

Rainer Bucher

„... jetzt schauen wir in einen Spiegel“

Einige Kriterien für die „Öffentlichkeitsarbeit“ der Kirche

◆ Warum tut sich die katholische Kirche mit der Medienöffentlichkeit und den neuen Medien so schwer? Wie kann die Kirche ihre zentrale Botschaft, das Evangelium Jesu Christi, im heutigen Medienzeitalter verkündigen? Rainer Bucher, Leiter des Instituts für Pastoraltheologie und Pastoralpsychologie an der Universität Graz, analysiert Hintergründe und vorherrschende Missverständnisse, spürt deren Wurzeln in der Kirchengeschichte nach und plädiert für einen kulturoptimistischen und angstfreien Umgang mit der Medienöffentlichkeit; denn sie gehöre zu den spezifischen kulturellen Existenzbedingungen heutiger Menschen, mit denen Kirche in ihrem universalen Heilsauftrag solidarisch sein müsse. (Redaktion)

„Ist Religion doch per definitionem auf Kommunikations- und Medienprobleme der anspruchsvollsten Art spezialisiert: Wie kann – je nach dem Design der Religion – sich ein transzendenter Gott oder eine entrückte Götterschar oder eine wie auch immer konzipierte, jedenfalls erst einmal uneinsichtige Macht den sterblichen und kontingenten Menschen verständlich machen?“

Jochen Hörisch¹

I. Öffentlichkeitsstress

Die Öffentlichkeit hat der Kirche immer Arbeit gemacht – die demokratische, „räsonierende“, kritische Öffentlich-

keit der Moderne ganz besonders. Eigentlich hat sie ihr sogar noch viel Ärgeres als Arbeit gemacht: Sorge, Not und Verdross. Und das so sehr, dass die katholische Kirche lange Zeit alles daran setzte, sich diese Arbeit, Sorge, Not und diesen Ärger zu ersparen. Immerhin existierte bis nach dem II. Vatikanum ein römischer Index der verbotenen Bücher² und entstand – zumindest in Europa³ – die kritische Öffentlichkeit der entwickelten Moderne nicht mit der Kirche oder gar von ihr inspiriert, sondern im Wesentlichen gegen ihren Widerstand.⁴

Es verwundert so nicht, wenn „immer wieder akute Streitfälle zwischen dem Selbstverständnis katholischer Kirchlich-

¹ Jochen Hörisch, *Der Sinn und die Sinne. Eine Geschichte der Medien*, Frankfurt/M. 2001, 311.

² Vgl. H. Wolf (Hg.), *Inquisition, Index, Zensur. Wissenskulturen der Neuzeit im Widerstreit*, Paderborn u.a. 2001.

³ Signifikant anders verhält es sich bekanntlich in den USA, wo Religion und Freiheit genau konträr konstelliert sind: Religion ist dort nicht potenzieller Gegner, sondern Akteur und Legitimation von Freiheit.

⁴ Vgl. H.-J. Große Kracht, *Kirche in ziviler Gesellschaft. Studien zur Konfliktgeschichte von katholischer Kirche und demokratischer Öffentlichkeit*, Paderborn 1997.

keit und den Basisprinzipien einer modernen säkularen Öffentlichkeit“ ausbrechen, die sich tatsächlich „als Resultat einer langen bisher unzureichend aufgearbeiteten Konfliktgeschichte zwischen Kirche und Öffentlichkeit verstehen lassen“. Alles deute darauf hin, so etwa die letzte große Studie zum Thema, dass die „katholische Kirche ihr Verhältnis zur politischen Moderne und zur Realität funktional ausdifferenzierter Gegenwartsgesellschaften noch nicht hinreichend geklärt hat“⁵.

Mag man Letzteres für den konzeptionellen Bereich mit Blick auf das II. Vatikanum und die dortige Akzeptanz wirklicher Religionsfreiheit etwas weniger kritisch sehen, für den pastoral-praktischen Bereich gilt es ohne jeden Zweifel. Traurig-scurriler Höhepunkt ist der vom damaligen, im Übrigen bis zu seinem fast tragikomischen Abgang geradezu einmalig mediengängigen Wiener Weihbischof Kurt Krenn gemachte Vorschlag einer „Missio canonica“ für „katholische Journalisten, die an der Selbstdarstellung der Kirche und ihrer Glaubenslehre in den Medien mitwirken“⁶.

Aber all dies sind Nachhutgefechte. Die Medien- und Gesellschaftsgeschichte der Neuzeit und der Moderne hat in einem permanenten, dabei allerdings keineswegs linearen, im Resultat aber eben doch recht eindeutigen Prozess schließlich jenem Phänomen tendenzieller Unkontrollier-

barkeit der Medien zum Durchbruch verholfen, welches der Kirche heute so viel Öffentlichkeits-Arbeit macht.

„Clericus“ hieß im Mittelalter einer, der schreiben und lesen konnte. Das aber heißt: Die anderen konnten es nicht. Die Kirche, konkret die Kleriker, hatten im Mittelalter das Monopol auf das damals avancierteste Medium. Das änderte sich: Hatte schon der Buchdruck den Erfolg der Lutherschen Reformation überhaupt erst ermöglicht, so hatten die modernen Telekommunikationsmedien die Verbreitung religions- und kirchenkritischer Wissensbestände bis in die letzten Winkel katholischer Reservaträume vorangetrieben und das lange, innerkirchlich bis in die Mitte des 20. Jahrhunderts etablierte Diskurskontrollmonopol der Kirche unterlaufen.

