
Herder Korrespondenz

Heft 10
39. Jahrgang
Oktober 1985

Die Öffentlichkeitswirksamkeit der Botschaft Jesu ist nicht zuerst eine Frage der Medien, sondern ein Problem des Inhalts, so wie er in den Christen und Gemeinden zu leben versucht wird.

Ottmar Fuchs

Geht die Kirche den Medien auf den Leim?

Das Verhältnis von Kirche und Massenmedien ist nicht erst seit gestern konfliktgeladen. Als aufklärerisch ausgerichtete Presse einerseits und antiaufklärerisch eingeschworene Kirche andererseits haben sie sich lange Zeit gegenübergestanden. Auch wenn sich auf beiden Seiten in dieser Hinsicht einiges geändert hat: eitel Sonnenschein herrscht bis heute nicht. Dafür sind sich hierarchisch strukturierte und ständisch gegliederte katholische Kirche und demokratisch-pluralistische Öffentlichkeit wohl immer noch zu fremd.

Eher zu unkritisch als zu kritisch

Es ist aber nicht dies, was einen zum jetzigen Zeitpunkt auf das Verhältnis von Kirche und Medien zu sprechen kommen läßt. Die Beziehungen zwischen diesen beiden bis heute nicht problemlos koexistierenden Größen sind ja nicht etwa ausgesprochen schlecht. Eher gilt das genaue Gegenteil. Zwar ist die Haltung kirchlicher Kreise den Sendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zum Thema Glaube und Kirche gegenüber weiterhin recht kritisch – das bekannte Lied: zu viel Kritik, zu wenig „sentire cum ecclesia“; zu viel Politik, zu wenig wirkliche Frömmigkeit –, gleichzeitig scheint man sich aber von einer *verstärkten Mitarbeit der Kirche in den elektronischen Medien* wahre Wunder zu erhoffen. In dieser Hinsicht stehen viele Kirchenleute den Medien eher zu unkritisch als zu kritisch gegenüber.

Man ist offenbar geneigt, die tatsächlichen Wirkungen der Medien auf Einstellungsveränderungen in der Gesellschaft zu überschätzen, wie man auch die Möglichkeiten überbewertet, solche langfristig mit Hilfe vor allem der elektronischen Medien herbeizuführen. Sich an die Gepflogenheiten einer Mediengesellschaft anzupassen, dazu scheint die Kirche mehr denn je bereit zu sein. Es fragt

sich, ob sie damit nicht Gefahr läuft, den Medien auf den Leim zu gehen.

Vergegenwärtigt man sich die derzeitige Situation in den Medien, sieht es zunächst so aus, als stelle sich die Kirche, wie es ihre Aufgabe ist, lediglich den Herausforderungen, die eine Medienentwicklung mit sich bringt und die sie sich selbst nicht ausgesucht hat. Von daher scheint es verständlich und sinnvoll zu sein, daß sie im Medienbereich besonders aktiv geworden ist. In den Medien herrscht eben trotz erster Ernüchterungen weiterhin *Goldgräberstimmung*. Die Karten werden neu verteilt. Neue Karten werden ausgegeben. Wer will da nicht dabei sein und die Gunst der Stunde nutzen? Dem derzeitigen politisch-ökonomischen Gerangel um Sendelizenzen und Kanäle, Landesmediengesetze und Frequenzen kommt immerhin eine entscheidende Bedeutung für die Zukunft der elektronischen Medien in der Bundesrepublik zu. Wer jetzt nicht dabei ist, wird es u. U. auf lange Sicht nie mehr sein oder nur in beschränktem Umfang. Die Devise – auch der Kirche – lautet mithin: mitmachen, Ansprüche geltend machen, Erfahrungen sammeln, solange noch alles in Bewegung ist. Einwände schiebt man mit der Bemerkung beiseite, nein sagen könne man immer noch. Zunächst aber gelte es, den Fuß in der Tür zu haben.

Diese Haltung wäre unproblematisch, wenn man nur gerade das tun würde, was notwendig ist, um nicht irgendwann einmal in einen ausweglosen Rückstand zu geraten. Nach einer solchen Minimallösung sieht es aber auf katholischer Seite nicht aus: Beim Erfahrungsammeln mit *Bildschirmtext* gehört die katholische Kirche zu den Eifrigsten; beim *Lokal- bzw. Regionalfernsehen* per Kabel ist Beträchtliches investiert worden, obwohl inzwischen bereits laut über eine anderweitige Verwendung des einmal Angeschafften nachgedacht wird. Da man mit den Pro-

grammen in Hörfunk und Fernsehen in bezug auf religiöse Themen ohnehin weder qualitativ noch quantitativ zufrieden ist, wird über die Möglichkeit nachgedacht – durchaus kein neuer oder gar origineller Gedanke –, sich in Form eines *eigenen kirchlichen Hörfunkprogramms* eventuell sogar unabhängig zu machen.

