation de la culture", in D. De Kerckhove-A. Iannucci, "Mc Luhan e la metamorfosi dell'uomo", Roma, 1980, pp.90-91.
- (14) Ibidem, p.87.
- (15) Ibidem, p.88.
- (16) R. Barilli, "Mc Luhan e l'età postmoderna", in D. De Kerckhove-A. Iannucci, "Mc Luhan e la metamorfosi dell'uomo", op.cit., p.82.
- (17) M. Mc Luhan, "Understanding Media", op.cit., p.99.
- (18) S. Mc Bride, "Many Voices, One World", London, 1981, p.3.
- (19) G. Gusdorf, "La parole", Paris, 1977, p.63.
- (20) Commission internationale sur les problèmes de la communication, "Rapport intérimaire", in "UNESCO", Paris, 1978, p.23.
- (21) UNESCO, "Projet de plan a moyen terme 1984-1989", "Conférence générale : quatrième session extraordinaire", Paris, 1982, n°4XC4, p.83.
- (22) E. G. Bormann, "Communication Theory", New York, 1980, p.26.
- (23) Ch. Pagano, "Culture, communication et promotion humaine", in AA. VV. "Eglise, culture et promotion humaine", Paris, 1969, p.228.
- (24) C. Geffré, "Le nouvel âge de la théologie", Paris, 1972, p.70.
- (25) Y. Jolif, "Communion et communication à l'époque des masses média", in AA. VV. "Moyens de communication de masse et pastorale", Paris, 1978, p.110.
- (26) G. Gumpert-R. Cathcart, "The interpersonal and Media connection", in AA. VV. "Inter Media", New York, 1980, pp.24-25.
- (27) A. Bacquet, "Médias et christianisme", Paris, 1984, pp.89-90.
- (28) Voir l'évolution des mass media comme 'dons' de Dieu jusqu'à la communication elle-même 'don' de Dieu. Pie XII, encyclique "Miranda prorsus", in "Acta Apostolicae Sedis", 1957, p.765, in "Communion et progrès", op.cit., n°2.
- (29) Paul VI, Instruction pastorale "Communio et progressio", op.cit., n°9.
- (30) Jean XXIII, "Aux dirigeants de la presse provinciale française", in "Discorsi e messaggi di Giovanni XXIII", op.cit., 1961, vol.III, p.471.
- (31) Idem, "Allocution pour le cinquantenaire de l'Institut biblique", op.cit., 1960, vol.II, p.210.

- (32) Idem, "Aux journalistes du concile", in "Discorsi e messaggi di Giovanni XXIII", op.cit., 1962, vol.IV, p.602.
- (33) Idem, encyclique "Ad Petri cathedram", in "Discorsi ...", op.cit., 1959, vol.I, p.807.
- (34) Idem, "Aux journalistes au concile", op. cit., p. 502.
- (35) Ibidem, p. 503.
- (36) Paul VI, "Message pour la XII^e journée mondiale des communications sociales", in "Acta Apostolicae Sedis", 1978, p.342.
- (37) Idem, Instruction pastorale "Communion et progrès", in "Acta Apostolicae Sedis", 1971, n°17.
- (38) Idem, "Audience au 'National Council of Churches' des USA", in "Information service", 1969, n°7, p.15.
- (39) Jean Paul II, "Speech to the communicators in Poland", in "Bulletin de la Commission pontificale pour les communications sociales", 1979, p.19.
- (40) Ch. Pagano, "Culture, communication et promotion humaine", in "Eglise, culture et promotion humaine", Paris, 196, p.249.
- (41) Voir la perspective de l'étude: A. Joos, "Messaggio cristiano e comunicazione oggi", Verona, 1988, (4 volumes, 1.300 pp.).
- (42) B. Newitt, "The Communication Ecology", Toronto, 1982, p.89.
- (43) P.H. Madelin, "Approches sociologiques et anthropologiques des media", in AA. VV., "Le courage des prophètes", Paris, 1979, p.96.
- (44) Y. Jolif, "Communion et communication à l'époque des masses media", in AA. VV. "Moyens de communication de masse et pastorale", op.cit., p.110.
- (45) C. Guinchat - M. Menou, "Introduction générale aux sciences et techniques de l'information et de la documentation", Paris, 1981, p.20.
- (46) Ibidem, p.29.
- (47) Voir la perspective de l'étude: A. Joos, "Messaggio cristiano e comunicazione oggi", Verona, 1988, 4 vol., (surtout la partie I, les langages comme relation totale, et la partie III, la communication comme méthodologie d'existence.
- (48) C. Guinchat - M. Menou, "Introduction générale aux sciences et techniques de l'information et de la documentation", op.cit., p.23.
- (49) A. Delzant, "La communication de Dieu", Paris, 1978, p.177.
- (50) Voir les parties IV et V de l'étude: A. Joos, "Messaggio cristiano e comunicazione oggi", partie IV° "l'informazione", partie V°, "la simbolica", op.cit.
- (51) X. Eyt, "La foi chrétienne à l'épreuve des medias", in AA. VV., "Le courage des prophètes", op.cit., p.108.
- (52) W. Kasper, "Jesus der Christus", Mainz, 1975, p.310.
- (53) Voir A. Joos, "Messaggio cristiano e comunicazione oggi", partie V°, "La simbolica".
- (54) R. Alleau, "La science des symboles", Paris, 1982, p.107.
- (55) Ibidem, pp.112-113.
- (56) L.-M. Chauvet, "De la symbolique au symbole", Paris, 1979, p.20.
- (57) H. Lefebvre, "Le langage et la société", Paris, 1966, p.41.
- (58) P. Florenskij, "Stolp i utverzdenie istiny" (la colonne et le fondement de la vérité), Moskva, 1917, pp.19-20/15-16; Milano, 1974, pp.54-55/52-53.
- (59) G. Gumpert - R. Cathcart, "The Interpersonal and Media Connection", "Introduction", in AA. VV., "Inter Media", op.cit., pp.26-27.
- (60) Ch. Pagano, "Communication et moyens de communication", in AA. VV., "La communication audio-visuelle", Paris, 1969, p.21.
- (61) J. Caseneuve, "L'homme téléspectateur", Paris, 1974, p.64.
- (62) Ch. R. Wright, "Mass Communication", New York, 1964, p.15.
- (63) Ch. Pagano, "Communication et moyens de communication", op.cit., pp.51-52.
- (64) J. Gritti, "Codes narratifs et parcours biblique", in "Foi et langage", Paris, 1977, pp.31-32.
- (65) E. Carpenter, "The new Languages", in G. Gumpert - R. Cathcart, "Inter Media", op.cit., p.435.
- (66) E. Hall, "The Hidden Dimension", New York, 1966, p.93.
- (67) L. Wittgenstein, "Philosophische Untersuchungen", Oxford, 1968, p.137.
- (68) E. Carpenter, "The New Languages", op.cit., p.446.
- (69) Ibidem, p.446.

- (70) D. De Kerkhove, "Techniques d'intuition", in D. De Kerkhove - A. Iannucci, "Mc Luhan e la metamorfosi dell'uomo", op.cit., p.35.
- (71) Jean Paul II, "Messaggio per la XV^o Giornata mondiale delle comunicazioni sociali", in "Insegnamenti di Giovanni Paolo II", 1981, vol.1, p.1205.
- (72) Ibidem, pp.1206-1207.
- (73) Paul VI, Instruction pastorale "Communio et progressio", op.cit., n°45-46.
- (74) Voir les formulations préférentielles du document de la Congrégation pour la doctrine de la foi sur liberté et libération, op.cit.
- (75) UNESCO, "Comprendre pour agir", Paris, 1977, p.351.
- (76) UNESCO, International Commission for the Study of Social Communication Problems, "From Freedom of Information to the free Flow of Information", 1976, n°8, p.13.
- (77) Voir la littérature sur la théorie de l'information et son interprétation anthropologique: e.g. R. Escarpit, "Théorie de l'information et pratique politique", Paris, 1981, p.16.
- (78) H. Marcuse, "L'homme unidimensionnel", Paris, 1970, p.274.
- (79) B. Voyenne, "Il diritto all'informazione", op.cit., pp.85-86.
- (80) Ibidem, pp.84-85.
- (81) UNESCO, Commission internationale pour les problèmes de communication, "Rapport intérimaire", Paris, 1976, p.67.
- (82) M. Masmoudi, "Le nouvel ordre mondial de l'information", in "UNESCO", 1976, n°31, p.6.
- (83) J. Heinrichs, "Theory of practical Communication: a Christian Approach", in "Journal of the World Association of Christian communicators", 1981, n°4, pp.7-8.
- (84) G. Gusdorf, "La Parole", op.cit., p.60.
- (85) E. Hall, "The hidden Dimension", op.cit., pp.1-2.
- (86) Ibidem, p.2.
- (87) R. Jakobson - M. Halle, "Fundamentals of Language", New York, 1956, p.74.
- (88) R. Escarpit, "Théorie de l'information et pratique politique", Paris, 1981, p.20.
- (89) U. Eco, "Opera aperta", Milano, 1980, pp.113-114.
- (90) E.G. Bormann, "Communication Theory", op.cit., pp.36-37.

sophistik in den medien

peter henrici

Als "sophisticated" bezeichnet man heute oft die elektronischen Medien und deren Produktionen. Dürfen wir in diesem Ausdruck eine Erinnerung an die alte griechische Sophistik sehen? Oeffnet die technische oder künstlerische Sophistik das Tor zu einer neuen Sophistik?

Es wäre leicht, kulturelle Parallelen zwischen der Zeit der griechischen Sophisten und unserer Gegenwart zu ziehen. In einer Zeit kulturellen Umschwungs und politischen Niedergangs wollten die Sophisten das Hinfällige (und das war vor allem die überlieferte Götterwelt) der Kritik anheimgeben und neue Grundlagen des menschlichen Zusammenlebens schaffen. Sie erklärten die "Areté", die Lebenstüchtigkeit, die zu öffentlichem Erfolg und Sozialprestige führt, für erlernbar und lehrten die "Technik" (eines ihrer Lieblingsworte!) solcher Machbarkeit. In einer Zeit der Demokratisierung, wo Volksversammlungen und Gerichtsverhandlungen das Leben beherrschten, bestand die Technik des Lebenserfolgs in der Kunst der Ueberredung. Auch ohne Massenmedien war die Gesellschaft im Athen des 5. Jahrhunderts von der Sozialkommunikation geprägt, und was die Sophisten lehrten war eine Kommunikationstechnik. Man wird an moderne Werbetechnik, public relations und politische Propaganda erinnert, wenn man den platonischen Gorgias seine Kunst der Ueberredung preisen hört, die "alle andern Künste hoch überrage. Denn sie macht sich alles dienstbar, und zwar nicht mit Gewalt, sondern durch freie Ueberzeugung, kurz sie sei weitaus die trefflichste aller Künste (1); dank ihrer würden erst die grossen Werke im Staate vollbracht, sie erstlasse die Kunst der Aerzte, der Schiffsbaumeister und aller andern Fachleute zum Zuge kommen (2); durch die Kraft des Wortes lasse sie das Kleine gross und das Grosse klein erscheinen, das Neue alt und das Alte neu, wobei sie lehre, über jedweden Gegenstand in äusserster Kürze und in grösster Ausführlichkeit zu sprechen ... (3)" - alles Techniken, die auch der heutige Werbefachmann beherrschen sollte.

Hier möchten wir uns jedoch nicht bei solchen allgemeinen und mit immer anfechtbaren Vergleichen aufhalten. Aristoteles hat uns in seiner Schrift über die sophistischen Beweisführungen eine vertiefte Analyse der sophistischen Argumentationstechniken gegeben. Sie mag vielleicht historisch nicht durchwegs zuverlässig sein; doch ist sie für die logische Bestimmung von Sophistik überhaupt massgeblich geworden. Anhand dieser aristotelischen Darstellung wollen wir uns hier fragen, ob und wie weit der Begriff "Sophistik" auch auf die Ausdrucksformen der heutigen audiovisuellen Medien angewendet werden kannte.

Die aristotelische Analyse der Sophistik

Bei Platon wird die sophistische Ueberredungskunst als Rhetorik bezeichnet, und mit den Kategorien der Rhetorik hat man auch schon öfters die Aussageformen der audiovisuellen Medien zu analysieren versucht (4). Aristoteles dagegen ordnet die Sophistik nicht der Rhetorik, sondern der Dialektik zu. Die "Sophistischen Beweisführungen" bilden das 9. und letzte Buch seiner Topik. Ja es sieht so aus, als sei die ganze Topik, als Technik des Auffindens wahrer Beweisgründe, von Aristoteles im Gegenzug zur Sophistik entwickelt worden. So rühmt er sich jedenfalls im Schlusskapitel (5), er habe mit diese gänzlich neuen Wissenschaft die bloss auswendig zu lernenden Kunststücke der Sophisten durch eine auf Einsicht beruhende Theorie der Beweisfindung ersetzen wollen. Es war die Möglichkeit sophistischer, d.h. scheinbar schlüssiger und doch offensichtlich irriger Argumentation, die überhaupt erst zur Entdeckung des Syllogismus geführt hat.

In der aristotelischen Analyse verdienen drei Punkte besondere Beachtung. Zunächst: Sophistik gibt es nur in einer Kommunikationssituation, näherhin im *Dialog*. Im 2. Kapitel seiner "Sophistischen Beweisführungen" unterscheidet Aristoteles vier Arten von Dialog (6): den Lehrdialog zwischen Meister und Schüler, die dialektische Untersuchung der im menschlichen Diskurs auftretenden Widersprüche, die kritische Diskussion der von einem Gesprächspartner aufgestellten These, und schliesslich das sophistische Streitgespräch - eine Art Denkspiel, bei dem es nur darauf ankommt, den Partner in Widersprüche zu verwickeln. Während die ersten drei Arten des Dialogs zwei echt an der Wahrheit interessierte Partner voraussetzen, braucht der sophistische Streitredner nur ein beliebiges Opfer seiner dialektischen Künste, und die Demonstration seiner Kunstfertigkeit ist für die Umstehenden mindestens ebenso unterhaltsam und anregend wie für den Angesprochenen. Die Sophistik wendet sich stets an ein Publikum.

Sie stützt sich, zweitens, auf die *Mehrdeutigkeit der sprachlichen Zeichen*. Eine formal scheinbar richtige, inhaltlich jedoch falsche Beweisführung wendet richtige Regeln auf mehrdeutige Zeichen an. Die aristotelische Einteilung der Sophismen beruht auf einer Klassifizierung dieser Mehrdeutigkeiten. So gibt es einerseits Mehrdeutigkeiten, die im sprachlichen Ausdruck selbst liegen (*fallaciae in dictione*), andererseits solche, die sich erst aus der ganzen Sprechsituation ergeben (*fallaciae extra dictionem*). Wir werden bei der Aufzählung möglicher audiovisueller Sophismen auf diese Einteilung zurückgreifen.

Der Anschein einer richtigen Beweisführung wird, drittens, dadurch erweckt, dass die mehrdeutigen Zeichen in einen *logisch stringenten Gedankengang* eingebaut sind. Hier liegt die eigentliche Entdeckung der Sophisten, die Aristoteles thematisiert hat. Die sprachlichen Zeichen dienen nicht nur, grammatikalisch richtig angeordnet, zur Vermittlung von Sinn und Bedeutung; sie dienen nicht nur dazu, in rhetorisch kunstvoller Anordnung, den Hörer zu beeindrucken; es gibt auch eine schlussfolgernde Verknüpfung dieser Zeichen, die das Ausgesagte als gedanklich richtig und "wahr" erweist. Zwischen den auf *Mitteilung* abzweckenden Regeln der Grammatik einerseits und der Rhetorik

andererseits stehen die auf *Wahrheit*, bzw. Sachgemässheit des Diskurses ab Zweckenden Regeln der Logik.

Diese Logik ist heute im Blick auf die Mediensprachen sozusagen noch einmal neu zu entdecken. Dass die audiovisuellen Sprachen ihre eigene Grammatik und die Medien ihre eigene Rhetorik haben, ist inzwischen zur Genüge bekannt. Doch gibt es auch so etwas wie eine audiovisuelle Logik? Gibt es Regeln, die auf die innere Folgerichtigkeit und "Wahrheit" eines audiovisuellen Diskurses abzielen? Wenn man zeigen kann, dass sich die Mediensprachen für sophistische Trugschlüsse hergeben, ist man einer Antwort auf diese Fragen einen Schritt näher gekommen.

Sophistik in den Medien?

Zwei Einschränkungen sind gleich zu Beginn der weiteren Untersuchung zu machen. Unsere Anfrage richtet sich, erstens, nicht an die Sprachmedien, sondern an die Mediensprachen. Dass in den Sprachmedien (Presse, Rundfunk, Fernsehkommentare, Bildschirmtext ...) so gut wie in jeder anderen Sprechsituation sophistische Argumente vorgebracht werden können, steht ausser Frage. Für die nicht-begrifflichen, mit Bild und Ton assoziativ arbeitenden audiovisuellen Sprachen stellt sich jedoch ein neues Problem. Zwar sind auch in diesen Sprachen wahre oder falsche Aussagen möglich, und die dabei gebrauchten Zeichensysteme sind mindestens ebenso vieldeutig wie die begrifflichen - eine erste Voraussetzung für ihre sophistische Verwendung. Doch kann es in diesen Sprachen auch so etwas wie argumentatives Schlussfolgern geben?

Auf der Suche nach einer Antwort drängt sich eine zweite Einschränkung auf. Für unsere Untersuchungen kommen nur Medientexte in Frage, die auf eindeutige Behauptungen und damit auf Wahrheit und Zustimmung abzielen. Solcher Art sind die "Botschaften" der Werbung, der politischen Propaganda und der Information. Rein narrative oder bloss unterhaltende Medientexte erwarten keinerlei Zustimmung und legen deshalb auch keine Trugschlüsse vor. Sie können allenfalls zu Missverständnissen Anlass geben; doch hier fragen wir nicht nach subjektiven Missverständnissen, sondern nach objektiv irreführenden Beweismitteln.

Das führt zu einer letzten Klarstellung. Sophistische Argumentation ist weder einfache Lüge noch blosser Redekunst. Die Lüge täuscht, indem sie die Wahrheit vorenthält; die Rhetorik überredet; der sophistische Trugschluss dagegen vermittelt *Ueberzeugung* von der Wahrheit des Falschen. Während die Rhetorik mit emotiven Mitteln arbeitet, arbeitet die Sophistik mit rationalen. Hier liegt der entscheidende Fragepunkt. Kann es im Bereich der Mediensprachen so etwas wie rationalen Diskurs geben? Das *Videtur quod non* ist so evident, dass es gar nicht namhaft gemacht werden muss. Die aristotelische Analyse der sophistischen Kommunikationssituation kann jedoch zu einer anderen Antwort führen. Der eristische Dialog, sagt Aristoteles, ist für die Zuhörer genauso interessant und überzeugend wie für den Mitunterredner - eine Einweg-Kommunikation, in der wir bereits die Situation des Medienadressaten vorgebildet finden. Dennoch braucht die sophistische Argumentation den Di-

alog; sie ist nicht einfach Rhetorik, weil sie erst in der Aufnahme und Verarbeitung durch den Dialogpartner schlüssig wird. Sophistische Syllogismen sind dazu bestimmt, vom Verstand des Zuhörers nachvollzogen zu werden; so erst führen sie zur (falschen) Ueberzeugung. In diesem Sinne sind alle Zuhörer bei einem erischen Dialog virtuelle Dialogpartner.

Von hier aus legt sich ein Analogieschluss zum Medienadressaten nahe. Die Medien bombardieren den Zuhörer und Zuschauer nicht nur mit Sinneseindrücken; oft lösen sie in ihm auch einen eigenen Denkvorgang aus. Das lässt sich durch einen Vergleich des Medienadressaten mit den Zuhörer bei einer öffentlichen Rede verdeutlichen. Der Zuhörer einer Rede scheint in die Rolle des passiven Kommunikationsempfängers abgedrängt zu sein. Der Redner allein spricht, wie das Medium allein seine "Botschaft" vermittelt. Doch reagiert der Redner seinerseits auf die Reaktionen des "Publikums"; seine Argumente, sein Tonfall, usw. werden je und je auf dieses Publikum abgestimmt zu dem der einzelne Zuhörer gehört. Der Medienkonsument dagegen sitzt dem Medium allein gegenüber, wie der Leser eines Buches. Es gibt keine Wechselwirkung zwischen ihm und dem Medium. Das der Massenkommunikation angemessene Modell ist paradoxerweise nicht das der öffentlichen Rede, sondern jenes des Einzeldialogs (7). Schon das Buch, das älteste Massenmedium, hat dialogale Struktur. Es erheischt die Mitarbeit des Lesers, der den Gedankengang des Autors nachzuvollziehen und als richtig zu beglaubigen hat oder, im Fall einer Erzählung, mit seiner Phantasie Schauplatz, Figuren und Handlung lebendig werden lassen muss. Lesen ist Wieder-Erarbeitung des Gelesenen und deshalb ein fortwährendes Zwiegespräch zwischen dem vom Autor Geschriebenen und dem Denken oder der Phantasie des Lesers (8). In einer ähnlichen Situation befindet sich jeder Medienkonsument. Er hat nie ein eigentliches Gegenüber, sondern immer nur eine "Sache" vor sich, ein Medienprodukt, das nicht einmal das Werk eines einzigen Autors, sondern immer Ergebnis eines Teamworks ist (9). Dieses Produkt nun muss der Medienkonsument "lesen". Er hat nicht nur den Aussagewert der Zeichen zu verstehen, sondern soll vielfach auch zu dieser Aussage seine Zustimmung geben, sie sich zu eigen machen. Das ist nur gedanklich möglich. Im Gegensatz zu weitverbreiteten behavioristischen Medientheorien intendieren die Medien - gerade in Werbung, Propaganda und Information - nicht so sehr eine (allenfalls verzögerte) Augenblicksreaktion, sondern eine Langzeitwirkung durch persönliche, nach und nach aufgebaute Ueberzeugungen - ähnlich dem Lehrvortrage (10). Eine Ueberzeugung kommt dadurch zustande, dass aktuelle Aussagen mit bereits feststehenden und als wahr angenommenen Prinzipien verknüpft werden: das heisst durch Schlussfolgerung.

So legen die Medien zwar selbst keine Syllogismen vor, sie wollen jedoch im Adressaten schlussfolgerndes Denken provozieren. Hier liegt der Ansatzpunkt für eine neue Sophistik. Gleich der klassischen Rhetorik (11) arbeitet die Medienlogik vorwiegend mit Enthymemen. Sie stellt auf die im Adressaten unausgesprochen vorliegenden Prämissen für die angezielten Schlussfolgerungen ab. Trugschlüsse aber kommen umso leichter zustande, wenn die allgemeine Prämisse unausgesprochen bleibt.

Bevor wir nun diese Theorie auf verschiedene Medienaussagen anwenden, sei dem Philosophen noch eine historische Randbemerkung erlaubt. Was wir

hier darlegten, ist nichts anderes als die klassische philosophische, von Platon in Auseinandersetzung mit der Sophistik entwickelte und seither immer wieder vorgelegte (12) Kommunikationstheorie, derzufolge die Kommunikation dem Hörer nur dazu verhilft, in sich selbst die Wahrheit zu suchen und zu finden. Von dieser Theorie aus wurde die Lehre von den Schlussfolgerungen entwickelt: sie erklärt, wie einer für sich selbst von bekannten Wahrheiten aus zu anderen, unbekanntem finden kann. In der Neuzeit wurde dieses syllogistische Erkenntnismodell durch das Modell der unmittelbaren Einsicht oder Evidenz ersetzt. Die logischen und rhetorischen Argumentationsformen kamen mehr und mehr ausser Gebrauch. So kam es zu einem Grundirrtum bezüglich der Medienkommunikation. Man meint, die Medien vermittelten Evidenz, persönlich Einsicht in den Sachverhalt - während sie doch niemals die Wirklichkeit, ja nicht einmal *Abbilder*, sondern immer nur *Ausdeutungen* der Wirklichkeit zeigen. Diese Verwechslung des re-produzierten Bildes mit dem unverstellten Blick auf die Wirklichkeit könnten wir als den transzendentalen Schein der Medienwahrnehmung oder als audiovisuelles Metasophisma bezeichnen. Es liegt all den anderen, nun namhaft zu machenden Sophismen zugrunde.

Audiovisuelle Sophismen

Die im folgenden versuchte Auflistung möglicher audiovisueller Sophismen erhebt keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit. Wir leiten diese Sophismen nicht, wie es für einen exakten Nachweis notwendig wäre, aus den Strukturen der audiovisuellen Sprachen und aus den Situationen der Medienkommunikation ab, sondern übernehmen zunächst einfach einmal die aristotelische Einteilung der Sophismen (13) und sehen zu, ob dergleichen auch in einer audiovisuellen Sprache möglich ist. Dabei denken wir vor allem an die Werbe- und Informationssendungen im Fernsehen (die ja den wichtigsten abendlichen Sendeblock bilden), sowie an die illustrierte Presse in ihrer Informations- und Werbefunktion.

Als erste Quelle von Sophismen führt Aristoteles die Aequivokation oder *Homonymie* an, die Doppelbedeutung des gleichen Wortzeichens. Auch Bildgestalten können äquivok sein - am deutlichsten die eindeutig "zweideutigen" Bilder mit sexueller Nebenbedeutung.

Im Werbekontext verwendet, geben sie Anlass zu folgendem Trugschluss: Was mich interessiert, ist für mich wichtig (und deshalb anzuschaffen); nun interessiert mich aber der abgebildete Gegenstand (sexuell); also ist er (nicht als Sexualobjekt, sondern als Marktgegenstand) für mich wichtig. Wir haben es mit einer klassischen *quaternio terminorum* (Doppelsinnigkeit des Mittelbegriffs) zwischen dem sexuell Interessanten und dem Lebenswichtigen zu tun.

Bereits etwas komplexer ist die *Amphibolie*, d.h. jene Doppeldeutigkeit, die durch die Einbettung des gleichen Bedeutungsinhalts in zwei verschiedene Kontexte zustande kommt. Anlass zu Amphibolie geben vor allem die Symbole. Sie sind bereits bedeutungsgeladen; doch ändert sich ihre Bedeutung je nach dem Kontext, in dem das Symbol steht. Symbole sind wesentlich polyva-

lent, und zugleich Wertträger - so eignen sie sich bestens zu werbetechnischen Sophismen, beispielsweise wenn religiöse Symbole mit Verkaufsgegenständen assoziiert werden. Der Trugschluss besteht darin, dass mich das religiöse Symbol als wertträchtig anspricht und dieses Werterfahren zugleich auf den Verkaufsgegenstand abgelenkt wird - etwa nach folgendem Schema: Religiöse Symbole weisen auf einen hohen Wert hin; nun aber weist hier das religiöse Symbol (z.B. religiös gefärbte Begleitmusik) auf diesen Gegenstand hin; also muss er ein hoher Wert sein. Das Symbol ist im Doppelsinn als religiöser Hinweis und als Werbehinweis ausgenutzt worden.

