



## KOMMENTAR

### DER PAPST UND DIE MEDIEN

**F**ünf Jahre ist es her, dass Papst Franziskus mit seinem einfachen „buonasera“ die Herzen der Gläubigen im Sturm eroberte. Auch seine Vorgänger Johannes Paul II. und Benedikt XVI. hatten anfangs sehr viel Sympathien bei den Medien, man denke nur an die Euphorie „Wir sind Papst!“ Was ist also von den Vorschusslorbeeren geblieben aus der Sicht der Medien?

Franziskus ist nach wie vor immer wieder für Schlagzeilen gut, weil er überraschend und unberechenbar ist. Sein Gespür für Gesten und Zeichenhandlungen ist stark ausgeprägt – seine Umarmungen von Menschen mit Beeinträchtigungen, das Video mit dem Mädchen mit Down-Syndrom, die Bilder von Rabbiner, Imam und Papst an der Mauer gehen um die Welt. Spontane Abweichungen vom Reiseprotokoll sorgen für Beachtung. Man hat durchaus den Eindruck, dass der Pontifex weiß, wie die Medien ticken und sich dies zu Nutzen macht, im Sinn des Evangeliums. Noch gelingt es ihm immer wieder, mit seinen Aussagen in die Nachrichten zu kommen.

Seine Mahnungen an die Journalisten, der Wahrheit zu dienen und keine Fake-News zu verbreiten sind aktuell und passen zu seiner Botschaft des Friedens. „Das Drama der Desinformation ist die Diskreditierung des Anderen, seine Stilisierung zum Feindbild bis hin zu einer Dämonisierung, die Konflikte schüren kann“, schreibt er in seiner Botschaft zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel. Niemand könne sich der Verantwortung entziehen, solchen Unwahrheiten entgegenzutreten. Insbesondere Journalisten seien hier auf den Plan gerufen. Sie seien die „Hüter der Nachrichten“. Daher lade er alle ein, einen „Journalismus für den Frieden“ zu fördern. Darunter verstehe er keinen schönfärberischen Journalismus, sondern einen, der Unwahrheit und Effekthascherei den Kampf ansage. Die Medien sollten Konflikten zugrunde liegende Ursachen untersuchen, anstatt lukrative Schlagzeilen zu produzieren.

Im eigenen Bereich gehört die Neuorganisation der vatikanischen Medien zur Bilanz des fünfjährigen Pontifikats.

So wichtig es war, die unterschiedlichen Akteure vatikanischen Medienschaftens zusammenzuführen – so ganz kann der vatikanische Medienauftritt noch nicht überzeugen. Dem Pressesprecher Greg Burke gelingt es nicht so gut wie seinem Vorgänger Pater Lombardi SJ, durch entsprechende Hintergrundgespräche und Informationen an die Journalisten die Politik seines obersten Chefs zu „verkaufen“. Und der Leiter des Kommunikationssekretariates, dem nun alle Medienzweige unterstehen, Dario Edoardo Viganò, verbreitet leider auch nicht den Eindruck, dass Transparenz und offensive Kommunikation die vatikanische Medienpolitik prägen sollen.

Papst Franziskus ist angetreten, das Bild der Kirche zu verändern. Die Botschaft der Barmherzigkeit, eine Pastoral der Zuwendung, der Einsatz für die Armen, eine Kirche, die an die Ränder geht und den Menschen dient, die Abkehr vom Klerikalismus, – das sind Schlagworte, die seinen Pontifikat prägen. Ich wünsche mir, dass er noch lange dauert.

*Michaela Pilters*

**Alle früheren Kommentare finden Sie im GKP-Internetauftritt unter:  
[www.gkp.de/mitglieder/kommentare](http://www.gkp.de/mitglieder/kommentare)**