

Communicatio Socialis

ZEITSCHRIFT FÜR PUBLIZISTIK IN KIRCHE UND WELT

in Verbindung mit
Michael Schmolke (Salzburg), Karl R. Höller (Aachen)
und Kees Verhaak (Nimwegen)

herausgegeben von
FRANZ-JOSEF EILERS SVD (AACHEN)

16. Jahrgang 1983

April — Juni

Nr. 2

Johannes Paul II. — Ein Papst für die Medien, Medien für den Papst

Von Elmar Bordfeld

Am 16. Oktober 1978 erhielt die katholische Kirche einen neuen Papst: Seit 453 Jahren der erste „aus einem fernen Land“, wie Karol Wojtyła, bislang Erzbischof von Krakau, sich selber vorstellte. Der Papst aus Polen ist ein „Papa Pastore“, ein Seelsorger-Papst. Sein Stil, die neue offene Art der Mitteilung wirkt entwaffnend für Millionen, die ihn über Hörfunk und Fernsehen erleben. Er ist einer, der auf „Medienpapst“ gelernt zu haben scheint.

Noch vor der feierlichen Amtsübernahme empfing der neue Papst alle Medienvertreter, die anlässlich des Konklaves nach Rom gekommen waren. Aus der Audienz wurde zum Erstaunen des vatikanischen Hofzeremoniells eine Pressekonferenz nach allen Regeln der Kunst: Scheinwerferlicht der Fernsehteams, Blitzlichter der Fotografen, Gedränge an den Barrieren im Mittelgang, der Papst im Kreuzfeuer von Fragen. Fast eine Stunde ging er von einem zum anderen. Keine Sprache war ihm fremd, keine Frage lehnte er ab. Und am Schluß wandte er sich noch einmal um, legte die Hände wie ein Sprachrohr an den Mund und rief laut: „Jetzt will ich Ihnen noch den Segen geben!“ Selbst skeptische Journalisten waren beeindruckt. Der Salzburger Publizistikwissenschaftler Michael Schmolke formulierte den allgemeinen Eindruck so: „Ein Naturtalent im Umgang mit der Öffentlichkeit, Medienliebling und Medienopfer wie nie ein Papst vor ihm.“¹

In einem ersten Teil möchte ich das Thema „Papst als Medienpapst“ entfalten, dabei die einzelnen Sparten der Kommunikationsmittel berücksichtigen und auch einige kritische Stimmen zu Wort kommen lassen. Der zweite Teil „Medien für den Papst“, soll mit einem kurzen Überblick darüber beginnen, was der Papst selber über die Medien und seine Rolle in ihnen denkt. Danach stelle ich die vatikanischen Medienorgane und ihre Strukturen vor, wobei Mängel nicht verschwiegen werden sollen. Am Schluß möchte ich zu unserem Thema einige zusammenfassende Thesen vorlegen.

Elmar Bordfeld ist Chefredakteur der deutschsprachigen Ausgabe des „Osservatore Romano“. Der vorliegende Beitrag geht zurück auf einen Vortrag, den der Autor am 9. Februar 1983 vor der Österreichisch-Deutschen Kulturgesellschaft in Wien gehalten hat.

1. Johannes Paul II. als Medienpapst

In einem Beitrag der Wiener Zeitung „Die Presse“ stellte Otto Schulmeister kürzlich in diesem Zusammenhang fest, „daß dieser Papst eine einmalige Fähigkeit zur Kommunikation mit dem Menschen — selbst wenn er vor Hunderttausenden in Erscheinung tritt — besitzt, er also über ein Charisma verfügt, um das ihn die Machthaber in Ost und West beneiden müssen“². Kardinal Dr. Franz König hat es in einem Vortrag beim Drei-Länder-Treffen Katholischer Publizisten am 29. Mai 1981 in Dürnstein so formuliert: „Es ist nicht so sehr sein unbekümmertes Sich-hinweg-Setzen über päpstliches Zeremoniell, die Beherrschung der Medien und durch sie der Massen, es ist die Schlichtheit seiner Person, das Zugehen auf den Menschen, die Identifizierung mit seiner Botschaft und seinem Auftrag, es ist die überzeugende Zuversicht und der Optimismus . . .“³ In den ersten vier Jahren seines Pontifikats hat Papst Johannes Paul II. rund zweitausend Ansprachen gehalten, die kleineren Grußworte nicht mitgezählt. Von besonderer Medienwirkung waren auch seine bisher 16 Auslandsreisen, die letzte im November vergangenen Jahres nach Spanien, in deren neuntägigem Verlauf er rund 50 Ansprachen hielt. Was er sagt, vor allem das, was er tut, findet auch nach über vier Jahren Pontifikat in Presse, Hörfunk und Fernsehen starke Beachtung.

„Er scheint eine Antenne im Herzen zu haben“, schreibt der Genueser Jesuitenpater Aldo Aluffi in seinem Buch „Tutto per la comunicazione nel Segno di Papa Wojtyla“⁴, dem aus meiner Sicht bisher einzigen Versuch, die außerordentliche Medienwirkung Johannes Pauls II. umfassend zu analysieren. Er schein gleichsam am Schnittpunkt jeder Kommunikation zu stehen: „Der, die ihn vor Gott und vor seinen kirchlichen Dienstauftrag stellt, und der, die ihn in echten Kontakt mit den Menschen bringt.“⁵ Wir leben im Zeitalter der sozialen Kommunikation, die, je weiter die Technik fortschreitet, im Sinne von Mitteilung oder gar Dialog zu verkümmern scheint. In der Flut der Informationen ist in verstärktem Maß die Scheu festzustellen, sich selbst mitzuteilen, Person zu übermitteln. Die Journalisten aus aller Welt spürten es beim Papst anders: Hier ist eine Person echter und authentischer Kommunikation. Hier geht es nicht nur um Professionalismus des Wortes im Medium, hier kommt Kommunikation aus der Seele, aus der Persönlichkeit.