Eine dritte Art von Sophismen bildet nach Aristoteles der *sensus compositus et divisus*, d.h. die Verwechslung eines Individuums an sich (z.B. Titius) mit seiner jeweiligen Situation (als Sitzender, etc.). Dieses Sophisma findet sich häufig in Informationssendungen, wenn Bildmaterial aus dem Archiv verwendet wird. Der zum Nachrichtentext im Bild Gezeigte ist zwar die richtige Person, doch ist er nicht in der Situation abgebildet, von der die Nachricht spricht. So kommt es zu Trugschlüssen folgender Art: Das Bild zeigt mir (besser als die Worte), wie es wirklich war; nun zeigt mir das Bild aber einen gelangweilten Bundeskanzler, während von der Haushaltdebatte die Rede ist; also hat sich der Bundeskanzler während der Haushaltdebatte gelangweilt ...

Eine vierte Art der Vieldeutigkeit des sprachlichen Ausdrucks findet Aristoteles schliesslich in der *falschen Akzentsetzung*. Sie komme allerdings nur selten vor; denn sie sei nur dort möglich, wo ein (unakzentuiert) geschriebenes Wort mit falschem Akzent gelesen werde. In den audiovisuellen Sprachen scheint dieses Sophisma gang und gäbe zu sein. Das gleiche Bild, die gleiche Tonfolge können ganz verschiedene Bedeutungen annehmen, je nach dem Nachdruck, der darauf gelegt wird. Die Akzentuierung (in Format, Farbe, Dauer, Lautstärke, Wiederholung, etc.) legt den Schluss nahe, das nachdrücklich Vorgetragene sei wichtig, das Akzentfreie nebensächlich.

Dass in Rockkonzerten Intimstes oder Belangloses mit erstickter Stimme und ohrenbetäubender Lautstärke vorgetragen wird, bildet eigentlich ein ständiges Sophisma; die Strassen- und Leuchtreklame böte ein anderes Beispiel. Damit haben wir die wichtigsten Anwendungsbeispiele der aristotelischen *fallaciae in dictione* (Sophismen aufgrund sprachlicher Zweideutigkeit) aufgezählt. Die *fallaciae extra dictionem*, d.h. Sophismen die sich erst aus der ganzen Redesituation ergeben, sind schwerer aufzuzählen, und man ist sich heute darüber einig, dass die aristotelische Aufzählung keineswegs als vollständig gelten kann. So wollen wir hier nur exemplarisch auf einige dieser möglichen Trugschlüsse hinweisen.

Der Trugschluss vom *dictum secundum quid* zum *dictum simpliciter*, den einen bestimmten Gesichtspunkt mit dem Sachverhalt schlechthin verwechselt, gehört zum Grundbestand der audiovisuellen Sophismen. Jedes Bild kann immer nur einen Ausschnitt zeigen und ist immer von einem ganz bestimmten Blickwinkel aus aufgenommen. Doch gerade wegen dieser unabdingbaren Standortbedingtheit wird der Betrachter normalerweise annehmen, dass es stellvertretend für das Ganze stehen kann, *pars pro toto*. Ist dies nicht der Fall (ohne dass dies angezeigt würde), so liegt ein Sophisma vor. Derlei Sophismen werden uns sozusagen Abend für Abend serviert. Wenn ein Panzerwagen in einer Strasse gezeigt wird, nimmt der geneigte Zuschauer an, die

ganze Stadt sei voller Panzer. Demonstrationen sehen auf dem Bildschirm fast grundsätzlich imposanter oder bedrohlicher aus, als wenn man zwei Häuserblocks davon entfernt wohnt, usf.

Das Verfehlen des Fragepunkts, die *ignoratio elenchi* liegt nach Aristoteles allen andern Trugschlüssen zugrunde. In den Medien liegt dieser Trugschluss bereits vor, wenn Informationsmedien keine Information, sondern Klatsch bieten, oder wenn ein Reinigungsmittel nicht wegen seiner Reinigungskraft, sondern wegen seines Zitronenduftes oder seiner Werbegeschenke angepriesen wird. Dagegen ist es kein Sophisma, sondern ein audiovisueller Hörfehler, wenn der Medienadressat das literarische Genus einer "Botschaft" nicht richtig erfasst, und etwa "Zelig" als Dokumentarfilm oder Orson Welles "War of the World" als Informationssendung auffasst.

Eine *petitio principii*, ein Zirkelschluss nimmt das, was erst noch zu beweisen wäre, zum Ausgangspunkt des ganzen Beweisganges. Einen solchen Zirkelschluss begeht die Werbung, wenn sie ein Bedürfnis zu befriedigen vorgibt, das sie selbst erst weckt.

Eine andere, nicht allzu seltene Form eines solchen Zirkelschlusses ist die Beglaubigung eines Experten oder einer bedeutenden Persönlichkeit durch die Tatsache, dass sie im Fernsehen auftritt ...

Die falsche Kausalverknüpfung schliesslich, das *post hoc, ergo propter hoc*, ist in der audiovisuellen Sprache als solcher nicht möglich; denn es ist ja ein Bildsprache, die mit Assoziationen arbeitet, und eine solche Sprache kann überhaupt keine Kausalaussagen machen; ein Kausalverhältnis kann in ihr gar nicht anders als durch ein *post hoc* ausgedrückt werden. Wenn die Bilder eines Deodorants und eines strahlenden Tanzpaars unmittelbar aufeinander folgen, dann ist das kein Sophisma, sondern echte Anzeige einer Kausalverknüpfung - über deren Richtigkeit man zweifeln mag. Dagegen ist in einer assoziativen Sprache der andere Trugschluss des *post hoc, ergo cum hoc* möglich. Bruchlos aufeinanderfolgende Bilder oder Bildabläufe wird man spontan als zusammengehörig betrachten und von da aus auf einen Zusammenhang der gezeigten Sachverhalte schliessen. Die Aufeinanderfolge verschiedener Nachrichten in einer Tagesschau kann so, besonders wenn sie sich stereotyp wiederholt, zum Sophisma werden.

Brechen wir hier ab. Sachlich wird unsere Auflistung audiovisueller Sophismen ohnehin nicht viel Neues zutage gefördert haben. Aber vielleicht kann der Versuch, logische Kategorien auf Medienaussagen anzuwenden, bei der Beantwortung der Frage helfen: Gibt es Wahrheit in den Medien?

ANMERKUNGEN

- (1) PLATON, Philebos 58 a-b.
- (2) PLATON, Gorgias 455 b-456 c.
- (3) PLATON, Phaidros 267 a-b.
- (4) Beispielsweise G. DYER, Advertising as Communication, London 1982, S. 158-182; V. ZECCHETTO, Comunicación y actitud crítica, Buenos Aires 1986, S. 79-92.
- (5) ARISTOTELES, Topik IX, 34, 183 b - 184 b.
- (6) ARISTOTELES, Topik IX, 2, 165 a-b, mit dem Kommentar von E. WEIL, La place de la logique dans la pensée aristotélicienne, in: Revue de Métaphysique et de Morale 56 (1951), 301-302.

- (7) Vgl. die entwickelteren linearen Kommunikationsmodelle, beispielsweise das Gerbnersche, und die Gegenüberstellung von Rede- und Dialogsituation bei Ch. PERELMAN - L. OLBERECHTS-TYTECA, *Traité de l'argumentation*, Bruxelles 1970, § 7-8.
- (8) Man meditiere hierzu die Ausführungen PLATONS über die Hilflosigkeit des geschriebenen Wortes, das sich gegen seine Leser nicht verteidigen kann (Phaidros 275 c-d).
- (9) Hier liegt wohl der Grund, weshalb die direkte Anrede an den Zuschauer im Fernsehen so wenig kommunikativ wirkt - gerade noch gut genug für den Nachrichtensprecher, die Ansagerin und das Wort zum Sonntag.
- (10) Die Vorlesung unterscheidet sich von der Rede dadurch, dass sie nicht unmittelbar bewegen, sondern dauernde Einsicht und Ueberzeugung wecken will. Deshalb verwendet sie logische und nicht rhetorische Mittel. Sie steht dem Dialog näher als der öffentlichen Rede. Vgl. ARISTOTELES, *Topik IX, 2*, 165 a-b, mit dem Kommentar von E. WEIL und PERELMAN-OLBERECHTS §6.
- (11) ARISTOTELES, *Rhetorik I, 1*, 1355 a und *II, 22*, 1395 b.
- (12) Namentlich von AUGUSTINUS (*De Magistro*), LEIBNIZ und KIERKEGAARD (die "indirekte Mitteilung").
- (13) ARISTOTELES, *Topik IX, 4-5*, 165 b - 168 a.

overheidsvoorlichting in nederland

anne van der meiden

De staties van een "comfortabele" martelgang

Overheidsvoorlichting heeft in Nederland een betrekkelijk grote vlucht genomen, met name na de tweede wereldoorlog. Alle departementen kregen in de loop der jaren na de bevrijding de beschikking over vrij goed geoutilleerde diensten voorlichting of in- en externe betrekkingen. Op provinciaal en gemeentelijk niveau opereren reeds enkele decennia enkele honderden professionele voorlichters, die zich in een eigen vereniging voor voorlichtingsambtenaren bij lagere overheden (V.V.A.) hebben gebundeld. De departementale voorlichters en de hoofden voorlichting van de grote steden zijn lid, althans voor een deel, van de Vereniging voor Public Relations en Voorlichting NGPR, die bijna 900 leden telt. Overheidsvoorlichting staat in Nederland, in tegenstelling tot vele andere Europese landen, voortdurend in de belangstelling. Niet in het minst ook, omdat er de laatste jaren ernstige discussies zijn ontstaan over de grenzen van de overheidsvoorlichting. In deze discussies staan kernvragen centraal als: mag overheidsvoorlichting propaganda voeren voor het beleid van de "zittende" regering? Moet de overheid zelf media ontwerpen om zich, om de reguliere media heen, tot het publiek te wenden met zaken die zij zelf belangrijk vindt en in een toonzetting die zij zelf verkiest? En een nog actueler vraag: moeten voorlichters meehelpen aan het profileren van de persoon van een minister of burgemeester, aan de "verkoop" van zijn of haar beleid, in plaats van uitsluitend verklarend en toelichtend bezig te zijn. In dit artikel wil ik met de lezers langs enkele staties gaan van deze interessante route. Een comfortabele martelgang, zoals we zullen zien.

Theoretische aspecten

De theorievorming inzake de overheidsvoorlichting is in Nederland niet onderontwikkeld. Men kan echter nog niet spreken van een uitgebalanceerde (tak van) wetenschap en zeker niet van een samenhangend theoretisch model. Er is eerder sprake van deelstudies en concept-modellen van onderdelen van het vakgebied. De reflectie op deze communicatie-modaliteit is uiteraard sterk gedomineerd door de wisselende praktijk (Dekker, 1969, 220). De kern van de overheidsvoorlichting is zonder enige twijfel het verstrekken van informatie door de overheid aan de burgers. Deze activiteit is gefundeerd in twee juridische uitgangspunten: de plicht van de overheid tot informatie (Schelhaas, 1979) en het recht van de burger op informatie. Dat laatste recht is grondwettelijk verankerd en ten aanzien van het recht van de burger op toegang tot de informatie kent Nederland sedert 1980 een Wet Openbaarheid van Bestuur. Het proces dat tot deze wet heeft geleid mag met recht een martelgang worden genoemd. Doch daarover straks. Terugkomend op de

deelstudies: interessant is de theorievorming rond de communicatieprocessen die in de overheidsvoorlichting een rol spelen. Het onderzoek van C.B.M. van Riel b.v. naar de werking van zogenaamde intermediaire kaders, "filterstations" in de processen van informatie-overdracht, moet hier zeker worden genoemd (Van Riel, 1986). Eveneens zijn tal van onderzoeken verricht naar de effecten van grote voorlichtingscampagnes, maar van een omvattend onderzoek naar de beleving van overheidsvoorlichting bij de burgers, is slechts zeer ten dele sprake. Een van de terreinen waarover nog het meest is nagedacht en dat ook door onderzoek is geëxploreerd, is dat van de geschiedenis van de overheidsvoorlichting (Hemels). Een standaardwerk over de positionering van de overheidsvoorlichting in de Nederlandse samenleving, mede aan de hand van de begripsbepaling van voorlichting b.v. ten opzichte van propaganda, is de dissertatie van Vogelaar (1955). Tal van kleine deelstudies zijn verschenen over onder meer de gemeentelijke voorlichting (Katus en Nijhof). Terug naar de definities.

J. Katus definieerde in zijn dissertatie (1984, 261) overheidsvoorlichting als: "een vorm van sociale communicatie, waarbij stelselmatig wordt gestreefd naar overdracht van informatie, teneinde de burger in staat te stellen zelfstandig en bewust een mening te vormen en besluiten te nemen met betrekking tot een probleemsituatie". Deze definitie is duidelijk geworteld in de overtuiging, dat overheidsvoorlichting zich niet moet verwijderen van de reeds genoemde twee pilaren waarop ze steunt: de plicht tot en het recht op. Overheidsvoorlichting beoogt de effectuering van beide, recht en plicht.

Nota's, nota's...

Deze begrippen stonden ook centraal in de vele nota's die in Nederland zijn geschreven over dit onderwerp. Alleen al deze nota's vormen een reeks interessante staties voor kritisch-respectvolle theoretici (Van der Meiden en Fauconnier, 1986, 44 V.V.).

De reeks begint eigenlijk in 1946, als de Adviescommissie Overheidsbeleid inzake Voorlichting (de Commissie van Heuven-Goedhart) haar rapport laat verschijnen. Er was begrijpelijk, orde op zaken nodig. Wat voor de oorlog in Nederland op dit terrein was gepresteerd, behoeft nauwelijks vastgelegd te worden in de geschiedenisboekjes. In 1920 werd de eerste persreferendaris op Buitenlandse Zaken aangesteld, in 1933 werd de Regeringspresident in het leven geroepen en in 1940, in ballingschap in Londen, de Regeringsvoorlichtingsdienst. Vooral moest er orde op zaken komen wat betreft de infiltratie van "propaganda" in de overheidsvoorlichting. Tijdens de oorlogsjaren had Dr. Goedewaagen, de onder de Duitse bezetter opererende leider van volksvoorlichting en propaganda, een vergiftigde atmosfeer rond de voorlichting geschapen. Nederland wilde nieuwe wegen gaan. De overheidsvoorlichting werd teruggedrongen binnen haar democratische grenzen. Dat gebeurde nog eens en duidelijker in 1970, toen de zogenaamde Commissie Biesheuvel het Rapport "Openbaarheid Openheid" deed verschijnen. Toch bleek toen reeds, vooral uit een kleine minderheidsnota die aan het rapport werd toegevoegd, dat niet alle commissieleden het "puriteins" geloof kritiekloos aanhin-

gen. Kon men blijven spreken van een voorlichting die niets anders bedoelde dan verklaring en toelichting van het overheidsbeleid? Geheel neutraal, als een "koude bakker" die broodjes doorverkoopt uit andermans oven? Een strikt clean instrument, dat zich niet in beleid mengt, maar slechts overdraagt aan mensen die het weten moeten of er om vragen? Of mag men in de geest van die twee basisbegrippen, "recht en plicht", iets verder gaan en stellen dat een regering BAAT heeft bij een goede voorlichting? Dat zij wel degelijk aan haar imago mag werken tegenover de burgerij en dat overheidsmiddelen mogen worden aangewend om die imago-bouwende activiteiten te ondersteunen? Of, om het in de geest van de genoemde minderheidsnota te zeggen: kent de PR van de overheid niet een opdracht die ruimer is, dan die welke aan de overheidsvoorlichting kan worden toegewezen? Gaat het niet ook om b.v. de bevordering van actieve belangstelling van de burgers voor alles wat de overheid doet? Gaat het bij de overheid niet ook om intensieve bestudering van de maatschappelijke ontwikkelingen waarin het beleid van de overheid moet "landen"? En wil dat niet zeggen, aldus de eigen exegese, dat de overheid niet kan volstaan met de koele weergave van de besluiten, maar dat PR wel degelijk wordt ingeschakeld bij de totstandkoming van besluiten, de vormgeving van besluiten, de timing van openbaarmaking, de strategie van infiltratie in publieksgroepen, die een duidelijk "opinion-making" en "multiplier"-karakter hebben? Het is deze "verwijding" van de oorspronkelijke doelstelling, die belangrijk heeft bijgedragen tot de discussies na verschijning van de Nota Biesheuvel. Op z'n Nederlands: toen Biesheuvel snel daarna zelf premier werd, bleef de nota in de la. Eerst onder het kabinet Den Uyl is de uit de conclusies van de nota Biesheuvel voortvloeiende Wet Openbaarheid van Bestuur aanvaard en in 1980 in werking getreden.

Controverse

Een voor buitenlandse ogen en oren wellicht wat ondoorzichtige controverse heeft zich sedertdien duidelijker afgetekend. Het gaat wellicht iets te ver het leger der overheidsvoorlichters in twee streng gescheiden kampen te verdelen: de "rekkelijken" en de "preciezen". In werkelijkheid zijn er tal van nuanceringen in de standpunten aan te wijzen. Maar in principe is het waar, dat aan de ene zijde de voorlichters opereren, die nog altijd op basis van AAN-VAARD BELEID wensen te opereren, dat wil zeggen: zij wensen niet mee te werken aan een op publieke acceptatie en via "idea-dropping" voorbereide strategie, die aan de wetgeving voorafgaat. Zij menen dat de overheidsvoorlichting niet als instrument mag worden ingezet om bewindslieden "op te poetsen", zij voelen zich geen cosmetica-specialisten en zij wensen evenmin betrokken te worden bij een bedenkelijke media-infiltratie door hun bazen, die persoonlijke glamour en profilering koppelen aan hun boodschap. Zij worden wel eens de "preciezen" genoemd. Onder hen zijn er ook die de term Aanvaard Beleid zeer nadrukkelijk niet uitleggen als een aanvaarden op basis van de helft plus 1, maar als een beleid dat in zeer brede kringen van het volk ook geaccepteerd is. Voorlichting wordt immers verlamd, indien er geen ruime basis aanwezig is in de publieke opinie. De "rekkelijken" gaan wat verder.

Pas in 1984 werden hun standpunten duidelijker verwoord, toen de Nota Heroverweging voorlichting Rijksoverheid werd gepubliceerd. In deze Nota wordt onomwonden gesteld, dat PR wel degelijk een onderdeel kan zijn van het voorlichtingsbeleid van de overheid. Het rapport noemt vier functies van overheidsvoorlichting: de openbaarmaking van het beleid en het geven van verklaring en toelichting op beleid, beleidsvoornemens en maatregelen van de overheid en de achtergronden daarvan. In de tweede plaats de instrumentale functie ter effectivering van aanvaard beleid, ter bevordering van de participatie van betrokkenen in de voorbereiding van het beleid, de promotionele functie van de voorlichting. In de derde plaats de dienstverlenende functie (aan burgers en organisaties etc.) en tenslotte de public relations-functie. En wat houdt deze PR-functie dan in? Niet minder dan vijf aspecten worden daarin onderscheiden: de interne advisering over aspecten van politieke aard bij besluitvorming, de behartiging van externe betrekkingen (informele relaties met publieksgroepen!), de advisering inzake openbaar optreden van bewindslieden (speechwriting, onderwerpkeuze!) de zorg voor de presentatie (imagoverbetering van b.v. bepaalde overheidsinstellingen) en tenslotte het volgen van de publieke opinie (b.v. door onderzoek). PR wordt door de opstellers gezien als een vorm van voorlichting die gericht is op de continuïteit in de goede verstandhouding tussen overheid en groepen of personen in de samenleving (pg. 96).

De goede verstaander, die al wat langer meeloopt in deze vakgebieden, constateert niet alleen een aanzienlijke ommezwaai in de appreciatie van voorlichting in combinatie met PR, maar ook een significante vermenging van modaliteiten, waarbij de vraag interessant is, of men niet beter kan spreken van public relations met voorlichtingstaken daarbinnen, dan, andersom, van voorlichting met PR taken daarbinnen. Het gevaar van de ruime optiek is nl. dat aan het begrip voorlichting elementen worden aangehaakt, die beslist niet onder de definitie van Katus vallen, zoals we eerder zagen, maar die eerder thuishoren in een herdefiniëring van het zich uitbreidende communicatieheelal.

Nieuwe trends

Na deze summier positionering van de verschillende stadia van bezinning op de overheidsvoorlichting in Nederland, in nota's en rapporten neergelegd, komen wij aan een aantal stades, die niet meer in een logische opeenvolging geplaatst kunnen worden. Wij hebben te maken met ontwikkelingen in de overheidsvoorlichting, die gekenmerkt worden door zowel een zekere mate van paradoxaliteit als door verschillen in tempi. Laten we aan de hand van concrete problemen bezien waar het om gaat.

1. Een internationaal bekend fenomeen is de bezuiniging die ook de voorlichtingsdiensten treft. Behalve financiële aspecten heeft deze bezuiniging ook "ideologische" aspecten. Er zijn er minstens twee. Allereerst: er moet meer werk worden verricht door minder mensen en de consequentie is dat meer werk moet worden uitbesteed. Reclamebureaus en PR adviesbureaus hebben de markt van de bezuiniging reeds enkele jaren geleden ont-

dekt. Grote overheids campagnes, b.v. in het kader van de gezondheidszorg, de AIDS-preventie en de Verkeersveiligheid worden ondergebracht bij externe bureaus. Wat is het gevolg? Dat de communicatie-strategie die door deze bureaus wordt toegepast op andere "projecten", ook van toepassing wordt verklaard op de overheidsprojecten. Wat de meer behoudende voorlichter zou willen weren, wordt nu door de externe achterdeur binnengehaald. Met andere woorden: de PR-reclame-promotie-aspecten van de overheidsvoorlichting worden door grote campagnes van een sterk, extern imago-bouwend vermogen voorzien. Het eenvoudige handwerk - en niemand wil de noodzaak ervan in twijfel trekken - van de op informatie van de burger gerichte overheidsvoorlichting treedt terug in de schaduw van deze abundante profilering. Een tweede aspect is de door de overheid bevorderde decentralisatie. Grote concentraties van overheidsvoorlichting dreigen ontmanteld te worden en ook dit Jeruzalem dreigt "dorpsgewijze bewoond te worden". Dat betekent minder greep vanuit een centraal voorlichtingsbeleid op de gecentrifugeerde activiteiten. Het resultaat is verbrokkeling in stijl als gevolg van differentiatie in beleid.

2. In de tweede plaats wordt duidelijk dat moderne bewindslieden in Nederland weliswaar niet zo ver gaan als buitenlandse collega's in hun "personal selling", maar wel is evident, dat zij in toenemende mate moeite hebben gekregen met verambtelijke voorlichters. In de tijd van een jaar zijn in Nederland enkele prominente, leidinggevende "kardinalen" in de overheidsvoorlichting van departementen vertrokken, weliswaar om zeer uiteenlopende redenen, maar zeker met als gemeenschappelijke motivatie, dat de sfeer binnen de overheidsvoorlichting sterk in nadelige zin is veranderd. De profileringsdrift neemt toe, ook blijkend uit het feit dat twee vooraanstaande tv-journalisten de leeg gekomen stoelen bij twee ministers hebben bezet. Top-politici beseffen dat zij aan de top van de voorlichting mensen moeten hebben, die hen mediaal begeleiden, hun beleid kunnen kanaliseren en daarbij tevens hun persoon kunnen profileren.
3. Interessant is stellig ook de in 1984 opnieuw op gang gekomen discussie rond de vraag of een overheid, die aan de macht is, eenzijdig van overheidsgelden gebruik mag maken om het beleid van die zittende overheid zo goed mogelijk aan het publiek te verkopen. Aanleiding was een opmerking van Kamervoorzitter Dolman aan het adres van de Minister van Financiën, Ruding, dat er een folder was verspreid op de middelbare scholen, waarin alleen de visie van de Regering op de Rijksbegroting werd gegeven. De visie van de (grote) oppositie ontbrak daarin. De repliek was eenvoudig en significant voor de discussie op dit ogenblik: een zittende regering heeft de vrijheid datgene te doen, wat haar imago extern versterkt. De oppositie is uiteraard vrij zelf informatie richting scholen en burgerij te geven. De trend is duidelijk: overheidsvoorlichting moet steeds meer gaan meewerken aan het "aanvaard"-krijgen van beleid. In de discussie over deze zaak is er van de zijde van de journalistiek herhaaldelijk gesteld, dat op deze wijze de controlerende functie van de twee controlerende organen, nl. pers en de Kamers in gevaar zou komen. Uiteraard moet dit een misverstand zijn. Pers en Kamers kunnen in een democratie nooit in één adem worden genoemd als controlerende organen. Alleen een parlement con-

troleert. De pers signaleert en zelfs is het mogelijk dat een parlement aan de signalerende pers beperkingen oplegt. Niemand wenst dit binnen een democratie, maar de mogelijkheid is er en derhalve is de nevenschikking onzinnig. Dat de zogenaamde vrije pers (vrij van wat?) zich plotseling als beschermer opwerpt van de puriteinse voorlichting, is op z'n minst verdacht en eerder schadelijk voor de voorlichting zelf. De argumentatie van de zijde van de pers zou eerst dan enigermate steek houden, indien zij zonder vermenging van commentaar en feiten de informatie zou overdragen aan de burgers. Dat is echter slechts zeer zelden het geval. De eenvoudige test, nl. door drie kranten naast elkaar te leggen en de verslagen van de Tweede Kamerzittingen te lezen, is voldoende om te bemerken dat de vrije pers lang niet in alle opzichten een adequaat medium is om aan de burgers de beleidsvoornemens en besluiten van de overheid over te dragen.

4. In het verlengde daarvan speelt een geheel ander fenomeen een interessante rol: de overheid gaat zelf media ontwerpen. In verschillende steden in Nederland is de overheid reeds overgegaan eigen kranten huis-aan-huis te verspreiden en daarin te melden wat de Raad van de gemeente besloot, welke nieuwe regelingen er gelden, etc. De algemene, en ook op onderzoek gebaseerde indruk is, dat deze bladen goed worden gelezen. De lokale en regionale pers zijn met deze ontwikkelingen niet erg gelukkig. Zij zien er een bedreiging in voor hun monopoliepositie van nieuwsverspreiding, maar vrezen eveneens op den duur een verlies aan inkomsten, indien in het kader der privatisering deze "eigen" nieuwsorganen overgaan tot het werven van advertenties.

Voeg daar nog een ander, in zekere zin paradoxaal element aan toe, dan wordt het beeld in al z'n verwarrende complexiteit compleet. De regionale en lokale kranten hebben zich in toenemende mate meester gemaakt van de zogenaamde (gratis verspreide, huis-aan-huis-)nieuws- en advertentiebladen. De 100% dekking van deze bladen is voor diverse adverteerders uiterst aantrekkelijk. Er tekenen zich echter duidelijke problemen af voor de onafhankelijke bladen zelf, die het fenomeen nota bene zelf hebben opgeroepen (inderdaad: een geest-uit-de-fles-verhaal!). De zwakke redacties van deze advertentiebladen nemen snel genoegen met goed voorbereide persberichten van overheden en bedrijfsleven. Voorlichters en PR mensen zijn uiterst tevreden over deze opname. Vooral lokale overheden, die merken dat hun nieuws-output vrijwel onverminkt overkomt in deze media, voelen minder behoefte zelf een medium te ontwerpen en zich eveneens af te wenden van de reeds lang bestaande regionale en lokale kranten, die op abonnee-basis opereren en derhalve nooit een totale dekking kunnen garanderen. Eens te meer wordt duidelijk hoezeer de vrije pers gebonden is aan commercie en eveneens hoezeer zij ook die banden aantrekt om te kunnen overleven.

