

Ferdinand Oertel

Zwischen Nähe und Distanz zu den Bischöfen

Catholic Press Association of North America
wird 100 Jahre alt

Die Catholic Press Association of North America (CPA) hat in Pittsburgh im Juni 2011 ihr 100-jähriges Bestehen gefeiert. Die Geschichte des größten Verbandes der katholische Presse in der Welt ist eng verbunden mit der Geschichte der Kirche in Nordamerika, die von Anfang an durch die Trennung von Staat und Kirche in der Verfassung der freiheitlich demokratischen Vereinigten Staaten gekennzeichnet ist. Der auch für die Presse entscheidende Passus im ersten Zusatz zur Verfassung lautet: „Der Kongress darf kein Gesetz erlassen, das die Einrichtung einer Religion betrifft, die freie Religionsausübung verbietet, die Rede- oder Pressefreiheit oder das Recht des Volkes einschränkt, sich friedlich zu versammeln und die Regierung um die Beseitigung von Missständen zu ersuchen.“

Also einerseits Religionsfreiheit und damit Freiheit, eine eigene Presse zu haben, andererseits Rede- und Pressefreiheit. Schon 1789, zwei Jahre vor der Ratifizierung des ersten Verfassungszusatzes, war zwar in Baltimore das erste Bistum errichtet und der bisherige Superior der Missionsgesellschaften in den dreizehn unabhängigen Ostküstenstaaten, John Carroll, zum ersten Bischof in den Vereinigten Staaten ernannt worden; doch Katholiken und die katholische Kirche waren in der Neuen Welt nicht willkommen. Wegen ihrer dem amerikanischen Freiheitsideal widersprechenden „Papsthörigkeit“ sahen sie sich vielen antikatholischen Angriffen ausgesetzt. Die katholische Presse nutzte daher von Anfang an ihre Pressefreiheit, um sich gegen diese Angriffe zu wehren.

Als erste katholische Kirchenzeitung gilt die 1822 in Charlston (South Carolina) erschienene „United States Catholic Miscellany“, bezeichnenderweise von einem Bischof gegründet: John England. Als „mission“, also Aufgabe der Zeitschrift nannte er, „in fairer und einfacher Weise über die katholische Lehre an Hand authentischer Dokumente zu informieren, Verleumdungen zurückzuweisen und missgedeutete historische Fakten richtig zu stellen“. In seinem Buch

„Our American Catholic Heritage“ schreibt P. Albert J. Nevins, dass damals „eine katholische Publikation im engen Sinn nur eine Zeitschrift sein kann, die als Arm eines offiziellen kirchlichen Amtsträgers erscheint – einer Diözese, eines Ordens oder eines anerkannten Verbandes, die vom Ortsbischof approbiert ist“.

Verteidigung und Verbreitung des Glaubens

In den folgenden Jahrzehnten wurden zahlreiche regionale Kirchenzeitungen gegründet, die neben der Verteidigung der Kirche gegen antikatholische Aktionen (Ku-Klux-Klan, Know-Nothing-Bewegung u. a.) in oft frömmelnder Weise der „Verbreitung der wahren Glaubenslehre“ dienten. Das „Magisterium“ bildete die Grundlage, das religiöse Leben wurde von den zahlreichen Einwanderern unterschiedlich lebendig gestaltet. Es entwickelte sich eine fast geschlossene katholische Subkultur. Innerkirchliche Spannungen entstanden erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, als es in der amerikanischen Kirche Bestrebungen zur eigenständigen Regelung des kirchlichen Lebens im Rahmen der Trennung von Staat und Kirche gab. Der Episkopat drängte deshalb 1884 auf der dritten Gesamtsynode darauf, eine nationale katholische Zeitung zu gründen, um seine gesellschaftspolitischen Vorstellungen zu verbreiten. Doch dazu kam es nicht, zumal Papst Leo XIII. 1899 in seinem Apostolischen Schreiben „Testem Benevolentiae“ alle „Modernismen“ verurteilte, darunter auch „den Amerikanismus“.