Aluffi macht eine erstaunliche Entdeckung: Gegenüber diesem Papst neigen seiner Meinung nach viele Kleriker zum Schweigen, während ihm die Menge nach wie vor zjubelt. „Dieser Papst ist sofort unmittelbar mit den Leuten in eine direkte Kommunikation getreten. Gleich nach Übernahme seines hohen Amtes spricht er von seinen Gefühlen, genießt er die Freude der Improvisation, läßt sich von keinem Stachel verletzen. Früchte der Kommunikation, die mancher Priester selbst gern geerntet hätte, aber nicht dazu in der Lage war.“⁶

Das Improvisieren, das Reden aus dem Stegreif, offenbaren den Papst in besonderer Weise als Mann der Kommunikation. Auf seiner ersten Pilgerreise nach Polen besuchte er auch Gnesen, legte zwischendurch sein Redemanuskript beiseite und sagte seinen verblüfften Landsleuten: „Meine Lieben, seit gestern schon denke ich darüber nach, was eure Beifallstürme bezwecken. Heute kommt mir der Gedanke wieder“, und dann, als ob er nicht wie alle auf dem Platz genau wüßte, daß diese eine Art politische Demonstration gegen das Regime darstellen, fügt er hinzu: „Vielleicht war es ein Gedanke, der vom Heiligen Geist kommt.“ Der Beifall, der dann kam, war unbeschreiblich. Der Papst lächelte, schüttelte den Kopf, drehte ihn nach allen Richtungen. Nicht häufig, aber immer wieder treffen wir beim Papst eine solche tiefe, innige Form der Kommunikation, wortlos, aber um so wirksamer — ein unmittelbarer Dia-

log mit dem Zuhörer. Der Mensch vermag also nicht nur mit dem Mund zu sprechen – mehr noch mit seiner Person.

Wen wundert es, daß Johannes Paul II. schon bald nach Übernahme seines Amtes zum Mann des Jahres gewählt wurde. Sein Erfolg hält an. Nach einer soeben veröffentlichten Umfrage der Londoner BBC unter ihren Hörern und Zuschauern ist Papst Johannes Paul II. der populärste Mann des Jahres 1982. Die Statistik hat errechnet, daß noch niemals in der Geschichte der Menschheit eine Person mit so vielen Menschen unmittelbar in Kontakt getreten ist. Wie viele er über die Massenmedien erreichte, kann niemand mehr abschätzen. Und immer wieder wird von seinem Charisma, von seiner Ausstrahlung, gesprochen. Bischof Klaus Hemmerle von Aachen hat einmal diese Zeugniskraft zu deuten versucht: „Er hat keine Angst und macht darum keine Angst. Entschiedenheit, die frei und weit macht, ist das Charisma dieses Papstes. Auch in wenigen Sekunden taucht er weg von der Oberfläche und konzentriert sich im Gebet. Wenn er aber nicht beim Lieben Gott ist, dann ist er bei den lieben Menschen.“⁷

2. *Johannes Paul II. in den Medien*

2.1 Hörfunk und Fernsehen

Auch nach der sechzehnten Auslandsreise des Papstes ist das Interesse vor allem der sogenannten audiovisuellen Medien nach wie vor da. Immer noch wird das Flugzeug des Papstes mit den bezahlten Tickets derjenigen Medienvertreter finanziert, die ganz ohne Zweifel im Auftrage des Publikumsinteresses dieses Ereignis glauben begleiten zu müssen. Vermutlich wird ihn die 19. Reise nach Österreich führen. Eine Reise-Rückschau scheint daher an dieser Stelle nicht uninteressant.

Deutschlandbesuch im November des Jahres 1980: „Als der Papst die Krimis schlug“, betitelt Anton Sterzl einen Leitartikel seiner Zeitung ein Jahr danach. „Der Mann aus Rom überzeugte durch seine Authentizität“, schreibt er. „Daran haben in diesen Tagen die Medien viel getan, überraschenderweise das scheinbar so heidnische deutsche Fernsehen. Es rückte mit der ersten Garnitur von Journalisten aus, die stundenlang und live sauber dokumentierten, kommentierten und nicht räsonierten, die den Mann und die Botschaft der Menschenwürde von sich aus wirken ließen in diese allgemeine deutsche Diaspora hinein ...“⁸ In einer Studie, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrage der Deutschen Bischofskonferenz hergestellt hat⁹, wird das Fernsehen als der bedeutendste „Vermittler“ des Ereignisses bezeichnet. Danach haben 84 v. H. der Bevölkerung zumindest eine Station seiner Reise im Fernsehen verfolgt. Im Durchschnitt könne sich jeder Fernsehzuschauer an fünf bis sechs Stationen erinnern. Wörtlich heißt es in der Analyse: „Für nicht wenige der Fernsehzuschauer, die den Papst bei seinen Auftritten in Deutschland am Bildschirm beobachtet haben, war dies mehr als nur ein mäßiger Wirklichkeitsersatz. Jeder Fünfte verfolgte diese Übertragungen so intensiv, als ob der Papst ihm persönlich begegnete und als ob er selbst an den übertragenen Gottesdiensten teilgenommen hätte.“

Eine weitere Analyse in Form einer Befragung von Journalisten hat Petra Dorsch durchgeführt und in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung veröffentlicht.¹⁰ Für sie (die Journalisten) sei der Papst das Ereignis gewesen und nicht allgemein die Kirche. „Sie wollten über den Papst alles wissen, auch ganz Alltägliches.“ Daß ihnen triviale Fragen als „Schneewittchen-Journalismus“ (Wo schläft der Papst? Was isst der Papst? Wo betet der Papst?) angekreidet wurden, hat sie verbittert, aber nicht beindruckt. ... Wie viele Bürger konnten und wollten sich auch die Journalisten der Ausstrahlung

dieses ungewöhnlichen Menschen aus Rom nicht entziehen: Sie waren „begeistert“, „ergriffen“¹¹.

Auch alle übrigen Reisen sind mit jeweils verschiedenen Schwerpunkten von Hörfunk und Fernsehen systematisch abgedeckt worden, vor allem natürlich in den Ländern, die er bereist hat. Manche Korrespondenten haben jedoch inzwischen vor den nicht immer leichten Arbeitsbedingungen vor Ort und dem Mammut-Programm des „eiligen Vaters“ kapituliert und auf die Entsendung eigener Korrespondenten verzichtet.

Der Papst ist auf dem Bildschirm ab und zu auch dann präsent, wenn er in Rom ist. Weihnachts- und Ostermesse mit Segen „Urbi et Orbi“ werden nach wie vor, nicht zuletzt über Satelliten, in Mondovision ausgestrahlt, desgleichen größere Ereignisse, wie z. B. im Oktober 1982 die Heiligsprechung von Maximilian Kolbe, eine fast dreistündige Übertragung der Papstmesse auf dem Petersplatz, oder die feierliche Eröffnung des außerordentlichen Heiligen Jahres am 25. März dieses Jahres. Eine besondere Erwähnung verdient in diesem Zusammenhang die italienische Rundfunk- und Fernsehgesellschaft RAI, die für diese Übertragungen verantwortlich zeichnet und die durch die permanente Bereitstellung von Hörfunk- und Fernsehteams sozusagen jeden Schritt des Papstes auf italienischem Boden begleitet.