Im übrigen ist das Bemühen um eine verstärkte Präsenz auf dem Bildschirm auch außerhalb der Neuen Medien zu spüren: Gegen das Angebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die Zahl der sonntäglichen Gottesdienstübertragungen zu erhöhen, hat man selbstverständlich nichts einzuwenden; und wenn die Papstbesuche in den deutschsprachigen Ländern etwas bewirkt haben, dann ein neues Selbstbewußsein unter Katholiken, sich entgegen anderslautenden Meinungen durchaus fernsehgerecht darstellen zu können.

Das Interesse an verstärkter kirchlicher Präsenz in den Medien hat einiges mit der allenthalben *schwieriger gewordenen Lage bei der Weitergabe des Glaubens* zu tun. Man sieht inzwischen, daß man sich einiges wird einfallen lassen müssen, um den Glauben auch in Zukunft lebendig erhalten bzw. wieder lebendig machen zu können. Durch den Verlust eines nicht nur von den Kirchen allein getragenen, sondern gesellschaftlich-kulturell eingebundenen konfessionellen Milieus ist ein Defizit entstanden, das man bislang durch nichts hat wettmachen können. Der Gedanke an eine vermehrte Mitarbeit bei der heute weithin tonangebenden kulturellen Instanz schlechthin, den elektronischen Medien, vor allem dem Fernsehen, ist vor diesem Hintergrund naheliegend.

Viele sähen es daher gern, wenn die Kirche entschiedener als bisher die elektronischen Medien zu Zwecken der Verkündigung im engeren Sinn nutzen würden. Schon bisher hatte die Kirche in der Bundesrepublik einige Mühe damit, die Balance zwischen dem missionarischen Impetus für die Mitarbeit in den elektronischen Medien und ihrer Rolle als einem von mehreren Sachwaltern des Gemeinwohls im Rundfunkwesen zu halten. Wegen des Drucks aus den eigenen Reihen könnte es in Zukunft schwerer werden, diese Position so zu behaupten, daß sie auch weiterhin guten Gewissens gegenüber einer nichtkirchlichen Öffentlichkeit plausibel zu machen ist.

Der Eindruck, die Kirche könne nur allzuleicht den modernen Medien auf den Leim gehen, entsteht vor allem deshalb, weil sich vieles in dem Zusammenhang ausgesprochen ungereimt ausnimmt, mehr die technische Entwicklung das *Tempo* zu diktieren scheint als die *pastorale Notwendigkeit* und sich die Frage stellt, ob man sich eigentlich hinreichend über mögliche Folgen im klaren ist. So kann es beispielsweise noch keineswegs als ausgemacht gelten, ob wirklich auf diesem Wege neue Bevölkerungsschichten anzusprechen sind, die nicht schon auf herkömmliche Weise erreicht werden.

Es wäre auch zu fragen, wie man eigentlich zu der Möglichkeit steht, daß in Zukunft ein Teil der Bevölkerung lediglich via Medien am kirchlichen Leben teilnimmt. Soll dies weiterhin nur eine Ausnahme für Minderheiten sein,

oder geht man davon aus, daß dies für größere Teile des Kirchenvolks durchaus eine Alternative zur Gemeinde werden könnte? Begünstigt man durch mehr mediale Verkündigung nicht vielleicht sogar eine solche Entwicklung? Wenn die elektronischen Medien wirklich nur Ergänzung zum Mittun in kirchlicher Gemeinde sein sollen, würde dann nicht das Bestehende genügen?

Es gab eine Zeit, in der besorgte Kirchenmänner gegen die *Übertragung von Gottesdiensten im Fernsehen* allerlei einzuwenden hatten. Diese Vorsicht mag aus heutiger Sicht übertrieben vorkommen und hat sich auch längst überholt. Dennoch möchte man Kirchenvertretern von heute etwas von der Zurückhaltung gegenüber einer fernsehgerechten Kirche wünschen, verriete sie doch immerhin Gespür für den mehr und mehr kommerzialisierten Kontext, in dem Gottesdienste im Fernsehen rezipiert werden. Gespür auch dafür, daß Gottesdienstübertragungen allein noch keine Präsenz in der Öffentlichkeit bedeuten und daß ein christlicher Gottesdienst nicht eine privat im Wohnzimmer rezipierbare Andachtsform ist, sondern Gemeinde und Gemeinschaft voraussetzt.