Auf katholischen Laienkongressen und überdiözesanen Verbandstagen hatten sich erstmals gegen Ende des 19. Jahrhunderts Verleger und Redakteure katholischer Kirchenzeitungen getroffen und überlegt, sich auf regelmäßigen Tagungen über ihre eigenen Aufgaben und Probleme auszutauschen. Erst 1911 kamen in Columbus (Ohio) etwa fünfzig katholische Publizisten, mehrheitlich Geistliche, zusammen und gründeten offiziell die Catholic Press Association (CPA). Dabei bestimmten zwei Ziele ihr erstes Programm: die Sammlung katholischer Nachrichten aus allen Teilen der amerikanischen Bundesstaaten und aus der Weltkirche sowie sich untereinander über Fragen der Finanzierung, des Drucks und der Werbung auszutauschen und zu helfen. Dafür richtete der Verband zwei eigene Büros für Nachrichten und Verlagsfragen ein. Das Nachrichtenbüro unterhielt sogar Korrespondenten in Rom und in drei weiteren Städten.

Nach dem Ende des Ersten Weltkrieges erlebte die CPA eine personelle und wirtschaftliche Krise. Wie der langjährige Geschäftsführer James A. Doyle in einem historischen Rückblick im heutigen

Mitteilungsblatt „Catholic Journalist“ schreibt, war damals nur etwa die Hälfte der aufblühenden Kirchenpresse Mitglied des Verbandes. Als Ausweg bot sich eine Zusammenarbeit mit den Bischöfen an. Im Krieg hatten diese eine National Catholic War Conference (NCWC) gegründet, die sich mit sozialen und karitativen Diensten den Soldaten an den Fronten in Europa und Fernost und ihren Familien zu Hause widmete. Dazu diente ihnen ein eigener Nachrichtendienst. Nach dem Krieg führten die Bischöfe ihre – im übrigen freiwillige – Konferenz unter dem Namen National Catholic Welfare Conference fort, und dieser übertrug die CPA 1920 ihren Nachrichtendienst.

Dies führte zu einer ersten Krise pressepolitischer Art. Während die CPA von dem NCWC-Nachrichtenbüro alle kirchlichen Informationen exklusiv für ihre Mitglieder wollte, verbreitete der Bischofsdienst seine Nachrichten auch an Nichtmitglieder. Die erste Statistik über katholische Periodika in den USA listete 1923 mehr als 250 Titel auf, von denen nicht einmal die Hälfte CPA-Verbandsmitglieder waren. In dieser Zeit hatte die CPA nur nebenamtliche Halbtags-Geschäftsführer, die häufig wechselten, es gab kein festes Büro und nur geringe finanzielle Mittel. Erst Anfang der 1940er-Jahre griff der damalige Präsident Alexander J. Wey aus Cleveland (Ohio) die Ursprungsidee wieder auf, einen Geschäftsführer hauptamtlich anzustellen und ein eigenes Büro zu eröffnen, sonst „können wir das von unseren Vätern gesteckte Ziel nach einem Drittel des Jahrhunderts nicht erfüllen“.

Dies wiederum warf erstmals die Frage der Unabhängigkeit des Verbandes auf, denn die bischöfliche NCWC schlug vor, in ihrer Geschäftsstelle in Washington DC dafür ein Pressebüro mit einem Geschäftsführer einzurichten, der jeweils halbtags für den NCWC-Nachrichtendienst und für CPA tätig sein sollte. Der Vorstand der CPA beschloss jedoch 1944, ein eigenes Büro mit eigenem Geschäftsführer zu gründen, weil „keine Seite mit der bischöflichen Lösung zufrieden sein könnte“, so Doyle. Endgültig eingerichtet wurde ein CPA-Sekretariat jedoch erst nach dem Zweiten Weltkrieg 1950 in New York.