2.2 Foto und Film

Es stand zu erwarten, daß sich auch die Macher stehender und laufender Bilder dieses „Medienobjektes“ bemächtigen würden. Mehrfach war Johannes Paul II. „Coverman“ auf internationalen bunten Blättern. Zuweilen schienen alle Mittel recht, um zum Schuß zu kommen.

Der Papst ist als absolut fotogen einzustufen. Bei dem päpstlichen „Hoffotografen“ wird im Verhältnis von nur 1 von 100 ausgesiebt und oft ist noch nicht mal dies notwendig. Die originellsten Fotos machten die Runde um die Welt. Auf Postkartenständern findet sich der lachende Papst in allen Variationen. Die Fotoabteilung des „Osservatore Romano“ verkauft pro Generalaudienz über 1 000 Großfotos in Bunt.

Einer der ersten Filme über den Papst war die „Missa Cracoviensis“, 1979 von der deutschen Provobis-Filmgesellschaft unter dem polnischen Regisseur Jerzy Jogalla produziert. Große Teile des Films enthalten altes und wohl einmaliges Archivmaterial. Der Film, der ein wenig dem Ablauf einer Messe folgt, entfaltet ein Gemälde von der Universalität der Kirche. Die Spiritualität des späteren Papstes Karol Wojtyła wird erkennbar in seiner Sorge für die Menschen, die schon damals beim Erzbischof von Krakau beeindruckte, z. B. beim Bau der Kirche von Nova Huta. „Ein Mann aus einem fernen Land“ heißt der erste komplette Film über das Leben Papst Johannes Pauls II., der am 11. September 1981 außer Konkurrenz auf der Biennale von Venedig uraufgeführt wurde. Zahlreiche Filme sind über die verschiedenen Papstreisen gedreht worden. Zum Teil sind es großartige Reportagen mit grandioser Dichte und Aussagekraft. Von besonderer Bedeutung ist der im Auftrage des polnischen Episkopats hergestellte Film „Der Pilger“ über die Pilgerreise des Papstes nach Polen im Juni 1979. Viele Nahaufnahmen belegen die spontanen Wechselbeziehungen zwischen ihm und der Bevölkerung, geben den Eindruck einer Gläubigkeit, die sich nicht einfach als polnische Volksfrömmigkeit abtun läßt. Dieser Film will für die Menschen Erinnerung sein, als habe man den Papst im Hinblick auf die unsichere Zukunft in Polen festhalten wollen. „Deutsche Predigten“ wurde der Siebzig-Minuten-Streifen über die Reise des Papstes nach Deutschland betitelt. Der Titel verweist zugleich auf eine

Schwäche des Films: zu viele Predigten, der Papst meist sprechend am Mikrofon, zu wenig Besuchsatmosphäre.

2.3 Bücher und Schallplatten

Es gibt zwei Gruppen von Büchern: Solche, die über den Papst handeln und solche, die der Papst selbst verfaßt hat. Bei beiden Gruppen kann man von einer Welle der Popularität sprechen, die erst nach seiner Wahl zum römischen Pontifex aufgekommen ist. Großes Interesse galt natürlich seinen schriftlichen Zeugnissen aus der Zeit vor dem Pontifikat.

Wir können hier nicht alle Titel auführen.¹³ Erwähnung verdient jedoch aus seinem dramatischen Werk das Stück „Der Laden des Goldschmieds“, unter dem Pseudonym Andrzej Jawien 1960 erschienen, aber erst 20 Jahre später in Deutschland uraufgeführt und anschließend auch als Hörspiel im WDR und im Radio Vatikan gesendet.

Es würde zu weit führen, alle Bücher über den Papst hier aufzuzählen. Begnügen wir uns mit einem, das erst kürzlich im Verlag „Neue Stadt“ in München erschien. Es ist vielleicht das Beste, was bisher über den Papst in dieser Form geschrieben wurde, weil auch vom Papst: das Buch enthält längere Interviews mit Johannes Paul II. Es hat den französischen Journalisten und Schriftsteller André Frossard zum Autor und trägt den Titel „Fürchtet Euch nicht! Gespräch mit Johannes Paul II.“¹³. Es enthält viel Persönliches, vieles, was vielleicht auch dem, der ein wenig kritisch wurde, neues Verständnis, neues Verstehen, vermittelt.

Insgesamt gesehen muß man das Phänomen Papstbücher und die enorme Nachfrage nach ihnen mit Michaela Pilters deuten: „Als Indiz einer Gesellschaft, die auf der Suche nach Vorbildern ist, auf der Suche nach Menschen, die Christentum glaubwürdig und beispielhaft vorleben.“¹⁴

Auch die Schallplatten-Industrie hat sich des Papstes bemächtigt. Eine Hörprobe: „Viele Leute lieben Allah, andere Buddha, wieder andere Mohammed, andere gehen gottlos zu Bett. Aber aus Polen kommt ein Mann, der neue Papst im Vatikan . . . He's nice, he is the man, the new Pope in the Vatican.“ „Wojtyla disco dance“ heißt der Song, der auch polnische Polkweisen verarbeitet hat. Den Papst in Polen original brachte Elektrola. Er singt mit sonorer Bariton-Stimme fünf der neun polnischen Volkslieder, registriert während seiner Volksbegegnungen in seinem Heimatland. Die anderen Plattenwerke sind seriöser: Tondokumentationen seiner Reisen, für jede Station weitgehend eine LP, Gottesdienstmitschnitte, aber auch „Urbi et Orbi“ in Rom. Laut Branchenkennern ist der Plattenerfolg ein Beweis für die enorme Popularität Johannes Pauls II.