Ohne die elektronischen Medien hätte sich das alte geschlossene katholische Milieu sicher noch ein wenig länger stabilisieren lassen und sich nicht in den 60er und 70er Jahren des 20. Jahrhunderts dermaßen gründlich aufgelöst. Erst in dieser Zeit nämlich verliert etwa der Pfarrer auf dem Lande nach und nach sein dörfliches Monopol auf Wirklichkeitsinterpretation und Lebensnormierung.

Dass die Unkontrollierbarkeit der Medien innerhalb einer nicht nur „repräsentativen“⁷, sondern kritischen und somit pluralen Öffentlichkeit der Kirche Proble-

⁵ *Große Kracht*, Kirche in ziviler Gesellschaft (s. Anm. 4), 11. Zur Diskussion zum Verhältnis von Kirche und Medien in der evangelischen Pastoraltheologie siehe: R. Preul/R. Schmidt-Rost (Hg.), Kirche und Medien, Gütersloh 2000; W. Gräß, Sinn fürs Unendliche. Religion in der Mediengesellschaft, Gütersloh 2002.

⁶ Kathpress 17.8.1989. Zur „Sandwich-Position“ jener Journalist/inn/en, die gegenwärtig in Österreich über Kirchen- und Glaubens Themen in den überregionalen Medien berichten vgl.: G. Russ, Die Kirche der Journalisten, Münster 2004.

⁷ Um eine berühmte Habermas'sche Unterscheidung aufzugreifen. Vgl. dazu: J. Habermas, Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Darmstadt 1962.

me, Arbeit und Angst⁸ bereitet, ist also nur verständlich. Die tendenzielle Unkontrollierbarkeit der Medien bedeutet nämlich die sukzessive Genese einer mehr oder weniger kritischen Öffentlichkeit. Die Kirche konnte von nun an die Perspektiven und Wertungen, unter denen sie und ihre Themen wahrgenommen werden, nicht mehr kontrollieren, und dies auch außerhalb des umschriebenen Zirkels von Gelehrten nicht. Solch eine Lage ist wie jede Konfrontation mit nicht selbst-kontrollierten Außenwahrnehmungen anstrengend.

Die Probleme der Kirche mit der modernen Medienöffentlichkeit zeigen sich als Teilbereiche des grundlegenden Konstitutionsproblems der Kirche in der entwickelten Moderne, der Tatsache, dass sie unter den Zustimmungsvorbehalt ihrer eigenen Mitglieder geraten ist. Das macht einen nicht geringen Teil der aktuellen Krisen(selbst)erfahrungen gerade der Kirchenleitungen aus.⁹

Kirche steht damit aktuell unter massivem Öffentlichkeitsstress. Sie kann – vom Blasphemieparagrafen abgesehen – nicht kontrollieren, was man über sie und ihre Themen denkt. Das hat sie lange nicht akzeptiert, und das macht ihr gegenwärtig, wo sie es nicht mehr verhindern kann und eigentlich nach dem II. Vatikanum auch grundsätzlich nicht mehr verhindern will, so viel Arbeit. Denn offenkundig kann sie diese Lage nicht vermeiden, sondern muss in ihr bestehen.

Dabei käme alles darauf an, diese Situation zu lieben, um wirklichen Nutzen aus ihr zu ziehen. Warum gelingt das so wenig? Es sind wohl zwei Missverständnisse, die das verhindern: ein medientheoretisches und ein (pastoral-)theologisches.

II. Missverständnisse

1. „Medien sind Instrumente“

Es ist schlicht falsch, Medien einfach als Instrumente zu verstehen und zu behandeln. Dieses weit verbreitete innerkirchliche medientheoretische Missverständnis zeigt sich nicht zuletzt daran, dass man auf Medienrevolutionen immer wieder mit einer Strategie der versuchten Instrumentalisierung reagiert. Medien, so sagt man dann, müssten eingesetzt werden für die Verkündigung des Evangeliums. Das ist natürlich grundsätzlich nicht falsch, aber eben viel zu wenig und viel zu kurz gedacht. Das Problem liegt dabei selbstverständlich nicht im Bezug auf das Evangelium, sondern im zu Grunde liegenden Verständnis der Medien.

Denn solch eine Strategie geht von der Fiktion aus, es könnten Medienrevolutionen ablaufen, ohne dass diese uns selbst betreffen, und man könne quasi weiter von außen mit der veränderten Welt umgehen. Medienrevolutionen verändern aber die kulturellen Grundlagen unserer Gesell-

⁸ Russ, Die Kirche der Journalisten (s. Anm. 6), 157, notiert in ihrer Befragung österreichischer „Kirchenberichterstatte(r)innen“: „Es wurde immer wieder von der Angst berichtet, die auf Seiten der kirchlichen Gesprächspartner in Medienkontakten deutlich spürbar und ursächlich Grund für eine ... weitestgehende Vermeidungsstrategie sei. Die ‚Angst‘ wurde auf Nachfrage hin in mehreren Richtungen definiert: Angst aus dem Nichtverstehen medialer Eigengesetzlichkeiten und mangelnder Erfahrung im Umgang, Angst aber auch vor zu befürchtenden Repressalien aus dem eigenen Umfeld heraus.“

⁹ Vgl. dazu: R. Bucher (Hg.), Die Provokation der Krise. Zwölf Fragen und Antworten zur Lage der Kirche, Würzburg 2004.

schaft, transformieren die Wahrnehmungsstrukturen von Wirklichkeit und schreiben sich uns zuletzt bis in unsere Körperlichkeit ein.