Er tekenen zich op dit ogenblik geen duidelijke contouren van oplossingen af. In tal van opzichten beleeft de samenleving een soort "Richterentijd", waarvan vermeld staat dat ieder toen deed wat goed was in eigen ogen. In de cultuurgeschiedenis der mensheid is het vaker voorgekomen dat mensen niet in staat zijn volstrekt controversiële zaken met elkaar te kunnen laten communiceren en in vrede leven met een comfortabele paradoxaliteit.

Het is inmiddels duidelijk dat de gang langs de staties van overheidsvoorlichting voor de lezer weinig doctrine-bevestigende informatie heeft opgeleverd. Of zou het wel eens zo kunnen zijn, dat men de staties aanwendt om eigen twijfels te leren formuleren?

LITERATUURLIJST

Hieronder worden niet alleen de bronnen vermeld die in de tekst zijn genoemd, doch ook enkele boeken en artikelen die in het kader van de behandelde materie interessante informatie bieden.

- Dekker, E., *Overheidsvoorlichting in de verzorgingsmaatschappij*; Rijswijk 1969.
- Hemels, J., *Van perschef tot overheidsvoorlichter*; Alphen a.d. Rijn 1973.
- Godijn, G., *Overheidsvoorlichter is een ambtenaar, geen politicus*, in: *Trouw*, 25 juni 1987.
- Katus, J., *Volkstelling in opspraak, Een studie naar de overheidsvoorlichting met betrekking tot de volkstelling van 1971*; Groot Hussel, 1984.
- Katus, J. en Volmer, W.F. (red.), *Ontwikkelingslijnen van de overheidsvoorlichting*; Muiderberg 1985.
- Kroon, T., *De geschiedenis van de overheidsvoorlichting na de tweede wereldoorlog*, in: *Ariadne, Revue der Reclame*, 4 aug. 1977.
- Nijhof, H. en Katus, J. (red.), *Overheidsvoorlichting op een breukvlak*; Oldenzaal 1983.
- Meiden, A.v.d., *Puriteinen tobben met overheidsvoorlichting*, in: *Trouw*, 12 juni 1987.
- Meiden, A.v.d. en Fauconnier, G., *Profiel en Professie, inleiding in de theorievorming van public relations*; Leiden 1986 (2e dr.)
- Riel, C.B.M.v., *Overheidsvoorlichting en intermediaire kaders*; Delft 1986.
- Schelhaas, H., *De informatieplicht van de overheid*; Zwolle 1979.
- Tevel, J.J., *Een goed beleid blijkt vanzelf*, in: *Trouw*, 23 okt. 1984.
- Vogelaar, G.A.M., *Systematiek en spelregels van de overheidsvoorlichting*; Den Haag 1955.

zur ethik von "dallas" und "denver"

louis bosshart

Wenn auch die grosse Mehrheit der wissenschaftlichen Literatur zur Medienethik vorab den Informationsjournalismus beschlägt, bleibt nicht verborgen, dass die Medien-Nachfrage des Publikums in hohem Masse unterhaltungsorientiert ist. Die Frage nach ethischen Dimensionen publizistischer Unterhaltung stellt sich umso dringlicher, als durch sogenannt unterhaltende Medienaussagen Werte, Normen und Verhaltensweisen an die verschiedensten Publika herangetragen werden, die von diesen mehr oder weniger unbewusst aufgenommen werden. In Zeiten akuter Orientierungskrisen ist zudem die Beschäftigung mit den Leitbildern, die die Massenkommunikation als mögliche "Orientierungs- und Identifikationsmuster bereitstellt" (1), von herausfordernder Bedeutung.

Als ethische Leitwerte publizistischer Unterhaltung sind bis heute folgende Orientierungsstandards in die Diskussion eingebracht worden:

- "Tugend der Geselligkeit" (2)
- "Universalmenschliche Vergemeinschaftung" (3)
- "Einheit und Brüderlichkeit" (4)
- Achtung (5) und Toleranz (6)
- Nächstenliebe als christliche Tugend. Das Element der Liebe wird als Qualität menschlicher Beziehungen in der ethischen Diskussion sozusagen gleichberechtigt neben die Grundwerte der Wahrheit, Gerechtigkeit, Freiheit und Solidarität gestellt (7).
- "Manipulationsverbot und Achtungs- und Verantwortungspflichten gegenüber allen am Kommunikationsprozess Beteiligten" (8)
- "Animation culturelle" als "assistierte Autodidaktik" (9)

Ein Blick auf diese Standards zeigt ziemlich unvermittelt, dass es sich bei den ethischen Leitwerten publizistischer Unterhaltung vor allem um Qualitäten des zwischenmenschlichen Umgangs handelt.

Als Zielvorstellung kristallisiert sich klar die Vision von einer gemeinschaftbildenden, toleranten, solidarischen und verantwortungsvollen gesellschaftlichen Kommunikation heraus. Hinter diesem Begriff steckt der Gedanke der Gemeinsamkeit, der Partnerschaft und der Gemeinschaft. Solidarische Geselligkeit und kritische Zugehörigkeit, Kommunikation statt Sensation sind zentrale Forderungen im Rahmen ethischer Leitwerte für publizistische Unterhaltung. Die Frage ist nun aber, ob sich diese Werte beispielsweise in populären Serien wie "Dallas" und "Denver" finden.

In Serien wie "Dallas" und "Denver" werden ordnungsstiftende Geschichten als zeitgenössische Mythen erzählt. Grundlegende Umwelterfahrungen werden - durch einfache Gegensätze strukturiert - geordnet, normierende Regeln als Verhaltensmodelle vermittelt. Einfache, bildhafte Geschichten bieten

Orientierungshilfe für viele. In massenmedialen Mythen werden menschliche Grundsituationen, Widersprüche menschlicher Existenz variiert und verschiedenen möglichen Lösungen zugeführt. Der Mensch seinerseits ist auf die mythische Behandlung seiner archetypischen Daseinsprobleme angewiesen. Das macht ihn einerseits ausbeutbar, andererseits sollte es ihn aber auch hellhörig machen, und er sollte sich mit Nachdruck fragen: was will man mich glauben machen?

Die ordnungsstiftenden Geschichten von "Dallas" und "Denver" basieren fast ausnahmslos auf einer partikularistischen Ebene innerhalb ausgewählter Familien. Die Protagonisten der Serien sind mit allen denkbaren Attributen des Reichtums ausgestattet, und Reichtum bedeutet für die betroffene Umgebung vorab ausgeübte Macht, rigides Faustrecht. Politiker sind kaufbar, Menschen an sich sind korrupt. Sexuelle Promiskuität ist eine spezielle Form des Konsums. Frauen sind die Zierde des Mannes und müssen hin und wieder erneuert werden. Nach Massgabe einer Untersuchung zu "Dallas" und "Schwarzwaldklinik" (10) werden von den befragten Zuschauern neben den Generalinhalten Liebe und Erfolg bei "Dallas" vorab die Inhalte Gewalt, Skandale, Hass, Reichtum und Macht erinnert.

"Ihren hohen Unterhaltungswert bezieht die Sendung aus einem Szenario, in dem der gewaltsame Kampf um materielle Güter und Erfolg im Vordergrund steht, emotionale Handlungselemente wie Liebe auf Sex und schöne Frauen reduziert werden. In dieser "harten" Welt bleiben Werte wie Hilfsbereitschaft und Gerechtigkeit unberücksichtigt. Der Zuschauer ist von dieser Mischung fasziniert" (11).

Achtung, Toleranz, Liebe und Solidarität sind weitere Werte, die dabei auf der Strecke bleiben. Das Menschenbild in Serien wie "Dallas" und "Denver" zeigt erschreckende Defizite. Mitmenschlichkeit ist marginal, Recht und Würde von Menschen werden sozusagen systematisch missachtet. Warum aber lieben so viele Menschen in so vielen Ländern derartige Sendungen so sehr? Entweder werden die Inhalte als absolut fiktiv sowie bedeutungslos erlebt und verarbeitet, oder dann steckt "Unrecht" in jedem einzelnen Rezipienten, der sein menschliches Ungenügen auf die Negativ-Helden projiziert und sich so erleichtert. In diesem Falle müssten sich ethische Ueberlegungen an den Funktionen publizistischer Unterhaltung orientieren. Projektion wäre dann eine Konfliktstrategie, bei der Serien-Protagonisten sozial nicht akzeptierte Wünsche der Rezipienten stellvertretend ausleben. Die Darstellung des Bösen wäre so eine Erziehung zum Guten, ein Schutz des Individuums gegen Triebansprüche, Affekte, menschliche Widersprüche. So gesehen werden die ethischen Ansprüche an die Produzenten von Unterhaltungs-Serien noch höher. Sie müssen die negativen Seiten des Menschen zeigen, um seine positiven zu fördern. Das ethische Urteil wird sich daran messen, inwieweit dieses Ziel erreicht und wie nachhaltig gut verkaufbarer Sensationalismus vermieden werden.

Ethische Massstäbe im Hinblick auf Fernseh-Serien wie "Dallas" und "Denver" sind also äusserst komplex und differenziert zu definieren. Sie müssen für den inhaltlichen Bereich die Grenzen des sittlich Schicklichen abstecken und sie müssen gleichzeitig die Wirkungen der Aussagen auf die Rezipienten mitberücksichtigen.

Der funktionale Aspekt seinerseits muss sich der intrapsychischen Konflikte der Individuen bewusst bleiben: "Der Mensch von heute braucht Konsumobjekte (darunter auch Medienangebote), um innere Konflikte zu bewältigen. Diese Aussage wird verständlich, wenn man sich vergegenwärtigt, dass der Mensch dauernd zwischen seinen inneren Wünschen und den Forderungen der Gruppe steht, die gegen das Ausleben seiner inneren Antriebe gerichtet sind. Er muss also immer wieder entscheiden, was er tun darf und was er eigentlich wirklich tun möchte" (12). Der sozialisierte Mensch hat gelernt, mit inneren Spannungen und Konflikten, die letztlich nicht auflösbar sind, umzugehen. Er versucht seine Probleme in einer Auseinandersetzung mit der symbolischen Umwelt - stellvertretend für die reale Welt - zu mindern. In dieser Auseinandersetzung spielen verruchte Medienangebote vom Typus "Dallas" und "Denver" eine wichtige Rolle. Der ethische Zielkonflikt lässt sich in der Frage zusammenfassen, ob die inhaltlichen Mittel (Sexkonsum, Gewalt, Hass, Macht) die funktionalen Ziele (Reduktion innerer Spannungen) rechtfertigen, oder in welchem Masse die Dringlichkeit der psychischen Konfliktbewältigung und emotionalen Bedürfnisbefriedigung beim Rezipienten abweichende Inhalte bei den Medienangeboten bedingen.

ANMERKUNGEN

- (1) Rühl, Manfred / Saxer, Ulrich: 25 Jahre Deutscher Presserat. Ein Anlass für Ueberlegungen zu einer Kommunikationswissenschaftlich fundierten Ethik des Journalismus und der Massenkommunikation, in: Publizistik, 26 (1981), S. 471-504, S. 480.
- (2) Auer, Alfons: Ist Unterhaltung vertane Zeit? Ueberlegungen aus der Sicht einer theologischen Ethik, in: Rummel, Alois (Hrsg.): Unterhaltung im Rundfunk, Berlin 1980, S. 7-22, S. 15.
- (3) Auer, Alfons: Anthropologische Grundlegungen einer Medienethik, in: Hertz, Anselm / Korff, Wilhelm / Rendtorff, Trutz / Ringeling, Hermann (Hrsg.): Handbuch der christlichen Ethik, Bd. III, Freiburg-Basel-Wien 1982, S. 535-546.
- (4) Virt, Günter: Ethische Normierung im Bereich der Medien, in: Hertz/Korff/Rendtorff/Ringeling (Hrsg.): Handbuch, S. 546-556, S. 547.
- (5) Saxer, Ulrich: Journalistische Ethik - eine Chimäre? 7 kommunikationssoziologische Thesen zum Widerspruch ihres Anspruchs und ihrer Geltungsrealität, in: Maier, Hans (Hrsg.): Ethik der Kommunikation, Freiburg (Schweiz) 1985 (= Arbeiten aus dem Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Freiburg Schweiz, Reihe Werkpapiere, Bd. 7), S. 43-52, S. 47.
- (6) Virt, Günter: Ethische Normierung, S. 548.
- (7) Vgl. dazu: Gelamur: Le journaliste chrétien face à la communication sociale, in: CIVITAS. Monatsschrift für Politik und Kultur, Nr. 516(1975), pp. 333-341 / p. 335.
- (8) Saxer, Ulrich: Konstituenten einer Medien- und Journalismusetik. Zur Theorie von Medien- und Journalismus-Regelungssystemen, in: Zeitschrift für Evangelische Ethik, 30 (1986), S. 21-45, S. 38.
- (9) Auer; Unterhaltung; S. 15.
- (10) Schenk, Michael / Rössler, Patrick: "Dallas" und "Schwarzwaldklinik". Ein Programmvergleich von Seifenopern im deutschen Fernsehen, in: Rundfunk und Fernsehen, 35 (1987), S. 218-228.
- (11) Schenk/Rössler: "Dallas" und "Schwarzwald", S. 228.
- (12) Farbstein, Wolf / Steinmann, Matthias F.: Motive der Nutzung von Massenmedien, Bern (SRG-Forschungsdienst), 1986, S. 8.

l'éthique de la communication face à la pornographie et à la violence

jean gelamur

Introduction

J'ai le privilège d'évoquer souvent avec Louis MEERTS des questions relatives à l'éthique de la communication. Nos mandats respectifs, tant à la présidence de l'Union Catholique Internationale de la Presse (UCIP) qu'à la Commission Pontificale pour les Communications Sociales, nous ont conduits à réfléchir à ces problèmes, moins sur le plan théorique que sur celui de leur traduction médiatique.

Notre expérience professionnelle nous rendait particulièrement sensibles aux réactions de l'opinion dans nos pays respectifs et nous permettait de constater concrètement l'écart existant entre les développements culturels contemporains (que nous étions tenus de couvrir) et la pensée de l'Eglise catholique.

C'est en pensant à tout cela que j'ai choisi d'évoquer brièvement dans cette amicale contribution un sujet brûlant, à la dimension éthique évidente : la pornographie et la violence dans la communication.

Parler de violence fait peur : le terrorisme n'est pas loin. Mais parler de pornographie fait généralement sourire : on pense plus à l'esprit gaulois qu'à l'avi-lissement et à la perversion de l'amour.

Nous ne visons pas, dans cette réflexion, les réalisations où la gauloiserie l'emporte sur la pornographie. Même si l'humour s'y révèle souvent laborieux et la culture indigente, elles sont facteurs de détente et appréciées par un nombreux public.

A fortiori, nous ne dénonçons pas tout ce qui est relatif à la sexualité. Certaines oeuvres érotiques sont marquées par une qualité artistique et esthétique indéniable.

Par contre, il est des présentations de violence et de pornographie qui choquent les consciences. Elles donnent lieu, dans nos pays occidentaux à des réactions sporadiques.

Tout se passe comme si, un seuil d'alerte étant franchi, certaines personnalités ou certains groupes éprouvent le besoin d'exprimer publiquement leur indignation lorsqu'un spectacle, une chanson, une émission de télévision, une affiche, une campagne de publicité leur paraît particulièrement provocant.

Généralement, plus la protestation est vive, plus s'élèvent des voix scandalisées pour mettre en garde contre toute censure, défendre la liberté d'expression, rappeler les droits imprescriptibles de la création artistique, revendiquer

la liberté sexuelle, appeler à la destruction des tabous, bref rejeter tout discours moralisateur et marquer comme un progrès irréversible le droit de chacun à déterminer les normes de sa morale personnelle.

Ainsi, la vague de protestation s'étale et disparaît. La violence et l'obscénité montent d'un cran dans la vie sociale. La délicatesse et la pudeur rejoignent le creux des consciences.

Comment ne pas craindre que les mentalités ne s'en trouvent affectées durablement ?

Permissivité sexuelle

Il existe un climat de permissivité sexuelle qui se développe singulièrement dans le monde occidental.

Ce climat est entretenu et amplifié par les médias qui agissent par intérêt commercial.

Pour accroître leur audience, ces médias peuvent être conduits à offrir à leur public des spectacles de plus en plus indécents.

- C'est ainsi que le développement de certaines chaînes de télévision à péage s'appuie sur la programmation de films pornographiques.

Ces films passent à des heures très tardives et ne sont pas vus par les enfants. Mais ils constituent pour les adultes un "plus" introuvable sur les chaînes de grande audience. Pas besoin de publicité, le bouche à oreille joue. Outre un résultat positif pour la chaîne à péage, il en résulte une banalisation de la pornographie dans l'opinion. Celle-ci quitte les salles spécialisées et les sex-shops pour être mise à la portée de tous les abonnés de la chaîne. Une escalade décisive et irréversible se trouve ainsi franchie.

Est-il normal qu'une chaîne de télévision puisse introduire dans ses programmes de tels films sans être, pour les jours correspondant à cette programmation, automatiquement classée X et soumise au régime fiscal adéquat ?

- De leur côté, certaines publications ont développé des petites annonces au caractère pornographique indiscutable.

Elles sont offertes aux lecteurs avec une crudité de termes totale. Comme elles paraissent dans les colonnes de titres de bonne qualité, elles contribuent à banaliser la pornographie, la faisant sortir d'un domaine réservé à des spécialistes pour l'offrir en pâture au lecteur de tout âge, notamment dans le milieu familial.

D'abord offusqué, celui-ci, au bout d'un certain temps, finit par trouver normale la présence de ces pages. Même s'il n'y prête pas attention, il ne réagit pas, acceptant passivement la réalité du phénomène.

- Enfin, un troisième développement vient d'apparaître en France à travers la télématique : le marché des "messageries roses" sur écran minitel qui constitue d'ores et déjà la première ressource de ce nouveau média.

L'accès est libre pour tout usager quel que soit son âge. Sous couleur "d'accompagnement affectif", voire de "défoulement thérapeutique", il est proposé des relations qui contribuent au développement de la prostitution masculine et féminine. La pédophilie y trouve notamment un champ d'application révoltant.

Des études commencent à paraître sur ce sujet car ces messageries posent un problème aigu.

"Les "minitellistes" louent une boîte aux lettres provisoire dans le plus complet anonymat. Les émetteurs et les récepteurs des messages sont totalement inconnus et utilisent un pseudonyme. Cet anonymat permet un certain défolement. Libre aux minitellistes de payer le tarif fort pour échanger des obscénités. Mais les messageries conviviales véhiculent également un certain nombre d'infractions auxquelles la police commence à s'intéresser : incitation des mineurs à la débauche et à l'homosexualité, racollage par des call-girls, offre de vente de drogues..." (1)

Il paraît urgent et nécessaire d'appliquer à la télématique une réglementation inspirée de celle de la presse écrite et portant sur la responsabilité des directeurs et des producteurs de "publications" et de serveurs télématiques en cas de provocation aux crimes et délits, à la débauche, etc...

Des interdictions ont été prises en France par quelques municipalités contre l'affichage licencieux. Des risques de saturation du marché commencent à apparaître. L'Assemblée Nationale vient d'adopter un amendement instituant une taxe de 33 % à compter du 1er janvier 1989 sur les versements effectués aux fournisseurs de messageries roses qui font de la publicité. Mais la vague continue à déferler sur les minitels, posant des problèmes techniques et juridiques nouveaux et difficiles.

Le Professeur Sulzer fait d'ailleurs remarquer que "les directeurs de périodiques imprimés ne pourraient pas publier (en France) le 1/100è du contenu des messageries conviviales sans être immédiatement poursuivis devant les tribunaux" (1).

Le conformisme social qui règne autour de la permissivité sexuelle permet à ce phénomène de se développer librement. Les droits de l'homme, le respect des minorités, l'acceptation de la différence sont appelés à la rescousse pour justifier la passivité des Pouvoirs Publics. Ceux-ci, au nom de l'épanouissement individuel et du progrès "culturel" se gardent bien d'intervenir. Il en est de même de la plupart des organismes familiaux, culturels ou spirituels.

Comment, en effet, affronter une opinion qui a posé un tabou sur tout ce qui peut ressembler de près ou de loin à la censure et à la mise en cause du droit de la personne à choisir librement sa morale ?

Le développement de la permissivité sexuelle étant unanimement constaté, peut-on établir un lien entre celle-ci et la pornographie ?

Certains pensent que cela n'est pas évident.

Cependant le climat permissif ne conduit-il pas à considérer la pornographie moins comme une déviance que comme un simple excès de la sexualité ?

La répétition de certaines images accoutume ceux qui les reçoivent à considérer ces excès comme faisant partie de la vie.

Aussi peut-on craindre que le climat de permissivité et l'attitude de certains médias à l'égard d'une sexualité effrénée n'ouvrent la voie à la pornographie.

De fait, nous sommes témoins d'une banalisation de la pornographie. Quittant les domaines plus ou moins confidentiels et privés où elle était naguère cantonnée, elle est offerte au grand public dans des médias de tout genre. Jusqu'aux bandes dessinées qui sont passées de l'érotisme à la pornographie sans coup férir.

Apologie de la violence

Quant à la violence, elle figure au premier rang des thèmes traités par les médias. Comment s'en étonner puisqu'elle est au coeur de la vie des personnes, des groupes et de la société tout entière? Si bien qu'on peut considérer sa traduction médiatique comme un épiphénomène de sa présence au monde.

Force est de constater cependant que des films de plus en plus violents sont présentés fréquemment dans les salles de cinémas ou sur les écrans de télévision. Ils sont offerts au public familial aux heures de plus grande écoute. La sélection d'images particulièrement fortes opère alors une véritable agression sur les jeunes esprits.

La violence par procuration, vécue à travers les médias par le lecteur, l'auditeur ou le spectateur peut provoquer chez celui-ci une sorte d'accoutumance qui en fait le témoin passif des actes les plus cruels. Il se réfugie alors dans la résignation et le repli frileux sur sa propre sécurité.

Mais il peut aussi être poussé par mimétisme à des actes de violence. A ce propos, comment ne pas être frappé par le fait que, dans nombre de films ou de séries télévisées assidûment suivis par un public de jeunes, le triomphe du bien (si c'est le cas) intervient à l'issue d'aventures où la violence du bon ne le cède en rien à celle du méchant.

Lorsque le justicier est plus brutal que le criminel, la victoire du droit s'efface devant celle de la force.

Il en résulte une apologie de la violence dont les effets peuvent être redoutables, l'identification du bien à la force brutale enfermant les hommes dans un rapport de forces qui ne peut que dériver vers l'affrontement violent.

Que dire de la violence terroriste? Si elle est condamnée par l'opinion, elle est revendiquée comme une gloire par des groupes fanatisés dont les faits et gestes emplissent les médias.

Même le sport, qui est un jeu, peut devenir un combat lorsque le fanatisme s'en mêle. Seul le résultat compte. Il faut gagner ... La mise en condition des esprits, la violence collective peuvent alors conduire à des affrontements sauvages. On en connaît les résultats dramatiques dans le public des stades ...

Les défenseurs de la pornographie et de la violence

La pornographie et la violence ont des défenseurs vigoureux.

- Pour eux, la violence instinctive peut être canalisée de manière à ne pas nuire à autrui. On assigne ainsi à certains spectacles ou à certains sports violents une fonction cathartique.

Le spectacle ou la pratique thérapeutique de la violence peut provoquer une certaine inhibition après avoir ouvert la voie à une certaine excitation.

Il ne nous appartient pas de discuter le bien-fondé de telles assertions. C'est le rôle des psychologues, sociologues, biologistes ou chercheurs.

Mais n'est-il pas dangereux d'extrapoler ces thèses et de leur attribuer une valeur générale?

- La justification de la pornographie s'appuie, elle aussi, sur des théories connues.

Les barrières que notre société oppose à la vie sexuelle (décence, honte, censure, réprobation morale ...) provoquent un refoulement qui peut pousser les individus à se réfugier dans la névrose.

Il faut donc supprimer ces barrières.

Mais, en attendant, la présentation de la vie sexuelle, y compris de l'érotisme et de la pornographie, a un effet de défoulement qui peut libérer les individus de leurs fantasmes et leur éviter la névrose.

On conclut dès lors que les médias peuvent jouer un rôle immunisant vis-à-vis des effets nocifs de la violence et de la pornographie sur les personnes et sur la société.

- Il faut opposer des arguments sérieux à ces thèses que beaucoup sont prêts à appliquer à tout un chacun en les liant à l'évolution de la Société et au progrès des sciences humaines.

Une étude réalisée en 1985 par David Alexander SCOTT (2) fournit à cet égard un exemple intéressant. Elle porte sur un rapport établi en 1970 aux U.S.A. à la demande du Président JOHNSON par une "Commission présidentielle sur l'obscénité et la pornographie".

Ce rapport était basé notamment sur des études effectuées au Danemark démontrant qu'une réduction des crimes sexuels avait suivi la législation de la pornographie en 1967.

Il concluait, après un débat difficile au sein de la commission très divisée, que la pornographie était inoffensive et qu'elle offrait même des avantages thérapeutiques et cathartiques. Bien que le Sénat des Etats Unis d'Amérique ait rejeté ce rapport par 60 voix contre 5, il fut amplement soutenu par les professionnels de la communication, du spectacle, de la prostitution et de la drogue qui s'appuyaient sur ses conclusions pour asseoir leur développement économique.

Il faut dire qu'il rejoignait l'attente d'une opinion plus soucieuse de voir s'ouvrir les avenues de la liberté sexuelle que de s'entendre rappeler les exigences du bien sociale face aux dérapages possibles vers la pornographie et la violence sexuelle.

Le fait que les conclusions du rapport se trouvaient démenties par un rapport de 1969 de la "Commission Nationale sur les Causes et la Prévention du Crime" et le furent par un autre rapport de 1972 sur "La violence à la télévision et le comportement social" n'y fit rien. L'industrie de la pornographie entra dans une ère de jubilation et d'extraordinaires profits.

L'importance politique d'une telle aventure mérite d'être soigneusement méditée. Car, les mêmes causes produisant les mêmes effets, des actions cohérentes devraient pouvoir être menées dans le sens du respect de l'enfant, de la famille et de la personne comme elles l'ont été dans le sens de la dérive des mœurs.

Comment réagir ?

- Il convient d'abord de placer ces phénomènes dans leur contexte anthropologique, social et moral.

La violence est dans le monde. La violence est dans l'homme. Elle est dans sa nature, via l'instinct de conservation qui déclenche son agressivité. Elle se traduit naturellement dans sa relation à l'autre.

La pornographie est une déviation de l'instinct sexuel qui suscite le désir et la volonté de dominer l'autre. Cet instinct se traduit naturellement dans la relation à son corps.

La violence et la pornographie s'opposent au respect de la personne qu'ils agressent et dégradent, aussi bien dans celle de la victime que dans celle de l'agresseur.