Inzwischen haben auch Donald Duck, Superman und andere Helden amerikanischer Bildergeschichten Johannes Paul II. zum Konkurrenten erhalten. Der New Yorker Marvel-Verlag hat im Stil der Comics eine Biographie des Papstes vorgelegt, die der Papst in seinem Vorwort als „nicht schlecht“ einstuft. Rahmenhandlung ist der Papstbesuch in den USA. Ein amerikanischer Reporter geht in das New Yorker Yankee-Stadion, wo der Papst mit Jugendlichen zusammentrifft. Er möchte hier finden, was ihm noch für seine Story („der Papst ist mein Knüller“) fehlt. Er geht die gesammelten Fakten und den gesamten Lebenslauf von Karol Wojtyla noch einmal durch. Von seiner Geburt in Wadowice bis hin zum Attentat im Mai 1981 auf dem Petersplatz. Und dann beantwortet sich für ihn die Frage, warum Rowdys und Punks beim Auftreten des Papstes plötzlich so lammfromm werden: „Ich kannte solche Typen wie sie,

die auf niemanden hören — weder Eltern, noch die Polizei, noch Sozialarbeiter. Er erreicht sie.“ Nach Karl Grüner, der das erste Comic-Heft über den Papst ausführlich in der Münchener Katholischen Kirchenzeitung besprochen hat, „sagte das vielleicht weniger über den Papst aus, als vielmehr über diese jungen Leute, die ja ebenfalls, wie alle Jugendlichen, nach Vorbildern suchen, im Bedarfsfall aber auch auf ganz andere Idole fliegen würden“. Seiner Meinung nach verrät das Unternehmen „mehr frommes Wunschdenken als Überzeugungskraft und enthält die Gefahr, einen Papstmythos zu schaffen“¹⁵. Wenn aber der Papst — so möchten wir dagegen halten — eben, weil Medienpapst, in allen Mediensparten, Fernsehen, Film, Buch, Schallplatte bereits vorkommt, warum nicht auch in der Gattung „Comics“? Solange nur auf dem Boden wahrer Begebenheiten das Leben des Papstes erzählt wird, geht es ihm nicht besser wie seinem „Chef“, Jesus, der ja in den letzten knapp zweitausend Jahren schon häufiger Protagonist von Bildergeschichten war, Comics nicht ausgeschlossen.

3. Kritische Stimmen

In dem bisher Gesagten stellten wir fest, daß Johannes Paul II. aufgrund seiner Reisen und deren Multiplikation durch die Massenmedien zum weltweit bekanntesten „Superstar“ geworden ist, der Hunderttausende, ja Millionen auf die Beine bringt, der Stadien und Plätze füllt. An dieser Stelle setzen in den meisten Fällen die kritischen und warnenden Stimmen an. Etwa die eines dem Papst sicher freundlich gesinnten Rom-Korrespondenten der „Neuen Zürcher Zeitung“. Theodor Wieser befaßte sich mit dem Massenphänomen Papst und bemerkt: „Die religiöse Feier droht zum Schauspiel zu werden, ja oft zum triumphalen Spektakel zu entarten. Der reisende Papst, der viele Vorgänger hatte, die Gefangene des Vatikans waren, gerät draußen in der Welt in Gefahr, ein Idol der Massen zu werden. Wer den Wirkungen seiner Reisen nachgeht, endet schließlich bei den Fragen, ob das Fieber der Kundgebungen Folgen hat, ob die Impulse zu positiven Ergebnissen führen und wie viele der Mahnungen und Lehren im künftigen Alltag der Besinnung, Erneuerung und der Öffnung der Kirche dienen.“¹⁶ Professor Otto B. Roegge fällt nach der Spanienreise das folgende Urteil: „Schwerer läßt sich entscheiden, wie weit die Kundgebungen der Sympathie, ja der Begeisterung für die Persönlichkeit, die so harte Wahrheiten ausspricht, Stimmung und Bereitschaft zum Gehorsam ausdrücken.“¹⁷ Auch Kardinal König räumt ein, daß die dem Papst zujubelnden Massen auch eine Gefahr sein könnten und sagt in dem bereits zitierten Vortrag in Dürnstein: „Denn hört man auch auf das, was er sagt? Haben die vielen Menschen, die ihm zujubeln, versucht, dem zu entsprechen, was er so eindringlich ihnen ans Herz legte? Es wird nicht an Versuchen fehlen, gerade unter Hinweis auf die wunderbare Errettung, den Papst als besonderes Werkzeug Gottes hinzustellen, um ihn mit einem Absolutheitsanspruch besonderer Art zu umgeben, der ihm selber sicherlich nicht liegt.“¹⁸

Weder liegt dem Papst ein solcher Absolutheitsanspruch, noch wäre er mit einer Forderung nach Potenzierung des Petrusamtes einverstanden, die im Grunde von denjenigen Kritikern gefordert wird, welche vom „Reisepapst“ nicht nur Augenblicks-, sondern bleibende Wirkung erwarten. Omnipotenz scheinere Karol Wojtyła als letztes zu beanspruchen, meint auch die Süddeutsche Zeitung, die dieser Frage einmal ein „Streiflicht“ gewidmet hat. „Wäre es denkbar — schreibt die Zeitung — daß hier eine Demut mit im Spiel ist — und daß diese menschliche Qualität ihn hindert, der zu sein, der er sein könnte oder nach Meinung dieser Kritiker sein sollte.“¹⁹

Des Papstes Wirkung scheint in der Tat auf einer ganz anderen Ebene zu liegen, nicht auf der der Idole und Stars. Haben die Jugendlichen im Pariser Prinzenpark, im irischen Drogheda oder auf dem Butzweiler Hof, im Regen völlig durchnäßt, nur ein Idol angehimmelt? Sind sie nicht auch nachdenklich geworden? Haben sie nicht auch zu beten versucht? Gibt dieser Erfolg, der nicht durch Einschaltquoten meßbar ist, nicht dem Papst recht in dem Bemühen, „das christliche Gewebe Zelle für Zelle neu zu beleben“ (Frossard)? „Es ist die Vorsehung, die uns führt“, sagte er selbst einmal in einem Interview mit dem Osservatore Romano. „Ist es nicht die Aufgabe des Nachfolgers Petri, alles daran zu setzen, daß sich diese Kirche in ihrer Vielfalt um Christus in seiner sichtbaren Einheit versammelt? Ich danke der Vorsehung Gottes, daß sie mir so viele Wege geöffnet hat, um zu den Heiligtümern des Volkes zu kommen.“²⁰

4. Der Papst kennt seine Medienwirkung

Auf diesem Hintergrund ist auch die Rolle des Papstes als Kommunikator zu verstehen. Er setzt für seine Seelsorge scheinbar bewußt die Mittel der Öffentlichkeitsarbeit ein.