Aufbruch nach Zweitem Weltkrieg und Konzil

Mitte des vorigen Jahrhunderts begann ein unerwarteter Aufschwung der katholischen Kirche. Durch ihren patriotischen Einsatz im Zweiten Weltkrieg hatten sich die Katholiken als gleichberechtigte US-Bürger erwiesen. Katholische GI's konnten nach ihrer Rückkehr an den Universitäten kostenlos studieren, die Arbeiterschichten stiegen zur Mittelschicht auf. Und mit der ersten Wahl eines Katholiken, J.F. Kennedy, 1965 zum amerikanischen Präsidenten war die katho-

lische Kirche in den USA gleichsam gesellschaftspolitisch erwachsen geworden.

Das führte zu einer Blüte der katholischen Presse und ihres Verbandes. Anfang der 1960er-Jahre zählte die CPA mehr als 550 Mitgliedszeitschriften mit einer Gesamtauflage von über 20 Millionen Exemplaren, was bedeutete, dass ein katholisches Blatt praktisch in jeden Haushalt kam. Innerkirchlich gab es kaum thematische Probleme, das religiöse Leben basierte auf der traditionellen, vorkonziliaren Kirchenlehre. Hauptproblem der CPA war die Konzentration auf Verbreitungsfragen, insbesondere im Postvertrieb durch Gebührengleichstellung mit der säkularen Presse.

Von entscheidendem Einfluss wurde das Zweite Vatikanische Konzil für Kirche und Kirchenpresse durch zwei Faktoren: Erstens erkannte das Konzil die lange Zeit verdächtige und als schädlich verurteilte freie Presse als gesellschaftlich und kirchlich nützliche „soziale Kommunikationsmittel“ an, deren Gestaltung unter die Dinge weltlicher Ordnung fallen, und zweitens bekannte es sich zur Religionsfreiheit, die der Kirche gerade in modernen Gesellschaften mit Staat-Kirche-Trennung freie Entwicklungen ermöglichte. Für die katholische Presse ergaben sich neue Perspektiven in der Entwicklung von frommen Bischofsblättern zu pressegerechten Periodika. Die CPA nahm wegweisenden Anteil an der Professionalisierung der Wochenzeitungen, Magazine und typisch amerikanischen Newslettern. Auf ihren Jahresversammlungen und vier jährlichen regionalen Treffen veranstaltete sie Workshops und Seminare für alle redaktionellen und verlegerischen Fragen, wobei der vernachlässigte Sektor der Anzeigen gewinnbringend ausgebaut werden konnte.

Zu Beginn der 1980er-Jahre erreichte die katholische Presse eine Gesamtauflage von 28 Millionen Exemplaren. Der damalige Präsident der CPA, John F. Fink, fasste die Grundlage der Pressearbeit in einem Statement so zusammen: „Die erste Verpflichtung einer katholischen Zeitung und eines Magazins besteht darin, Nachrichten objektiv zu publizieren – alle Nachrichten, gute und schlechte. Das können die Leser mit Recht erwarten. Eine gute katholische Zeitung darf nicht nur die Nachrichten bringen, die für die Kirche günstig sind. Das würde die Leser falsch informieren und wäre unverantwortlicher Journalismus.“ Und der langjährige Chefredakteur des Jesuitenmagazins „America“ und spätere Präsident der katholischen Fordham Universität, Joseph A. O’Hare, bestätigte noch 1980 vor Verlegern in New York, dass katholische Presse in der Behandlung kontroverser Themen „völlig frei“ sei. Wörtlich: „Gefahren der Zensur drohen eher aus Leserkreisen als von Bischöfen.“