La pornographie et la violence ont une portée tellement générale et tellement grave pour la personne et pour la société qu'elles requièrent une réflexion approfondie, argumentée s'adressant non seulement aux spécialistes mais à l'opinion dans son ensemble.

Toute mise en garde, toute condamnation doit être étayée par des arguments "solides" faisant apparaître clairement la nuisance de la pornographie et de la violence sur les personnes (spécialement les enfants) et sur la société (spécialement le couple et la famille).

- Nous nous trouvons en présence d'une montée en puissance de la pornographie et de la violence dans les mentalités.

Elles est portée par une attitude sociale conformiste tendant à considérer comme anodin ce qui était naguère intuitivement perçu comme pervers pour les individus et la société.

Il s'agit-là d'une réduction irréversible des exigences de l'éthique sociale. On peut même parler d'un retournement des valeurs morales car cette évolution se fait sous couvert du progrès et du respect des droits des personnes et des groupes à disposer de leur morale.

Une fois ces constats établis, trois remarques peuvent être faites :

1. Cette montée en puissance est entretenue et amplifiée par les médias.

Mais ceux-ci sont conditionnés par l'état des mœurs. Comment leurs animateurs n'en tiendraient-ils pas compte, eux qui sont d'abord des "médiateurs" ? Peut-on attendre d'eux qu'ils prennent des initiatives qui aillent à l'encontre de courants socio-culturels aussi puissants ?

Ce serait leur demander de poser des actes professionnels suicidaires.

Certes il est nécessaire de faire appel à leur conscience et à leur responsabilité. "Le monde est à votre merci" disait Jean-Paul II le 16.9.87 aux représentants de la communication réunis à Hollywood. Et il ajoutait : "Vous avez d'ineffables possibilités dans le sens du bien, d'effroyables possibilités de détruire : c'est la différence entre la vie et la mort" ... La mort "c'est le sexe déshumanisé par la pornographie ou par une attitude complaisante, l'appétit pour la consommation ou l'individualisme irresponsable, la colère et l'esprit de vengeance à travers la violence".

On doit donc traiter le problème de la pornographie et de la violence en corrélation avec le rôle des médias. Mais il ne servirait à rien de faire porter à ceux-ci le chapeau du développement de ces deux fléaux même s'ils y contri-

buent puissamment. C'est au niveau de la société que le problème se pose et doit être analysé. Les médias sont d'abord le reflet d'une situation sociale. Il faut diagnostiquer le mal en lui-même, mesurer ses effets psychosociologiques et définir une stratégie pour empêcher sa progression.

2. L'action à mener pour freiner le développement de la pornographie et de la violence doit venir du sein même de l'opinion publique.

Il s'agit d'aider celle-ci à prendre conscience du danger que représente leur montée en puissance dans la société et de faire mesurer par chacun ses effets sur lui-même et son entourage immédiat, familial notamment.

C'est seulement de cette prise de conscience que pourront naître des courants d'opinion traduisant le point de vue de majorités jusque-là silencieuses et passives.

Ils devront être suffisamment actifs pour que les médias en tiennent compte. On peut d'ailleurs se demander si une réaction ne commence pas à s'amorcer contre l'abus d'images fortement érotiques dans les films de passion. Récemment une actrice française renommée, interviewée à la télévision, déclarait que les scènes de nu se faisaient rares alors qu'il y a quelques années une séquence de strip-tease et de lit était systématiquement prévue dans tous les scénarios qui lui étaient proposés.

Dans un hebdomadaire français à grande diffusion, de jeunes lecteurs expriment à plusieurs reprises leurs réactions de "ras le bol" devant un "cinéma qui célèbre la violence sexuelle", ... "impose un érotisme à la limite du porno"

...
Ce reflux est-il le signe d'un rejet de l'outrance et d'un bon sens retrouvé? Nul ne peut l'affirmer. Mais, s'il se confirme, il pourrait être retenu comme un élément conjonctuel favorable à une action visant à infléchir la progression dans les médias de ce qui contribue à la déshumanisation de l'amour et à la profanation des droits de l'enfant.

3. Il convient donc de définir une méthode qui permette à la nécessaire prise de conscience d'émerger de manière cohérente et puissante. Cela passe d'abord par une réflexion sérieuse sur les dangers sociaux de la pornographie et de la violence, sur l'enfance, sur la famille, sur le psychisme individuel et sur le psychisme collectif.

La question mérite d'être traitée comme un problème d'éthique individuelle et sociale :

- En partant de valeurs de référence :
 - le respect de l'homme (de sa dignité, de sa liberté, de son droit à la pudeur, du respect de sa sphère privée ...),
 - le respect du couple et de la famille,
 - la coresponsabilité des émetteurs et des récepteurs dans la communication,
 - l'honnêteté et le sérieux des preuves ...,
- En analysant "scientifiquement" les avantages et les inconvénients de la représentation de la violence et de la pornographie sur l'homme et la société et en s'efforçant de définir des seuils de nuisance intolérables.
- En proposant des conclusions fondées à la fois sur des arguments probants et sur des références éthiques, ces conclusions devant déboucher

sur des orientations relatives à l'éducation et à l'action à mener auprès des médias, de l'opinion et des pouvoirs publics.

Cette méthode pourrait être mise en oeuvre en introduisant une articulation entre l'urgence et le moyen terme.

En urgence, il serait nécessaire que les organismes à vocation éducative, familiale, culturelle et spirituelle proposent une réflexion qui ait valeur de mise en garde et ouvre la voie à des études plus approfondies.

A moyen terme, on pourrait envisager l'élaboration par une commission scientifique internationale d'un rapport à dimension éthique s'appuyant sur une approche psychologique, sociale, éducative et médicale.

Les différentes familles de pensée seraient associées à ce travail.

L'appel à la coopération internationale s'impose sur ce plan comme sur celui de l'hygiène, de la santé et de l'épidémiologie.

De même que dans le domaine de la santé physique la prévention est préférable à la thérapeutique, de même dans celui de la santé morale l'éducation, l'information, la mise en garde, la promotion d'une nouvelle mentalité inspirée par les valeurs fondamentales de la vie humaine, sont préférables à la répression.

Tels sont les objectifs qui pourraient inspirer l'action à entreprendre sur ce problème de société, afin d'en préciser les risques et les enjeux et de pallier les dangers qu'il entraîne.

NOTES

(1) Pr. Richard SULZER (Université Paris XIII : Quotidien de Paris (20.8.87).

(2) "Pornography. Its effects on the Family, Community and Culture" (The Child and Family Protection Institute. Washington D.C.).

pauvreté, progrès et culture, dans le contexte de l'africaine et dans la perspective du développement endogène et centré sur l'homme

albert tévoédjré

C'est avec un réel plaisir que je m'associe à l'hommage bien mérité qui est rendu au Professeur Louis Meerts dont les éminentes qualités de chercheur, de pédagogue et ... d'homme forcent l'admiration de tous. Cette contribution est une légère modification d'une communication présentée en novembre 1986 à la réunion de l'UNESCO sur "Pauvreté et Progrès".

La notion de progrès a longtemps été annexée par le type de développement en honneur dans les pays industrialisés : production croissante de biens matériels, rentabilité et productivité accrues des hommes et des machines, augmentation du confort et de la sécurité. Pourtant, les pays occidentaux présentent aujourd'hui les stigmates du désarroi et de la perplexité : la crise a en effet remis en question leur certitude face au développement, face à l'archétype envisagé pour les sociétés futures, car ces objectifs s'avèrent désormais singulièrement éloignés.

Il apparaît donc aujourd'hui tout-à-fait pertinent de redéfinir ce concept de progrès, et le sujet proposé "Pauvreté, progrès et culture, dans le contexte de l'Afrique et dans la perspective du développement endogène et centré sur l'homme", nous propose une problématique par la juxtaposition de trois notions-clés : pauvreté, progrès et culture, nous invitant ainsi à reconsidérer, de façon moins étroite la signification réelle de cette notion et sa portée pour l'homme et son milieu.

Il est opportun de rappeler tout d'abord qu'un développement authentique ne peut être axé que sur la satisfaction première des besoins de l'homme. Le bien-être de celui-ci et son épanouissement doivent en effet être les objectifs dominants de toute action. Cette approche suppose à la fois des impératifs méthodologiques et des choix décisifs au niveau des opérations à engager.

En premier lieu, il est nécessaire d'acquérir une connaissance plus exacte et actualisée des caractéristiques sociales, physiologiques et culturelles, voire spirituelles, des peuples considérés. Ainsi l'on pourra apprécier plus justement leurs besoins réels, la hiérarchie des priorités déterminée par eux, et les moyens disponibles à un moment précis pour y répondre.

En second lieu, réhabiliter l'homme en tant qu'"objet" du développement impose de rejeter hors du champs d'action immédiat les opérations largement mystificatrices visant une amélioration globale de la société. Quelle société ?

Celle des villes, celle des campagnes ? Celle des riches, celle des pauvres ? La politique du progrès général, remorquée par les modèles occidentaux, subie plus que réellement assumée par l'ensemble de la population, a en effet trop souvent servi d'excuse et de paravent à une inégale répartition des bénéfices et une monopolisation des ressources par ceux-là seuls qui tiennent les rênes économiques ou politiques, sans qu'une redistribution effective ait lieu. On a ainsi voulu faire croire que le développement linéaire était une évidence, que les avantages actuels des couches de populations favorisées allaient tout naturellement se généraliser à l'ensemble de la société, que les investissements faits pour les pôles privilégiés allaient voir spontanément des répercussions favorables sur l'ensemble de la société. Or qu'en est-il aujourd'hui ? Force est de constater que l'écart n'a cessé de se creuser entre les plus avantagés et tous ceux, la grande majorité, restés en marge dudit progrès. Il est donc urgent de reprendre à la base les éléments de définition du progrès, et surtout de tester avec lucidité les possibilités de l'actualiser pour l'ensemble de la population et non pour une minorité de privilégiés. Le progrès doit ainsi être conçu comme un ensemble d'actions endogènes, permettant de valoriser les ressources humaines et d'augmenter le bien-être physiologique, psychologique, social et culturel des gens. Notons ainsi au passage que le progrès est loin de se cantonner aux dimensions matérielles de l'existence et qu'il doit s'efforcer de satisfaire l'ensemble des besoins essentiels de l'être humain ; les objectifs du développement doivent en conséquence tenir compte à la fois des composantes matérielles et immatérielles constitutives de l'épanouissement des hommes.

Si le développement concerne les personnes et non les objets, on évaluera le processus de développement en fonction des améliorations qu'il apporte à la qualité de la vie. Cette approche en revalorise la dimension culturelle, qui est en quelque sorte l'expression d'un syncrétisme optimal entre les diverses influences, de toutes origines, subies par une société à un moment donné. Sans doute n'a-t-on pas assez pris conscience de ce caractère d'équilibre dynamique mais fragile des cultures, africaines notamment, lorsqu'on a voulu y introduire des éléments des civilisations occidentales. Les Occidentaux ont pensé, à tort ou à raison, que l'apport de quelques composantes nouvelles ne menaçait pas fondamentalement les bases de ces sociétés qui pourraient, par ailleurs, conserver certaines de leurs valeurs de civilisation.

Il est clair cependant que tous les éléments d'une culture sont interdépendants, et que l'on ne peut en détruire ou en remplacer impunément certains aspects sans marginaliser les autres et les réduire à l'état de curiosités folkloriques. A l'inverse d'ailleurs, si la culture d'accueil résiste mieux que prévu, ce sont les modèles transplantés qui ne sont pas assimilés adéquatement.

Nous en faisons notamment l'expérience avec les transferts de technologie. En voulant ignorer que la technologie comprend une inévitable dimension culturelle, qu'elle est d'abord le reflet d'une société donnée, qu'elle correspond à une époque et un milieu précis, les pays occidentaux ont cru pouvoir imposer à d'autres systèmes sociaux et d'autres équilibres écologiques, les méthodes qu'ils avaient créées pour eux. En fait, ils sont confrontés à deux obstacles :

- d'une part, la technique transférée n'étant pas neutre, elle se trouve sou-

vent inadaptée au nouveau contexte et ne peut donc résoudre que très imparfaitement les problèmes posés, parfois au prix de compromis intolérables ou de surcoûts très élevés.

- d'autre part, le Tiers-Monde n'étant pas un vacuum technologique, comme on a trop souvent voulu le faire croire, les techniques importées doivent au préalable supplanter les anciennes. Il leur faut, ce faisant, vaincre les habitudes, modifier les mentalités et finalement, éliminer une organisation et un ensemble de procédés plus appropriés au milieu, souvent moins coûteux, et qui se trouvaient en équilibre avec tous les autres aspects de la culture vernaculaire.

Une autre manifestation de ces transferts aveugles, plus dramatique encore, s'exprime dans le développement des grandes villes des pays du Tiers-Monde. Parce qu'elles sont le relais d'influences étrangères, parce qu'elles sont à la merci des financements extérieurs, parce qu'elles échappent en tout ou partie aux pouvoirs locaux, parce qu'elles sont incapables de répondre aux promesses mirifiques qu'elles ont fait naître dans les populations rurales, elles jouent mal leur rôle de pôles d'entraînement. Elles exercent en outre bien peu leur fonction dynamisante sur des arrière-pays qu'elles négligent inconsidérément, préférant se tourner vers les pays occidentaux, et principalement les anciennes métropoles.

Avant, les villes étaient le fruit du génie d'un peuple, elles étaient en étroite symbiose avec un lieu et une civilisation. Au contraire, ces grandes métropoles modernes, uniformes, sans racines autochtones, brisent les attaches traditionnelles de la cité avec son environnement, bouleversent les représentations du monde rural qui n'y retrouve ni ses rites, ni sa cosmogonie, ni même ses structures familiales. De la sorte, elles rejettent dans le temps et dans l'espace (notamment vers les régions rurales périphériques où se développent de petites villes en étroite relation avec leurs campagnes) la constitution d'une culture urbaine authentique dans ces pays.

Le propos n'est certes pas ici de mener le combat stérile du passéisme, mais de montrer l'effort indispensable que nécessite un développement à la mesure de l'homme, fondé sur des valeurs endogènes.

La première chose à faire est de déterminer avec précision la hiérarchie des besoins d'une société, puisque c'est elle qui devra définir les priorités et orienter les politiques destinées sans ambiguïté à l'épanouissement de l'être humain. Ces besoins bien qu'en perpétuelle évolution, doivent être appréciés à partir d'un point de départ, fixé arbitrairement certes, mais que l'on doit s'efforcer de situer avec le plus d'équité et de justice possibles pour la plus grande partie de la population. C'est là qu'intervient la notion de pauvreté. Elle n'est pas ici synonyme de misère, mais renvoie à un état d'austérité tourné vers l'être beaucoup plus que vers l'avoir.

Ainsi définie, elle doit constituer la condition de base pour tous et permettre d'apprécier les types d'interventions et d'efforts souhaitables. Elle servira ensuite de fondement à un développement soucieux d'évacuer le mirage de la consommation de masse et d'asseoir sa stratégie sur la maîtrise sociale des besoins. Celle-ci suppose une définition raisonnée d'un ensemble de besoins essentiels, et vise à augmenter le bien-être des hommes en référence à une vie de qualité. Elle dénonce en revanche la recherche et l'acquisition systé-

matique de biens matériels, surtout lorsque ceux-ci ne peuvent être partagés par l'ensemble de la population.

L'objectif est donc de fonder de nouvelles cultures pauvres mais dignes, conviviales, respectueuses des données locales, rendues possibles par une utilisation inventive et modernisatrice des techniques existantes, et un recours judicieux, réfléchi, à des pratiques importées, dans la mesure du possible, de lieux présentant des similitudes géographiques et une certaine communauté de problèmes.

Nous définissons ainsi, pour ces sociétés, ce que Eléonora Masini appelle une "situation d'auto-suffisance", c'est-à-dire non pas un repliement autarcique, mais une forme de développement qui permette de répondre aux besoins essentiels de l'homme et de la société par la libération des forces créatrices de la collectivité (1). A ce stade, l'auto-suffisance permet d'abord d'éliminer les rapports de dépendance et d'exploitation, fléaux des sociétés en voie de développement, et de combattre ensuite la misère par l'action collective. Nous sommes ainsi invités à fonder un nouveau modèle de société, où richesse collective et partage dans la pauvreté signifient le mieux être du plus grand nombre.

Il apparaît alors que l'accent doit être mis sur les besoins sociaux, et le privilège accordé à deux des fondements d'une société démocratique : la formation des hommes et la participation des populations.

Les besoins sociaux sont ceux qu'une société se définit à elle-même quand elle est pleinement consciente de ses ressources, de ses possibilités, mais aussi de ses faiblesses, et qu'elle est alors en mesure d'établir pour la collectivité une hiérarchie de besoins essentiels et de mettre en oeuvre les moyens de la satisfaire pour promouvoir un développement autocentré.

On remarquera donc que la satisfaction de ces besoins impose que priorité soit accordée à la production de biens pour un usage direct par les populations elles-mêmes, afin que celles-ci trouvent sur place des produits adaptés à leur savoir-faire et à leur pouvoir d'achat. Nous retrouvons ici le problème maintes fois évoqué de la création, dans les pays en développement, d'ateliers ou de petites entreprises fondés sur une tradition artisanale locale, capables de produire les éléments essentiels à la vie locale et de fournir à la fois emplois et revenus. Ces petits établissements, demandant de très faibles investissements de capitaux, mais employant en revanche une abondante main d'oeuvre, sont en effet beaucoup plus adaptés aux exigences requises par un auto-développement, que les grandes usines implantées là par souci de rentabilité, très mécanisées, très productives, et dont la production est essentiellement tournée vers le marché minoritaire d'une élite économique ou vers l'exportation. En outre, elles ne règlent en rien les problèmes de chômage ou de formation des travailleurs à des méthodes et techniques susceptibles de véritablement engendrer une culture industrielle autochtone.

De même, la satisfaction des besoins sociaux doit orienter l'économie vers la production de services à la population. Des efforts rigoureux s'imposent ici pour adapter le niveau de ces services aux possibilités réelles des usagers potentiels. Ainsi rien ne sert de construire des pharmacies modernes si les trois-quarts des habitants ne peuvent y acheter les médicaments offerts, de même rien ne sert de construire de grands centres hospitaliers quand les

campagnes ne disposent pas même d'un dispensaire ... et les exemples de telles incohérences sont malheureusement nombreux. Les villes semblent à ce titre les multiplier à plaisir.

De fait, il est d'usage dans toutes les villes du monde, de parler de services urbains comme d'une évidence et de les considérer comme un élément constitutif de la cité; il est en outre admis que l'offre, en tant que service public, doit être approximativement homogène sur l'ensemble du territoire citadin. Or que constatons-nous dans les villes africaines par exemple? Seul le centre "moderne", l'ancienne ville coloniale, peut proposer un niveau de services répondant aux normes occidentales, d'ailleurs semblables en tous points à ceux que l'on peut trouver dans les villes des pays industriels: les habitants y jouissent par exemple d'un réseau d'adduction d'eau avec branchements individuels, d'un système d'égoûts, de ramassages quotidiens des ordures ménagères, d'un éclairage public, d'une bonne desserte en services sociaux, etc. ... En revanche, le reste de la ville, qui en représente les deux tiers voire les trois-quarts, est fréquemment totalement démuné de ces services: d'une part parce que les Municipalités n'ont pas les moyens financiers et économiques d'assumer une telle qualité de services pour l'ensemble de la ville; d'autre part parce que la configuration des quartiers populaires ne permet en aucun cas d'y transposer les équipements et les techniques de desserte traditionnellement utilisés. Par exemple, les bennes-tasseuses ne peuvent pénétrer dans ces quartiers aux ruelles trop étroites et tortueuses; il est également fréquemment impossible d'y tracer un réseau d'égoûts alors qu'il n'y a pas de voirie clairement dessinée ... Il est donc nécessaire de revoir totalement ces notions de services, en se démarquant nettement des normes et techniques occidentales, malencontreusement appliquées à des milieux qui ne s'y prêtent pas. Aussi les recherches actuelles s'orientent-elles aujourd'hui vers des services directs, prévus pour satisfaire le plus grand nombre et conçus à partir de pratiques simples, peu coûteuses, diversifiées, et respectueuses, autant que faire se peut, des coutumes existantes. Ainsi l'on privilégiera la borne-fontaine plutôt que les branchements individuels, les techniques d'assainissement individuel plutôt que les réseaux d'égoûts, le ramassage des ordures ménagères par des systèmes de collectes souples par carioles et procédés de récupération plutôt que les bennes-tasseuses, etc...

L'ensemble de ces services concernant l'habitat, l'hygiène, la santé ou l'éducation répond à des besoins essentiels, est indispensable à l'amélioration de la qualité de la vie et doit donc être privilégié. On remarquera que dans cette approche, l'accent est mis sur la prestation au détriment de l'équipement, et ceci est une façon de reconsidérer la notion de service dans les communautés pauvres. La tendance a trop souvent été de répondre à ces besoins par la construction de réseaux ou de bâtiments, sans se soucier vraiment de leur gestion quotidienne et donc de leur fonction communautaire réelle. Et de fait, bien souvent, les réseaux sont mal entretenus et donc inutilisables, les hôpitaux sont sous-utilisés, le matériel est en panne ou inadapté. Pour les populations pourtant, l'essentiel est la provision du service, à l'aval et non l'investissement initial. Il faut donc désormais réorienter les efforts vers la gestion, la mise en oeuvre quotidienne des compétences et des énergies, valoriser toutes les ressources virtuelles que l'on peut exploiter dans les communautés

elles-mêmes, et rappeler que l'équipement n'est qu'une façon de répondre à la demande en services.

Il nous faut maintenant introduire la notion de participation populaire. Il apparaît en effet clairement que la gestion de tels services ne peut être suffisamment souple et efficace que si elle est locale. Comme, en outre, les services municipaux sont le plus souvent dans l'incapacité de les financer, il faut compter avant tout sur l'investissement humain des communautés bénéficiaires. Une telle organisation décentralisée passe par une responsabilisation préalable des populations, aspect parmi les plus positifs sans doute de l'évolution actuelle du partage des tâches entre les décideurs, trop souvent extérieurs, et les masses, désormais contraintes de reconsidérer leurs attributions et leurs devoirs, si elles veulent ne pas se laisser définitivement isoler ou se retrouver en marge du progrès.

L'inévitable austérité économique imposée par la situation internationale difficile ainsi que l'état de pauvreté générale de la population et les ressources limitées des institutions publiques conduisent à la redéfinition de la notion de développement : non plus un développement "octroyé", subi, et promu par des agents extérieurs, mais un auto-développement pris en charge par des populations responsabilisées et conscientisées. Ce type de développement requiert la pleine participation des habitants et leur contribution volontaire à l'effort collectif. La nouvelle fortune de ce mode d'intervention tient donc à la conjoncture économique, qui a fait prendre conscience à toutes les parties en présence de la nécessité d'une participation de la base, de sorte que le débat ne se situe plus seulement au niveau idéologique entre partisans de la démocratie participative et les opposants. L'idée a au contraire acquis une certaine reconnaissance des instances politiques et publiques, qui ont admis la possibilité d'une intervention des habitants dans des domaines qui leur étaient traditionnellement réservés. L'exercice participatif se trouve donc aujourd'hui aux mains des praticiens, confrontés aux difficultés concrètes de la mise en oeuvre. Il y a là incontestablement une opportunité historique à saisir pour l'avènement d'un contrôle authentique des peuples sur leur devenir.

Une participation vraie est ainsi le lieu où se rencontrent les trois notions-clés que nous propose le thème de cette communication : pauvreté, progrès et culture, puisque la pauvreté est en quelque sorte le contexte nécessaire de sa mise en oeuvre, tandis que la culture en définit les modalités. Enfin, malgré les obstacles et les réticences, le progrès est immense pour les populations qui, de passives, deviennent des partenaires actifs, reconnus. Les bénéfices au niveau de l'épanouissement des individus, de l'adéquation entre besoins et réalisations, de la cohésion de la collectivité sont sans doute inestimables, et méritent que les efforts continuent en ce sens.

Leur maturité exige des populations qu'elles puissent exercer un contrôle sur leurs propres activités, dans le cadre de leurs communautés. Elles doivent donc participer non seulement au travail physique mais aussi à la planification et la détermination des priorités. C'est pourquoi il est bon que soient privilégiées les micro-réalisations, parce que s'y exprime mieux le génie des hommes et parce que leur échelle correspond mieux aux possibilités de maîtrise effective des habitants. C'est à ce niveau que l'on pourra conjurer une pau-

vreté acceptée et une culture valorisée avec l'ingéniosité et la volonté d'un peuple pour le guider sur la voie du progrès.

Il reste toutefois que pour se développer eux-mêmes, les peuples doivent en avoir le pouvoir. Or le pouvoir des pauvres est leur savoir. La formation des hommes devrait ainsi être une des priorités des pays en développement, à condition cependant qu'elle signifie beaucoup plus que quelques années passées sur un banc d'école à annoncer une langue, le français par exemple pour les pays francophones, que ne parlent parfois pas les parents et qui sera par conséquent oubliée en quelques mois. Elle doit être conçue comme un système cohérent au service d'un développement collectif auto-centré. De ce fait, outre l'alphabétisation, la formation doit s'efforcer d'encourager chez l'individu toutes les facultés susceptibles de le rendre plus apte à intervenir sur son environnement physique, social et économique. Ainsi les problèmes concrets de l'agriculture, de l'hygiène ou de la construction devraient figurer en bonne place aux cotés des matières plus classiques de l'enseignement général. Seuls des hommes ainsi formés, familiarisés avec leur milieu et déterminés à le soumettre, peuvent animer une dynamique de progrès dans leur société, sans pour autant la dénaturer ni la renier au profit de modèles exogènes.

La plus grande tâche de l'enseignement est peut-être ainsi d'apprendre à apprendre, d'inculquer les méthodes qui permettront de faire face au changement, de réagir avec créativité face aux bouleversements du temps. Créer des conditions pour offrir à tous l'accès aux structures et aux moyens facilitant le développement de toutes leurs potentialités, est un choix qui garantit la formation de générations responsables et perméables à la logique du développement endogène.

Le développement de l'Afrique dépend ainsi de plus en plus de la capacité de ses populations à s'auto-gérer et à s'auto-déterminer en fonction de priorités librement définies et de sacrifices librement consentis. Il demeure cependant que les cadres et responsables ont un rôle déterminant à jouer, s'ils acceptent d'encadrer et de soutenir cette dynamique populaire et non de l'entraver. On pourrait montrer que la formation des cadres et les choix en matières de recherche mériteraient également d'être remis en cause. Ainsi que l'analyse fort bien Paulin Houtondji, il faut commencer par interroger sans concession la pertinence des recherches eu égard aux problèmes de l'Afrique (2). Jusqu'à présent en effet, les pays en développement ont été cantonnés dans le rôle de consommateurs passifs des découvertes faites dans les pays industrialisés, et n'ont innové qu'au niveau subalterne de l'application, sans véritablement créer de projet scientifique autonome ni de problématique indépendante. Or, l'Afrique a besoin d'étayer son développement par une recherche affranchie de toute tutelle et parfaitement adaptée aux besoins locaux. Elle doit ainsi se réapproprier son héritage scientifique, au même titre que son patrimoine culturel et artistique, plus souvent revendiqué, afin de le mettre au service d'un développement auto-centré.