Mitdenken und Mitfühlen mit den Medien ist beim Papst immer wieder festzustellen. Im fernen Asien gibt es eine kirchliche Radiostation „Radio Veritas“, die von den Philippinen aus den gesamten asiatischen Raum erreicht und die der Papst im Februar 1981 besuchte. „Für einige Stunden“ — wandte er sich an die Journalisten — „vermögen Sie der von wachsenden Wirren geplagten Welt einige schöne Bilder menschlicher Solidarität und zugleich Botschaften der Ermutigung und Hoffnung zu bieten“²¹. Bei einem Besuch bei Radio Vatikan sagte er einmal: „Der Papst weiß, daß es außer den Massen, die sich um ihn drängen, immer die unsichtbare Menge derer gibt, die sein Wort und seine Stimme über Radio hören.“²² Auch seiner Funktion bei der Vatikanzeitung Osservatore Romano ist er sich bewußt. Als er dort einmal einen Besuch machte, scherzte er mit den Redakteuren: „Eigentlich müßtet ihr mir ein Gehalt zahlen — bei den vielen Artikeln, die ich euch liefere.“²³ Damit sind wir bei den vatikan eigenen Medien angelangt, bei einem Überblick über das vatikanische Informationswesen.

5. Die eigenen Medien des Papstes

5.1 Staatssekretariat, Abteilung Öffentlichkeitsarbeit

Das vatikanische Informationswesen ist der Struktur der Kirche entsprechend hierarchisch aufgebaut und beim Staatssekretariat zentralisiert. Sämtliche Entscheidungen, auch über geringfügige Fragen der Informationsgebung, fallen Papst, Kardinalstaatssekretär oder Substitut. Die drei vatikanischen Informationsorgane sind nach außen hin: der Pressesaal, die Vatikanzeitung Osservatore Romano und Radio Vatikan. Alle drei sind in ihren Inhalten vom Staatssekretariat abhängig. Seit der letzten Kurienreform besteht dort das „Ufficio Informazione e Documentazione“. Dieses „Informationsbüro“ ist die Vermittlungsstelle zwischen dem Staatssekretariat und den übrigen Kuriendikasterien auf der einen und den vatikanischen Informationsorganen auf der anderen Seite. Es hat neben anderen auch die Aufgabe, internationale Pressebeobachtung zu machen, vor allem aber offizielle oder offiziöse Mitteilungen des Staatssekretariats oder der Kurienämter, in erster Linie natürlich die Papsttexte, an den Pressesaal, den Osservatore Romano und Radio Vatikan weiterzugeben.

5.2 Radio Vatikan

Das vatikanische Radio sendet in 34 Sprachen und wird darin nur noch von Radio Moskau, der Londoner BBC und der Stimme Amerikas übertroffen. Die Verwaltungsgebäude und Studios liegen zentral bei der Engelsburg in Vatikannähe. Die Technik fährt zweigleisig:

1. Mit der 1931, also vor über 50 Jahren, von Pius XI. unter Leitung von Guglielmo Marconi in den Vatikangärten errichteten kleinen Sendestation;
2. mit der großen Sendeanlage bei Santa Maria di Galeria, circa 30 km nordwestlich von Rom, wo unter anderem eine der größten Kurzwelldrehantennen der Welt steht. Daneben existieren sieben Kurzwellessender und zwei Mittelwellensender. Diese Anlagen ermöglichen es, ca. 170 Länder der Erde zu erreichen. In ihren Statuten ist über den Auftrag der vatikanischen Rundfunkstation folgendes zu lesen: „Den Mittelpunkt der katholischen Kirche mit den verschiedenen Ländern der Erde zu verbinden, dem Papst die Möglichkeit zu geben, sich direkt an alle Gläubigen der Erde zu wenden, sein Wort und seine Gedanken zu verbreiten, über die Tätigkeit des Hl. Stuhls zu berichten und sich zum Echo des katholischen Lebens in der Welt zu machen.“ Bekanntlich sind die aufmerksamsten Hörer von Radio Vatikan in den Ländern hinter dem Eisernen Vorhang zu finden. Als Papst Johannes Paul II. am 5. Februar 1980 Radio Vatikan besuchte, sagte er: „Ich weiß aus sehr persönlicher Erfahrung, wie sehr man auf die Stimme von Radio Vatikan wartet. Der vatikanische Rundfunk ist der Gesellschaft Jesu unterstellt, deren Patres mit der Gesamtleitung und mit der Leitung vieler Sprachsektionen betraut sind.“²⁴

5.3 Osservatore Romano

Seit über 120 Jahren erscheint die Vatikanzeitung „L'Osservatore Romano“. Sie wurde im Jahre 1861 von Nicola Zanchini und Guisepppe Bastia gegründet, die nach der Verbannung aus Emilien nach Rom gezogen waren. Der berühmte Zeitungskopf steht über insgesamt sieben landessprachlichen Ausgaben. Die italienische Tagesausgabe ist die offiziöse Zeitung des Vatikans, die alle wichtigen Verlautbarungen des Papstes und der Ämter der Römischen Kurie enthält. Wochenausgaben gibt es in französischer, englischer, spanischer, portugiesischer, deutscher und — wie sollte es bei diesem Papst anders sein — auch polnischer Sprache, die die Internationalisierung der Kurie widerspiegeln.

5.4 Der vatikanische Pressesaal

Der vatikanische Pressesaal heißt offiziell „Sala Stampa della Santa Sede“ und ist der Umschlagplatz vatikanischer Verlautbarungen an die Öffentlichkeit und die Medien. Er untersteht administrativ der päpstlichen Medienkommission. Informationen und Weisungen erhält er jedoch — wie bereits erwähnt — ausschließlich aus dem Staatssekretariat. Die heute bestehende Einrichtung des Pressesaals an der „Via della Conciliazione“ ist entstanden aus der Zusammenlegung des am 20. 2. 1939 eingerichteten Pressedienstes des „Osservatore Romano“ und des seit Oktober 1966 bestehenden „Pressesaals des Heiligen Stuhls“, einer Nachfolgeeinrichtung des ehemaligen Konzilspresseamtes. Der Pressesaal betreut zur Zeit rund 250 beim Vatikan akkreditierte Journalisten von Zeitungen, Agenturen, Rundfunk- und Fernsehanstalten aus vielen Ländern der Erde, während für aktuelle oder dokumentarische Bild- und Filmberichterstattung Akkreditierung und Beratung je nach Projekt in Hinsicht auf Technik und Inhalt durch Mitarbeiter der Päpstlichen Kommission für die Massenmedien erfolgt.

