

Mediale Öffentlichkeit als Ort der Kirche

|| Anbiederung oder prophetisch kritische Präsenz?

Die heutigen Zugänge zu den Menschen und ihren existentiellen sowie gesellschaftlichen Lebens-Orten mit all ihren Sub-Systemen haben sich pluralisiert. Diese Feststellung ist für Gesellschaftstheoretiker banal selbstverständlich. Diese Situation aber verändert und dynamisiert das Verständnis von Seelsorge bzw. die Frage nach den Orten der Kirchen unter den Bedingungen der Moderne. Nicht mehr die geschlossenen Milieus und die Institution Kirche diktieren primär die Konditionen des Kirchenbezugs und der religiösen Praxis. Das einzelne Subjekt gestaltet seine Nähe und Distanz zur Kirche weitgehend selber. Die Öffentlichkeit und die Medien führen dabei weitgehend die Regie.

I. Öffentlichkeit als Raum für Kirche

1. Öffentlichkeit: schillernde Realität

Die Frage nach den Medien beinhaltet die Vergewisserung über Öffentlichkeit als Raum für die mediale Welt. „Öffentlichkeit“ ist semantisch alles andere als ein geschützter Begriff. Ist klar zu definieren, was ein „öffentliches Geheimnis“ ist oder die „öffentliche Meinung“, die (laut *SPIEGEL*) der „öffentlichen Hand“ den Einblick in „öffentliche Häuser“ verwehrt? Was meint Öffentlichkeit? In der Welt der so genannten „Massenmedien“ und der medienabhängigen Politik ist Öffentlichkeit ebenso Adressatin von Interessen und Informationsströmen wie auch kontrollierende Instanz und oft auch Schiedsrichterin im Meinungsstreit. Ist nun Öffentlichkeit die Allgemeinheit, sozusagen ein kollektives Subjekt? Steht sie im Gegensatz zum privaten Bereich oder ist sie einfach die Beschreibung für kommunale und staatliche Dienstleistungen wie z. B. „öffentliche Mittel“ oder „öffentliche Ämter“ bzw. „Gebäude“?

Öffentlichkeit als politisches Prinzip erwachte erst in der Aufklärung und erstarkte durch die Französische Revolution zu einer Forderung für den Verfassungsstaat. Für den liberalen Staat wurde die öffentliche Meinung im Gegensatz zum Obrigkeitsstaat und geheimer Kabinettpolitik zur Gegeninstanz und zwar durch allgemein zugängliche Kommunikation. Es zeigte sich dann allerdings auch der zweiseitige Charakter, denn die öffentliche Meinung wurde auch zu einem Instrument des Bürgertums zur Selbstbehauptung gegenüber dem Proletariat und zum Privileg einer

tonangebenden Elite.¹ Auch die so genannte „öffentliche Meinung“ ist ein schillerndes Wort.

Öffentlichkeit ist somit kein klar strukturiertes System, das sich von anderen Systemen und Bereichen klar unterscheidet, eine Balance zwischen den Zielen des Systems und seinen Strukturen sucht und sich der Umwelt des eigenen Systems anpassen muss. Öffentlichkeit ist eher der Raum, in dem viele Teilsysteme und Menschen in Kommunikation und in Beziehung zueinander oder gegeneinander stehen. Somit kommt keine Gesellschaftstheorie ohne diesen schillernden Begriff aus. Im Rahmen des Rechtsstaates beinhaltet Öffentlichkeit die Legitimation von Macht wie auch die demokratische Kontrolle durch das Volk bzw. dessen Resonanz auf das allgemein zugängliche Geschehen. Die Meinungsforschung befragt ja stets konkret das Volk, nicht abstrakt die Öffentlichkeit.