Statt der Frage nach den Inhalten Bemühen um Selbstdarstellung

Auch ist es durchaus fraglich, ob die bundesdeutsche Kirche wirklich Mangel an Kommunikationskanälen hat und, würde diesem vermeintlichen Mangel abgeholfen, ob die Glaubensverkündigung dann sehr viel mehr Wirkung zeigen würde. Wie müßte es da um den Glauben in Ländern bestellt sein, in denen allenfalls eine Verkündigung im Flüsterton gestattet ist? Die *Stellung der Kirchen in den öffentlichen Rundfunkanstalten* ist eher *privilegiert* als schwach. Ob sie in zukünftigen privaten Vollprogrammen über eine ebenso große Freiheit verfügen werden, ist keineswegs ausgemacht. Ebenso unsicher ist, ob für ein eigenes kirchliches Hörfunkprogramm wirklich ein Bedarf besteht. Hält man sich die Menge des heute bereits Gesendeten vor Augen, kann man diesen Bedarf kaum ausmachen. Einen Bedarf wird wahrscheinlich nur erkennen können, wem auf der ganzen Linie die Richtung nicht paßt, wer sich direktere kirchliche Eingriffsmöglichkeiten in religiöse Programme erhofft, abgesehen davon, daß das Projekt an sich schon eher an eine vorkonziliare und gettoisierende Verdoppelungsstrategie erinnert als an einen kirchlichen Versuch, Glaube und Kirche gesellschaftlich präsent zu machen.

Wer im übrigen den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vorwirft, sie gingen zu wenig auf Fragen von Glaube und Religion ein, und das wenige, das man bringe, enthalte zu viel Kritik, wird sich fragen lassen müssen, ob er nicht den Überbringer einer Nachricht für die Nachricht selbst verantwortlich macht. Das tatsächliche Programm dürfte zwar nicht über jeden Zweifel erhaben sein, aber der Rolle der elektronischen Medien wie auch der Komplexität kulturell-weltanschaulicher Veränderungen wird man kaum gerecht, wenn man die Medien eher als Verursacher oder abgeschwächt als Verstärker und nicht

in erster Linie als Ausdruck bestimmter Zustände und Einstellungen auffaßt.

Das Drängen der Kirche auf verstärkten und neuen Zugang zu den elektronischen Medien erinnert an die Bemühungen der Unionsparteien, das Meinungsspektrum in den Rundfunkanstalten zu den eigenen Gunsten mit Mitteln der Personal- und Medienpolitik in der Annahme zu verändern, die Bundestagswahlen von 1972 und 1976 habe man nicht zuletzt wegen der feindlichen Haltung der Medien verloren. Der selbstkritischen Rückfrage nach den eigenen Versäumnissen geht man so systematisch aus dem Weg. Das Gespräch der Öffentlichkeit verlagert sich auf diese Weise von den Inhalten zur Suche nach der geschicktesten Selbstdarstellung, ein Zug, der für unsere Form von Medienöffentlichkeit überhaupt kennzeichnend sein dürfte.

Medien verstärken ein institutionsbezogenes Bild von Kirche

Ebenso attraktiv wie problematisch könnte eine verstärkte kirchliche Präsenz der Kirchen in den Medien noch aus einem anderen Grund sein, wobei dem Katholizismus diese Versuchung eindeutig schwerer zu schaffen macht als dem Protestantismus: Schon von ihrer Struktur her ist die *katholische Kirche in einer Mediengesellschaft begünstigt*. In ihr sind die Zuständigkeiten klar abgrenzbar, die kirchliche Führung geht von personalisierbaren Spitzen aus, nicht von anonymen Gremien und Instanzen (abgesehen davon, daß auch ihre Liturgie für das Fernseh-Auge mehr hergibt). Die Medien verstärken nun aber optisch eine in wenigen Hauptvertretern gebündelte Allzuständigkeit. Hat es das Volk Gottes schon im kirchlichen Leben schwer, sich zur Geltung zu bringen, in den elektronischen Medien erweist es sich als kaum darstellbar. Mithin existiert es so gut wie nicht. Gesichter sind gefragt, die immer wiederkehren, Personen, mit denen man sich identifizieren kann oder – im Gegenteil – die man ablehnt.