Als Untersekretär wirkt dort seit nunmehr fast zehn Jahren der deutsche Jesuitenpater Karlheinz Hoffmann. Täglich erscheint im Pressesaal ein Bulletin mit den offiziellen Informationen und Textdokumentationen oder Zusammenfassungen. Bei besonderen Anlässen, z. B. kürzlich die Promulgation des neuen kirchlichen Gesetzbuches, werden eigene Pressekonferenzen veranstaltet und Fachleute zu den entsprechenden Themen eingeladen. Bei besonderen Anlässen, wie Bischofssynoden, werden Beauftragte ernannt, die in den Hauptweltsprachen ein bis zweimal täglich über die Synodenarbeit berichten und Textzusammenfassungen geben.

6. Mängel in den vorhandenen Strukturen

Leistungs- und Exekutivstrukturen vatikanischer Informationsgebung müssen vor allem im Hinblick auf das gegenwärtige Pontifikat als nicht ausreichend bezeichnet werden. In der Schaltstelle im Staatssekretariat fehlen weitgehend Medienfachleute. Den vatikanischen Pressesaal leitet ein Direktor. Er hat einen Stellvertreter und einige wenige Mitarbeiter. Die Verantwortlichen des Pressesaals werden nicht unmittelbar aus den Entscheidungsgremien heraus informiert. Die einzelnen vatikanischen Kongregationen und Ämter verfügen über keine hauptamtlichen Pressebeauftragte.

Die vatikanische Informationspolitik beschränkt sich im wesentlichen auf offiziöse Verlautbarungen. Kommentare und Kursivnoten im *Osservatore Romano* sind in der Regel Reaktionen auf Angriffe oder Kritik. Vonnöten dagegen ist eine agierende, nicht reagierende Informationspolitik. Beispielsweise: wäre das nach der Kardinalversammlung über die Finanzlage der Kirche am 26. November 1982 erschienene Kommuniqué mit kaum neuen Zahlen bereits Ende Juni erschienen, wäre der ganzen Affäre um die Vatikanbank und Erzbischof Marcinkus von vorne herein die Luft abgelassen worden. Die Welt, vor allem aber die italienische Linkspresse, hätte dann im letzten Sommer auf das „vatikanische Bankungeheuer von Loch Ness“ in der Sauren-Gurken-Zeit verzichten müssen. Der Vatikan braucht sicherlich seine Finanzsituation nicht zu verbergen, allenfalls die nicht mehr zeitgemäßen administrativen Strukturen auch in diesem Bereich.

Otto Kaspar schrieb bereits 1979 im „Ruhrwort“: „Wer nun aber weiß, daß die ganze ‚Sala Stampa‘ mit einem kleineren Jahresbudget als jeder einzelne mitteleuropäische Vatikankorrespondent auskommen muß, empört sich gar nicht darüber, daß der grimme Journalistenruf nach Ausbau und Reformen an der ‚Via della Conciliazione‘ bisher auf offene Ohren, doch leere Taschen gestoßen ist. Helfen statt schimpfen wäre da die Parole.“ In den zuletzt erschienenen Informationen der internationalen katholischen Weltunion der Presse (UCIP) wird konsequenterweise die Einrichtung eines „Kommunikationsministeriums“ im Vatikan gefordert, das „gemäß den beruflichen Regeln und Techniken zu arbeiten habe“²⁵. Pierre Chevalier, der Generalsekretär von UCIP, meint in einem Leitartikel, daß diese Institution zum Ort der Begegnung und des Austauschs zwischen den Verantwortlichen der Pastoral und den Berufsjournalisten werden müsse. Nur so könne aus römischer Quelle adäquat berichtet und dem christlichen Volk und der Welt der geistige und geistliche Reichtum vermittelt werden, der insbesondere in den Ansprachen Johannes Pauls II. enthalten sei.

Es führt hier zu weit, auf die Hintergründe einzugehen, die beim *Osservatore Romano* im Jahre 1980 die vorgesetzten Behörden veranlaßten, eine apostolische Visitation anzuordnen und alle Mitarbeiter der Zeitung anzuhören. Ergebnisse sind bisher kaum festzustellen. Als Tageszeitung mit nur ca. fünfzehn Redakteuren an sich schon

hilflos unterbesetzt, ist sie erst recht kein geeignetes Sprachrohr eines Johannes Pauls II., „der uns“ — wie Direktor Volpini einmal sagte — „fünfmal soviel Arbeit macht wie bisher“. Die Rotationsmaschine in der Druckerei stammt aus dem letzten Kriegsjahr 1945; andere Maschinen sogar aus den 20er Jahren.

Internationalisierung der Kurie gibt es nicht erst seit diesem Pontifikat. Auf dem Papstthron sitzt ein Nichtitaliener. Auch die Papst-Zeitung müsste internationaler werden. Meines Wissens leistet sich der „Osservatore Romano“ als einzige bedeutende Zeitung der Welt den Luxus, keine Auslandskorrespondenten zu beschäftigen. Jedoch verfügt der Vatikan mit dem dichtgespannten Netz päpstlicher Nuntiatoren und mit dem noch dichteren Netz von in aller Welt tätigen Missionaren und Ordensleuten über ein Reservoir, das, wenn man es ausschöpft, jeden Redakteur einer Rubrik „Nachrichten aus der Weltkirche“ in Entzücken versetzen würde. Die einzelnen Redaktionen der nichtitalienischen Ausgaben könnten mit ihren vielfältigen Kontakten zu ihren Zielgruppenländern für neue Informationswege aus den Ortskirchen in das Zentrum hinein sorgen, die dann auch in der Hauptausgabe ihren Niederschlag finden.

Der Generaldirektor von Radio Vatikan, Jesuitenpater Roberto Tucci, hat anlässlich des fünfzigjährigen Bestehens des Senders davon gesprochen, daß die Popularität Johannes Paul II. das Interesse für Radio Vatikan sprunghaft hat ansteigen lassen. Er macht jedoch keinen Hehl daraus, welche Mängel seine Anstalt kennzeichnen und welches die größten Probleme sind: „Die Verstärkung des technischen Sektors und die professionelle Verbesserung des Personals.“ Zahlreiche der verantwortlichen Leiter der Sektionen und der Mitarbeiter machen oft ihre erste Berufserfahrung vor Ort. Auch hier gibt es also Probleme der Unterbesetzung. In der täglichen zweimal ausgestrahlten Live-Sendung, die im letzten Heiligen Jahr als Pilgersendung entstanden ist, sprechen „nur ‚quattro voci‘“ (vier Stimmen, so auch der Titel der Sendereihe). Unter den „voci“ fehlt seit Jahren die deutsche Stimme, obwohl nach den Italienern die deutschsprachigen Pilger die zahlenmäßig stärkste Gruppe darstellen.

