

Zum Fest des heiligen Franz von Sales, des Patrons von Journalisten und Verlegern

Kirche und Medien

Der digitale Medienschwung wird immer dichter, die Informationsflut immer größer. Welchen Informationsauftrag haben dabei kirchliche Medien? Antwort auf diese Frage gab unlängst der österreichische Medienfachmann Paul Wuthe bei einem Vortrag an der Philosophisch-Theologischen Hochschule in Brixen.

Kirchliche Medien müssen laut Wuthe den Grundvollzügen der Kirche dienen. Sie seien mit dem Verkündigungsauftrag aufs Engste verwoben. Auch die Feier des Glaubens sei ein medialer Grundvortrag: Die Gottesdienstübertragungen im ORF erreichen laut Wuthe die größte Reichweite. Mit Verweis auf den diakonalen Auftrag sagte Wuthe, dass der wichtigste Kommunikator in Österreich nach Kardinal Christoph Schönborn Caritaspräsident Michael Landau sei. Zudem schaffe Kommunikation (communicatio) in der Kirche Gemeinschaft (communio).

Neue Verantwortung

Wuthe führte weiter aus, dass die Unterscheidung zwischen Konsumenten und Produzenten immer fließender werde. Wer in den sozialen Netzwer-



Paul Wuthe gab Einblick in die Arbeitsweise einer Nachrichtenagentur.

ken wie auf Instagram, Facebook und Twitter agiere, werde selbst zum Produzenten bzw. redaktionell tätig. Deshalb sei auch eine verantwortungsvolle Gestaltung der eigenen Themen notwendig. Zum Grundanspruch christlicher Kommunikation nannte Wuthe zwei Prinzipien: „Wir

sind für alle da, wie auch Christus für alle da war. Kirche ist eine persönliche Angelegenheit, aber kirchliches Tun ist immer auch ein öffentliches Tun. Deshalb muss kirchliche Kommunikation öffentlich, aber auch authentisch und real sein.“

Unterschätztes Medium

Am Beispiel Österreichs zeigte Paul Wuthe auf, auf welchen Ebenen die Institution Kirche agiert. In allen Diözesen gibt es eine Medienstelle, jede Diözese hat auch eine eigene Kirchenzeitung, das „ist weltweit einzigartig“.

Als oft unterschätztes Printmedium wertete Wuthe die Pfarrblätter. Von den 3000 Pfarreien in Österreich geben 97 Prozent ein in unterschiedlichsten Formen gestaltetes Pfarrblatt heraus – alle zusammen erreichen eine Auflage von rund sechs Millionen. Wuthe stellte dem Pfarrblatt deshalb das Prädikat „mit

Abstand stärkstes Medium der Kirche“ aus: „Dies ist bemerkenswert, da kein professioneller Konzern, sondern Freiwillige dahinterstehen.“ Schon lange, so Wuthe, sei die digitale Welt in der Kirche angekommen. Diese habe in den vergangenen Jahren ihre Präsenz in den sozialen Medien stark ausgebaut.

Wichtige Laienarbeit

Eine eigene Internetseite, Auftritte in Facebook und Instagram sowie die Verwendung von Messengerdiensten sei vonseiten der Pfarreien schon lange gelebte Realität. „Es ist eine unglaubliche Stärke der Kirche, dass viel der Medienarbeit nicht von oben, sondern von selbst über die Laienarbeit kommt“, sagte der Medienexperte dazu.

Laut Wuthe haben mit der Coronapandemie die Übertragungen von Gottesdiensten in Rundfunk und Fernsehen zugenommen. Dabei gebe es an jedem Sonntag rund eine Million Mitfeiernde. „Das ist doppelt so viel wie die Zahl der realen Gottesdienstbesucher.“ Der in der Kirche herrschende Grundduktus, dass keiner mehr zur Messe gehe, stimme deshalb nicht. „Die Weise des Mitfeierns hat sich verändert. Natürlich kann eine Liveübertragung nie eine Eucharistie ersetzen, aber es ist auch Tatsache, dass es Menschen gibt, die über die übertragenen Gottesdienste einen neuen Zugang zur Kirche bekommen haben.“

Katholische Presseagentur

Ein Medienprofi

Paul Wuthe ist Presse- und Medienreferent der österreichischen Bischofskonferenz sowie Chefredakteur und Geschäftsführer der österreichischen katholischen Presseagentur „Kathpress“. Die Presseagentur arbeitet im Auftrag der Bischofskonferenz und liefert aktuelle Nachrichten, Berichte, Analysen und Reportagen über das kirchliche Geschehen in Österreich, über die Weltkirche, den Vatikan und den Papst. Themen

der Sozial- und Familienpolitik, der Bioethik, der Entwicklungshilfe, Europathemen, die Ökumene und der interreligiöse Dialog sind weitere Schwerpunkte der Berichterstattung. Zu den Kunden von „Kathpress“ zählen viele Medien sowie auch Unternehmen, Verbände, Institutionen und Privatpersonen. Herausgeber ist Kardinal Christoph Schönborn, der in der österreichischen Bischofskonferenz zugleich als „Medienbischof“ fungiert.