

Communicatio Socialis

ZEITSCHRIFT FÜR PUBLIZISTIK IN KIRCHE UND WELT

In Verbindung mit

MICHAEL SCHMOLKE und KARL HÖLLER (MÜNSTER)

herausgegeben von

FRANZ-JOSEF EILERS SVD (ROM)

in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft Katholischer Publizisten
Deutschlands e. V.

2. Jahrgang 1969

Januar–März

Nr. 1

Für ein Gesamtkonzept katholischer Publizistik

von Konrad W. Kraemer

Dr. Richard Barta, Wien, hat die Frage aufgeworfen, ob die Kirche heute noch eine katholische Presse will (vgl. „Communicatio Socialis“ 1:1968, Nr. 3, S. 192–197), und dabei in treffender Weise die Gründe für ein unter den Publizisten verbreitetes Unbehagen aufgedeckt, die in der katholischen Presse tätig sind. Die mit der zitierten Fragestellung aufgeworfene Problematik ist so vielschichtig, daß sie keineswegs mit einem kirchenamtlichen Ja zur katholischen Presse geklärt und erledigt werden könnte. Der thematische Umkreis muß wohl weiter gezogen, die Situation grundsätzlicher beleuchtet werden.

Beginnen wir mit einer Betrachtung des Verständnisses unserer modernen Gesellschaft, so wie es von den Konzilsvätern entwickelt und bestätigt worden ist. Es beruht weniger auf der Anerkennung einer Pluralität, wie fälschlicherweise oft unterstellt wird, sondern vielmehr auf der Unterscheidung einer Dualität, nämlich von „weltlicher“ Welt und christlicher Welt, von Welt und Kirche. Die Kirche, das Volk Gottes, ist nicht gleichberechtigter und gleichartiger Teil der pluralen Welt, sondern ist „Salz der Erde“ und „Sauerteig zur Heilung der Welt“ (vgl. „Apostolicam actuositatem“).

Damit ist der Ansatzpunkt für das kirchliche Verständnis der Publizistik im allgemeinen und der katholischen Publizistik im besonderen gegeben. Völlig richtig hütet

Dr. Konrad W. Kraemer MA ist Chefredakteur der Katholischen Nachrichtenagentur (KNA; Bonn, München, Berlin, Frankfurt, Rom).

sich die Kirche vor der Anwendung einer unzureichenden Schwarz-Weiß-Technik, sondern befließt sich einer differenzierten, der Realität entsprechenden Betrachtungsweise. Diese Realität aber wird bestimmt von der Gesamtheit aller publizistischen Medien, von der Vielfalt ihrer Gesetzmäßigkeiten, Strukturen und Techniken.

Der Wille zur aktiven Gegenwart der Kirche in der modernen Welt hat zunächst dazu geführt, daß die Konzilsväter in dem Dekret „Inter mirifica“ das ursprüngliche Recht der Kirche betonten, jede Art der Werkzeuge der sozialen Kommunikation zu benutzen und zu besitzen (Nr. 3). Die Behauptung dieses Rechtes konnte nun aber keineswegs zu unmittelbaren Aktionen führen mit dem Ziel, jetzt in allen Ländern der Welt mit einem beträchtlichen oder mehrheitlichen Anteil von Katholiken katholische Fernseh- und Rundfunksender sowie Filmproduktionen zu errichten. Dort, wo die Voraussetzungen und Notwendigkeiten zu eigenen Unternehmungen dieser Art gegeben waren, existierten sie ohnehin. Aber die Kirche mußte in Anpassung an die jeweiligen Gegebenheiten Art und Grad ihrer Mitwirkung flexibel halten. Gleichgültig, ob die eingeräumten Möglichkeiten nur in einer Beratung oder in einer Mitgestaltung oder sogar eigenverantwortlichen Selbstgestaltung bestehen, gleichgültig, ob die Notwendigkeiten programmplanerische und produktive Zusammenarbeit oder selbständige Eigenveranstaltungen erfordern, — die Kirche wird getreu ihrem Auftrag die ganze Breite des Fächers nutzen bzw. zumindest den redlichen Versuch dazu machen.