Neue Medien verändern substanziell die Welt, in der wir leben. Eine Welt mit Schrift ist eine grundsätzlich andere als eine ohne Schrift, in ihr haben zum Beispiel die Abwesenden (bis hin zu den Toten) eine Stimme und es entsteht das Phänomen diachroner Vergleichbarkeit. Eine Welt mit massenhafter Buchproduktion ist eine grundsätzlich andere als eine ohne Buchdruck; in ihr kann man Wissen nur noch schwer kanalisieren und Massen über Flugblätter ideologisieren. Eine Welt mit Internet ist eine andere als eine ohne Internet; in ihr sind unübersehbare Wissensbestände an praktisch allen Orten der Welt verfügbar; und wird Kommunikation endgültig von ihrem Ursprungsort losgelöst.

Medien sind trotz ihres Namens also nicht nur beliebige „Mittel“, die irgend etwas übertragen. Sie formieren vielmehr die Welt, in der wir leben, und neue Medien formieren sie neu. Jede menschliche Gesellschaft war Mediengesellschaft, denn ohne Medien, deren grundlegendstes die Sprache ist, gibt es keine Gesellschaften und komplexe Gesellschaften schon gar nicht. Entwickelte Gesellschaften sind freilich in ganz eigener Weise von ihren Medien geprägt, wie und mit welchen ethischen Folgen, das beginnen wir erst zu begreifen.¹⁰

Medien sind mehr als Mittel, derer wir uns einfach nur bedienen. Die Geschichte der Medien ist denn auch mehr als nur die Geschichte ihrer quantitativen Verbesserung. Die Verbesserung der Speicherkapazität, der Übertragungsgeschwindigkeit und der Übertragungsreichweite, die Erhöhung der kommunikativen Verknüpfungspotenziale, all dies ist immer wieder umgeschlagen von Quantität in Qualität. Kleine Veränderungen der medialen Technik hatten oft ungeheure Auswirkungen auf die Struktur unseres Mediensystems, damit auch auf die Weltwahrnehmung und damit auf die Welt, in der wir leben.

Die Erfindung der beweglichen Lettern ist hierfür ein schönes Beispiel – und an ihr lassen sich auch die typischen kirchlichen Reaktionsmuster auf Medienrevolutionen ablesen. Die Gutenbergschen „beweglichen Lettern“ markieren bekanntlich den Anfang vom Ende des Bildungsmonopols der Kirche. Als Luther am 31. 10. 1517 seinen Brief an den Ortsordinarius, den Bischof von Brandenburg, und an den Erzbischof Albrecht von Mainz als den Ablasskommissar schickt und diesem Brief seine berühmten 95 Ablassthesen beilegt, ist noch überhaupt nicht klar, dass dies der Beginn des reformatorischen Prozesses als öffentliches Geschehen war.

Luther hat diese Thesen, wie man es unter Wissenschaftlern so tut, Kollegen zur Diskussion gesandt. Zur vorgeschlagenen Disputation in Wittenberg kam zwar niemand, aber einige der Kollegen

¹⁰ Pionier dieses Begreifens der kulturverändernden Potenz der Medien war bekanntlich Marshall McLuhan. Zu McLuhan (werk-)biografisch: *Ph. Marchand*, Marshall McLuhan. Botschafter der Medien, Stuttgart 1999, sowie als leicht zugängliche Textauswahl: *M. Baltes u. a.* (Hg.), Medien verstehen. Der McLuhan-Reader, Mannheim 1997. Siehe auch: *C. Pias u. a.* (Hg.), Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, Stuttgart 3. Aufl. 2000. Zu den drängenden ethischen Fragen: *K. Wieglering*, Medienethik, Stuttgart 1998; *A. J. Bucher*, Medienethik als Zukunftsaufgabe, in: *Ethica* 9 (2001), 149–162.

Luthers waren so angetan, dass sie seine Thesen noch im Dezember 1517 publizierten. Luthers Thesen verbreiteten sich schnell, das brachte den Ablasshandel ins Stocken, was einer echten Geschäftsschädigung gleichkam, fuhren doch bekanntlich die Banker des Geldhauses Fugger mit den Ablasspredigern gleich mit.

Es ist nicht verwunderlich, dass Gutenbergs Erfindung schließlich all jene kultur-pessimistische Medienkritik auf sich zog, die immer fällig wird, wenn sich das Mediensystem durch neue Technologien umstruktuiert und die alten Medienmachthaber damit in Schwierigkeiten kommen. Hatte die Kirche in dem neuen Medium Buchdruck zuerst noch die Möglichkeit gesehen, den Glauben in seiner kirchentreuen Interpretation besser verbreiten zu können, so wurde den Verantwortlichen schon bald klar, dass man es hier mit einem gefährlichen Propagandainstrument zu tun hatte und dass es die Pflicht der römischen Kirche war, ihre Gläubigen vor Fehlleitungen durch häretische Schriften zu schützen. Bald war auch klar: Niemand nutzte das neue Medium Buch so erfolgreich wie die Gegner der katholischen Kirche. Der deutschsprachige Raum wurde bald nach Luther von einer Vielzahl von Flugblättern, Pamphleten und auch Bibelausgaben überschwemmt. Allerorten entstanden Druckereien, die eifrig damit beschäftigt waren, Bücher religiösen und theologischen Inhalts zu publizieren. Diese Bücherflut war bald nicht mehr zu überschauen, geschweige denn zu kontrollieren.