Die Massenmedien, vor allem das Fernsehen, verstärken auf diese Weise ein *institutionsbezogenes Bild von Kirche*, das seit dem Zweiten Vatikanum fragwürdig sein dürfte. Laien treten in den Medien selten als Handelnde, zumeist nur als Rezipienten in Erscheinung. Das alltägliche und damit für die Medien weithin uninteressante, weil unspektakuläre Leben von christlichen Gemeinden und Ortskirchen vermag sich in einer von Medien beherrschten Gesellschaft daher kaum zu profilieren. Zugleich erwecken Medien den Eindruck, als sei das, was sie registrieren, die eigentliche Kirche: Papstreisen, bischöfliche Erklärungen, Verbändeprominenz, Streit um unbotmäßige Theologen.

Eine *Verengung der Kirche auf ihre amtlichen Vertreter* begünstigt die neue Entwicklung in den Medien auch in bezug auf die Träger der Medien. Im Zusammenhang mit den Neuen Medien dürften die meisten Anstöße von amtlichen Stellen ausgegangen sein. Begründet wird dies mit der unzweifelhaften Tatsache, daß die neuen Medien-

technologien gerade in der Anlaufphase finanzielle Mittel in einem Maße benötigen, wie sie private konfessionelle Verlage offenbar kaum aufbringen können. Je mehr aber Vertreter des kirchlichen Amtes selbst zu Handelnden werden, verändert sich weit mehr als die Besitzstruktur kirchlicher bzw. kirchennaher Medien: Nimmt damit nicht das kirchliche Amt mehr und mehr Aufgaben wahr, die den Laien zukämen? Kann die innerkirchliche Vielfalt gewahrt werden, wenn nun das kirchliche Amt selbst als Kommunikator auftritt? Handelt man sich damit nicht dieselben Schwierigkeiten ein, die man bereits mit anderen kircheneigenen Medien hat? Fragen der Medienpolitik, mögen sie sich auf den ersten Blick noch so pragmatisch-technisch ausnehmen, können sich so als eminent theologische Fragen entpuppen. Eine Kirche, die sich unbesehen die Sachgesetzmäßigkeiten der Medien aufzwingen ließe, täte sich selbst so langfristig keinen guten Dienst.

Den Glauben überzeugend leben

Gerade weil die Kirche Gefahr läuft, durch ein verstärktes Setzen auf die Massenmedien die Art ihrer Verkündigung unmerklich zu verändern und sich den eigenen Stil von einer durch die Medien beherrschten Gesellschaft diktieren zu lassen, täte ihr *mehr Distanz* und selbstbewußtes Vertrauen auf Kommunikationsformen, die einer Gemeinschaft von Glaubenden angemessen sind, nur gut. Anstatt um die Gunst der politische und ökonomische Macht repräsentierenden Instanz Rundfunk zu buhlen, müßte die Kirche den Mut finden, den elektronischen Medien gegenüber eine Wirklichkeit einzuklagen, die diese in ihrer Arbeit aussparen und vielleicht sogar aussparen müssen, weil es ihre Wahrnehmungsmöglichkeiten von Wirklichkeit übersteigt. Der Nimbus, den die Massenmedien – ob bewußt oder unbewußt – erzeugen und der besagt, daß das, was in ihnen vorkomme, von Bedeutung sei und dementsprechend das, was in ihnen nicht vorkomme, vernachlässigt werden könnte, dieser Nimbus verdiente es, in Frage gestellt und nicht noch dadurch verstärkt zu werden, daß sich die Kirche in die Reihe derer stellt, die nun auch dort verstärkt mitmachen wollen.

Die erste Sorge einer Kirche, die öffentlich präsent sein will, bräuchte nicht der Veröffentlichung dessen gelten, was sie tut und will. Ihre Aufgabe ist es, den Glauben als in sich so öffentlich zu leben, daß die Öffentlichkeit nicht umhin kommt, ihn wahrzunehmen. Im übrigen besitzt sie kein Monopol auf die Darstellung religiöser, kirchlicher, auch theologischer Themen. Es ist nicht so, als hätten beispielsweise die elektronischen Medien kein Interesse an solchen Themen. Viele Probleme fangen da an, wo die Kirche Mitspracherechte in den Medien beansprucht, die ihr nach dem Selbstverständnis einer demokratisch-pluralistischen Öffentlichkeit kaum zustehen. Je mehr sie alles an sich zieht aus Angst vor Abweichungen und Unausgewogenheiten, desto mehr muß sie um die Öffentlichkeitswirksamkeit des Glaubens fürchten.

Klaus Nientiedt