Une pauvreté reconsidérée, une culture réappropriée et des progrès au service du plus grand nombre peuvent ainsi faire beaucoup plus pour les peuples d'Afrique qu'une assistance bienfaisante. Il est nécessaire de préciser toutefois, qu'une telle ligne de conduite exige beaucoup d'efforts et suppose avant

tout d'être étayée par des valeurs telles que la solidarité, l'entraide ou l'équité. Seule la solidarité peut en effet permettre l'enrichissement collectif par le rassemblement des pauvres et l'épanouissement de la communauté par le partage des ressources ; seule la conscience d'une solidarité profonde, d'une interdépendance totale entre les différents membres de la société autorisera la maîtrise des besoins et leur satisfaction.

Enfin, l'approche doit être *holistique*. La pauvreté seule, la culture seule, la formation seule sont peu susceptibles de provoquer un essor. En revanche, l'alliance de ces divers éléments et la volonté de promouvoir un progrès solidaire peuvent constituer la base d'un développement pour et par l'homme. Il faut donc recréer pour l'Africain un espace qui soit à la fois espace d'apprentissage, espace d'échange et de solidarité, espace culturel : délimité par des besoins réels et conforme à l'équilibre écologique, il constituera le cadre d'un développement auto-centré.

C'est dans cet espace, où l'homme se met à l'aise, où il peut reconquérir sa dignité par la maîtrise des différents facteurs qui influencent son devenir, que l'Afrique trouvera des peuples qui, refusant de déléguer à d'autres leur faculté de penser en de créer, inventeront leur propre développement.

- (1) Eléonora MASINI, "Besoins humains, autosuffisance, contrat de solidarité", in *Travail et Société*, vol.3, n°3-4, juillet/octobre 1978, pp.513-520.
- (2) Paulin HOUNTONDJI, "Recherche africaine et contrat de solidarité" in *Travail et Société*, vol.3, n°3-4, juillet/octobre 1978, pp.353-364.

feindbild in ost und west: du sollst dir kein falsches bild machen

paul roth

Die politische Großwetterlage scheint sich aufzuheilen. Es vergeht kaum ein Tag, an dem nicht über Gorbatschows "Perestroika" berichtet wird. Heinz Brahm schreibt in der Kurzfassung seiner Studie "Gorbatschows erster Schritt": "Was Gorbatschow sagt, wird von einigen Kremlbeobachtern entweder aus Vertrauen in seine Ehrlichkeit oder aber aus Furcht, durch kritische Anmerkungen den Antikommunismus zu beleben, zum Nennwert genommen. Auf der anderen Seite stehen die entschiedenen, harten Gegner des Kommunismus, die keinen wesentlichen Wandel in der Sowjetunion erkennen wollen und ihn solange nicht für möglich halten, solange die KPdSU regiert" (1).

Von sowjetischer Seite wird behauptet, daß die Veränderungen in der Sowjetunion von westlichen Medien verfälscht dargestellt werden. Generalsekretär Gorbatschow sagte in Moskau vor "Vertretern der französischen Öffentlichkeit": "Die bürgerliche Presse Frankreichs, wie auch so manch andere Presse in der westlichen Welt, äußerte sich in der Vergangenheit und vor allem jetzt, da in der Sowjetunion solche Veränderungen vor sich gehen, mit äußerst scharfen antisowjetischen Stellungnahmen" (2).

Viel rüder greift A. Kretow im Digest der sowjetischer Agentur für Auslandspropaganda (APN) "Sozialismus, Theorie und Praxis" britische und amerikanische Medien an. Da ist die Rede von "Verleumdung und Lüge", von "bürgerlichen Fälschern" (3). Die Sündenböcke sind eindeutig die Journalisten, bzw. die angeblich hinter ihnen stehenden Politiker.

So hat auch Gorbatschow seine Beschwerden über die französische Presse schon gegenüber "Herrn Mitterand" und "Herrn Chirac" geäußert, wie er in seiner oben erwähnten Rede anmerkte. Offensichtlich war Gorbatschow der Meinung, daß diese Staatsmänner die französischen Medien dazu bewegen könnten, aus dem angeblichen Feindbild ein Freundbild zu machen.

Abrüstung und Feindbilder

Im Namen des Friedens wird die Beseitigung von Feindbildern gefordert. Dr. W. Tischkow äußerte sich hierzu in einem langen Artikel "Stereotypen und gegenseitiges Verständnis" im Parteiorgan "Prawda" (4). Der Text ist ziemlich unscharf und vermeidet jeden Aufruf an die sowjetischen Medien, sich am Abbau der Feindbilder zu beteiligen. Immerhin illustriert eine Karikatur

den Artikel, sie stellt eine Fratze dar, - mit der Unterschrift "Feindbild" -, die von zwei Seiten zerrissen wird.

Sehr viel konkretere befaßte sich S. Kondraschow im Partiejournale "Kommunist" in seinem Artikel "Das genaue Bild der Welt" mit der mangelhaften Berichterstattung sowjetischer Medien über die kapitalistische Welt (5). Kondraschow ist einer der "politischen Beobachter" des Regierungsorgans "Iswestija". Er schreibt in seinem Artikel: "So verändern wir, indem wir einen nüchternen und anspruchsvolleren Blick auf uns selber werfen, unser Leben, unsere Arbeit, unsere Gesellschaft ... Wie ist das aber mit dem Blick auf die uns umgebende Welt? Muß er sich, wird er sich ändern? Wir schauen anders auf uns selber, nachdem wir uns von dem Komplex der Unfehlbarkeit, dem Instrument der Bremse, befreit haben. Aber wie schauen wir auf sie? Auf den Westen, auf die entwickelten kapitalistischen Staaten?"

Vor dem deutschen Bundestag sagte Außenminister Genscher am 10.9.1987: "Wer sich nicht aus altem Denken, aus alten Feindbildern lösen kann, wer im Falle der Sowjetunion immer nur einzig und allein den schlimmsten Fall annimmt, würde sich selbst politikunfähig machen. Zur Abrüstung gehört auch die Abrüstung der Feindbilder, und das auf beiden Seiten" (6). In dem gemeinsamen Dokument der Akademie für Gesellschaftswissenschaften beim ZK der SED und der Grundwertekommission der SPD "Der Streit der Ideologien und die gemeinsame Sicherheit" wird u.a. gefordert, Kommunisten und Sozialdemokraten sollten "keine Feindbilder aufbauen, die Motive der anderen Seite nicht verdächtigen, deren Überzeugungen nicht absichtlich verzerren und ihre Repräsentanten nicht diffamieren" (7).

Falsche Feind- und Freundbilder

Die erwähnten Forderungen meinen jenes konstruierte, manipulierte Bild von einem "Feind", das zur Rechtfertigung der eigenen Maßnahmen, der eigenen Politik oder Position zurechtgemacht wird. In einem Lehr- und Arbeitsbuch "Politik" heißt es zum Feindbild: "Das feindliche System erscheint als das Böse schlechthin, es dient als plausible Erklärung und Rechtfertigung für die Mißstände in der eigenen Gesellschaft und als Vorwand für die Unterdrückung von Kritik und Opposition. Informationen vom Gegner werden unter diesen Voraussetzungen nur verzerrt wahrgenommen und so ausgewählt, daß sie das Vorurteil, das 'Feindbild' bestätigen ... eine angemessene Erkenntnis der politischen Realität wird verhindert, die Lernfähigkeit eingeschränkt ..." (8).

Eine angemessene Erkenntnis der politischen Realität kann auch durch ein manipuliertes "Freundbild" verhindert werden. In der bereits erwähnten Debatte des deutschen Bundestages sagte der Abgeordnete der Grünen, Dr. Mechttersheimer: "Feindbildabbau genügt nicht. Wir müssen auch ein krankhaftes Freundbild korrigieren. Auch die deutsch-französische Freundschaft darf nicht für das Wettrüsten mißbraucht werden" (9).

Niemand kann bestreiten, daß es in der Vergangenheit und Gegenwart "Freund- und Feindbilder" gegeben hat und gibt, die verfälschen, reinen Rechtfertigungscharakter haben. Wissenschaftler haben sich gerade in den

letzten Jahrzehnten mit dem Problembündel "Feindbild - Fremdbild - Stereotype - Vorurteil" intensiv befaßt (10). Sie verweisen darauf, daß viele Vorstellungen vom "Anderen" nicht auf exakten Kenntnissen, Analysen usw. beruhen, sondern auf Unkenntnis, mangelnder Fähigkeit oder mangelndem Willen zur Wahrnehmung, bösem Willen usw. Interessant ist, daß die Wissenschaftler sich kaum mit der Problematik des "Freundbildes" befassen.

Kritische Fragen

Gegen den moralischen Appell, Politiker, Militärs, Journalisten/Publizisten sollten manipulierte Feindbilder aufgeben, die Wirklichkeit darstellen, wird man keinen Einwand erheben. Das Problem ist jedoch allein durch solche Appelle nicht zu lösen. Die erste kritische Frage lautet, ob es denn wirklich keine "Feinde" gibt: Staaten, Ideologien, Organisationen, die andere gefährden oder bedrohen. So ist im "Lexikon zur Sicherheitspolitik" unter dem Stichwort "Feindbild" formuliert: "Gesamtheit der Vorstellungen von einer als Feind identifizierte Macht" (11). Es gibt offensichtlich nicht nur manipulierte, sondern auch an der Wirklichkeit orientierte Feindbilder. Rückblickend kann man z.B. sagen, daß das mangelhafte Feindbild der westlichen Demokratien vom nationalsozialistischen Deutschland Hitlers aggressive Politik gefördert hat. Und wie ist es z.B. mit einem Feindbild von der Pinochet-Herrschaft in Chile, vom Apartheid-Regime in Südafrika?

Hält man die Feindbilder von Ost und West gegeneinander, so behauptet jede Seite, ihr Bild sei eine korrekte Darstellung der Wirklichkeit, - das der anderen Seite sei hingegen manipuliert, Daniel Frei warnt in seinem Buch über 'Feindbilder und Abrüstung': 'Wer sich im die Klärung von 'Feindbildern' und Annahmen hinter der Politik der Mächte bemüht, tut allerdings gut daran, sich seinerseits vor einem Mißverständnis zu hüten: Niemand kann sich nämlich anmaßen zu sagen, welches Gegnerbild nun das objektiv 'richtige' sei, welches dagegen die 'Wirklichkeit' verzerre und folglich auf einer Fehlwahrnehmung beruhe. Hierüber letzte Gewißheit zu erlangen, scheint ausgeschlossen, selbst wenn es durchaus möglich ist, bestimmte Annahmen als Vorurteile und Bilder als Zerrbilder zu erkennen" (12).

Es geht jedoch nicht nur darum, ob das Bild vom Gegner die Fakten richtig darstellt. Es geht auch darum, welche Bedeutung, welcher Stellenwert den Fakten, Ereignissen usw. beigemessen wird. Sind Mißstände, Ungerechtigkeiten, Mißachtungen von Vereinbarungen versehentliche oder unvermeidliche politische Pannen, Randerscheinungen? Sind es logische Konsequenzen des Wesens eines Systems, also vom "Kern" her bedingt?

Daniel Frei hat sich in dem erwähnten Buch nicht darum bemüht, gewisse Züge der Gegnerwahrnehmung als falsch zu ertlarven, sondern das gegenseitige Verständnis zu fördern. Er geht von der Überzeugung aus, daß jedem Feindbild ein Konflikt zugrundeliegt, - und nicht umgekehrt das Feindbild den Konflikt produziert.

Konstruktion von Feindbildern

Werfen wir an dieser Stelle einen Blick auf die Tatsache, daß es nicht nur in der Außenpolitik, sondern auch in der Innenpolitik "Feindbilder" gibt. In beiden Fällen sorgen Journalisten/Publizisten mit für deren Aufrechterhaltung und Verbreitung. Die "Konstruktion" von Feindbildern arbeitet durchweg mit einigen wenigen "Versatzstücken". Der erste und wichtigste Vorwurf lautet, daß der "Andere" böse" sei. In kleine Münze umgesetzt, heißt das, er handelt unmoralisch, weil er keine Moral hat, skrupellos nach der Macht strebt, weil die von ihm angestrebten Ziele unmoralisch sind.

Der zweite Vorwurf lautet, der "Andere" sei ganz schlicht und einfach dumm. Man billigt ihm eventuell zu, daß er guten Willens sei, aber er sei unfähig dazu, die Situation richtig zu erkennen, zu analysieren und schon gar nicht intelligent genug, die richtigen Lösungen der Probleme zu finden.

Der dritte Vorwurf ist doppelzünftig, - ein Marxist würde ihn als "dialektisch" bezeichnen. Man kann ihn auf die Formel bringen, daß der "Andere" mächtig und ohnmächtig zugleich ist. Die Ohnmacht wird hervorgehoben, wenn man z.B. "beweist", daß der "Andere" ein Problem überhaupt nicht lösen kann, weil Konzept und Instrumentarium ungeeignet sind, die Mittel fehlen, die Bevölkerung nicht mitmacht, die Führung schwach ist. Man stellt den "Anderen" als "Papiertiger", als "Gummilöwen", als eine Art "politischen Eunuchen" dar: Er will, aber er kann es nicht.

Andererseits darf diese Herausstellung der Ohnmacht nicht übertrieben werden, sonst könnten die eigenen Anhänger den Kampf gegen den "Anderen" einstellen. Daher muß man auch auf die ungeheure Gefahr hinweisen, die vom "Anderen" ausgeht. Besonders drastisch kann das durch die Herausstellung einer Art Verschwörung geschehen, natürlich einer geheimen und möglichst internationalen. Wer sich ein wenig in Geschichte, Politik und Journalismus auskennt, kann eine ganze Kette solcher Verschwörungs-Modelle aufstöbern: Das internationale Kapital, der internationale Kommunismus, die jüdische, katholische, freimaurerische Verschwörung usw.usf.

Er ist nicht schwer zu erkennen, daß diese "Versatzstücke", - die auch kombiniert verwendet werden -, säkularisierte und umgedrehte Eigenschaften Gottes sind. Der Christ glaubt, daß Gott allgütig, allweise, allmächtig ist. Dem "Anderen" wird sozusagen vorgeworfen, daß er dies nicht ist. Es wird ihm unterstellt, daß er ein Volk, die Welt usw. schnurstracks in den Abgrund führt, in die Hölle, daß er teuflisch ist. Um dies möglichst wirkungsvoll zu machen, wird die denkbar schrecklichste Katastrophe der "feindlichen" Politik als selbstverständliche Folge dargestellt. Das kann der Atomkrieg sein, die kommunistische Weltrevolution usw. Natürlich ist das nicht nachweisbar, jedoch genügt es, daß es denkbar ist.

Damit sind die Versatzstücke und Methoden zur Herstellung eines Feindbildes nicht vollzählig aufgereiht. Da wäre noch zu nennen die Konzentrierung auf eine Person oder Organisation, sozusagen auf die Inkarnation des "Feindlichen": Was dem einen sein KGB, ist dem anderen sein CIA usw. Und wenn es wirklich sehr schwer ist, dem "Anderen" unmoralische Politik vorzuwerfen, dann kann man immer noch eine moralisch höchststehende Utopie emporhalten, die jeder bejahen, aber keiner verwirklichen kann. Und wenn der

„Andere“ dann nicht über die zu hoch gelegte Latte springen kann, wirft man ihm vor, er wolle es ja gar nicht.

“Spürhund” und “Missionar”

Es braucht nicht näher erklärt zu werden, daß Journalisten/Publizisten eine Schlüsselrolle zufällt, wenn es um die Vermittlung von Feind- oder Freundbildern geht. Wer sich mit diesen Bildern befaßt, muß auch einen Blick auf Berufsethik und Aufgabenverständnis der Journalisten werfen.

Zuerst ist da der Journalist zu nennen, der seine eigentliche Aufgabe darin sieht, möglichst genau festzustellen, was (wann, wo, wie, warum) geschehen ist und dies unverfälscht weiterzugeben. Er will informieren, die Meinung sollen sich die Empfänger der Informationen selber bilden. In der Wirklichkeit kann dieser Journalismus mit einem Eifer und Berufsverständnis betrieben werden, der einem Forscher Ehre macht: Nichts als die Wahrheit, nichts weg lassen usw.

Er kann aber auch in der Art von Schnüfflern, Spürhunden, Voyeuren betrieben werden, die sich nur für das Ereignis interessieren, denen das Schicksal von Menschen und die möglichen Folgen einer Information gleichgültig sind. Als die Illustrierte “Stern” das Bild des toten Uwe Barschel in der Badewanne veröffentlichte, kommentierte die “Süddeutsche Zeitung: “Die Veröffentlichung dieses Bildes ist geschmacklos, verletzend für die Angehörigen und ohne Informationswert ... Die Publizierung des Wannan-Photos ist Sudeljournalismus ...” (13).

Zur Vollständigkeit muß darauf hingewiesen werden, daß auch Informationsjournalismus mit dem Ziel betrieben werden kann, Meinungen zu beeinflussen. Vollständig kann niemand ein Ereignis oder Problem darstellen. Man kann aus einzelnen exakten Informationen ein bestimmtes gewünschtes Bild zusammenfügen, indem man andere Informationen fortläßt. Als vor vielen Jahren ein deutscher Journalist, der in Moskau arbeitete, gefragt wurde, warum er über bestimmte Ereignisse nicht berichtet, antwortete er, er würde nichts berichten, was die Beziehungen verschlechtern könne. Was er berichtete, war exakt und gut recherchiert.

Eine zweite Gruppe kann man als “Gesinnungsjournalisten” bezeichnen. Sie vertreten eine bestimmte Weltanschauung, politische Richtung, Religion usw. - das “Gute”. Die Gesinnung hat Vorrang vor der Nachricht (14). Zur “Ahnenreihe” dieses Journalismus gehören sowohl Joseph Görres wie Karl Marx, die Parteipresse wie die kirchliche Presse. Der Gesinnungsjournalismus ist unverzichtbarer Bestandteil jeder Demokratie.

Daß dieser Gesinnungsjournalismus auch in einer Demokratie oft mit dem Eifer von Missionaren, mit dem Anspruch eines “Praeceptors” betrieben wird, ist allgemein bekannt. So wissen die meisten Bürger der Bundesrepublik Deutschlands bereits vor dem Einschalten gewisser politischer Fernsehmagazine welches Weltbild ihnen gleich vorgestellt wird, ob die Redakteure jetzt gleich einen “Rechten” oder einen “Linken” fertig machen. Die Attitude mancher Journalisten, die ihre Interviews in der Art eines Richters durchfüh-

ren, vor dem sich der Interviewte zu verantworten hat, ist ebenso bekannt wie peinlich.

Schließlich und leider nicht zuletzt gibt es einen Journalismus, der weder an der Exaktheit der Nachricht, noch an einer Gesinnung interessiert ist, sondern alleine am Verkaufswert von sogenannten Informationen und Meinungen. Zumeist verteidigen sich diese Journalisten mit dem Argument, sie täten dies einzig und alleine, um die Öffentlichkeit umfassend über alles zu informieren.

Diese etwas idealtypisch voneinander abgehobenen Formen des Journalismus treten in Demokratien teils nebeneinander, teils vermischt auf. Auch unterscheidet sich das Aufgabenverständnis der Journalisten in den verschiedenen westlichen Demokratien erheblich voneinander. Renate Köchel hat in ihrer Dissertation "Spürhund und Missionar. Eine vergleichende Untersuchung über Berufsethik und Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten" die britischen Journalisten eher dem "Spürhund", die deutschen Journalisten eher dem "Missionar" zugeordnet (15).

Henryk Broder macht sich über eine deutsche Korrespondentin lustig, die nach vier Jahren Israel verläßt, um in die USA zu gehen (16). - Sie schrieb in ihrem "Abschied ohne Hoffnung": "Nichts ändert sich, ich kann nichts ändern, folglich ist es in Ordnung, wenn ich jetzt gehe ..." Broder meint, die Journalistin habe sich erst von ihrer Verantwortung frei gefühlt, "nachdem es ihr nicht gelungen war, den israelisch-arabischen Konflikt zu lösen oder wenigstens den Israelis bessere Manieren im Straßenverkehr beizubringen".

"Soldaten der Partei"

In den sozialistischen Staaten, in der Sowjetunion sind Berufsethik und Aufgabenverständnis der Journalisten durch Partei und Staat festgelegt. Bis heute bestimmt die Formulierung Lenins, daß die Massenmedien kollektive Propagandisten, Agitoren und Organisatoren sein sollen, die Aufgabenstellung der Journalisten (17). Erst in jüngster Zeit spricht man in der Sowjetunion auch davon, daß Information eine wichtige Funktion der Medien sei. Die Journalisten gelten als Helfer der Partei. Der letzte Kongreß des sowjetischen Journalistenverbandes in Moskau im März 1987 hat dies ausdrücklich bestätigt. In der Resolution heißt es u.a.: "Die sowjetischen Journalisten sind verpflichtet, kämpferisch, entschieden die kommunistische Weltanschauung zu vertreten, kühner einen offenen Dialog zu führen, allseitig die bürgerliche Ideologie zu kritisieren, die Lüge über den Sozialismus, das sozialistische Lebensbild, die Außenpolitik der Sowjetunion zu entlarven ..." (18).

In seinem Rechenschaftsbericht hat der Vorsitzende des Verbandes, W. Afanesjew (Chefredakteur der "Prawda"), auf schädliche pazifistische und kosmopolitische Einstellungen hingewiesen, denen eine Erziehung zum Patriotismus, zur Vaterlandsliebe entgegengestellt werden müsse. In diesem Zusammenhang sagte er: "Wir haben nicht das Recht, zu vergessen, daß wir sowjetische Journalisten sind - parteiliche Journalisten. Wir sind Soldaten der Partei ..." (19).

Im August 1987 fand in Chautauqua eine amerikanisch-sowjetische Begeg-

nung statt. In einem Panel wurde über die Pressefreiheit diskutiert. Alexander Bowin, einer der politischen Beobachter des Regierungsorgans "Iswestija", bezweifelte, daß es irgendwo in einem Land eine freie Presse gebe oder geben werde. Er begründete dies so: "Es ist unmöglich, in einer Gesellschaft zu leben und frei von ihr zu sein. Jeder von uns hat seine Werte, die er verteidigt, für die er kämpft. Ich z.B. bin gegen den Krieg und für den Frieden, gegen Kapitalismus und für Sozialismus, gegen das Böse und für das Gute, gegen Lügen und für die Wahrheit. Wie kann ich frei sein, wenn dies mein Wertesystem ist? Folglich glaube ich nicht daran, daß es einen Journalisten gibt, der anders arbeiten kann. In unseren Artikeln werden wir immer die Lebensphilosophie ausdrücken, an die wir glauben" (20).

Sehen wir einmal von propagandistischen Leerformeln ab (wer ist denn schon für Krieg und Lüge?), so bleibt nach der Lektüre dieser Überzeugung der Eindruck zurück, daß nur durch grundsätzliche Änderung einer Gesellschaft und ihres Wertesystems das "Feindbild" abgebaut werden könnte. Gerade dies ist jedoch das Dilemma, denn weder in Ost noch in West denkt jemand an eine grundsätzliche Änderung.

Enttäuschungen und Skepsis

Das Ziel, Spannungen abzubauen, Frieden zu sichern, Zusammenarbeit zu verbessern, kann sicher nicht dadurch erreicht werden, indem man "Feindbilder" durch "Freundbilder" ersetzt. Außerdem wäre das nur in Systemen mit einem gelenkten Mediensystem möglich, aber nicht in westlichen Demokratien. Eine vage Hoffnung sollte kein Anlaß sein, vertrauensselig zu werden. Gegenüber der Sowjetunion gibt es hierfür warnende Beispiele aus der Vergangenheit. Als Lenin die "Neue ökonomische Politik" einleitete, hoffte man im Westen auf eine grundsätzliche Änderung des Regimes. Es folgte die Ära Stalin. Als man 1944/45 vor allem in den USA auf eine friedliche Neugestaltung der Welt zusammen mit der Sowjetunion setzte, folgte die Expansion der Sowjetunion und der Kalte Krieg. Ähnlich war die Enttäuschung, als Chruschtschows Entstalinisierung 1959 in eine neue Kirchenverfolgung überging und dann wieder eingefroren wurde.

Die Doktrin der "friedlichen Koexistenz" entpuppte sich als "spezifische Form des Klassenkampfes". Und den Verträgen, die in den siebziger Jahren eine Entspannung garantieren sollten, folgte Breschnews Raketenpolitik und der Einmarsch sowjetischer Truppen in Afghanistan. Kein Volk, das in den Herrschaftsbereich der Sowjetunion geraten war, erhielt das Recht auf Selbstbestimmung. Die Doktrin vom "proletarisch-sozialistischen Internationalismus" (= Breschnew-Doktrin) wird auch heute aufrechterhalten.

Wenn man sich diese Kette von Enttäuschungen anschaut, so ist es verständlich, daß einige westliche Wissenschaftler, Politiker, Militärs, Journalisten/Publizisten das Werben um eine Unterstützung der Politik Gorbatschows skeptisch beurteilen. Bei den meisten hat sich inzwischen die Meinung durchgesetzt, daß Gorbatschow es ehrlich meint und nicht nur propagandistische Vernebelung betreibt. Sie fragen jedoch, ob Gorbatschow sich mit seine Plänen durchsetzen kann. Sie bezweifeln, daß das System sich grundsätzlich ändern

kann, sie sehen in den angestrebten Veränderungen eher Kosmetik als Wandel. Hat nicht Gorbatschow, haben nicht seine Gefolgsleute immer wieder erklärt, es ginge keinesfalls um eine Änderung des Systems, sondern um dessen Stärkung.

Konflikte als Ursachen

Was könnte aber nun geschehen, um trotzdem das friedliche Zusammenleben auf der einen Welt möglich zu machen? Der Wille dazu scheint auf beiden Seiten vorhanden zu sein.

Es kann nicht darum gehen, "Bilder" gegeneinander auszutauschen, es muß vielmehr darum gehen, sich ein möglichst zutreffendes Bild der Realitäten zu verschaffen. Zu diesem Bild der Realitäten gehört, daß Konflikte die Ursache von Feindbildern sind; solange sie bestehen, wird es weiter Feindbilder geben. Zur Realität gehört auch die Tatsache, daß die westliche Auffassung von der Demokratie unvereinbar ist mit der Ideologie des "realen Sozialismus". Die bestehenden Konflikte und Unvereinbarkeiten stellen, so lange sie nun einmal bestehen, den Rahmen des Bildes dar. Ignoriert man sie, möchte man sie nicht zur Kenntnis nehmen, so kann das Bild nicht realistisch werden. Dann ist die nächste Enttäuschung bereits vorprogrammiert. Und jede neue Enttäuschung wird zum Verstärker früherer, zum scheinbaren Beweis, daß das alte Feindbild nun endgültig bewiesen ist.