In diesem Zusammenhang muß festgestellt werden, daß sämtliche Überlegungen nicht nur von strukturellen, institutionellen und organisatorischen Aspekten ausgehen dürfen, sondern ganz wesentlich auch von personalen. Darum ist unter „Mitwirkung der Kirche“ nicht so sehr die Repräsentanz durch kirchenamtliche Personen in beratenden oder kontrollierenden Gremien, als vielmehr die gestaltende Mitwirkung von Katholiken als bewußten Gliedern des Volkes Gottes zu verstehen.

Aus historischen Gründen zwar unterschiedlich, im Prinzip jedoch ähnlich ist die Situation auf dem Gebiet der Presse. Geschichtliches Faktum ist die Existenz einer starken und vielfältig gegliederten katholischen Presse. Tatsache ist aber auch, daß diese Presse unbeschadet ihrer hohen Auflage überwiegend „innerkatholischen“ Charakter hat, also der Information und Meinungsbildung sowie als Dialog-Forum des katholischen Volkes dient, weniger aber der Sauerteig-Funktion des Hineinwirkens in die säkulare Welt und ihrer Durchdringung mit christlichem Geist. Folgerichtig muß die Kirche ihr Interesse und ihr Bemühen auch dem Teil der Presse zuwenden, mit dem sie strukturell wenig oder gar nichts verbindet. Sachlich kann das vor allem dadurch geschehen, daß die Kirche Informationen anbietet und sich befragen läßt, d. h., der säkularen Presse mit Offenheit begegnet. Im personalen Bereich kann die Kirche einen guten Beitrag leisten, indem sie die fachliche und charakterliche Qualifikation des journalistischen Nachwuchses durch fördernde Maßnahmen verbessern hilft. Beides gilt übrigens nicht nur für den Bereich der Presse, sondern wiederum für den Gesamtbereich der Publizistik.

Tatsächlich hat sich die Kirche — oder genauer gesagt: haben sich Bischöfe und Amtskirche — nach dem Konzil den „säkularen“ Medien in verstärktem Maße zugewendet. Die Art und Weise, in der das geschah, nämlich intensiv, einseitig und keineswegs immer fachkundig, hat nun bei den in der kirchlichen Publizistik Tätigen die besorgte Frage aufkommen lassen, ob die Kirche überhaupt noch eine katholische Presse wolle. Nun sollte man gemachte Fehler, vorgenommene Akzentverschiebungen und vorübergehend überzogene Aktivitäten nicht sogleich zur Gretchen-Frage ver-

denken. Hier wie auf anderen Gebieten der nachkonziliaren Erneuerung werden wir das rechte Maß der Dinge noch lernen müssen.

Ganz sicher fehlt es zur Zeit an einer gründlich erarbeiteten, sachgerechten, ausgewogenen und allgemein akzeptierten publizistischen Gesamtkonzeption der Kirche. Ihr Fehlen ist zwar gelegentlich schon schmerzlich spürbar, aber noch nicht tragisch, könnte es jedoch bald werden. Nicht das Werkeln an Einzelobjekten und -projekten, sondern der umfassende Entwurf, gewissermaßen ein Rahmenplan katholischer Publizistik ist das dringendste Gebot der Stunde. Ausgehend vom Auftrag der Kirche in dieser Welt hätte er die Aufgabe kirchlicher Publizistik zu klären und die Grundlage für ihre Ordnung und Unterstützung („Inter mirifica“ Nr. 21) zu schaffen.

Eigentlich dürfte es nicht so schwierig sein, den Wust von tatsächlichen und vermeintlichen Schwierigkeiten zu überwinden. Aber solange wir vor lauter Bäumen den Wald nicht sehen, kann es kaum gelingen, ihn zweckdienlich zu durchforsten. Oft fehlt sogar Übereinstimmung in Fragen, die durch die dogmatische Konstitution „Lumen gentium“, die pastorale Konstitution „Gaudium et spes“ und das Dekret „Inter mirifica“ und deren Zusammenschau hinlänglich geklärt sind. Offenbar sind zahlreiche Forderungen des Konzils entweder nicht bekannt, was allerdings nicht unterstellt werden sollte, oder sie werden bewußt nicht anerkannt. Anders ist jedenfalls nicht zu erklären, warum es zahlreiche Indizien für die Berechtigung der Frage gibt, ob die Kirche noch eine katholische Presse will; warum Wert und Notwendigkeit der Information noch immer diskutiert, ja bestritten werden; warum für die Ansprache katholischer Intellektueller mit Millionenaufwand ein eigenes Organ geschaffen wird, die Information der Öffentlichkeit, die Qualitätsverbesserung der katholischen Presse, die Förderung guten Nachwuchses hingegen sträflich vernachlässigt werden.