Bannstrahl aus dem Vatikan

Doch kaum ein Jahr später, 1981, traf die US-Kirchenpresse ein Bannstrahl aus dem Vatikan. Der Apostolische Delegat Erzbischof Pio Laghi, beschwerte sich bei den amerikanischen Bischöfen über „Berichte und Leitartikel in katholischen Zeitschriften, die dem Glauben der Leute schaden, weil sie die Lehrautorität und die Entscheidungen kirchlicher Autoritäten missachten“. Hintergrund: Über zahlreiche umstrittene Themen wie Geburtenkontrolle, Weihe von verheirateten Männern zu Priestern, Frauenordination und Mitbestimmung der Laien bei Bischofswahlen, die nach dem Konzil in den USA zu heftigen innerkirchlichen Auseinandersetzungen geführt hatten, war in vielen katholischen Bistumsblättern und Magazinen weithin offen und kontrovers berichtet worden, in jedem Fall ausführlich nachrichtlich. Die CPA wies in einem Brief an Erzbischof Laghi die „generelle Verurteilung der katholischen Presse“ zurück, erbat Beweise für Beanstandungen und betonte ihre Verpflichtung, über die gegenwärtigen Kontroversen eine „freie und offene Diskussion zu ermöglichen“.

Der Verband erhielt nie eine Antwort aus Rom, hatte aber gleichsam seine Unschuld im Glauben an demokratische Pressefreiheit in Amerika verloren. Das Dilemma katholischer Journalisten zwischen ihrem Verfassungsrecht auf Pressefreiheit und Loyalität zum kirchlichen Lehramt bestimmte ein Jahrzehnt lang alle Diskussionen in der Catholic Press Association. Nach einem Treffen der Redakteure mit Vertretern der Bischofskonferenz 1986 wurden dreizehn Prinzipien für einen Konsens mit dem Episkopat aufgestellt, angefangen beim Auftrag zur Teilnahme an der Mission der Kirche einschließlich Lehrverkündigung, über das Recht der Leser auf umfassende Information auch über „Stärken und Schwächen der Kirche“ bis hin zum „Forum für Dialog in der Kirche“. Ausgeschlossen blieben Regelungen über Dissens vom Lehramt sowie Kritik an der Hierarchie.

Diese Probleme wurden von einer Arbeitsgruppe in einem „Weißbuch“ mit dem Titel „Freiheit in der katholischen Presse“ 1990 begonnen und nach mehreren Fassungen 2002 verabschiedet, allerdings unter dem entscheidend geänderten Titel „Freiheit und Verantwortung in der katholischen Presse“. Grund: Das Recht auf umfassende Information und Freiheit in der Darstellung von Kontroversen war mit der Feststellung präzisiert worden: „Das Recht wird ausgeglichen (balanced) durch die Verantwortlichkeit der Presse zur karitativen, genauen und zutreffenden (charitable, accurate and constructive) Berichterstattung.“ Vermutlich war es der damalige Chefredakteur

der Bistumszeitung von Philadelphia, John P. Foley, soeben zum Präsident der Päpstlichen Medienkommission ernannt, aber noch nicht zum Bischof geweiht und in Rom eingeführt, der noch eine genauere Umschreibung mitformulierte: „Es muss betont werden, [...] dass Publikationen, die den Anspruch erheben, katholisch zu sein, die authentische Lehre der Kirche im Namen Jesu Christi verkünden müssen. Über Abweichungen kann als ein Faktum berichtet werden, aber es darf nicht als Norm begrüßt werden.“