Kenntnisse und Informationsfluß

Die erste Voraussetzung für ein zutreffendes Bild sind exakte Kenntnisse und deren Verbreitung. Hier fällt den Journalisten eine große Verantwortung zu. Ein Beispiel für Fehlinformation: Die Weltagentur Reuter verbreitet im Juli 1987 eine Meldung, in der behauptet wurde, die "Prawda" habe eine neue außenpolitische Doktrin verkündet, - nämlich, daß "das Konzept des Exports der sowjetischen Revolution in die ganze Welt überholt sei" (21). Diese Meldung war falsch und irreführend. Bereits Stalin hatte erklärt, daß es keine solche Doktrin der Sowjetunion gebe, Chruschtschow hat es wiederholt, - ungeachtet dessen hat Stalin eine Expansionspolitik betrieben, im sowjetischen Machtbereich sozialistische Regime eingesetzt und Chruschtschow hat sie militärisch abgesichert.

Die Möglichkeiten, sich weitgehend zutreffende Kenntnisse zu verschaffen, sind in den westlichen Demokratien groß. Für die Bürger sozialistischer Staaten sind sie stark beschränkt. Viele Touristen, die in sozialistische Länder reisen, erleben, daß ihnen Einheimische neugierig abfragen, wie denn nun wirklich das Leben im Kapitalismus sei.

Ein freier grenzüberschreitender Informationsfluß wäre eine Voraussetzung zur Vermittlung von Kenntnissen. In den westlichen Demokratien gibt es nicht nur zahlreiche Organe und Organisationen, die die von sowjetischer Seite gewünschten Kenntnisse verbreiten. Hinzu kommt Propagandamaterial diplomatischer Vertretungen, der sowjetischen Agentur für Auslandspropaganda

und diverser Tarnorganisationen. Die Möglichkeiten westlicher Demokratien - zur Verbesserung von Kenntnissen über ihre Länder - Publikationen, Periodika frei anzubieten, sind minimal. Die Situation ist völlig ungleich und muß logischerweise den Verdacht bestärken, es ginge nur um den einseitigen Abbau eines "Feindbildes".

Empathie und Kontakte

Daniel Frei hebt in seinem praktischen Vorschlägen zum Abbau von Feindbildern besonders hervor, daß beide Seiten mehr "Empathie" benötigen (22). Unter Empathie versteht man die Fähigkeit, sich in andere Menschen hineinzuversetzen, deren Überzeugung richtig zu erkennen, deren Vorstellungen zu begreifen, - und zwar unabhängig davon, ob man ihnen zustimmt. Empathie ist nicht dasselbe wie Sympathie. Wer nie gelernt hat, eine Argumentationsreihe nach den Vorstellungen und Überzeugungen eines anderen nachzuvollziehen, wird auch nie lernen, das Verhalten des anderen wirklich zu verstehen.

Nach sowjetischer Vorstellung ist z.B. die Sowjetunion rundherum von zumindest unzuverlässigen Nachbarn umgeben. Polen ist unsicher, Rumänien geht eigene Wege, die Türkei gehört zur NATO, in Afghanistan herrscht Bürgerkrieg, der fundamentalistische Islam im Iran ist gefährlich und die Volksrepublik China verhandelt lieber mit kapitalistischen Staaten statt mit sozialistischen.

Frei geht davon aus, daß die Zunahme von Kontaktmöglichkeiten die Chance vergrößert, auf beiden Seiten Empathie zu entwickeln. Wer öfters Kontakte mit Funktionären oder Bürgern sozialistischer Staaten erlebt hat, wird bestätigen, daß es durchaus möglich ist, westlich demokratische Vorstellungen, die Politik "kapitalistischer" Staaten plausibel zu machen.

Allerdings sollte man die Kontaktmöglichkeiten nicht auf Politiker, Militärs und Journalisten beschränken. Delegations-Begegnungen sind notwendig und nützlich, aber sie müßten durch Begegnungen zwischen "Normal-Bürgern" ergänzt werden. Hier ist die Situation völlig ungleich. Millionen Touristen reisen aus dem Westen in sozialistische Staaten. Die Bürger, die aber z.B. aus der Sowjetunion kommen, sind durchweg "handverlesen".

So wäre es z.B. sehr vertrauensfördernd, gläubigen Sowjetbürgern die Möglichkeit zu geben, sich frei mit Gläubigen im Westen zu treffen. Bisher sind Delegationsbegegnungen üblich. So dürfen die offiziellen Delegationen des Moskauer Patriarchates im Westen für die Millenniumsfeier werben, vorausgesetzt, sie bestätigen, daß in der Sowjetunion völlige Glaubens- und Religionsfreiheit existiert, vorausgesetzt, daß sie für die sowjetische Friedenspolitik eintreten. Über die in der Sowjetunion laufende Anti-Millenniums-Kampagne sprechen sie nicht (23).

Taten nicht Worte

Welche Bedeutung Wahrnehmungsmuster, Stereotypen, Vorurteile für das

Bild vom "Anderen" haben, wird in jedem Text behandelt, der sich mit "Feindbildern" befaßt (24). Heinz Brahm hat dies sehr eindrücklich in seiner Studie "Die Sowjetunion im Prisma westlicher Meinungen" herausgearbeitet (25). Die Mahnung, die in solchen Untersuchungen - natürlich auch in dem Buch von Frei - immer auftaucht, lautet, daß ständig das eigene Wahrnehmungsmuster überprüft, daß ständig das Bild vom "Anderen" überprüft werden sollte.

Es stimmt nicht, daß "Feindbilder" unauflösbar sind. Von der einstigen "Erbfeindschaft" zwischen Deutschland und Frankreich spricht heute niemand mehr, die junge Generation kennt das Wort oft gar nicht. Auch das Bild des sozialistischen China hat in den westlichen Medien ausgesprochen freundliche Züge bekommen.

Natürlich haben die Erklärungen von Staatsmännern hierzu beigetragen. Aber die entscheidende Veränderung des Wahrnehmungsmusters geschah durchweg nicht auf Grund von Worten, sondern auf Grund feststellbare, überprüfbarer Verhältnisse, Verhaltensweisen, Änderungen. Ganz entscheidend ist hierbei, um eine etwas grobe propagandistische Formulierung zu gebrauchen, die Regel: "Schau ihnen nicht aufs Maul, sondern auf die Hände".

Ungleichgewicht der Darstellungen

Schließlich kann der Abbau von Feindbildern nur dann realistisch sein, wenn er beiderseitig ähnlich oder zumindest vergleichbar erfolgt. Vertrauen, und darum geht es ja, kann nur entstehen, wenn die andere Seite eigene Schritte in dieser Richtung zur Kenntnis nimmt und entsprechend darauf reagiert. Die Kommunikation, die Arbeit von Journalisten spielt hierbei eine große Rolle. Wenn wir nun danach fragen, ob im Sinne des Abbaus von Feindbildern zwischen Ost und West Fortschritte erreicht worden sind, so kann man einiges feststellen. Im Unterschied zu den eingangs erwähnten Beschwerden von sowjetischer Seite gegenüber westlichen Massenmedien, haben Gorbatschow und seine "Perestroika" eine ausgesprochen gute Presse im Westen. Es gibt wohl kaum eine sowjetische Führungspersönlichkeit, auf die so viel Hoffnungen gesetzt werden.

Entscheidend waren auch in diesem Fall nicht so sehr die Ankündigungen und Proklamationen, sondern Maßnahmen, so z.B. die vertrauensbildenden Maßnahmen im militärischen Bereich. Das betrifft sowohl die Außenpolitik der Sowjetunion wie die Innenpolitik. Einen gewaltigen Beitrag für die Glaubwürdigkeit der Sowjetunion hat die "Glasnost"-Kampagne geliefert. Allerdings hatte sie auch eine etwas komische Seite. Was westliche Fachleute schon seit langer Zeit festgestellt und publiziert hatten, was von sowjetischer Seite als üble kapitalistische Propaganda bezeichnet wurde, wird nun Stück für Stück bestätigt.

Trotz mehr und genaueren Informationen über die "kapitalistischen" Staaten, trotz Fernseh-Brücken mit offenen Diskussionen, trotz Symposien von Fachleuten aus Ost und West, haben die sowjetischen Massenmedien bisher nur winzige Schrittlchen in der Richtung auf ein einigermaßen realistisches Bild der anderen Welt hin getan. Kondraschow hat das in seinem eingangs er-

wähnten Artikel bestätigt. Immer noch sind die häufigsten Zeitungsphotos über den Westen knüppelnde Polizisten, die friedliche Friedensdemonstranten niederschlagen. Immer noch prangern vor allem Karikaturen die westlichen Demokratien als Instrumentarien von Ausbeutern an. Nach wie vor sind die USA der Weltfeind Nr.1 (26).

Greift man ein wenig hinter die Massenmedien, schaut in Broschüren, prüft Plakate, so wird das Bild sehr düster. So ist z.B. die Plakatserie der Organisation für vormilitärische Ausbildung DOSAAF "Von wo die Kriegsgefahr ausgeht" (1986) eine schreckliche Aufreihung brutalster Feind- und Haßbilder. Während z.B. in der deutschen Bundeswehr eine Erziehung zum Haß unter sagt ist, ist die Haßerziehung in sozialistischen Streitkräften immer noch Ausbildungsbestandteil.

Erwartungen und Bestrebungen

Solange dieses Ungleichgewicht besteht, wird sich auch der Verdacht halten, man möchte von sowjetischer Seite zwar einen Abbau der antisowjetischen Feindbilder, aber keinen Abbau des antikapitalistischen Feindbildes im eigenen Machtbereich. Das Dilemma ist, daß von westlicher Seite von der von Gorbatschow eingeleiteten "Perestroika" eine Änderung des Gesamtsystems erwartet wird. Von sowjetischer Seite wird jedoch betont, es ginge keinesfalls um eine Änderung des Gesamtsystems, sondern um seine Verbesserung und Stärkung.

Heinz Brahm schreibt in seiner Studie abschließend: "Auch die Entspannungspolitik der siebziger Jahre hat den harten Kern des ideologischen und machtpolitischen Gegensatzes zwischen Ost und West nicht aufweichen können. Die Absichtserklärungen von Helsinki und die Hoffnungen, die in der kurzen Zeit der Entspannung gediehen, haben für einige Zeit der Entspannung gedient, haben für einige Zeit nur das negative Bild von der Sowjetunion verändert, aber nicht die Sowjetunion selbst. Die Kunst einer jeden Ostpolitik besteht darin, auf dem Mittelweg zwischen Skepsis und Illusion zu bleiben. Alle Bestrebungen müssen darauf gerichtet sein, den Rahmen für ein wahrheitsgetreues Sowjetunionbild so zu gestalten, daß keine Chance für einen Neuanfang verpaßt und Selbsttäuschungen nach Möglichkeit vermieden werden" (27).

QUELLENANGABE

- (1) HEINZ BRAHM. Gorbatschows erste Schritte. Bericht des Bundesinstitutes, Köln. Nr.31/1987.S.1.
- (2) In: Pravda 30.9.1987.
- (3) ALEXANDER KRETOW. Wie Legenden entstehen. Schwere Zeiten für Sowjetfeinde. In: Sozialismus: Theorie und Praxis. Nr.10/1987. S.40; - siehe auch: A. KАРPYЧЕV. Simpatii i antipatii. In: Pravda 28.9.1987.
- (4) V. TIŠKOV. Stereotipy i vzaimoponimanija. In: Pravda 13.8.1987.
- (5) S. KONDRAŠOV. Točnyj obraz mira. In: Kommunist. Nr.14/1987 (Sept.). S.51 ff.
- (6) In: Das Parlament 26.9.1987. S.6.
- (7) In: Neues Deutschland 28.8.1987.

- (8) BERNHARD SUTOR (Hg.). Politik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Paderborn, München, Wien, Zürich 1979. S.485.
- (9) Siehe: 6. S.7.
- (10) Siehe hierzu z.B. Bibliographie in: DANIEL FREI. Feindbilder und Abrüstung. München 1985. S.140 ff. PETER MICHAEL PFLÜNGER (Hg.). Freund- und Feindbildes. Begegnung mit dem Osten. Olten, Freiburg 1986.
- (11) ERNST LUTZ. Lexikon zur Sicherheitspolitik. München 1980. S.83.
- (12) DANIEL FREI. Feindbilder und Abrüstung. München 1985. S.13.
- (13) "Erst kommt das Bild und dann kommt die Moral". In: Süddeutsche Zeitung 15.10.1987.
- (14) Siehe hierzu: P. ROTH. Macht und Ohnmacht der Information. In: Stimmen der Zeit. Nr.11/1979. S.732 ff.
- (15) Dissertation Universität München 1985.
- (16) HENRYK BRODER. Ich liebe Karstadt. Blick auf Deutschland aus der Ferne. In: Feuilleton-Beilage der Süddeutschen Zeitung 28./29.9.1985.
- (17) Siehe hierzu: P. ROTH. Die Verfassung garantiert die Freiheit zur Einheitsmeinung. In: Das Parlament 5./12.9.1987. S.16.
- (18) In: Žurnalist. Nr.4/1987.S.25.
- (19) Siehe: 18.S.9.
- (20) BOHDAN NAHAYLO. Selected statements by Soviet spokesmen at the Chautauqua conference on US-Soviet relations. Radio Liberty Research Nr.364/1987.S.1.
- (21) In: Süddeutsche Zeitung 11./12.7.1987.
- (22) Siehe: 12.S.135.
- (23) Siehe hierzu: P. ROTH. "Die Religion ist das Opium des Volkes". Religionskritik und atheistische Propaganda in der Sowjetunion. In: GERHARD ADLER (Hg.). Tausend Jahre Heiliges Rußland. Orthodoxie im Sozialismus. Freiburg, Basel, Wien 1987. S.178.
- (24) Siehe hierzu z.B. HANSJÜRGEN KOSCHWITZ. Stereotyp und Vorurteil in der internationalen Massenkommunikation. In: WALTER MAHLE (Hg.). Langfristige Medienwirkung. Berlin 1986. S.95 ff.
- (25) Bericht des Bundesinstitutes, Köln. Nr.46/1986.
- (26) Siehe z.B. DMITRI WOLSKI. Neoglobalismus. Moskau 1987; - A. IVANOV. Antikommunizm protiv osvobodivšichsja stran. Moskau 1987 (Antikommunismus gegen Länder, die sich befreit haben); - O. VAKULOVSKIJ. Dvojnoe dno "Emnisti internešni". Moskau 1987 (Der doppelte Boden von "Amnesty international").
- (27) Siehe: 25.S. 36 f.

gemaskerd bal van nederlandse uitgevers

onwenselijke effecten van ongewenste overnemingen

joan hemels

De beurschaos van 'bloedige maandag' 19 oktober 1987 en de nasleep ervan gaven de internationale financiële journalistiek volop aanleiding tot een verhoogde activiteit. De Nederlandse bedrijfseconomische en financiële journalisten waren toen nog nauwelijks bekomen van een krachtproef die op 3 juni was begonnen en tot in het najaar zou duren. Ik doel hierbij op de strijd tussen de twee grote, ook in Vlaanderen bekende, Nederlandse uitgeversconcerns Elsevier NV en Kluwer NV. Uit het halfjaarbericht 1987 bleek, dat Elsevier tot 30 juni 1987 een belang van 23 % had verworven in Kluwer. Inmiddels was een nationaal minidrama met een internationaal tintje de regenachtige zomer journalistiek gaan beheersen. De Britse mediamagnaat Robert Maxwell gaf de uitslaande brand in de Nederlandse uitgeverijwereld een internationaal aspect. Zijn reputatie werkte als olie op het vuur.

In deze bijdrage aan het vriendenboek voor mijn sympathieke Vlaamse collega Louis Meerts, die bovendien een 'persman' in hart en nieren is, beperk ik mij tot enkele onderbelicht gebleven facetten van de geruchtmakende uitgeversslag in het Nederlandse taalgebied. Met het oog op de bijzondere aandacht van de hoogleraar en de hoofdredacteur Meerts voor de beroepsethos van bij massamedia betrokken professionals, veroorloof ik mij enige kritische kanttekeningen te maken bij de ethiek van het ondernemerschap van uitgevers. De uitgeversstrijd van 1987 dwingt mijns inziens tot een bezinning op de uitgeversfunctie in de moderne informatiemaatschappij. Nu de kruitdamp optrekt en de kaarten althans voorlopig zijn geschud, lijkt de tijd voor zo'n reflectie aangebroken te zijn.

De feiten van de affaire

Voor een goed begrip van de verwickelingen geef ik in het kort de feiten. Twee journalisten van de financiële redactie van *de Volkskrant* hebben in recordtempo al een boek over de gevechtshandelingen op de markt gebracht, zodat daarnaar kan worden verwezen voor een uitgebreider en genuanceerder verslag-van-dag-tot-dag (1). De hoofdfiguren in het pokerspel aan het Nederlandse uitgeversfront zullen op zijn vroegst in hun memoires een boekje met meer of minder opzienbarende onthullingen opendoen. Naar de motieven en achtergronden van veel gelukte én mislukte zetten blijft het voorlopig gissen. Op 3 juni kondigde Elsevier aan een bod op Kluwer te zullen uitbrengen. De

hoofddirectie van dit laatstgenoemde concern reageerde vrijwel onmiddellijk met een afwijzing. De beoogde overneming kreeg zo het karakter van ongewenst. Nog maar nauwelijks had Elsevier de hoogte van zijn bod bekend gemaakt, of Kluwer en een derde partij, Wolters Samsom Groep NV, kondigden op 15 juni fusieplannen aan. Kluwer beschermde zich bovendien tegen Elsevier door plaatsing van preferente aandelen bij een bevriende stichting én bij Wolters Samsom Groep. De fusieplannen kregen gestalte, doordat Wolters Samsom Groep een bod uitbracht op Kluwer.

De krantenkolommen stroomden vol met berichten over de twee met elkaar ter beurze concurrerende biedingen. Tot half juli zag het er naar uit dat Elsevier zou winnen. Pas op 17 juli conformeerde de beurskoers van Kluwer zich meer naar die van het van de Samsom Wolters Groep afkomstige bod. Intussen verhoogde Maxwell de graad van nervositeit en spanning door onder meer te laten bevestigen, dat hij kort tevoren een pakket Kluwer-aandelen had gekocht, en door te gaan 'praten' met Elsevier, waarin de Britse media-magnaat ook een belang had opgebouwd. Daarmee leek hij partij te kunnen en willen worden in de op zich al enerverende overnamestrijd rond Kluwer. Hadden Nederlandse media tot dan toe de escapades van Maxwell regelmatig, maar tamelijk afstandelijk gevolgd, nu werd zijn mogelijke inmenging in Nederlandse uitgeverijverhoudingen plotseling als een enorme bedreiging ervaren en geïnterpreteerd. De koele distantie maakte plaats voor emotionele betrokkenheid. De nationale belangen zouden, zo werd gevreesd, in het geding kunnen komen. Journalisten herinnerden zich bovendien de in het voorjaar door Maxwell gedane uitspraak, dat een land als Nederland toch eigenlijk over een echte zondagskrant moest kunnen beschikken.

Na enige tijd van onzekerheid bleek Wolters Samsom Groep op het nippertje 51 % van de aandelen van Kluwer te hebben verworven; de rest was in handen van Elsevier geraakt. Op 14 augustus werd begonnen met de opbouw van het nieuwe concern Wolters Kluwer NV. Elsevier liet Maxwell op 11 september schriftelijk weten op korte termijn geen samenwerkingsmogelijkheden te zien.

Juridische afronding met kunstgrepen

Elsevier werd door een vennootschapsrechtelijk manoeuvre van de nieuwe uitgeverscombinatie Wolters Kluwer in de positie van machteloze minderheidsaandeelhouder gedwongen. Door omzetting, bij notariële akte van 3 november, van de naamloze vennootschap Kluwer NV in een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid werd Kluwer BV een werkmaatschappij van de holding Wolters Kluwer. Elsevier kwam zo met een aandelenpakket in een dochtermaatschappij te zitten en kan geen enkele invloed van betekenis uitoefenen. De holding oefent met haar aandelenpakket van 51 % de macht uit. Elsevier zou, zo werd van de zijde van Wolters Kluwer beklemtoond, eerst maar eens met daden zijn goede bedoelingen moeten tonen. In het voetspoor van de vele dossiers vullende kranten- en tijdschriftartikelen van ruim vijf maanden heb ik mij bediend van een aan het krijgsbedrijf ontleend jargon. Er was dan ook sprake van een juridische en psychologische

oorlogsvoering, geheel in de lijn van het vijandelijke, vijandige, onvriendelijke of ongewenste epitheton ornans van de beoogde overneming.

De kwestie van de beschermingsconstructies tegen een 'unfriendly takeover' staat, zoals te verwachten was, op dit ogenblik in het centrum van de belangstelling van beursmensen, juristen, de ondernemers en de bankiers. Nederland kent geen centraal overheidsorgaan dat voorafgaande fusietoestemming moet geven. Groot-Brittannië kent in dit verband de 'Mergers and Monopolies Commission', de Bondsrepubliek het 'Kartellamt' en Frankrijk de 'Trésor'. In de Nederlandse verhoudingen was het tot de recente fusiestrijd in de uitgeverwereld niet gebruikelijk een vijandig bod op een andere onderneming uit te brengen.

Geen controleregeling voor persfusies

De afgelopen jaren heeft de Nederlandse Vereniging van Journalisten (ruim vijfduizend leden) herhaalde malen, ook bij kabinet en parlement, op een persfusiecontroleregeling aangedrongen. Het is uiteraard niet toevallig dat juist in de kring van de georganiseerde journalistiek om zo'n regeling werd gevraagd. Het al in de jaren zestig op gang gekomen en mogelijk slechts tijdelijk tot stilstand gebrachte proces van persconcentratie raakt de werkgelegenheid van journalisten (2).

In 1981 pleitte de beroepsorganisatie van journalisten NVJ te zamen met de andere in de Federatie Nederlandse Vakbeweging (FNV) verenigde mediavakbonden voor een controleregeling. In 1982 rondde het adviesorgaan van de regering in perszaken, de Persraad, zijn discussies af over de (on-)wenselijkheid van zo'n regeling. Een hoofdstroming stemde in met de wenselijkheid ervan, terwijl een minderheid niet overtuigd was van onder meer de praktische uitvoerbaarheid van enige regeling. Volgens een in de Persraad besproken ontwerp-regeling zou een persfusiekamer aan het Gerechtshof te Amsterdam dienen te worden verbonden. Bij dit nieuwe orgaan zouden fusievoornemens dienen te worden aangemeld. De fusiekamer zou vervolgens een onderzoek kunnen instellen naar de mogelijkheden om persverscheidenheid te bevorderen. Daarbij zou ook gelet moeten worden op de bestaansmogelijkheden van de betrokken ondernemingen zónder de voorgenomen fusie. Hangende dit onderzoek zou het fusievoornemen tot ten hoogste dertig dagen kunnen worden geschorst.

In het bewuste ontwerp was aan de persfusiekamer de bevoegdheid toegedacht al dan niet voorwaardelijk een openbare kennisgeving te doen van een verklaring van bezwaar tegen een voorgenomen fusie. In het uiterste geval zou de persfusiekamer een openbare berisping kunnen uitspreken en zelfs een voorgenomen fusie nietig kunnen verklaren, als die fusie naar haar oordeel een zodanig ernstige afbreuk aan de verscheidenheid van het perswezen zou doen, dat daardoor de publieke voorlichting op fundamentele wijze zou worden geschaad.

In het politieke circuit vond het advies van de Persraad noch in de minister-raad noch in de Tweede Kamer een warm onthaal (3).

De Nederlandse Vereniging van Journalisten bleef zich echter sterk maken

voor een persfusiecontroleregeling. Zij beklemtoonde dat het er haar niet om gaat een onverbiddelijk verbod te kunnen afroepen. De regeling zou het karakter van een bijsturingsinstrument moeten hebben. Bij voorgenomen fusies zou er de mogelijkheid door worden geschapen de belangen van de pluriformiteit van de pers veilig te stellen.

Politiek ligt het vraagstuk van een persfusiecontroleregeling ook na de gevechten om Kluwer nog steeds heel gevoelig. De voor cultuur verantwoorde-lijke minister kan tot een andere belangenafweging komen dan bijvoorbeeld zijn collega van economische zaken. 'Oplettenheid blijft geboden' lijkt het motto van politiek Den Haag te zijn. Van de acute noodzaak om tot een toetsingsregeling voor persfusies te komen willen kabinet en parlement echter (nog) niet weten.

Voor alle ondernemingen in Nederland geldt de *formele* fusiecode van de Sociaal-Economische Raad. Het gaat hier om een procedurele toetsing van de wijze van totstandkoming van een fusie.

In een advies van 21 januari 1977 heeft dezelfde raad gepleit voor wetgeving inzake *materiële* fusiecontrole met het oog op toetsing van de gevolgen van een fusie. In het bewuste SER-advies over de toekomstige (wettelijke) status van de fusiegedragsregels was een preventieve materiële toetsing van bepaalde fusies door de overheid voorzien. Deskundigen op het gebied van het handelsrecht zagen geen overwegende bezwaren in de gedachte om te komen tot een materiële fusiecontrole, al dan niet gekoppeld aan de procedurele fusiecode. De in vennootschapsland zeer hoog geschatte prof. mr. W.C.L. van der Grinten die het aan het SER-advies verbonden minderheidsstandpunt had ondersteund, achtte het zware geschut echter niet in overeenstemming met de in Nederland bestaande bedrijfscultuur. Na rijp beraad besloot het kabinet het SER-advies niet over te nemen, zoals uit de toelichting op de begroting van Economische Zaken aan de Tweede Kamer (1984-1985) blijkt. Insiders wijzen er nu op, dat we intussen niet alleen twee jaar verder zijn, maar ook een harde les wijzer zijn geworden (4).

Toetsing van een voorgenomen fusie aan het algemeen belang, op grond van concrete toetsingscriteria door een instantie bestaande uit deskundigen, zou niet alleen in het licht van de binnenlandse uitgeversstrijd van 1987 heroverwogen moeten worden. Er is nu ook de dreiging van overname van een of meer Nederlandse uitgeversconcerns door Maxwell, die meer dan twee miljard gulden in kas zou hebben en niet gebukt zou gaan onder bankschulden, zodat hij bij banken krediet zou kunnen opnemen.

Door de beurscrisis zou een bod van Maxwell op Elsevier één miljard gulden minder kosten. Was de beurswaarde van dit Nederlandse uitgeversconcern eind augustus 1987 nog 3.600 miljoen gulden, twee maanden later was deze waarde gedaald tot 2.300 miljoen gulden (5). Het wapenarsenaal van beschermingsconstructies bij voor overname interessante concerns zal inmiddels ongetwijfeld extra versterkt worden. Er bestaat echter geen zekerheid of de (gecumuleerde) beschermingsvoorzieningen onder alle omstandigheden effectief zullen zijn. De beveiligingsconstructies zijn namelijk nog niet in voldoende mate ten principale door de rechter getoetst, zodat deze dijken het op kritieke momenten toch nog kunnen begeven.