Kommen neue Medien erst einmal auf, so schwanken alte Medienmonopolisten zwischen Instrumentalisierungsversuchen des Neuen für alte Zwecke und der Denunziation des Neuen in seiner Gefährlichkeit für die bisherigen Kommunikati-

ons- und Herrschaftsverhältnisse. Die Versuche, neue Medien zu instrumentalisieren, nehmen das Neue darin nicht wirklich wahr, die kulturpessimistische Denunziation aber, also der Versuch von Verbot, Kontrolle, Zensur, erkennt zwar das Neue der Medienrevolution, hat aber kein Konzept, mit diesem Neuen produktiv und kreativ umzugehen.

Einzig weiterführend aber wäre der kreative Umgang mit dem neu entstandenen Medienarrangement, wäre die Realisation des Neuen, das sich da kulturell mit neuen Medien aufbaut, und wäre eine neugierige, produktive Reaktion. Solch eine produktive Reaktion aber stünde, wie noch jede wirkliche pastorale Innovation, mitten im Kontrast von Erinnerung und Kreativität.

2. „Es geht der Kirche um die Kirche“

Das grundlegende pastoraltheologische Missverständnis gegenüber den Medien liegt im Institutionalismus. Fatalerweise neigen nun aber beide Seiten, Kirche wie Medien, zu dieser institutionalistischen Versuchung. „Institutionalismus“ nenne ich die Verwechslung des eigenen Bestehenszwecks mit dem eigenen Bestehen. Man nimmt hier die Institution für ihren Zweck und hält etwa das Funktionieren der Kirche schon für die Präsenz des Evangeliums.

Diese Verwechslung ist weit verbreitet. Sie ist sozialpsychologisch zwar einigermaßen verständlich, spirituell für die Kirche aber ein Verhängnis. Der Institutionalismus im landläufigen Kirchenbegriff nimmt die Kirche für Religion, Gott und Evangelium: Mit all dem hat sie etwas zu tun, man darf diese Größen aber nicht einfach identifizieren.

Dass die Kirche eine Institution ist, und eine weltgeschichtlich ungemein er-

folgreiche noch dazu, ist nicht das Problem. Institutionen schaffen wechselseitige Handlungserwartungen jenseits personaler Bekanntschaft und ermöglichen damit gelingende Kommunikation völlig unbekannter Menschen untereinander. Haben sie dazu die einschlägigen Medien zur Verfügung, die Schrift vor allem und neuerdings eben auch die elektronischen Distanz(verkürzungs)medien, dann gelingt ihnen das sogar über große Räume und Zeiten hinweg. Möglich wird so der Aufbau immer komplexerer gesellschaftlicher Systeme, welche die unmittelbare personale Beziehungsebene weit überschreiten.

Das Problem liegt darin, die Institution Kirche mit ihrem Zweck zu verwechseln und aus der Größe, Stärke und dem Ansehen der Kirche auf die Erfüllung ihres Zweckes zu schließen. Dem ist aber natürlich nicht so. Denn sonst müsste man die Kreuzzüge als die große Zeit der Kirche betrachten (zumindest wenn sie ein wenig erfolgreicher gewesen wären) und in Österreich etwa den katholischen Ständestaat (1934–1938) als Höhepunkt der neueren österreichischen Kirchengeschichte feiern. Das darf man aber nicht. Denn der Zweck der Kirche ist nicht sie selber, sondern die Präsentierung des Evangeliums in Wort und Tat.

Nun bestätigen unglücklicherweise die Wahrnehmungsstrukturen gerade der Massenmedien diese innerkirchliche – und auch ein wenig katholische – Verwechslung von der Institution und ihrem Zweck. „Journalisten suchen die oberste

Spitze der Hierarchie und spiegeln damit in beträchtlichem Maße selbst hierarchische Strukturen wider.“¹¹ Journalisten identifizieren Themen bevorzugt über ihre gesellschaftlichen Träger. Die journalistisch-mustypische Personalisierung von Sachproblemen und die Identifikation dieser Personen mit den Spitzen gesellschaftlicher Institutionen, also die Rückführung komplexer gesellschaftlicher Kommunikation auf eine überschaubare Gruppe einiger weniger Kommunikationsakteure, führen schließlich dazu, dass sich das institutionalistische Missverständnis im Verhältnis von Medien und Kirche auf beiden Seiten fest- und fortschreibt.

Der Zweck der Kirche ist aber nicht ihr institutionelles Bestehen, sondern sie besteht als Institution, um die Botschaft Jesu von Gott in Wort und Tat zu vergegenwärtigen. Eine klassische Formulierung hierfür findet sich in der konziliaren Kirchenkonstitution „*Lumen gentium*“, wo es bekanntlich heißt, die Kirche sei „Zeichen und Werkzeug für die innigste Vereinigung mit Gott wie für die Einheit der ganzen Menschheit“ (LG 1). Das verpflichtet sie und ihr Handeln, auch für ihr Handeln in den Medien.

In der theologischen Theorie besteht über diesen Zeichen- und Werkzeugcharakter¹² der Kirche innerkirchlich Konsens, in der Praxis der Kirche, vor allem in ihrer sozialpsychologischen Selbstwahrnehmung, aber schaut es ein wenig anders aus. Würden sonst, zum Beispiel, der aktuelle Reichweitenverlust kirchlicher Verkündigung und der signifikante Rückgang

¹¹ Russ, Kirche der Journalisten (s. Anm. 6), 57.

