

Zum „Gesamtkonzept“ kirchlicher Publizistik

Während der Krise um die Wochenzeitung „Publik“, am 5. November 1971, forderte die Vollversammlung des Zentralkomitees der deutschen Katholiken alle „verantwortlichen Gremien“ auf, „ein Gesamtkonzept der kirchlichen Aktivitäten auf dem Gebiet der Publizistik anzustreben“. Seitdem spielt in der Auseinandersetzung um die Einstellung von „Publik“ der Begriff „Gesamtkonzept der kirchlichen Publizistik“ eine zentrale Rolle. Auch die Publizistik-Diskussion der Synode steht unter diesem Stichwort.

So häufig das Wort auch gebraucht wird, was es bedeutet, ist höchst unklar. Einig sind sich alle in der Forderung, ein Gesamtkonzept solle erarbeitet werden. Fragt man nach dessen Inhalt, trifft man auf die verschiedensten Meinungen. Die einen fordern ein Nachfolgeorgan für „Publik“, andere die Unterstützung und den Ausbau der jetzt bestehenden Einrichtungen, alle wollen Geld.

Ein „Gesamtkonzept“ ist das alles noch nicht. Die zuständige Synodenkommission wußte das. Sie meinte deswegen in ihrem Vorbereitungspapier, ein Gesamtkonzept lasse sich „kurzfristig“ nicht erstellen; es bedürfe „langfristiger, sorgfältiger Arbeit“. Setzen wir einmal voraus, diese Arbeit käme an ein Ende und man hätte die Geduld, solange zu warten: Wie soll das Ergebnis aussehen? Bedeutet „Gesamtkonzept“, daß man erst alles Bestehende wegräumen muß, um nach dem vorgefertigten Plan einen Neubau zu errichten? Ist eine so umfassende Konzeption überhaupt möglich? Läßt sich die Gesamtheit der publizistischen Aktivitäten der Katholiken einheitlich planen und in ein einziges System bringen? Bei so vielen ungeklärten Fragen wäre es sinnvoller, auf den anspruchsvollen, aber inhaltsleeren Begriff „Gesamtkonzept“ zu verzichten und zu fragen, was hier und heute notwendig und realisierbar ist.

Eine solche Erörterung der konkreten Erfordernisse ist um so einfacher, als die Grundsätze kirchlicher publizistischer Arbeit nicht mehr erarbeitet werden müssen. Sie sind in der päpstlichen Instruktion „*Communio et Progressio*“ vom Mai 1971 ausführlich dargelegt und begründet. Dort wird der Kirche im Bereich der sozialen Kommunikation eine dreifache Aufgabe zugesprochen: Die Kirche trägt die Mitverantwortung dafür, daß die gesamte soziale Kommunikation auch im „säkularen“ Raum den Interessen der Menschen und der menschlichen Gemeinschaft dient; sie muß mit der Gesellschaft, in der sie lebt, in ständiger Kommunikation stehen; sie bedarf schließlich der sozialen Kommunikation in der Kirche selbst, weil sie als Gemeinschaft nur dann lebendig bleibt, wenn jeder Gläubige – ob Amtsträger oder nicht – die Möglichkeit hat, sich über alles zu informieren, was zur aktiven Teilnahme am Leben der Kirche erforderlich ist.

Wie diese Aufgaben wahrgenommen werden, hängt von den Erfordernissen und Möglichkeiten der jeweiligen Situation ab. Wenn im deutschen Raum so viele Klagen über eine mangelnde Effektivität der kirchlichen publizistischen Arbeit laut werden, liegt das weniger am Fehlen eines „Gesamtkonzepts“. Es besagt eher, daß die deutschen Katholiken auf dem Gebiet der Publizistik den Forderungen unserer Zeit nicht genügend gerecht werden. Dieser Zustand läßt sich nur verbessern durch konkrete, sinnvoll koordinierte Maßnahmen.

Es wäre jedoch falsch, das Bestehende pauschal als „Wildwuchs“ abzuqualifizieren oder ihm eine „Gettamentalität“ vorzuwerfen und alles Heil von einer straffen, zentral gesteuerten Organisation zu erwarten. Freie Initiativen der verschiedensten Gruppen und auf den verschiedensten Ebenen sind für das Leben einer Gemeinschaft unerläßlich. Die deutschen Katholiken würden Wesentliches verlieren, wenn diese Vielfalt verschwände. Die Frage ist nur, ob Pluralität so notwendig ist, daß die Gesamtheit Mittel beisteuern soll, wenn die einzelnen Gruppen ihre Organe nicht mehr tragen können, wie es heute in wachsendem Maß der Fall ist.

Seit der Einstellung von „Publik“ verfolgt die Öffentlichkeit mit berechtigtem kritischen Mißtrauen alle Versuche, für solche Publikationen Zuschüsse zu erhalten oder zu gewähren. Es ist in der Tat ernsthaft zu fragen, ob Kirchensteuergelder oder sonstige kirchliche Mittel, die ja von der Gesamtheit der Katholiken aufgebracht werden, einseitig zugunsten eines Verbands oder einer Meinungsgruppe und ihrer Publikationen verwendet werden dürfen. Wenn man schon an solche Subventionen denkt, dann müßte die Forderung des Zentralkomitees erfüllt werden, daß „die bestehenden Presseorgane, die das plurale Bild der Meinungen, die im deutschen Katholizismus bestehen, widerspiegeln, im gleichen Maß gefördert“ werden. Ob eine Förderung nach dem Gießkannenprinzip sinnvoll ist und ob die verfügbaren Mittel ausreichen, darf man bezweifeln. Deswegen sollten allgemeine kirchliche Mittel zunächst ausschließlich für Gemeinschaftsaufgaben verwendet werden, für Publikationen und Institutionen, die – diözesan oder überdiözesan – der Gesamtheit dienen und gesamtkirchlich getragen und verantwortet werden.

Was allein in diesem Bereich zu tun ist, nimmt die personellen und finanziellen Möglichkeiten der deutschen Katholiken auf dem Gebiet der Publizistik voll in Anspruch. Erhaltung und Ausbau der Publikationen auf gesamtkirchlicher Ebene (z. B. Kirchenpresse, KNA), die Wahrnehmung der Kontakte zu Presse, Rundfunk und Fernsehen, die Errichtung einer Pressestelle der Deutschen Bischofskonferenz, der Aufbau eines zentralen kirchlichen Archivs, die Förderung des publizistischen Nachwuchses, die Zusammenlegung der publizistischen Hauptstellen und ihrer Dienstleistungsreferate, die Errichtung eines publizistischen Referats im Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, das diese Maßnahmen vorbereitet und koordiniert – diese Aufgaben müßten vordringlich in Angriff genommen werden.

Wolfgang Seibel SJ