De balans opgemaakt

Van uitgevers wordt niet primair verwacht dat ze op de beursvloer met elkaar een financiële strijd uitvechten. De bij de affaire betrokken concerns hebben zich in de zomer van 1987 grote offers moeten getroosten, óók met het oog op koerssteunende inkoop van eigen aandelen en certificaten (6). De Amsterdamse effectenbeurs raakte er van in de ban, maar de gemiddelde Nederlandse burger hield er een nare smaak van over. Wie tot dan toe nog had gedacht dat zelfs de grootste uitgeverijen van het land er enige eer in stelden culturele aspiraties zo goed mogelijk te combineren met economische doelstellingen, vielen de schellen van de ogen. Uitgeven werd ontmaskerd als een profijtelijke bezigheid met in het gunstigste geval onbedoelde culturele neven-effecten. Het graag gepresenteerde beeld van uitgeven als een 'gentlemen's business' viel in diggelen. Op dit ogenblik is het zelfs nog maar de vraag, of de bedrijfstak pogingen in het werk zal stellen het geschonden vertrouwen bij het publiek te herstellen. Dit zou bijvoorbeeld kunnen door een aantal commercieel niet aantrekkelijke, maar voor het culturele leven in Nederland belangrijke uitgeefprojecten te realiseren.

Politiek gezien zou de strijd om Kluwer ook nog wel eens een onaangenaam staartje kunnen krijgen. De belangenorganisaties van uitgevers hebben in de laatste jaren vrij gemakkelijk gehoor gevonden voor hun desiderata en problemen. Men hoeft hierbij maar te denken aan de kwestie van de handhaving van de vaste boekenprijs en aan het weer invoeren van het BTW-nultarief. Als de georganiseerde uitgevers bij de politiek verantwoordelijke bewindslieden in het kabinet hun zin niet kregen, bleken parlementariërs opvallend vaak bereid te zijn voor uitgeversbelangen in de bres te springen. In de publiciteit kreeg het uiteraard sterk beklemtoonde aspect van het cultuurpolitieke *algemeen* belang meestal sterk de aandacht boven het op de achtergrond gehouden *eigen* belang van de uitgeversconcerns. Na de verwickelingen van het tweede halfjaar van 1987 zullen politici zich niet meer zo gemakkelijk om een boodschap laten sturen en gevoeliger kunnen blijken voor het inperken van de ondernemersvrijheid van uitgevers door bijvoorbeeld een scherpe wettelijk geregelde materiële fusiecode. De wijze waarop informatie in de samenleving vanuit uitgeverijen wordt gegenereerd en verspreid, raakt de 'heiligheid' van de grondwettelijk geformuleerde persvrijheid, maar kan desalniettemin op gespannen voet komen te staan met het algemeen belang.

Een tweede en dan waarschijnlijk grensoverschrijdende concentratiegolf in de uitgeversbranche kan juist in een kleinschalig taalgebied als het Nederlandse cultuurpolitiek ongewenste gevolgen hebben. De miljoenen- en zelfs miljardendansen van binnen- en buitenlandse mediagiganten op een aan het gemaskerd bal herinnerend schouwtoneel geven de opgang naar de informatiemaatschappij een ontnuchterende, tot nadenken stemmende dimensie. De toenemende vervlechting tussen gedrukte en elektronische media in de sfeer van de eigendomsverhoudingen, alsmede de sterke tendens tot internationalisatie van de activiteiten op mediagebied zullen regelgeving van de zijde van nationale overheden bemoeilijken.

Nederland en Groot-Brittannië, twee lidstaten van de Europese Gemeenschap, kennen vrijwel geen wetgeving op het gebied van fusies en (onge-

wenste) overnames, die naar het oordeel van de Europese Commissie de aandeelhouders van ondernemingen voldoende bescherming bieden (7). In het specifieke geval van uitgeverijen dient men echter niet alleen aan de belangen van aandeelhouders, maar met name ook aan die van de informatiegebruikers te denken.

Invalshoek van de economische ethiek

Het zal misschien toeval zijn geweest, maar vóór het hoogtepunt van de uitgeverstrijd begon het christelijk dagblad *Trouw* een serie onder de titel 'Ethiek & geld verdienen'. De bedrijfskundige en jezuïet Eduard Kimman maakte in de aflevering van 30 juli 1987 duidelijk, dat ethiek voor een onderneming moet worden ontwikkeld vanuit het produkt of de dienst waarin zo'n bedrijf is gespecialiseerd (8). Voor een uitgeverij of ander mediabedrijf betekent dit mijns inziens dat ook onmiddellijk het belang van de informatiegebruiker in het vizier komt. Uitgeven als economisch handelen kan dus genormeerd worden aan de hand van normen en waarden. De discussie hierover is echter nog nauwelijks begonnen, hoewel er specifieke beginselen van ondernemingsrecht in de sfeer van het uitgeverijbedrijf uit voort zouden kunnen vloeien.

Volgens de directeur van Het Financieel Dagblad BV, Jan Karel Hylkema, is een juiste definitie van ondernemen 'dat in een onderneming arbeid, kapitaal en ondernemerschap dienen samen te werken met het doel tot een meerwaarde te komen. Anders gezegd, het resultaat van het samenwerken van de drie produktiefactoren dient een hogere waarde te hebben dan de som van de samenstellende delen. De meerwaarde kan bereikt worden door in het ondernemingsgebeuren de vraag naar de functionaliteit van de te produceren goederen of diensten voor de afnemer voortdurend centraal te stellen' (9).

Voor Hylkema is het verheffen van het winst-maken bij het ondernemen tot centrale doelstelling te beperkt. Het zou het gevaar inhouden van het ontstaan van een mentaliteit dat winst-maken ten koste van alles, dus ook ten koste van anderen moet.

De oud-directeur van Samsom Uitgeverij BV, J.F. Samsom, riep in een warm pleidooi voor de prioriteit van de menselijke waardigheid en morele verantwoordelijkheid bij het ondernemen en het fuseren van ondernemingen een door de Amerikaanse bisschoppen geformuleerde norm in herinnering. Deze zou luiden: 'Elk economisch besluit moet beoordeeld worden in het licht van de vraag of ze de waardigheid van de menselijke persoon beschermt of ondermijnt' (10).

Men mag zich in gemoede afvragen in hoeverre de concernleiding van met name de initiator van de vijandige poging tot overname van Kluwer, Elsevier en meer in het bijzonder de voorzitter van de Raad van Bestuur, de sfinx-achtige prof. dr. P.J. Vinken, toegankelijk is voor een gedachtengang als die van de collegae Hylkema en Samsom. Juist daarom is het noodzakelijk dat een diepgaande bezinning op de ethische aspecten van het uitgeven met aandacht voor de beroepsethos van uitgevers door insiders én buitenstaanders op gang wordt gebracht.

Bij alle aandacht voor het creëren van beschermingsconstructies tegen

ongewenste overnames mag de meningsvorming over de zakenman als een publieke figuur (11) niet op de achtergrond raken.

Wat de ontwikkeling van de communicatiewetenschap betreft vind ik het een gelukkige zaak dat de nieuw te benoemen hoogleraar voor het genoemde vakgebied aan de Vrije Universiteit te Amsterdam blijkens de functie-eisen ook belangstelling zal moeten hebben voor de ethische aspecten van massacommunicatie (12). Men zou deze minimale eis aan iedere zittende hoogleraar moeten stellen, te meer, nu collega Louis Meerts het otium cum dignitate gaat genieten. Zijn bijdrage aan het denken over ethiek en media houdt een opdracht in, namelijk om niet te berusten in de technische en economische loop der dingen, alsof mensen er geen invloed op kunnen uitoefenen.

NOTEN

- (1) W. Beusekamp en J. Schoonbrood, *De overval van Elsevier op Kluwer*, Amsterdam, Uitgeverij Balans, 1987.
- (2) Vgl. R.E.M. Van den Brink, *Economische structuur en ontwikkeling van de informatiemedia in Nederland 1938-1985, in het bijzonder die met betrekking tot de uitgeverij*. Leiden/Antwerpen, H.E. Stenfert Kroese BV, 1987, pp. 436-442.
- (3) Zie voor een behandeling van de standpunten van de vier grote fracties in de Tweede Kamer: K(laas)S(alverda), Vraagstuk persfusiecontrole weer hoogst actueel, *De Journalist*, 38 (12): 10-11.
- (4) Vgl. J.R. Glasz, Strijd tussen uitgevers vergt nieuwe gedragsregels, *NRC Handelsblad* van 7 augustus 1987.
- (5) K. Breen, "Nu het uitgelezen moment om overnames te plegen ...", *Elseviers Weekblad* van 14 november 1987.
- (6) In perspublicaties werd unaniem gesteld, dat de uitgeversstrijd méér dan vijfhonderd miljoen gulden heeft gekost. De betrokken uitgeverijen zelf hebben zich op dit punt in stilzwijgen gehuld, maar zullen misschien te zijner tijd de aandeelhouders opening van zaken moeten geven.
- (7) Aldus de strekking van een bericht in *Trouw* van 11 augustus 1987.
- (8) Gepubliceerd in *Trouw* van 30 juli 1987.
- (9) J.K. Hylkema, Ondernemen vorm van naastenliefde, *Trouw* van 8 juli 1987.
- (10) J.F. Samsom, Fusies: rechten van de mens voorop, *Trouw* van 3 juli 1987.
- (11) Titel boven een bijdrage van de Amerikaanse hoogleraar sociale wetenschappen en publicist over management Peter Drucker in *NRC Handelsblad* van 10 oktober 1987.
- (12) Deze advertentie stond in *Trouw* en *NRC Handelsblad* van 10 oktober 1987.

verleger und journalist in katholischer presse ein partnerschaftlicher auftrag

hanns sassmann

Bei diesem nicht gerade häufig gestellten Thema geht es um die zentrale Frage: wie stellt sich heute unter den aktuellen Wirklichkeiten des gesamten Medienwesens das "Spezificum" katholische Presse in ihren für sie verantwortlichen und maßgeblichen Personen dar.

Dabei ist sicherlich zuerst nach den Voraussetzungen und Qualifikationen jener Persönlichkeiten zu fragen, die sowohl berufen wie auch imstande sein sollen, katholische Presse vom weltlichen "Netzwerk der Macht", wie der deutsche Publizistikwissenschaftler Dieter Ratzke die Massenmedien insgesamt nennt, zu differenzieren und sie zugleich mit voller Weltauglichkeit und marktgerechter Konkurrenzfähigkeit auszustatten.

Zum zweiten geht es um kein geringeres Problem als um eine sinnvolle "Ärterordnung" in der katholischen Presse für jene Verantwortungsträger, die sowohl dem inneren Verständnis nach, wie auch mit ihrem professionellen Verhalten rollenspezifische Aufgaben optimal, letztlich für das gesamte "Volk Gottes", zu tragen und zu erfüllen haben.

Nicht gerade zum Vorteil einer Presse, die letztlich religiöse "Bekennnispresse" sein soll, ist man zu sehr auf ein Denkschema festgelegt, daß dem Verleger lediglich eine ökonomische und dem Journalisten die geistige Funktion bzw. Kompetenz zukäme. Ein solches rein funktionalistisches Denkschema kann für katholische Zeitungshäuser nicht genügen. Vielmehr muß auf die Herausbildung auftragskonformer, innerbetrieblicher Kommunikationsideale hingewirkt werden.

Ob das allgemein gängige Verständnis von Partnerschaft genügen kann, wage ich zu bezweifeln. Der Begriff scheint heute verbal überstrapaziert und droht allzuleicht zu einer Leerformel zu werden. Partnerschaft als Rezept zur Lösung von Kompetenzfragen, von Konflikten und Standesinteressen wie auch zur Ausbildung von Koordinationssystemen, hat in unserer komplizierten, pluralen und demokratischen Welt ohne Zweifel Allgemeingültigkeit. Partnerschaft bedeutet jedoch sicherlich auch manchmal nur den euphorisch umschriebenen Kampf um Parität und Gruppenprofilierung. Solches ist durchaus legitim und pragmatisch demokratiekonform. Die Anwendungspraxis muß aber nicht unbedingt den geistigen und publizistischen Unternehmenszielen förderlich sein. Aus dem Bereich des wirtschaftlichen Lebens im allgemeinen wissen wir, daß Partnerschaft, unzulänglich verstanden, oft bloß nur als innerbetrieblicher Machtkampf geübt wird und so auch zur Beein-

trächtigung zweckmäßiger, geordneter Entscheidungsstrukturen führen kann. Die Frage nach der Partnerschaft in einem katholischen Medienunternehmen wird daher grundsätzlich anders zu stellen sein.

Das notwendige, aber letztlich bloß vordergründige Suchen nach einer jeweiligen Rollendefinition in einem nur funktionellen Zusammenwirken kann ebenfalls nicht genügen, auch wenn man an den realen Gegebenheiten der unterschiedlichen Verantwortlichkeiten innerhalb eines Verlagshauses nicht vorbegehen darf.

Auch wäre das Thema nicht hinlänglich behandelt, wollte man von einem bloß loyalen Zusammenwirken reden. Angesichts der heute besonders ausgesetzten Lage katholischer Medienarbeit wäre die wechselseitige Loyalität entschieden zu wenig und ein reiner Funktionalismus sicherlich nicht konfliktlösend.

So sei von der Forderung ausgegangen - ich formuliere bewußt so unbedingt -, daß für jeglichen Medienspezialisten, ob im verlegerischen oder redaktionellen Bereich, hinsichtlich einer selbstverständlichen Kooperationsgesinnung und der innersten Medien-Intention volle Identität bestehen müßte. Dieser Gesinnungsanspruch an den verlegerischen wie den journalistischen Publizisten ist nicht klein. Versuchen wir diesen zu umschreiben.

Unternehmensziele eines katholischen Zeitungshauses wie die laufende geistige Produktgestaltung haben sich am Auftrag der Kirche zur Evangelisation, also am Verkündigungsauftrag, zu orientieren und daraus pragmatisch aufzubauen. Verkündigung durch die Medien - geschrieben und verbreitet - geschieht dann, wenn der Glaube an Jesus Christus als solcher wie auch als Wegweisung zur Deutung und Sinngebung des Lebens ins Bewußtsein der Menschen als mediengerechtes Angebot gebracht werden. Was heißt daher "mediengerecht"?

Dies bedingt, daß sowohl das Imago eines katholischen Zeitungshauses wie auch seine Sprache, bis hin zu den werblichen Aussagen, sich aus dem idiom, ich möchte sagen aus der "Eigen-Sprache" innerkirchlicher Übung, wie sie vielfach in der weiten Öffentlichkeit kaum rezipiert werden kann, wegzubewegen hat. Erscheinungsbild und Sprache eines solchen Verlagshauses haben sich zur vollen Welt- und Öffentlichkeitstauglichkeit auszuformen, ohne deshalb Substantielles preiszugeben.

Die Aufgabe des publizistischen Kommunikators in der Definition eines Albert Camus, als "Geschichtsschreiber des Augenblicks" umschrieben, kann durchaus angenommen werden. Sie definiert aber nur einen Aspekt. Sie bedarf daher, so meine ich, im Sinn eines qualifizierten Rollenverständnisses einer erweiternden Interpretation des Kommunikationsgeschehens, in das sich christliche Botschaft einfügen muß. Das Risiko, mit einem solchen Versuch eines naiven Idealismus geziehen zu werden, ist ethisch *zwingend* einzugehen.

Medienarbeit an und für sich ist, soll sie humane Kommunikation bewirken, immer die Hinwendung zum Menschen. Um ihn, den Menschen, geht es in seiner personalen und gesellschaftlichen Situation des jeweiligen geschichtlichen Augenblicks, von dem Albert Camus spricht. Immer ist die Hinwendung vom Kommunikator zum Mitmenschen, zum Freund, zum Gesinnungsgefährten, zum Mitgläubigen und - noch bedeutsamer - zum "Anderen", zum Frem-

den, zum politischen Konkurrenten im nationalen und übernationalen Bereich, zum Nichtgläubigen zu verlangen. Verleger und Journalist sind gemeinsam in diese Pflicht gekommen.

Der Beitrag der Medien, soll er tatsächlich heilsame und nicht nur informierende Wirkung haben, bedarf einer denkenden und einer bedenkenden, ja einer "sententiösen", also einer gedankenreichen Publizistik. Der Professor für Philosophie an der Päpstlich-Theologischen Akademie in Krakau, zugleich Präsident des Institutes für die Wissenschaft vom Menschen, Jozef Tischner, unterscheidet zwei Formen des Denkens. Ich zitiere wörtlich: "Das Denken ist immer ein Denken über etwas und fällt dann unter die intentionale Kategorie, und es ist ein Denken mit jemand und gehört zur dialogischen Kategorie". Der Anwendungsauftrag für den massenmedialen Bereich liegt auf der Hand. Das "*intentionale Denken*" bedeutet für den Medienkonsumenten die Verlässlichkeit seine Überzeugungen erklärt, besser motiviert und gestärkt zu bekommen. Es schützt den Publizisten, so meine ich, vor geistigen Defiziten, bloß modischen Adaptierungen oder Synkretismus. Dazu wieder sei Wladimir Bukovski zitiert: "Wenn man nicht zielbewußt nach der Wahrheit strebt, ist die eine Mutmaßung so gut wie die andere, Desinformation so gut wie Information".

Das "*dialogische Denken*" wiederum sichert und öffnet den Weg zum Anderen und ist damit aus sich heraus Verständigung und Gespräch, ist Hoffnung stimulierende Kommunikation. Dazu sei auf die letzte Instruktion "Über die christliche Freiheit und Befreiung" verwiesen. In Artikel 26 heißt es: "Ferner ist jeder Mensch auf die anderen Menschen hingeordnet und bedarf ihrer Gemeinschaft. Nur indem er lernt, seinen Willen mit dem der Anderen auf einen echten Wert hin zu vereinen, lernt er die rechte Ausrichtung seines Willens. Die Übereinstimmung mit den Forderungen der Menschennatur läßt also den Willen selbst menschlich werden".

Beides also, das intentionale und das dialogische Denkverhalten, hat als Voraussetzung mediales Wirken zu bestimmen. Solches ist schlechthin "christlich"! Darauf ruht eine gesunde Ausgangsbasis für den Gestalter öffentlicher Meinung im gegenwärtigen religiösen, geistigen, aber auch politischen Verkrampfungszustand unserer Tage. So ist Medienwirksamkeit imstande, Verständnis bewirkende Entkrampfung herbeizuführen. Die Balance zwischen den klar erkennbaren, weltanschaulichen intentionalen Aussagen und der dialogischen Bereitschaft erscheint als ein sicherlich schwieriger, aber durchaus realisierbarer Anspruch an die Massenmedien. Es wäre traurig um alle zutiefst menschliche Hoffnungssehnsucht bestellt, würde publizistisches Können und der hohe Stand der Kommunikationstechnik nicht vornehmlich dafür eingesetzt werden, daß ein wachsendes Verstehens-, Vertrauens- und Verantwortungsgeflecht für die Zukunft der Menschheit entstehen kann. Die Vermittlung von Fakten, Informationen und Orientierungswissen ist heute selbstverständliche publizistische Basisarbeit. Der Aufbau eines Kommunikationsgebäudes über dieser Basis sollte, mit der Zielsetzung eines ganzheitlichen humanen Fortschrittes, anregen zu Verstehens-Konsequenzen und sollte stimulieren zu Verstehens-Anwendungen. Von einer solchen mediengesinnung aus, die alle Verantwortungsträger, die Eigentümer, Herausgeber, Verleger und Journalisten zu umgreifen hat, ergibt sich dann erst in der realen

Berufswelt die Haltung der innerbetrieblichen Partnerschaft in den funktionell differenzierten Aufgabenbereichen. Für den christlichen Publizisten in all diesen Sachbereichen sehe ich ein verpflichtendes Engagement zur aristotelischen Übereinstimmung von Denken, Wort und Wirklichkeit, oder die im Handeln zu erwirkende "Wahrheit" in der "adaequatio intellectus et rei" eines heiligen Thomas von Aquin. Eigentümerrechte und Verlegerfunktion leiten sich letztlich von kirchlichen Kommunikationsidealen ab und machen so, und nur so, den Verlag, personifiziert und institutionalisiert, zum echten Partner des Journalisten.

An dieser Stelle seien mir einige Gedanken über die genuin-katholische Presse gestattet. Sie muß, wie schon bereits erwähnt, intentional und dialogisch gestaltet sein. Sie bleibt aber konfessionelle Presse. Gerne und immer wieder transponiere ich ein Bild von der Presse, das schon vor etwa rund hundert Jahren der deutsche Sozialwissenschaftler Albert Schaeffle für sie erfunden hat, in unsere Zeit. Er nannte die Presse den "sozialen Nervenapparat der Gesellschaft". Es ist dies ein Bild, das auch heute noch Nachdenklichkeit verdient und ebenso für weltliche wie für katholische Pressearbeit Gültigkeit bedeutet. Dieses Bild vom Medizinisch-Anatomischen, auf Information und Meinungsbildung übertragen, bedeutet, Feinfühligkeit, Sensibilität, geistiges und motorisches Reaktionsvermögen in die Lebensäußerungen, aber auch in Kompetenzausübung und Funktionsgerechtigkeit der kirchlichen Gemeinschaft einzubringen. Der "Nervenapparat Medien" hat somit eine Funktion von vitaler und lebenserhaltender Bedeutung.

Der katholische Medienmitarbeiter wird sehen müssen, wie widersprüchlich das Bild der geistigen, der politischen und gesellschaftlichen Wirklichkeit gegenüber der Kirche ist. Wie unüberschaubar, ja unverständlich bis schockierend muten die gewaltigen und umfassenden Wandlungsprozesse an. Verlegerische Marktforschung kann daher nicht nur nach äußeren, soziologisch bestimmbar Merkmalen wie Altersgruppen, Bildungsgruppen, Einkommensgruppen etc. etc. fragen. Der katholische Verleger wird mit tieferreichender Sonde nach dem geistigen Bedarf, nach sinnsuchenden Erwartungshaltungen des Publikums forschen müssen. Tut dies ein Verleger, wird er gerade dadurch zum unverzichtbaren, korrespondierenden Partner des schreibenden Journalisten. Von den Menschen her, für die unsere Blätter geschrieben sind, baut sich im Gespräch über die ermittelte Bedürftigkeit des Publikums verlegerische und journalistische Kooperation auf.

Wo also kann im gegebenen zeitgeschichtlichen Notstand eine Gesinnungspresse, die notwendigerweise in erster Linie immer auch als eine Bekenntnis-presse anzusehen sein wird, ihre eigentümliche Existenzberechtigung und ihre Existenzmöglichkeit haben? Wie hat eine solche Presse ihre erkennbaren Standpunkte zu beziehen? Auch diese Fragestellungen berühren im weitesten Sinn die Realitäten des Zeitungsmarktes. Erscheinen nicht die sogenannten "konservativen" Publikationen, die die Treue zur Kirche groß und kritische Regungen sehr klein schreiben, nicht mit geradezu lächerlichen Miniauffagen?

Sterben die anderen, die sogenannten "kritischen" Blätter nicht am eigenen, zu Recht oder zu Unrecht beklagten, "katholischen Milieu?" Der Prozeß der Verkümmern engagierter katholischer Periodika - und dies mag auch für

die katholische Literatur gelten, - scheint zwar gegenwärtig abgeflacht aber noch immer als deutliches Phänomen.

Der Theologe Karl Rahner sprach seinerzeit vom Eindruck einer radikalen Opposition im Inneren, die daran sei, auch den lebendigen Gott und die wirkliche Heilsposition Christi in Frage zu stellen. Er sagte damals, daß es an der Zeit sei, gegen Säkularisierung, Entsakralisierung und analoge Entwicklungen zu kämpfen. Er, der Wortführer des konziliaren Aufbruches, betonte später deutlich "die Notwendigkeit, zentrale Standpunkte zu verteidigen". Wer könnte es wagen, einem Karl Rahner statisches oder gar restauratives Denken zu attestieren? Anderswo wurde einmal die Not der schweigenden Mehrheit unter den Gläubigen, die wieder Sicherheit haben möchte und offensichtlich nicht deutlich genug erhält, so formuliert, daß "man nicht mehr wisse, was man glauben kann und was man tun darf".

Daraus muß sich zwingend die Gewissensfrage ergeben: ist die weithin verbreitete Meinung richtig, daß die Presse "Troublemaker Nr. 1" ist? Werden durch die Meinungsmacher Unsicherheit, Verwirrung, ja Glaubenszweifel gefördert oder gar manche dieser Erscheinungen überhaupt erst verursacht? Diesen Meinungsäußerungen, wo immer sie gehört werden, ist sachlich und souverän nachzugehen. Wollte man meinen, die Presse sei Erstverursacher eines Glaubensnotstandes, hieße dies den geschichtlichen Augenblick der Kirche verkennen. Die Wandlungsprozesse sind weltweit eingeleitet und nicht erst publizistisch erzeugt. Sie sind mediales Thema, weil durch radikale Veränderungen auch höchst notwendige Bewegungen in der Kirche Ereignis sind. Wandlungen solcher Art können nicht ohne Unsicherheiten, aber auch nicht ohne Fehlgriffe vor sich gehen. Gerade der mit dem Wort operierende Publizist jedoch müßte in dieser Umbruchslage immer auch die Bedingtheit und Relativität der Sprache und ihrer Ausdrucksmöglichkeiten selbst begreifen. Und damit muß engagierte katholische Publizistik auch wissen, daß Tiefe und Wahrheit des Glaubens unter der Dramatik der aktuellen Auseinandersetzungen in ihrer unwandelbaren Substanz nicht mit modischen Worthülsen auszuloten sind. Das Übersehen allerdings neuer Fragestellungen wäre ein Versäumnis. Aber ebenso sehr wäre es ein solches, wollte man verkennen, daß die Gefährdungen größer und schwerwiegender sind, wenn es um Fragen des Glaubens und des gesamtchristlichen Verhaltens geht.

Wem die Kirche wirklich etwas bedeutet, der kann nicht in Vogel-Strauß-Politik am Ansehensverlust der etablierten Kirchen in der modernen Gesellschaft vorübergehen. Man muß sicherlich nicht den Glauben an die geoffenbarte Wahrheit austauschen mit einem allzu großen Vertrauen in die Aussagen und Statistiken der Religionssoziologen, wenn man diese erhobenen Indikationen überprüft, ob und wie der Verfallsprozeß kirchlicher Gläubigkeit und Bindungsbereitschaft korrigierbar und umkehrbar ist. Die Tatsächlichkeit innerkirchlicher Auseinandersetzungen kann heute nicht mehr auf Theologen, auf die Hierarchie, auf innerkirchliche Laienfunktionäre beschränkt bleiben. Im Zeitalter der totalen Information hat via facti jeglicher Vorgang Öffentlichkeitswirksamkeit. Die gegebene Öffentlichkeit der Krisensituation darf daher gerade in katholischer Presse nicht nur als eine unvermeidliche oder störende Begleiterscheinung empfunden werden. Der Gesinnungspresse kommt es zu, diese Vorgänge zum Kapital an Glaubwürdigkeit umzumünzen. Hier liegen

die großen Aufgaben und Möglichkeiten für den katholischen Publizisten. Es ist zu einem guten Stück seine Verantwortung, daß das innerkatholische Gespräch sich nicht in Extrempositionen verirrt. Die kritische Haltung den Extremen gegenüber ist unvermeidlich geworden. Kritik selbst ist unter die Sonde der Loyalität und des unbedingten Willens zum Verkündigungsauftrag zu nehmen.