¹² Der natürlich in sich noch einmal zu differenzieren ist, insofern die Kirche ein Zeichen ist, welches das Bezeichnete auch selbst verkörpert, und daher ihr Werkzeugcharakter nicht nur äußerlich zu ihrem Auftrag besteht. In *Gaudium et Spes* [GS] 45 heißt es so auch, die Kirche sei das „allumfassende Sakrament des Heiles, welches das Geheimnis der Liebe Gottes zu den Menschen zugleich offenbart und verwirklicht“.

kirchlicher Partizipation gleich als „Gotteskrise“¹³ etikettiert?

III. Die Botschaft und die Medien

Will die Kirche die aktuelle Mediensituation mit Handyboom, steigender Internetnutzung, mehrstündigem täglichen Fernsehkonsum und mit Printmedien von unterschiedlichster Qualität nutzen, dann darf sie weder dem Instrumentalisierungsmissverständnis gegenüber den Medien noch dem Institutionalismusmissverständnis ihrer selbst auf den Leim gehen.

Sie muss dann vielmehr, wie eigentlich bei jeder ihrer Handlungen, fragen, was ihr Sinn und Zweck ist, was sie also will und wozu es sie gibt. Daraus – und nur daraus – muss die Kirche dann Kriterien für ihr konkretes Handeln entwickeln.

Die genannten Missverständnisse können dabei eine Hilfe sein. Denn sie beinhalten jeweils etwas durchaus Rettens- und Beachtenswertes, wenn auch in unglücklicher Verkleidung. Das Institutionalismusmissverständnis sieht richtig, dass die Kirche der Ort ist, an dem und durch den die Konfrontation von Evangelium und heutiger individueller und kollektiver Existenz initiiert wird. Aber es betrachtet die Kirche von außen und damit übrigens in einer typisch modernen institutionellen Perspektive. Sie ist dann ein gesellschaftlicher Ideologieträger, dem es um seinen Einfluss geht. Der Institutionalismus macht die Kirche zu einer letztlich leeren Außenhülle, die kein Innen wirklich braucht, deren Innen mindestens austauschbar ist. Der Institutionalismus leert die Botschaft.

Das Instrumentalisierungsmissverständnis wiederum sieht richtig, dass es der Kirche nur um eines gehen kann: um die Verkündigung des Evangeliums in Wort und Tat. Auch das Verhältnis zu den Medien muss durch die Verpflichtung auf diese Grundaufgabe geprägt sein. Das Missverständnis liegt nun aber darin, dass man meint, schon genau zu wissen, was es heute und etwa im Kontext einer entwickelten Mediengesellschaft bedeutet, das Evangelium in Wort und Tat zu verkünden; dass man also meint, die anderen zur Erfüllung dieses religiösen Zwecks nicht wirklich zu brauchen, auf sie keine Rücksicht, oder bestenfalls pädagogische, nehmen und eigentlich nicht genau wissen zu müssen, wer sie sind und wo man, zusammen mit ihnen, etwa kulturell gerade ist. Es ist dies die Strategie eines theologischen Innen, das kein Außen braucht, zumindest nicht als Entdeckungsort der Bedeutung der eigenen Botschaft.

Die Kirche darf in ihren Verkündigungsvorgängen weder die Botschaft institutionalistisch leeren, noch sich davor drücken, sie immer auch erst noch in ihrem Sinn und ihrer Bedeutung entdecken zu müssen. Sie muss also all ihr Handeln, auch und gerade ihr kommunikatives in den Medien, unter das Kriterium ihrer eigenen, von ihr selber immer neu zu entdeckenden Botschaft stellen. Einer Botschaft, zu der sie das Außen ihrer selbst braucht, um erkennen zu können, was sie bedeutet.

Was aber ist nun der Kern dieser Botschaft? Und was ist die Aufgabe der Kirche gegenüber diesem Kern? Das II. Vatikanische Konzil hat hierfür Formulierungen von geradezu erschreckender Kraft gefun-

¹³ Siehe kritisch zur Rede von der „Gotteskrise“: H.-J. Sander, Symptom ‚Gotteskrise‘, in: Zeitschrift für katholische Theologie 121 (1999), 45–61.

den: Aufgabe der Kirche sei es, das „allumfassende Sakrament des Heiles“ zu sein, „welches das Geheimnis der Liebe Gottes zu den Menschen zugleich offenbart und verwirklicht“.¹⁴ Nimmt man das ernst, also weder als theologische Folklore noch einfach als empirische Beschreibung, dann ist das vor allem eines: eine atemberaubende Selbstverpflichtung kirchlichen Handelns. Das dürfte also das oberste Kriterium auch des kirchlichen Medienhandelns sein: Wird in ihm „das Geheimnis der Liebe Gottes zu den Menschen zugleich offenbart und verwirklicht“ – oder nicht?