Das Konzil wandte sich in verpflichtender Weise an „alle Glieder der Kirche“ wie an „die Oberhirten“ (vgl. „Inter mirifica“ Nr. 13). Letzteren wurde vor allem „die Einheitlichkeit in der Planung und im Einsatz der Kräfte“ ans Herz gelegt, den ein „wirksames Apostolat für ein ganzes Land verlangt“ (vgl. „Inter mirifica“ Nr. 21). Das Konzil bestimmte in diesem Zusammenhang verbindlich die Errichtung und Unterstützung von „nationalen Zentralstellen für Presse, Film, Rundfunk und Fernsehen“ (ebd.). Das Dekret wurde am 25. November 1963 angenommen und am 4. Dezember 1963 von Papst Paul VI. bestätigt und zur Veröffentlichung übergeben. Nach fünf Jahren darf folgende Entwicklung festgestellt werden:

Die *Deutsche Bischofskonferenz* beschloß auf ihrer Vollversammlung vom 27. bis 28. September 1966 in Fulda die Einrichtung von 15 Kommissionen, darunter einer „Kommission für Publizistik“. Sie wird geleitet von Carl Joseph Leiprecht, Bischof von Rottenburg; Mitglieder sind Wilhelm Kempf, Bischof von Limburg, Helmut Hermann Wittler, Bischof von Osnabrück; Walther Kampe, Weihbischof in Limburg, Alfons Kempf, Weihbischof in Würzburg, Heinrich Tenhumberg, Weihbischof in Münster, seit dem 27. September 1968 auch Matthias Defregger, Weihbischof in München. — Von Amts wegen gehören ihr an Dr. Werner Brüning, Leiter der Bischöflichen Hauptstelle für Katholische Fernseharbeit in Deutschland; Dr. Franz Hermann, Leiter der Bischöflichen Hauptstelle für Katholische Rundfunkarbeit in Deutschland; Prälat Anton Kochs, Leiter der Kirchlichen Hauptstelle für Bild- und Filmarbeit; Oberjustizrat Dr. Leopold Schuler.

Bis zum 1. Juli 1968 berief sich die Kommission fünf „ständige Berater“ für die Dauer von drei Jahren, und zwar Gunthar Lehner, Leiter der Hauptabteilung Kultur und Erziehung im Bayerischen Rundfunk; Chefredakteur Dr. Peter Paul

Pauquet („Kirchenzeitung für das Erzbistum Köln“), stellvertretender Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Kirchliche Presse; Prof. Dr. Otto B. Roegele, Vorstand des Instituts für Zeitungswissenschaft der Universität München; Chefredakteur Dr. Konrad Simons („Aachener Volkszeitung“), Vorsitzender der Gesellschaft katholischer Publizisten, und Dieter Stolte, Hauptabteilungsleiter Planung beim Zweiten Deutschen Fernsehen.

Das *Zentralkomitee der deutschen Katholiken* beschloß am 9. Juni 1967 eine neue Satzung, die auch die Bildung eines „Beirates für Publizistik“ vorsieht. Die Beiräte sollen die Organe des Zentralkomitees bei ihrer Tätigkeit fachlich beraten, darüberhinaus der Deutschen Bischofskonferenz, ihren Kommissionen und Einrichtungen beratend zur Verfügung stehen. — Die Deutsche Bischofskonferenz hat das am 9. Juni 1967 beschlossene neue Statut des Zentralkomitees der deutschen Katholiken auf ihrer Vollversammlung vom 19. bis 22. September 1967 gutgeheißen. Die Bildung des „Beirates für Publizistik“ ist bisher jedoch nicht erfolgt.