Folgen des Missbrauchsskandals

Ihre größte Krise erlebten Kirche und Kirchenpresse nach den öffentlichen Enthüllungen über den sexuellen Missbrauch von Kindern und Jugendlichen durch katholische Priester im Jahr 2002. Vor allem der Episkopat verlor seine Glaubwürdigkeit nicht nur in der säkularen Gesellschaft, sondern auch im Kirchenvolk. Und das führte erstmals im größeren Stil auch zu einem Rückgang der Kirchenpresse, zunächst zwar nicht so permanent und hoch wie in Deutschland, aber doch mit den Folgen, sowohl auflagenmäßig als auch wirtschaftlich. Das Bekanntwerden des Ausmaßes der Missbrauchsfälle und ihrer systematischen Vertuschung über einen Zeitraum von fünfzig Jahren verstärkte die durch eine allgemeine Säkularisierung und Individualisierung des persönlichen Lebens rückläufige Teilnahme am kirchlichen Leben. Der einflussreiche katholische Publizist Peter Steinfeld benannte die Situation mit dem Titel seines 2003 erschienen Buches über die Krise der katholischen Kirche in den USA „A People Adrift“, übersetzt etwa „Ein verlorenes, zielloses (Kirchen-)Volk“. Und der frühere Sprecher der US-Bischöfskonferenz, eher konservativ, kritisierte nicht nur das Vorgehen der Bischöfe im Missbrauchsskandal als „katastrophal“, sondern auch die Berichterstattung in der katholischen Presse. In seinem Buch „Nothing to Hide“ über Kommunikation und Geheimhaltung spricht er von einem tiefen Graben der kirchlichen Presse zwischen ihrem Anspruch auf Offenheit und Realität. Von den 550 Periodika – in den vergangenen drei Jahren bereits um zehn Prozent auf (immerhin noch) 24 Millionen Gesamtauflage geschrumpft, so Shaw, seien „die meisten Hausorgane von Bischöfen oder Orden“, während es „nur eine Handvoll“ gebe, die den Visionen des Zweiten Vatikanums entsprechen“.

2008 meldete die katholische Nachrichtenagentur CNS, dass die Wirtschaftskrise auch die Kirchenpresse erreicht hat und zu spürbaren Auflagen- und Anzeigenverlusten führte. Neben Seitenreduzierungen und Umstellungen von wöchentlichem auf zweiwöchentliches

oder gar monatliches Erscheinen mussten Mitarbeiter entlassen und Gehälter gekürzt werden. Den stärksten Rückgang hatten die Magazine der Missions- und Ordenspresse mit einem Minus von vierzig Prozent. Zwei Drittel aller Newsletter wurden eingestellt. Das hatte zur Folge, dass auch zahlreiche Verlage ihre Mitgliedschaft in der CPA kündigten, so dass diese ebenfalls in wirtschaftliche Schwierigkeiten geriet.

Die Entwicklung alarmierte CPA und Bischöfe gleichermaßen: Nachdem aus der jährlichen Statistik alle Titel gestrichen waren, die mitaufgeführt, aber keine CPA-Mitglieder waren, hatte das „CPA Directorium 2009“ die Gesamtauflage seiner Mitgliedsperiodika auf 16,5 Millionen Exemplare reduzieren müssen, und nach dem erneuten Exodus im folgenden Jahr wies die Statistik nur noch 12,8 Millionen Exemplare auf.

So wurde die 99. Jahresversammlung 2010 in New Orleans zu einem Schicksalstreffen. Im Zentrum der Diskussionen standen zwei Grundsatzfragen: Erstens, ob traditionelle katholische Medienverbände im Zeitalter der digitalen Welt noch eine Rolle spielen, zweitens, welches Verhältnis die Bischöfe zu ihrer Presse haben. An den Gesprächen nahmen vier Vertreter der Medienkommission der Bischofskonferenz teil. Der Vorsitzende der Medienkommission, Bischof Gabino Zavala von Los Angeles, betonte, dass die Bedeutung der katholischen Medien nie zuvor so wichtig gewesen sei wie in der globalisierten digitalen Welt mit „ihrem Übermaß an Informationen“. Deshalb sei eine funktionierende Kirchenpresse „extrem wichtig“. Die Bischöfe boten eine enge Kooperation mit den katholischen Medienmitarbeitern an und die Ernennung eines Ansprechpartners in der Kommission.