IV. Optionen¹⁵

Wenn „(Wort-)Verkündigung“ alle jene Kommunikationsvorgänge meint, die dazu Mut machen wollen, sich auf den Gott des Jesus von Nazareth als Grundlage des eigenen Lebensentwurfs einzulassen, dann ist das zentrale Kriterium kirchlichen Medien- als Verkündigungshandelns, ob es das Vertrauen auf die in Jesus erfolgte Zusage der befreienden Liebe Gottes eröffnet.¹⁶

Aus dieser Grundoption allen kirchlichen Handelns ergeben sich nun aber mit Blick auf die Besonderheit des aktuellen medialen Systems spezifische Optionen erster Konkretionsstufe. Diese Besonderheiten des medialen Systems können dabei in seiner kulturrevolutionären Kraft, seiner tendenziellen Unkontrollierbarkeit, seiner eigenartigen Religionsproduktivität und – neuestens – in seiner zunehmenden

Orientierung am Bild gesehen werden. Christliches Medienhandeln muss in genau diesem Rahmen Kriterien des eigenen Handelns entwickeln, will es nicht hoffnungslos untergehen im medialen Betrieb und/oder permanent zwischen Überanpassung und selbstschädigendem „Fremdeln“ schwanken.

1. Gegen jeden Kulturpessimismus: für die Solidarität mit der unüberschaubaren Medienkultur der Gegenwart

Marshall McLuhan hat es auf den Punkt gebracht: „Alle Medien massieren uns gründlich durch. Sie sind dermaßen durchgreifend in ihren persönlichen, politischen, ökonomischen, ästhetischen, psychologischen, moralischen, ethischen und sozialen Auswirkungen, daß sie keinen Teil von uns unberührt, unbeeinflusst, unverändert lassen. Das Medium ist Massage. Jegliches Verständnis sozialer und kultureller Wandlungen ist unmöglich, ohne eine gewisse Kenntnis der Wirkung von Medien als Umwelten.“ Das aber heißt: „Alles ist im Wandel begriffen – du selbst, deine Familie, deine nähere Umgebung, deine Bildung, dein Beruf, deine Regierung und deine Beziehung zu ‚den anderen‘. Und zwar wandelt sich alles auf dramatische Art.“¹⁷

Wenn es erste Aufgabe allen Handelns der Kirche ist, das Vertrauen auf die in Jesus erfolgte Zusage der befreienden Liebe Gottes zu eröffnen, dann verbietet sich, was im gewissen Sinne nahe liegt: auf

¹⁴ GS 45.

¹⁵ Die folgenden Ausführungen greifen teilweise auf Vorschläge zurück, die ich zuerst in: R. Bucher, *Neue Zeit und alter Glaube. Kirche in der Mediengesellschaft*, in: Pastoralblatt für die Diözesen Aachen, Berlin, Essen, Hamburg, Hildesheim, Köln, Osnabrück 54 (2002) 259–268, vorgelegt habe.

¹⁶ Vgl. dazu: R. Bucher, *Gott, das Reden von ihm und das Leben in der späten Moderne*, in: *Bibel und Liturgie* 67 (1994) 195–202.

¹⁷ *Baltes, Der McLuhan-Reader* (s. Anm. 10), 158.

die neue Unübersichtlichkeit revolutionär neuer, offenkundig nicht von der Kirche initiiertes, kontrollierter und noch nicht einmal richtig verstandener kultureller Formationen mit Ressentiment und Verachtung zu reagieren.

Es ist daher Matthias Wörther, leitendem Mitarbeiter der AV-Medienzentrale in München und einem der besten Kenner und Theoretiker kirchlicher Medienpastoral, nur zuzustimmen, wenn er schreibt: „Die Entstehung neuer Weltdeutungen und Ikonographien, das heißt die Sinnerschöpfung der Gegenwart, erscheint manchem Kulturpessimisten als das definitive Ende des Guten, Schönen und Wahren. Medienleute wie wir sind jedoch in aller Regel keine Kulturpessimisten. Medienpastoral ... versteht die neue Unübersichtlichkeit der Lebensauffassungen und die Vielfalt neuer Zeichen als Chance.“¹⁸

Sie muss es tun, zuletzt wegen ihrer Solidarität mit dem Volk Gottes heute und auf der Basis des universalen Heilswillens Gottes. Denn aus ihm resultieren der universale Heilsauftrag der Kirche und ihre Verpflichtung zur Solidarität mit den Menschen heute und ihren spezifischen kulturellen Existenzbedingungen (vgl. GS 1).

2. Gegen alle Kontrollversuche: die Medien als Lackmustest der säkularen Erschließungskraft unseres Glaubens

Medien sind zwar durchaus kontrollierbar, aber, wie sich etwa in der Geschichte des Index der verbotenen Bücher, der kommunistischen Gesellschaften und isla-

mistischer Staaten zeigt, nicht auf Dauer, nicht umfassend und vor allem nicht ohne Schaden für die Kontrollinstanzen. Dazu sind Medien zu subversiv, zu individualisierend, auch technisch zu wenig fixierbar.

Die Unkontrollierbarkeit des Mediensystems provozierte kirchlicherseits lange den Reflex, regionale Zonen der Kontrollierbarkeit zu errichten. Das musste scheitern und ist auch gescheitert. Das Evangelium muss heute in den Kontrasten der Gegenwart, nicht gegen sie dargestellt werden.

Wenn es erste Aufgabe allen Handelns der Kirche ist, das Vertrauen auf die in Jesus erfolgte Zusage der befreienden Liebe Gottes zu eröffnen, dann kann nicht Medienkontrolle, sondern nur evangelisatorische Medienpräsenz Ziel kirchlichen Medienhandelns sein. In dieser evangelisatorischen Medienpräsenz muss es um die Optionen des Glaubens gehen. Massenmedien, die normalerweise gerade keinen gewohnten kirchlichen Kontext zur Verfügung stellen, zwingen zur Formulierung des Glaubens in säkularem Horizont und aus säkularer Perspektive.