Zusammenfassend kann gesagt werden: 1. Der gegenwärtige Papst ist für den Umgang mit den modernen Massenmedien, dem Informations- und Kommunikationsmittel unserer Tage, in hohem Maße qualifiziert und prädestiniert, also ein wirklicher „Medien-Papst“. Man darf ihn wohl als großes Geschenk Gottes für die Welt, in erster Linie aber für die Kirche, betrachten.

Auch die Kommunikationsmittel sind „Geschenke Gottes“, weil sie, wie die Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“ sagt, „nach dem Ratschluß der göttlichen Vorsehung die Menschen brüderlich verbinden, damit diese im Heilswerk Gottes mitwirken“.

Für diese Geschenke sollte das ganze Volk Gottes dankbarer sein als bisher. Vor allem sollte es sie vorbehaltlos annehmen und sich ihrer durch entsprechende Antworten würdig erweisen.

2. Die Antwort des Osservatore Romano sollte es sein, internationales Organ zu werden, das den Dialog zwischen Rom und Weltkirche unter intensiver Benutzung des innerkirchlichen Kommunikationsnetzes widerspiegeln sollte. Die einzelnen Sprachausgaben sollten in enger Kollaboration mit dem Mutterblatt je nach Zielgruppendichte Druckorte in den Kontinenten haben, was die heutige Technik der blitzschnellen Datenübertragung ermöglicht. So kann nicht nur das Produkt durch neue Verfahren verbessert und der Papst zuweilen auch bunt vorgestellt, sondern auch der Vertrieb er-

heblich beschleunigt und verbilligt werden. Ziel und Zweck der Blätter, den Dienst des Petrusamtes und vor allem sein unverkürztes Wort in den Ortskirchen auf breiter Ebene gegenwärtig zu machen, sind nur so zu erreichen.

3. Die Antwort von Radio Vatikan, von der Struktur her zur Zeit das am weitesten entwickelte vatikanische Medium, sollte so aussehen: Noch mehr qualifiziertes Personal mit der Möglichkeit der Weiterbildung. Überprüfung des Programmschemas: Von den drei deutschsprachigen Sendeblocks schließen zwei, um 6.15 Uhr und 16 Uhr, von voneherein ganze Hörergruppen aus. Einrichtung einer Fernsehproduktion, die grundsätzlich alle „Papstprogramme“ auf Elektronikband mitschneidet und je nach Bedarf von Fernsehanstalten abgerufen bzw. von Einzelbeziehern auf Videokassette erworben werden kann. Hierdurch könnte man auch die dringliche Nachfrage decken, die immer wieder von den zahlreichen kirchlichen Fernsehstationen in den Gebieten der jüngen Kirche gegenüber dem Vatikan geltend gemacht wird.

4. Das Geschenk des vatikanischen Pressesaals müßte sein, daß er weiter erheblich umgestaltet wird und so die meist gar nicht so geheimnisumwitterten römischen Dinge in professioneller Weise an die Medien weitergeben kann. Die Vatikanjournalisten sollten stärker als bisher die Möglichkeit haben, mit den Entscheidungsträgern direkt ins Gespräch zu kommen, z. B. durch regelmäßige Pressekonferenzen. Im „Pressesaal“ müßten adäquate Arbeitsbedingungen geschaffen werden: Z. B. eine systematische Bibliothek aller Veröffentlichungen vatikanischer Dikasterien einschließlich „Osservatore Romano“, aus denen mit modernen Fotokopierverfahren exzerpiert werden kann, eine Datenbank, die alle wichtigen Stichworte („Was ist ein Kardinal“) enthält und die ständig inhaltlich ergänzt wird und vieles andere mehr, was man von entsprechenden Einrichtungen im politischen PR-Bereich nur zu übernehmen braucht.

5. Antworten müssen auch die Katholiken in den Ortskirchen und diese Vorhaben durch geeigneten Rat und durch finanzielle Hilfe unterstützen. Es geht nicht an, daß im Urwald moderne Druckereien stehen, mit Computersatz und Vierfarbenoffset, und in der Zentrale nur eine museumsreife Bleidruckrotation, deren letzte „Umdrehung“ von einem Moment zum anderen zu erwarten steht. Es geht nicht an, daß jede bischöfliche Pressestelle eines halbwegs pressefreundlich gesinnten Oberhirten besser ausgestattet ist als der zentrale vatikanische Pressesaal. Historische Vorurteile gegenüber den Medien müssen verschwinden, auch und erst recht dann, wenn der Kirche und zunehmend auch dem Papst der Wind von dieser Seite stärker ins Gesicht bläst. Daß die Katholiken an den Schalthebeln der Medien unterrepräsentiert sind, ist nicht nur die Schuld anderer.

6. „Die Kommunikationsmittel leisten erst dann ihren vollen Beitrag zur Entfaltung des Menschen, wenn er deren Wesen und den Umgang mit ihnen begriffen hat. Wer ihre Bedeutung nur oberflächlich kennt, schmälert leicht den Verfügungsraum seiner Freiheit“ — so steht es unter Nummer 64 in „Communio et Progressio“.²⁶

Nichts Geringeres als der Mensch selbst, dessen zerbrechliche Sache bei dem „Pilger in Weiß“ am besten aufgehoben scheint, hängt an diesem Satz. Derjenige beschneidet seine Freiheit, der sich aktiv einer Mitgestaltung der Medien entzieht, aber auch derjenige, der sich passiv vor dem Bildschirm sitzend gedankenlos berieseln läßt, und damit seine Zeit, gewissermaßen geistig erblindend, verschleudert. Wir kennen mindestens einen guten Seelsorger, der diesen Satz aus „Communio et Progressio“ zu seiner Sache gemacht hat: Papst Johannes Paul II.