Neues Ziel: Kooperation aller kirchlicher Medien

Kurz nach dieser Jahresversammlung startete eine Studiengruppe aus Vertretern der Bischöfe, der CPA, weiterer katholischer Medienverbände und Akademien einen Dialogprozess in den Diözesen, um Vorschläge für einen Gesamtkommunikationsplan zu erarbeiten. Auf der Jubiläumsversammlung zum 100-jährigen Bestehen der CPA im Juli 2011 in Pittsburgh wurden zwei Studien vorgestellt, die im Frühjahr unter den Diözesanbischöfen und den katholischen Medien durchgeführt worden waren. Die Hauptergebnisse dieser „Summary of Surveys of Bishops and Catholic Media on the Topic of Enhanced Cooperation“ enthielten Überraschungen: Bischöfe und Medienleute stimmen darin überein, dass der Hauptgrund für eine enge Kooperation

„der effektive Einsatz der neuen und sozialen Kommunikationsmittel für die Evangelisierung ist“. In den Prioritäten für die Kooperation ergeben sich jedoch wesentliche Unterschiede. Die Bischöfe wollen an erster Stelle stärker mit unabhängigen katholischen Medien zusammenarbeiten, während die Medienleute sich von der Kooperation die Erschließung neuer Quellen zur Sicherung der finanziellen Stabilität ihrer kircheneigenen Objekte erhoffen. Das steht für die Hälfte der Bischöfe nicht im Vordergrund, auch weil sie selbst durch die hohen Opferentschädigungen zum Teil nur durch wirtschaftliche Notpläne überleben können. Die Medienleute plädieren für eine bessere Ausbildung der Bischöfe „im effizienten Gebrauch moderner Medien“ (die Untersuchung ergab, dass nur wenige der mehr als 300 Bischöfe Internet und Blogs nutzen), die Bischöfe für eine bessere theologische Ausbildung der Redakteure. Als Haupthindernis für die Kooperation sehen beide Seiten Konfliktfälle zwischen journalistischer Freiheit und Treue zur Kirchenlehre an.

In seiner Festansprache unterstrich der Pittsburgher Ortsbischof David A. Zubik die fortdauernde Bedeutung der katholischen Printmedien für die Glaubensverbreitung und -stärkung. „Wir können und müssen jede Art von Kommunikationsmittel nutzen, die uns heute zur Verfügung steht“, erklärte er, „Fernsehen, Radio, Twitter, Facebook, Skype – aber ich glaube, dass es für uns als Bischöfe und uns als Kirche notwendig ist, eine lebendige katholische Presse zu erhalten.“ Er könne nicht voraussagen, ob das gedruckte Wort in zwanzig Jahren noch dieselbe Bedeutung habe wie heute, aber jetzt sei es „absolut und grundsätzlich die beste Option, um die Glaubensverbreiter in den Gemeinden zu evangelisieren“ (evangelize the evangelizers).

Im Bezug auf die gegenwärtigen wirtschaftlichen Schwierigkeiten der Verlage und ihrem Wunsch nach finanzieller Unterstützung erklärte der Bischof lapidar, dass er dafür keine Möglichkeit sehe. Ob es sinnvoll sei, die Kirchenzeitungen strukturell in die Bistumsverwaltung zu übernehmen, sei fraglich. Besser wäre eine wirtschaftliche Trennung.

Zwar wünschte der neue Präsident der CPA, Hauptgeschäftsführer Greg Erlandson vom größten katholischen Verlag „Our Sunday Visitor“, dem katholischen Presseverband auf der Basis einer neuen Kooperation mit den Bischöfen auch bei weiteren Veränderungen im digitalen Zeitalter Erfolg und Segen für weitere hundert Jahre. Doch wie hatte Ortsbischof Zubick einschränkend angemerkt? – „Ich kann nicht voraussagen, ob das gedruckte Wort in zwanzig Jahren noch dieselbe Bedeutung hat wie heute.“ Und das gilt vielleicht auch für Presseverbände.