Die unkontrollierbaren Verkündigungskontexte der Mediengesellschaft sind damit ein Lackmustest für die Welthaltigkeit, die Weltbedeutung des Glaubens – als reale, nicht nur als behauptete.

3. Gegen die Verführungen der Medienreligion: für eine differenzierte Religionskritik der Medien

Es ist schon länger bemerkt worden, dass klassische Funktionen der Religion in

¹⁸ M. Wörther, Zukunftsperspektiven der Medienpastoral. Vortrag, gehalten im Rahmen der Jubiläumsfeier „30 Jahre muk“ am 5.10.2001 in der ehemaligen Karmeliterkirche in München (<http://www.rpi-virtuell.de/home/woerther/hometheologie/redemukjubilaem.pdf>, 1.10.2004), 10.

die Medien auswandern.¹⁹ Bei aller Unbestimmtheit des Religionsbegriffs, eines scheint unbestreitbar: Viele ehemals von der (kirchlichen) Religion verwaltete Funktionen werden zunehmend vom Mediensystem übernommen. Wenn man zu den klassischen Funktionen der Religion etwa Ohnmachtsbewältigung, Handlungsnormierung, Definition der Wirklichkeit als Ganzer (also Aufbau einer Kosmologie) und Alltagsstrukturierung rechnet, dann wird deutlich, dass Medien, allen voran das Fernsehen, in all diese klassischen Funktionen der Religion eingetreten sind.

Massenmedien besitzen offenbar religionsproduktive Kraft, mindestens bauen sie funktionale Äquivalenzen zu klassischen Religionspraktiken auf. Das spielt ihnen religiöse, also potenziell unbeschränkte Macht zu. Freilich ist dies eine Macht, die alles andere als gnädig und erlösend ist und auch nur ganz selten auf Seiten der Leidenden steht. Schließlich sind die Medien marktförmig oder staatsnahe organisiert, und beides garantiert nach aller Erfahrung nun wirklich alles, aber keine Barmherzigkeit.

Wenn es erste Aufgabe allen Handelns der Kirche ist, das Vertrauen auf die in Jesus erfolgte Zusage der befreienden Liebe Gottes zu eröffnen, dann folgt dar-

aus, dass sich die Kirche der herrschenden Medienreligion nicht anpassen darf, sondern differenzierte, ja prophetische²⁰ Religionskritik der Medien üben muss.

Dort, wo Medien selbst eine religiöse Macht darstellen, muss Kirche sie, wie alle religiösen Mächte, unter die Religionskritik Jesu stellen, auf die sie selbst verpflichtet ist. Gerade darin zeigt sich im Übrigen, an welchen Gott sie wirklich, also in ihrem Handeln, glaubt.

Das heißt auch der Versuchung zu widerstehen, der eigenen Ohnmachtserfahrung gegenüber den Medien dadurch auszuweichen, dass man ihre religiöse Macht nutzt. Die electronic churches in den USA sind Produkte dieser Konstellation. Denn die (religiöse) Macht der Medien ist – wie jede Macht – für die christliche Botschaft von der Macht der Ohnmacht und der Erlösung der Machtlosen zunächst einmal schlicht eine Gefahr.²¹

4. Gegen die naheliegende Remythologisierung: für die Balance von Wort, Bild, Gemeinschaft und konkreter Tat der Nächstenliebe

Wenn Marshall McLuhan den kompletten Untergang der „Gutenberggalaxie“ des geschriebenen Wortes vielleicht auch etwas voreilig prophezeite²², so ist doch

¹⁹ Vgl. G. Thomas, Medien – Ritual – Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens, Frankfurt/M. 1998; ders. (Hg.), Religiöse Funktionen des Fernsehens?, Wiesbaden 2000 (Diskussionsband). Siehe auch: R. Esterbauer, Gott im Cyberspace? Zu religiösen Aspekten neuer Medien, in: A. Kolb (Hg.), Cyberethik, Stuttgart 1998, 115–134; J. Niewiadomski, Extra media nulla salus. Zum religiösen Anspruch der Medienkultur, in: Ders., Herbergsuche, Münster 1999, 149–166.

²⁰ Zur Prophetie als praktisch-theologischer Kategorie siehe: R. Bucher/R. Krockauer (Hg.), Prophetie in einer etablierten Kirche. Aktuelle Reflexionen über ein Prinzip kirchlicher Identität, Münster 2004.

²¹ Siehe dazu: H.-J. Sander, Macht in der Ohnmacht. Eine Theologie der Menschenrechte, Freiburg/Br.–Basel–Wien 1999.

²² Vgl. dazu: N. Bolz, Am Ende der Gutenberggalaxie. Die neuen Kommunikationsverhältnisse, München 1993.

unbestreitbar, dass Gutenbergs Zeitalter viel stärker medien- und kulturhistorische Ausnahme war, als wir, seine mehr oder weniger virtuoson Bewohner/innen, im Allgemeinen meinen. Die flächendeckende Alphabetisierung etwa und damit der mediale Allein- und Hauptvertretungsanspruch des Geschriebenen galten offenkundig nur einige wenige Jahrzehnte und eigentlich auch nur in zwei Weltregionen: in Nordamerika und Europa. Vorher, anderswo und wohl auch ab jetzt zählt medial anders: das Bild.