Es ist sicherlich in diesem Zusammenhang hilfreich, sich an ein Wort, das der in einem NS-Gefängnis hingerichtete Jesuitenpater Alfred Delp ausgesprochen hat, zu erinnern. Es lautet: "Die Kirchen stehen durch die Art ihrer historisch gewordenen Daseinsweise sich selbst im Weg". Prophetisch hat damals Priester und Denker eine aufkommende Entwicklung angepeilt. Doch ebenso ernst wird man sich heute die Frage zu stellen haben, ob wir nicht manchmal, ja sehr oft, der Verkündigung im Wege stehen, mit dem monomatisch abgewandelten Thema von der versagenden, der verengten, der überholten "Amtskirche". Katholische Publizistik wird in Redlichkeit zu erkennen haben, daß Kritik an den Institutionen auch zur Versuchung oder zum geistigen "Faulbett" werden kann. Institutionskritik ist immer noch das leichteste Thema und bedeutet immer die Gefahr, allzuleicht zur journalistischen Routine zu werden. Sie ist als Sensationsangebot bequem und ergiebig, ist oft nur Ersatztätigkeit für das notwendige Streben, das Wort Gottes neu zu verkünden.

Solches wirft die Problemstellung nach der Freiheit des katholischen Publizisten auf. Es geht um die Angst, daß von der Lehrautorität journalistische "Tabu-Zonen" verordnet werden könnten. Dazu gibt die Pastoralinstruktion "communio et progressio" unter Ziffer 116 Deutung und spirituelle Wegweisung. Dort heißt es: "Katholiken müssen sich dessen bewußt sein, daß sie wirklich die Freiheit der Meinungsäußerung besitzen. Diese Freiheit gründet im Glaubenssinn und in der Liebe; im Glaubenssinn, der vom Geist der Wahrheit geweckt und genährt wird ... In der Liebe aber, weil durch sie die Kommunikationsfreiheit bis zur Freiheit in Christus hinaufgehoben wird". Die damit angesprochene Spiritualität des Publizisten ist Motivation und fordert eine unverwechselbare Charakterhaltung heraus. Ein solches Medienverständnis verlangt von unserer Publizistik, daß offene Fragen und Kontroversen grundlegend anders zu führen sind als weltliche Diskussionen und Kontroversen. Im Neuen Testament wird mehrfach darauf verwiesen, daß der Gläubige mit Freimut reden soll. In der Apostelgeschichte ist verschiedentlich von dieser Freimut zu lesen. Dort wird darauf verwiesen, daß Freimut immer ein vom Bekenntnis bestimmte Reden ist, das eine Macht hat, die nicht aus der rethorischen Schulung kommt, sondern die der HERR seinen Dienern verleiht. Eine solche Betrachtung der Freimut erscheint mehr denn je publizistisch "interessant". Diese Freimut hat den Rang eines publizistischen Charismas.

Der große Schriftsteller Manes Sperber sagte einmal "auch wer gegen den Strom schwimmen will, muß in dessen Wasser weilen". Dem katholischen Publizisten zeigt sich damit bildhaft die Pflicht zur Bejahung, auch in der Welt und der Zeit bleiben und bestehen zu müssen. Er darf und muß aber darauf reflektieren, über die Wasser vom Schiff der Kirche getragen zu werden.

Unter diesen bloß skizzenhaft angedeuteten spirituellen Bedingungen ist der "Erfolg" katholischer Medienarbeit zu begründen. Dieser so grundlegende Er-

folg bedarf auch des Erfolges hinsichtlich der Verbreitung und der Reichweitengewinne. Verleger und Journalist in katholischer Presse haben damit ihren partnerschaftlichen Auftrag. Was wir in unseren katholischen Zeitungshäusern dazu brauchen, ist die volle Identität und die Struktur des Vertrauens, die sich daraus entwickeln und blühen wird, wenn der Journalist jene Freiheit erfährt, die ihn nicht zum kirchlichen Medienhandlanger machen will. Der katholische Eigentümer und Verleger aber soll sicher sein können, daß der schreibende Publizist sich nur vom unverkürzten Evangelium in Pflicht nehmen läßt.

In "communio et progressio" heißt es: "Die Kommunikatoren sind Anwalt und Stimulator der Gesellschaft. Sie sind gleichsam Gesprächsleiter am großen runden Tisch, den die Instrumente der sozialen Kommunikation bilden". Der "große runde Tisch" der Kommunikatoren in verlegerischer und journalistischer Verantwortung sollte auch schon in jedem Verlagshaus stehen und ständig besetzt sein von jenen, deren differenzierte und gemeinsame Pflicht es ist, der Kirche Stimme zu verleihen - für den Menschen.

chancen für katholische blätter

günther mees

Seit Jahren gehen die Auflagen fast aller Kirchenzeitungen in der Bundesrepublik beständig zurück. Die wirtschaftliche Situation der meisten Verlage verschlechtert sich deshalb zunehmend. Doch diese Sorgen und Erkenntnisse sind nicht auf die kirchlichen Medien begrenzt. Auch bei den säkularen Blättern macht man sich Sorgen, wie man sich der Konkurrenz der Neuen elektronischen Medien erwehren könne. Doch weht den kirchlichen Blättern noch ein zusätzlicher Wind scharf ins Gesicht: Die Entchristlichung unserer Lebenswelt hat das Interesse an kirchlichen Ereignissen oder an einem Leben auf einer christlichen Grundlage beträchtlich ins Wanken gebracht. Was kann man tun, um am "Markt" bzw. unter den Menschen das Wort in der Welt von heute zu verkünden?

Vor diesem Hintergrund wurde stets als ein besonderer Mangel empfunden, daß über die offenbar gewandelten Einstellungen, Wünsche, Gewohnheiten und Erwartungen der Leser und der Nicht-Leser so gut wie nichts bekannt ist. 15 Bistumsblätter (Aachen, Bamberg, Berlin, Eichstätt, Fulda, Freiburg, Hildesheim, Limburg, Mainz, Münster, Osnabrück, Paderborn, Rottenburg-Stuttgart, Speyer und Trier) haben im vergangenen Jahr 1986 und 1987 eine Funktionsanalyse durchgeführt und hiermit die Media Markt Analyse in Frankfurt beauftragt. Voraus ging eine Erhebung des durchschnittlichen redaktionellen Angebots aller 22 in der Bundesrepublik Deutschland existierenden Bistumszeitungen, um deren Anteil am Gesamtvolumen des Inhalts festzustellen. Hier die Ergebnisse in Prozentzahlen:

Informations-/Wissensvermittlung	29 %
Unterhaltung	19 %
Kirchliche Nachrichten aus dem Bistum	11 %
Religiöse Orientierung und Vertiefung	10 %
Religiöser Dialog und Kritik	8 %
Weltkirche und Papsttum	3 %
Lebenshilfe	2 %
Kirchliche Nachrichten aus der Bundesrepublik	1 %
Werbung mit religiösen Bezug	7 %
Werbung ohne religiösen Bezug	10 %.

Die Untersuchung repräsentiert insgesamt 1.044.700 Abonnenten bzw. Leser in Abonnentenhaushalten.

Einige Vorbemerkungen vorweg:

Interessant ist, daß es bei der Abonnentenentwicklung keinen zwingenden Verlauf zur Abnahme der regelmäßigen Gottesdienstbesucher gibt. Der Rückgang der Gottesdienstbesucher ist im gleichen Zeitraum generell dreimal so hoch wie der Verlust an Abonnenten. Auch kann man nicht zwingend davon ausgehen, daß in Gebieten mit einer ärmeren wirtschaftlichen Struktur der Rückgang der Abonnenten stärker ist, als in sogenannten "reicheren" Gebie-

ten. Feststellbar ist auch eine neue Funktion der Bistumszeitung, nämlich in etlichen Haushaltungen wird die Zeitung auch dann noch abonniert, wenn der Kontakt zur Kirche locker geworden ist bzw. sich fast ganz gelöst hat. Man möchte in keinem Fall wohl in diesen Familien die Brücke zur Kirche ganz und gar abbrechen. Aufgrund der Zunahme sogenannter gemischter Ehen (katholisch/evangelisch) erscheint es angebracht zu sein, auch auf diese Tatsache Rücksicht zu nehmen und dem allgemein Christlichen in der Berichterstattung einen größeren Raum zu gewähren, als würde man sich nur an Katholiken wenden.

Bei der Zusammensetzung der Abonnenten zeigt sich im Vergleich zur Allgemeinbevölkerungsstruktur, daß hier die Frauen leicht vorn liegen. Unter Berücksichtigung aller Personen, die im Haushalt von der Kirchenzeitung erreicht werden, nimmt allerdings der Anteil der Männer als Mitleser wiederum zu, so daß sich die Leserstruktur der Bevölkerungsstruktur annähert. Der durchschnittliche Abonnentenhaushalt bei den befragten 15 Blättern besteht aus 2,6 Personen, wobei 2,1 Personen, das sind 82 Prozent aller Personen, die in Abonnentenhaushalten leben, von der Kirchenzeitung erreicht werden. Die sogenannten Mitleser sind in der Regel Männer und solche unter 40 Jahren, d.h. die Blätter werden von diesem Kreis offenbar als interessant angesehen, sonst würden sie nicht mehr oder weniger zu den regelmäßigen Mitlesern gehören. Jedoch überläßt man offenbar den Frauen den Abschluß eines Abonnements.

Bezogen auf den Mehrpersonenhaushalt sind die Beiträge aus der Kirchenzeitung in rund 70 Prozent der Familien ein Gesprächsstoff. Für 30 Prozent bietet die Kirchenzeitung allerdings nie Anlaß zu einem Gespräch in der Familie.

Ein wichtiger Grund, kein Abonnement abzuschließen, ist die Möglichkeit der Nutzung fremder Abonnements. Knapp 30 Prozent der Abonnenten-Haushalte geben ihr Exemplar regelmäßig oder gelegentlich weiter. In vielen Fällen wird die Kirchenzeitung von den Eltern oder Großeltern ausgeliehen. In der Gewinnung dieser Mitleser läge eine Chance für die Erhöhung der Auflage bzw. für die Verjüngung der Leserschaft.

Die befragten 15 Blätter sind jedoch keineswegs alle über einen Leisten zu schlagen. D.h. jedes Blatt hat doch mehr oder weniger ein eigenes Gesicht, eine eigene Prägung und eigene Leserschaft. Ganz und gar fällt die größte Bistumszeitung in der Bundesrepublik, "Kirche und Leben", aus dem Rahmen. Mit wöchentlich 200 000 Exemplaren, 80 unterschiedlichen Pfarrei- und acht verschiedenen Regionalausgaben, ist diese Zeitung stark als regionale Zeitung geprägt und verwirklicht bewußt den Charakter einer bistumsbezogenen Zeitung. Dies wissen die Leser offenbar zu schätzen. Die Fluktuation im Jahr liegt bei ca. 5 Prozent.

Der Anteil der "Kirche und Leben"-Leser an der Schicht der sogenannten höheren Gebildeten (Abitur, Universität etc.) ist mit 25 Prozent recht hoch im Vergleich zum Gesamtwert der übrigen Blätter (13 Prozent). Auch haben die Leser dieses Blattes höhere Haushaltsnettoeinkommen und höhere persönliche Einkommen, was Redaktion und Verlag sich zunutze gemacht haben, in dem sie einen vielseitigen Leserservice für die Leser aufgebaut haben. KuL, wie "Kirche und Leben" abkürzend genannt wird, ist deshalb auch mühelos in

der Lage, ein Schiff wie die "Astor" z.B. mit 530 Lesern für eine nicht gerade billige Kreuzfahrt zu besetzen. Die Leser wissen diese Angebote zu schätzen, indem sie hiervon sehr stark Gebrauch machen und die Angebote ihrer kirchlichen Zeitung gegenüber den Angeboten neutraler bzw. weltlicher Reisebüros vorziehen. Die in diesem Jahr zum ersten Mal durchgeführte Ski-Freizeit mit Kursen für Ski-Langlauf und Ski-Alpin hat dazu beigetragen, ganz neue jüngere Leserschichten zu "entdecken".

Eine positive wechselseitige Bindung besteht zwischen der Leserschaft einer Bistumszeitung und dem Mitteln der Leser in kirchlichen Verbänden. Man kann fast davon ausgehen, daß überall dort, wo noch kirchliche Vereinigungen für die Arbeiter, für das Landvolk, für die Frauen und für die Jugend existieren, die Abonnentenschaft relativ stabil erscheint. Dies erklärt auch zu einem großen Teil die gute Situation im Bistum Münster, weil dieses Bistum eine nach wie vor gut organisierte und lebendige Verbandsstruktur hat.

Eine weitere positive Wechselwirkung besteht dort, wo die Leser einer Bistumszeitung noch möglichst viele andere katholische Blätter nutzen. Die oft von manchen Verlegern und Werbern geäußerte Befürchtung, andere katholische Blätter könnten einer Bistumszeitung zu einem unangenehmen Konkurrenten werden, muß mehr oder weniger als Fabel erkannt werden, wenn die Werbung in Absprache mit allen Interessenten (Pfarrei, den Werbern anderer Blätter etc.) durchgeführt wird und dabei von sogenannter "Türdrückerei" Abstand genommen wird.

Sieht man einmal von den außergewöhnlich starken Interesse der Leser am örtlichen kirchlichen Geschehen bzw. am Geschehen in ihrer Region oder im Bistum ab, dann muß man der Leserschaft generell ein hohes Interesse an aktueller Auseinandersetzung mit der Zeit zubilligen. In der Interessenskala obenan stehen Berichte zum Thema "Ehe und Familie", wobei hier die Auseinandersetzungen auch mit den Fragen der "Pille", der Ehescheidung, der Zulassung Geschiedener zu den Sakramenten etc. erwartet werden. An zweiter Stelle stehen Fragen der Schulpolitik, dicht gefolgt von Fragen der Ausländerpolitik. Sehr stark ist das Verlangen nach Stellungnahmen der Amtskirche zu Gegenwartsfragen und nach einem stärkeren Dialog zwischen dem Bischof und der Basis sowie nach einer kompromißlosen Verteidigung der katholischen Grundwerte.

Alle untersuchten Blätter, - vor allem aber das größte aus dem Bistum Münster - kommen dieser Erwartungshaltung nicht so nach, wie es sich die Leser wünschen. Im Vergleich zu früheren Befragungen, die allerdings nicht so umfassend und gründlich waren wie die jetzt durchgeführte, muß man eine Zunahme der kritischen Leser konstatieren. Auch springt man offenbar heute mit dem eigenen Blatt nicht mehr so autoritätsergeben um, wie das in früheren Jahren typisch für die Haltung von Kirchenzeitungslesern war. Urteile wie "zu brav", man spiegele eine "heile Welt" vor, man vertrete einseitig die Meinung der 'Amtskirche' und äußere zu wenig "eigene Meinungen", sind einige Richtpunkte, die in etlichen Redaktionen Anlaß für vermutlich gründliche Neuüberlegungen sein werden.

Doch bei aller geäußerten Kritik, - und das ist wiederum beruhigend und auch bezeichnend für die Situation der Leserschaft - denken jene, die sich am meisten kritisch äußern, am seltensten daran, ihr Blatt abzubestellen. Ja, in der

Regel gehören diese sogar zu den eifrigsten Kirchgängern und zu den ehrenamtlichen Mitarbeitern auf der Ebene der Pfarrei oder in einem katholischen Verband. Offenbar wird an dieser Tatsache doch ein sehr gesunder Wandlungsprozeß hin zum sogenannten mündigen Christen sichtbar, der sich vermutlich nicht nur in der deutschen Kirche niedergeschlagen hat. Und man kann hier nicht genug darauf hinweisen, daß dieser Wandlungsprozeß zum mündigen Christen hin nicht ohne das Zutun der kirchlichen Blätter in diesem Ausmaß möglich gewesen wäre.

Die befragten Nicht-Abonnenten liegen tendenziell auf der gleichen Ebene wie die Abonnenten. Jedoch schlagen die Äußerungen bzw. die Erregungen der Nicht-Abonnenten jeweils heftiger nach oben oder nach unten aus, als bei den Blattlesern. Vielleicht ist es wichtig, darauf hinzuweisen, daß, religiös gesehen, die befragten Nicht-Abonnenten durch die gleichen positiven Merkmale im Hinblick auf den Kirchenbesuch etc. geprägt waren. Bei den Nicht-Abonnenten handelt es sich also nicht um sogenannte "Abständige", sondern ebenfalls um durchaus religiös Aktive, die allerdings sich nicht zum Bezug einer Bistumszeitung bisher entschließen konnten.

Wer, und darüber werden sich natürlich viele Verlagsleiter, Redaktionen und Werber Gedanken machen, die Nicht-Abonnenten für sein Blatt gewinnen will, muß ein größeres Gewicht auf gesellschaftspolitische Themen legen, wie Dritte Welt, Umwelt und auch Ausländerpolitik. Weniger Wert legen die Nicht-Abonnenten auf Vermittlung von Glaubenshilfe, dies aber ist ein beachtlicher Interessenschwerpunkt der Leser des jeweiligen Blattes. Die Nicht-Leser wünschen sich eine stärkere Auseinandersetzung mit den sogenannten fortschrittlichen Tendenzen in der Kirche. Sie beklagen schließlich eine fehlende Meinungsvielfalt.

Diese Klagen, so undifferenziert sie auch sein mögen, spiegeln in der Tat ein gewisses Unbehagen wider, daß sicherlich manches unternommen werden muß, um wieder zu steigenden Auflagen und zu einem möglichst großen Gleichklang zwischen den Zeitungen und ihrer Leserschaft zu gelangen.

Tatenlos ist man bisher in der Bundesrepublik nicht geblieben. Ginge es nicht ums Organisieren, dürfte man kein Deutscher sein. So haben sich relativ kleine Blätter, wie die Bistumszeitungen von Berlin, Hildesheim, Osnabrück und die größere aus Paderborn zu einer Kooperation zusammengeschlossen und produzieren gewisse Seiten gemeinsam. Das senkt natürlich für eine bestimmte Zeit die Kosten. Darüber hinaus hat man einen positiven Schritt unternommen und ein im Kupfertiefdruck-Verfahren gedrucktes Familien-Magazin geschaffen, das vier bis sechs Mal im Jahr den vier Blättern beigelegt wird. Man möchte hierdurch die Attraktivität steigern und gleichzeitig in dieser farbigen Beilage allgemeine Themen behandeln, die dann nicht von den jeweiligen Bistumszeitungen aufgegriffen zu werden brauchen.

Gegenwärtig ist man dabei, mit Hilfe des "Einhard-Verlags" in Aachen, eine eigene Redaktion zu erstellen, die ab April des nächsten Jahres monatlich eine solche Beilage produzieren soll, die man dann einer größeren Anzahl von Bistumszeitungen als Supplement anbieten möchte. Bereitschaft hierzu haben bisher die Bistumszeitungen von Aachen und Freiburg gezeigt. Soll jedoch diese monatlich erscheinende farbige Beilage auch auf dem Anzeigenmarkt durchschlagen, was ja wohl beabsichtigt ist, dann müßte man wohl mit

einer Auflage operieren, die bei einer Million Exemplaren liegt. Doch dieses Ziel scheint noch nicht am Horizont sichtbar zu sein. So attraktiv dieser Plan erscheint -, Diözesanblätter, die eine sehr starke und regionale Einbindung haben, wie zum Beispiel jenes in Münster oder auch andere Blätter in Bayern, sehen die Notwendigkeit, sich an einer solchen Beilage zu beteiligen, einfach deshalb nicht ein, weil durch diese Beilage offenbar kein zusätzlicher Gewinn für eine stärkere lokale und regionale Einbindung erwartet wird.

Andere geben vor zu wissen, das der Beginn einer solchen Beilage vielleicht der Anfang einer schon vor 20 Jahren ins Gespräch gebrachten "Einheitskirchenzeitung" für die gesamte Bundesrepublik sein könnte. Auf dem Papier könnte dann eine Zeitung entstehen, die auf die stolze Auflagenziffer von drei Millionen Exemplaren verweisen kann. Eine solche Einheits-Kirchenzeitung würde dann den Diözesanteil als eingedruckten Sonderteil führen müssen.

Ob dies jedoch der Weisheit letzter Schluß ist, wird von nicht wenigen Sachkennern bezweifelt. Auch stößt man mit einem solchen Vorhaben an jenes kirchliche Selbstverständnis von heute, das eigentlich dazu aufruft, Kirche zunächst einmal in kleinen Bereichen zu verwirklichen und zu leben.

Der "normale" Christ erlebt die Kirche zunächst "vor Ort": in seiner Pfarrei, in seiner Gemeinde, in seiner Stadt, in seiner Umwelt. Es ist schon schwer genug, ein Diözesanbewußtsein unter den Gläubigen zu schaffen. Um wieviel schwerer wird es sein, das Kirchenbewußtsein nun auf einmal bundesweit vermitteln zu wollen.

Vielleicht erinnern alle diese Vorhaben aber auch an den ganz normalen Grundsatz, der manchmal auch heute zu wenig beachtet wird: Zeitungen sollten - auch in der Kirche - von Journalisten und von Verlegern gemacht werden. Nicht einmal an zweiter Stelle sollte man weitsichtigen und raumgreifenden Organisatoren und Strategen das Feld überlassen.

Als het om boeken gaat...

Standaard Boekhandel

ALGEMENE EN WETENSCHAPPELIJKE BOEKHANDEL



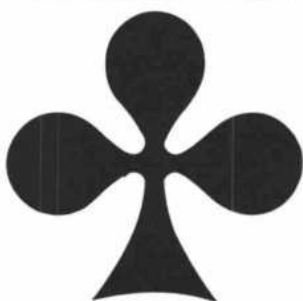
NAAMSESTRAAT 57
LEUVEN 016/23 98 21



Een hart voor sport.



Met de neus op het nieuws.



Bijna 100 jaar jong.



Kik. De fijnste krant in heel het land.

KAARTEN OP TAFEL.

GAZET VAN ANTWERPEN **GA**

EEN HANDVOL TROEVEN, ELKE DAG!

Concentra Groep

Wanneer inzichten, creativiteit en spijstechnologie
samengaan in doeltreffende communicatie!



Het Belang van Limburg / Hier-reclamebladen / Concentra Grafic / Concentra Post /
Concentra Computercenter, Herkenrodesingel 10, 3500 Hasselt, ☎ 011 / 29.42.11

Jet-Magazine, Bedrijfstraat 21, 3500 Hasselt, ☎ 011 / 22.58.77

Fotografvure Geelen, Bedrijfstraat 21, 3500 Hasselt, ☎ 011 / 21.01.06

Concentra Broadcasting Agency (Cobra), Bedrijfstraat 19, 3500 Hasselt, ☎ 011 / 22.00.22

CLP Ltd, College House, Wrightslane, Kensington W 85 SH, United Kingdom, ☎ 1-602.71.81

NV Concentra-Brussel, IPC, Karel de Grotelaan 1, bus 11, 1040 Brussel, ☎ 02 / 230.50.18

Artikels in *Communicatie* zijn geschreven in de voorkeurspelling en dienen de redactie te bereiken in getypte vorm met dubbele interlinie en minimum 4 cm linkermarge op DIN A4 formaat.

Het artikel dient op een redelijke manier gestructureerd te worden in onderdelen, die niet genummerd worden, maar wel van tussentitels worden voorzien. Citaten dienen aangeduid te worden met enkele aanhalingstekens, citaten in citaten met dubbele. Langere citaten worden opgenomen zonder aanhalingstekens en dienen van de rest van de tekst geïsoleerd te worden door middel van tussenwit. Datgene wat cursief gedrukt dient te worden, wordt onderstreept. Voetnoten worden doorgenummerd en achteraan de tekst samengebracht onder de titel *Noten*. Tabellen en grafieken worden genummerd en krijgen een korte titel. Grafieken, figuren, modellen en andere illustraties (b.v. foto's) moeten fotografisch overgenomen kunnen worden.

Geciteerde auteurs en hun werk worden in de tekst als volgt opgenomen: McQuail (1975:14) stelt dat ...; ... heel wat auteurs hebben hierop gewezen (Fishman 1971; Gilis, Bourhis en Taylor 1977; Stewart 1968). De letters a, b, c ... worden gebruikt om verschillende werken aan te duiden die eenzelfde auteur gedurende hetzelfde jaar heeft gepubliceerd, b.v. (Bernstein 1959a, 1959b). Alle geciteerde werken dienen achteraan, na de voetnoten en onder de titel *Literatuurlijst*, alfabetisch als volgt gerangschikt te worden, waarbij bij boeken, indien nodig, het volume en bij tijdschriftartikels de jaargang en tussen haakjes het nummer van het tijdschrift worden vermeld:

Bernstein, B. (1959a), A public language: some sociological implications of a linguistic form, British Journal of Sociology, 10 (4): 311-326.

Bernstein, B. (1959b), Soziokulturelle Determinanten des Lernens, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 4 (1): 52-79.

Bernstein, B. (1971), Class, codes and control, vol. 1: Theoretical studies towards a sociology of language. London, Routledge & Kegan Paul.

Giles, H., Bourhis, R.Y. en Taylor, D.M. (1977), Towards a theory of language in ethnic group relations, pp. 307-348 in Giles, H. (Ed.), Language, ethnicity and intergroup relations. London, Academic Press.

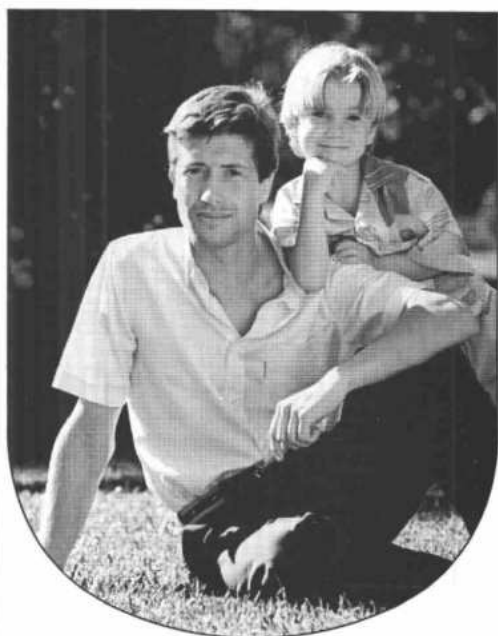
McQuail, D. (1975), Communication. London-New-York, Longman.

"Mijn bank is altijd op z'n best"

Het Gemeentekrediet bestaat 125 jaar. In de loop van al die jaren werd een netwerk uitgebouwd van 1300 bankkantoren. Ook u vindt in uw buurt een specialist die u een volledige bank-service biedt.

De grote keuze in betaaldiensten maken het u heel wat eenvoudiger. De talrijke spaarformules leveren een hogere interest op. Kredietvormen scheppen nieuwe mogelijkheden. En door het gebruik van de meest geperfectioneerde technieken verlopen de verrichtingen probleemloos en snel.

Breng een bezoek aan een agent van het Gemeentekrediet. Hij zal u warm en hartelijk ontvangen, als een goede buur. U vindt zijn adres in de Gouden Gids onder rubriek "Banken."



Gemeentekrediet
de bank op z'n best