Anmerkungen

- ¹ Michael Schmolke: 10 Jahre nach „Communio et Progressio“, in: „Communicatio Socialis“ (C. S.), 14. Jg. 1981, S. 284.
- ² Otto Schulmeister: Johannes Paul, der „Eilige“, stets unterwegs. Das Rätsel der Turbulenz im Vatikan, in: Wiener Tageszeitung „Die Presse“, 15. 6. 1982, Wien 1982.
- ³ Kardinal Dr. Franz König: Die Kirche am Ende des 20. Jahrhunderts, Vortrag beim Dreiländer-Treffen katholischer Publizisten am 29. 5. 1981 in Dürnstein, zitiert nach „L'Osservatore Romano, Wochenausgabe in deutscher Sprache“, Nr. 31—32, 31. 7. 1981.
- ⁴ Aldo Aluffi SJ: Tutto per la comunicazione nel segno di Papa Wojtyla (Alles für Kommunikation im Zeichen von Papst Wojtyla), Turin 1980.
- ⁶ Ebd., S. 17.
- ⁷ Ebd., S. 24.
- ⁸ Zitiert nach: E. Bordfeld, Vorwort zu: Johannes Paul II., Wort und Weisung im Jahr 1979, Vatikanstadt, Kevelaer 1981.
- ⁸ A. Sterzl: Als der Papst die Krimis schlug, zitiert nach „Passauer Bistumsblatt“, 15. 11. 1981.
- ⁹ Von der vertraulichen Analyse des Instituts für Demoskopie Allensbach über den Papstbesuch in Deutschland hat die Pressestelle der Deutschen Bischofskonferenz einen ausführlichen Auszug verteilt. Die folgenden Zitate in Bonn sind diesem Auszug entnommen.
- ¹⁰ P. Dorsch: Der verkaufte Papst. Über die Kommunikationskonflikte zwischen der Presse und der katholischen Kirche, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Nr. 51, 2. 3. 1981, S. 9.
- ¹¹ Ebd. resümierend bemerkt P. Dorsch: „Der Papst durchbrach dieses Konzept, suchte die Nähe des Volkes und ignorierte die Berührungsangst des Klerus — mit überwältigender Resonanz. Der Klerus, so resümiert ein Beobachter, könne wirklich nichts dafür, daß der Besuch ein solcher Erfolg geworden sei.“
- ¹² Ausführliche Zusammenstellungen über die Papstliteratur sind u. a. beim Verband katholischer Verleger und Buchhändler, Stuttgart, erschienen sowie im Börsenblatt des deutschen Buchhandels zu finden. Vgl. auch M. Pilters: Der Papst auf dem Büchermarkt, in: L'Osservatore Romano, Wochenausgabe in deutscher Sprache v. 14. 11. 1980, S. 21.
- ¹³ „Fürchtet euch nicht“, André Frossard im Gespräch mit Johannes Paul II., erste Aufl., München, Zürich, Wien 1982.
- ¹⁴ Pilters, a. a. O.
- ¹⁵ K. Grüner: Der Supermann aus dem Vatikan. Was ist von dem Comic-Heft über Papst Johannes Paul II. zu halten? In: Münchner Katholische Kirchenzeitung, 16. 1. 1983, S. 12/13. Grüner verweist auf den Hinweis des Verlegers, daß es sich bei dem Papst-Comic eher um eine „bezeichnete Biographie“ als um einen Comic im üblichen Sinne handelt.
- ¹⁶ Th. Wieser: Der reisende Papst, in: Neue Zürcher Zeitung, 17. 11. 1982.
- ¹⁷ O. B. Roegele: Der Papst in Spanien, Begeisterung ohne Folgen, in: „Rheinischer Merkur/Christ und Welt“ Nr. 46, 12. 11. 1982.
- ¹⁸ Kardinal Dr. F. König a. a. O.
- ¹⁹ „Das Streiflicht“ in „Süddeutsche Zeitung“ v. 18. 10. 1979.
- ²⁰ Vgl. A. Frossard, a. a. O., S. 261.
- ²¹ Vgl. L'Osservatore Romano“, Wochenausgabe in deutscher Sprache v. 22. 2. 1981.
- ²² Vgl. „L'Osservatore Romano“, italienische Tagesausgabe v. 6. 2. 1980.
- ²³ Vgl. E. Bordfeld: Am meisten schreibt der Papst, in: „L'Osservatore Romano“, Wochenausgabe in deutscher Sprache, 14. 11. 1980.
- ²⁴ Vgl. „L'Osservatore Romano“, italienische Tagesausgabe, 6. 2. 1980.
- ²⁵ Vgl. „UCIP-informations“, Genf, Nr. 4, Dezember 1982.
- ²⁶ Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation: Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“ über die Instrumente der sozialen Kommunikation, Deutscher Text u. a. in F.-J. Eilers, Karl Höller u. a. (Hrsg.): Kirche und Publizistik, Dreizehn Kommentare zur Pastoralinstruktion, Paderborn 1972, hier S. 159.

SUMMARY

Pope John Paul II in his work is especially concerned with the opening of the Church towards the outside. This, the media-open Pontiff demonstrates through his many travels, his willingness for interviews and his own announcements and publications. This new media policy of the Pope however, according to the author, who is the editor-in-chief of the weekly edition of the *Osservatore Romano* in German, stands in sharp contrast to the structural, technical and personnel outfit of the Vatican Media. The author requests more professionalism in the media policy of the Curia.

RÉSUMÉ

Dans son pontificat, le pape Jean Paul II, très ouvert aux médias, attache beaucoup d'importance à l'ouverture de l'Église vers l'extérieur. Il le démontre par ses voyages fréquents, ses interviews et ses publications. Selon l'auteur — l'éditeur en chef de l'édition allemande hebdomadaire de l'*Osservatore Romano* —, cette nouvelle politique des médias se trouve en net contraste avec la présentation structurelle, personnelle et technique des médias du Vatican. Dans sa contribution, il demande une professionnalisation de la politique médiatique du Vatican.

RESUMEN

El Papa Juan Pablo II en su pontificado se interesa especialmente en la apertura de la Iglesia hacia el mundo exterior. Esto el pontifice lo demuestra a través de sus múltiples viajes, su disponibilidad para las entrevistas, sus propios discursos y publicaciones.

El autor que es editor en jefe del semanario „*Osservatore Romano*“ en alemán, considera que esta nueva política del Papa frente a los media resalta en agudo contraste con la estructura, técnica y personal de los media vaticanos.

El autor pide que haya más profesionalismo en la política de los media en la Curia.