Es fehlt also nicht an gewissen Ansätzen, vor allem nicht an beratenden Gremien. Kritisch wird man anmerken müssen, daß die Konsultoren der Publizistischen Kommission vielleicht versucht sein mögen, als Repräsentanten nur ihren jeweiligen Fachbereich zu vertreten. Andererseits kann die Kommission schwerlich ihre Erörterungen ohne Vertreter bestimmter Fachbereiche führen. Die Fachberater werden sich auch gewiß ihrer Aufgabe bewußt sein, über ihren fachlichen Bereich hinaus immer das Ganze und seine Zusammenhänge zu sehen.

Schließlich wird der Beirat für Publizistik des Zentralkomitees, der in absehbarer Zeit doch gebildet werden dürfte, ein weiteres Gremium von erfahrenen und qualifizierten Sachkundigen darstellen. Letztlich ist festzuhalten, daß sowohl die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz wie der Beirat des Zentralkomitees in Einzelfragen und im Einzelfall weitere Berater hinzuziehen können.

An sachkundigem Rat fehlt es also den Oberhirten nicht. Eher besteht die Gefahr einer verwirrenden Vielfalt und sachlicher Widersprüchlichkeit der Ratschläge. Es ist darum sehr zu wünschen, daß das Filter der Gremien jeweils nur ein übereinstimmendes Ergebnis passiert. Sonst müßten Entscheidungen auf der Grundlage der Autorität und nicht auf Grund fachlich übereinstimmender Urteile gefällt werden.

Schließlich ist noch zu bedenken, daß wirksame Schritte auf publizistischem Gebiet nicht unbeträchtliche Investitionen erfordern. „Es ist der Kirche unwürdig, wenn ihre Glieder es untätig hinnehmen müssen, daß das Wort des Heiles durch technische Unzulänglichkeit und unzureichende Mittel gefesselt und gehindert ist“, erklärte das Konzil („*Inter mirifica*“ Nr. 17). Doch werden sich alle beratenden publizistischen Fachgremien gemeinsam vor der Hürde der begrenzten Finanzierungsmöglichkeiten wiederfinden. Diese Entscheidungen treffen Gremien, die gewiß etwas vom Gelde, höchstwahrscheinlich aber wenig von Publizistik verstehen. Darum wird es schwierig sein, sie immer zu überzeugen. Wir sehen also, daß die Arbeit der eingerichteten Gremien geradezu Idealvorstellungen entsprechen muß, wenn sie wirklich wirksam sein will.

Aus allem wird ersichtlich, wie notwendig ein klares Gesamtkonzept, ein Rahmenplan katholischer Publizistik ist. Ohne ihn wird die bestehende Verwirrung anhalten und neue entstehen. Mit ihm aber wäre die Grundlage für eine katholische Publizistik geschaffen, welche diesen Namen als Apostolatswerk der Kirche verdient.

SUMMARY

For the realization of the essential teachings of Vatican II in the field of social communications it is necessary to have a general plan. In the Federal Republic of Germany for example there have been some things done since the publication of „Inter mirifica“ in 1963. Initiatives came from the German Bishop's Conference and from the „Zentralkomitee der deutschen Katholiken“ (German Central Catholic Office). The planning and starting of new consultation committees shows especially the lack of a general plan: Too many talks and consultations ask finally for a decision from the authority. Beside that, as always, at this present and coming initiatives, the financing and not the professional committees on social communications are making the final decisions.

RESUMEN

Para poder poner en práctica las ideas fundamentales del Concilio Vaticano II sobre el Periodismo, se necesita un concepto global, un plan de conjunto del Periodismo católico. En la República Federal Alemana, por ej., se han realizado muchas cosas desde la aparición del Decreto „Inter Mirifica“, en 1963. La Conferencia Episcopal Alemana y el Comité Central de los Católicos Alemanes, entre otros, han aportado valiosas sugerencias. La planificación o creación de nuevos gremios de consejo evidencian de manera particular la carencia de una planificación de conjunto. Muchas sugerencias exigen, en último término, decisiones basadas en la autoridad. Ahora como antes, sin embargo, los que deciden en cuestiones financieras, no siempre especialistas en el mundo periodístico, son los que tienen la última palabra en las iniciativas presentes y futuras.