„Die neue Medienwirklichkeit“, so Norbert Bolz, einer ihrer bekannten Propheten, „läßt sich nicht im Sinne bürgerlicher Öffentlichkeit als Forum oder politischer Schauplatz begreifen“. An die Stelle der „linearen Vernunft der Buchkultur“ trete „heute ein Denken in Konfigurationen“²³, ein Denken in Bildern also. Daily soaps statt Katechismen, seien es bürgerliche wie der „Knigge“ oder kirchliche, sozialisieren heute junge Menschen, die Ästhetik der Politiker und Politikerinnen, nicht Parteiprogramme oder reale Leistungen entscheiden über politische Karrieren, und nicht ganz zufällig ist die Industrie der intensiven Bilder, also die Werbeindustrie, Hauptfinanzier und gar nicht einmal heimlicher Programmdirektor des Fernsehens.

Der Mensch erfährt Wirklichkeit als symbolische Ordnung, symbolische Ordnungen aber sind mediale Ordnungen. Es sind seit neuestem jedoch (wieder) Bilder, Geschichten, Ästhetiken und nicht so sehr Begriffe, welche die symbolischen Ordnungen strukturieren.²⁴

Unsere aktuelle Medienkultur teilt daher, was alle Bilder teilen und was in den diversen Bilderstreiten der jüdisch-christlichen Tradition ja auch immer wieder kontrovers wurde: die Ambivalenz der Bilder. Diese Ambivalenz besteht vor allem darin, genau diese Doppelbödigkeit verstecken zu können. Anders gesagt: Bilder haben die suggestive Kraft, ihren Symbolcharakter verschleiern zu können, sie nehmen sich für die Wirklichkeit, mag man noch so sehr um ihren Konstruktionscharakter wissen.

Bilder propagieren eine Eindeutigkeit, die sie nicht besitzen, und im Unterschied zum prinzipiell nie abgeschlossenen und daher immer anschlussfähigen Diskurs des Wortes können Bilder geschlossene Welten konstruieren. Die christliche Tradition hat daher stets ein System wechselseitiger Relativierung zwischen Bild, Schrift, kirchlichem Sozialraum und konkreter Tat aufgebaut.

Wenn es erste Aufgabe allen Handelns der Kirche ist, das Vertrauen auf die in Jesus erfolgte Zusage der befreienden Liebe Gottes zu eröffnen, dann bedeutet dies angesichts der Ambivalenz einer neuen Bildlichkeit, dass die Kirche in ihrem medialen Handeln nicht auf die ihr vom Mediensystem her angebotene religiöse Remythologisierung ihrer eigenen Tradition setzen darf, sondern weiterhin jene Balance von Wort, Bild, Gemeinschaft und konkreter Tat stark machen muss, auf die das Christentum und speziell die katholische Kirche immer gesetzt hat. Mit anderen Worten: In diesem konzeptionellen und umfassenden Sinn sollte die Kirche

²³ N. Bolz, Kann sich die Informationsgesellschaft eine Ethik leisten?, in: Universitas 5 (1993), 422.

²⁴ Das mag die alten Verwalter der begrifflichen Ordnungen, etwa die Wissenschaft, stören, bietet ihnen aber natürlich auch die Chance, dieses Phänomen wort- und kenntnisreich zu analysieren. So etwa: Ch. Maar/H. Burda (Hg.), Iconic turn. Die neue Macht der Bilder, Köln 2004.

tatsächlich auf ihre Kirchlichkeit als sozialem Handlungs- und Erfahrungsraum ganz differenter Vollzüge setzen.

Weiterführende Literatur:

Martina Höhns (Hg.), Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. Ein Lese- und Arbeitsbuch, München 2000.

Jochen Hörisch, Der Sinn und die Sinne. Eine Geschichte der Medien, Frankfurt/M. 2001.

Kritische Vernunft und gläubige Schau, christliche Tat der Liebe und kirchliche Gemeinschaft haben immer nur zusammen und in wechselseitiger Kritik kirchliche Existenz bestimmt. Darin steckt nicht nur eine tiefe anthropologische Weisheit, sondern zuletzt auch das, was die theologische Fachsprache „theologia negativa“ nennt: das Wissen nämlich, dass nichts, weder Worte noch Bilder noch Gemeinschaftserfahrungen noch die gute Tat an das herankommt, was Gott ist.

Und dass daher für uns selbst im Rahmen dieses kirchlichen Erfahrungs- und

Handlungsvierecks bestenfalls ahnbar wird, was es mit dem Gott Jesu als Geheimnis unserer Existenz auf sich hat. Wie schreibt Paulus: „Jetzt schauen wir in einen Spiegel und sehen nur rätselhafte Umrisse, dann aber schauen wir von Angesicht zu Angesicht. Jetzt erkenne ich unvollkommen, dann aber werde ich durch und durch erkennen, so wie ich auch durch und durch erkannt worden bin. Für jetzt bleiben Glaube, Hoffnung, Liebe, diese drei; doch am größten unter ihnen ist die Liebe.“ (1 Kor 13,12f).

Das gilt auch für kirchliche Öffentlichkeitsarbeit.

Der Autor: Dr. Rainer Bucher, geb. 1956, ist Professor für Pastoraltheologie an der Theologischen Fakultät Graz. Veröffentlichungen u.a.: *Kirchenbildung in der Moderne*, Stuttgart 1998; *Prophetie in einer etablierten Kirche* (Hrsg.), Münster 2004; *Die Provokation der Krise. Zwölf Fragen und Antworten zur Lage der Kirche* (Hrsg.), Würzburg 2004.