2. Zivilgesellschaftliche Öffentlichkeit

Mit „Öffentlichkeit“ ist hier nicht nur die Pragmatik von staatlich geregeltem Ausgleich von Interessen im Rahmen von Macht, Staat und gesellschaftlicher Ordnung in Blick genommen. Mit Öffentlichkeit ist facettenreicher die zivilgesellschaftliche Öffentlichkeit und deren Gestaltung (zum Wohl) des Ganzen gemeint. Inbegriffen sind die kulturellen, sozialen, wirtschaftlich-ökonomischen, medialen, strukturellen ideologischen sowie wertemäßigen Regelwerke, Diskussionen, Entscheidungen und Problemlösungen. Somit ist nicht mehr der Staat primär das Gegenüber zur Kirche wie im 19. Jahrhundert, sondern die vielschichtige und widersprüchliche Zivilgesellschaft bildet den Rahmen oder die soziale Realität für die Frage nach dem Verhältnis der Kirche(n) zum Raum der Öffentlichkeit. Diese ist das freie Feld für das Wirken der Kirche. Dieser Raum definiert den Ort der Kirche und die Wege der Menschen zur und mit der Kirche entscheidend mit.

„Öffentlichkeit“ ist ebenso wenig eindeutig wie das Wort „Gesellschaft“. Beide Begriffe benennen aber den menschlichen und sozialen Erfahrungsbereich, in dem Funktionen differenziert und organisiert werden. Zusammengehalten wird dieses Ganze durch Kommunikation; je dichter das kommunikative Netz, umso stärker gestaltet sich der öffentliche Zusammenhalt der Gesellschaft.

Natürlich sind die Anpassungsleistungen der Kirche an die mediale Welt ambivalent. Es sind die Chancen zu sehen, aber auch Gefährdungen, da eine unkritisch beflissene Adaption an die so genannte „Post-Moderne“ sich auch deren Schädigungen und Nachteile zuziehen kann. Bereits der Katholizismus des 19. Jahrhunderts war eine Selbst-Einordnung in

1 Hans-Richard Reuter, Öffentliche Meinung, in: Religion in Geschichte und Gegenwart 6, Tübingen 2003, 488.

die damalige Moderne. Nur gestaltete er sich durch Organisationen und Presse gleichsam auch im Gegenüber zum Staat und den diesen tragenden Kräften. Die pluralistischen und multikulturellen Lebenswelten heute bilden eine zivilgesellschaftliche Öffentlichkeit, in der die Kirche sich bestenfalls als eine der vielen „Interessengruppen“ darstellt. Und diese Öffentlichkeit vermittelt sich entscheidend über die Medien. Sie prägt das Image der Kirche(n) und fördert die Marginalisierung der früheren kirchlichen Kommunikationswege (Presse, Zeitungen, usw.).

3. Medium der Öffentlichkeit: Offener Diskurs

Die Gestalt der Öffentlichkeit gewann und gewinnt ihre Konturen durch Kommunikation bzw. durch diskursive Prozesse – angefangen von der Agora der griechischen Polis über das römische Forum bis zum heutigen Internet. Die Medien gestalten und schaffen Öffentlichkeit, konstituieren weitgehend deren Wirklichkeit und Kraft.

Die Kirche nun ist kein System außerhalb dieser Öffentlichkeit, sondern ein Teil-System innerhalb derselben. Sie ist im Raum der Öffentlichkeit Teil des öffentlichen Geschehens, indem sie sich selbst in den Diskurs der „publicity“ begibt. Denn die Verständigung und Auseinandersetzung über allgemein verbindliche Werte sowie über politische und zivilgesellschaftliche Regulierungen können nur über den Diskurs gefunden werden und sich bewähren. Öffentlichkeit erweist sich dadurch, dass diskutiert wird, Meinungen ausgetauscht werden und über Probleme beratschlagt wird und Rede und Gegenrede ihr Forum erhalten. Übereinkünfte sind grundsätzlich überholbar und offen für Korrekturen. Traditionen oder unverrückbare Dogmen verlieren ihren Platz. „Das Pathos dieser normativen Konzeption von Öffentlichkeit ist institutionalisiert in den liberalen Grundrechten demokratischer Staaten, namentlich in der Meinungs- und Informationsfreiheit und den daraus abgeleiteten Aufgaben der Medien.“²

Dass diese öffentliche Kommunikation angesichts widersprüchlicher Interessen und in einer unübersichtlichen Pluralität sowie angesichts konkurrierender Geltungsansprüche geradezu nach einer Diskursethik verlangt, hat bekanntlich Jürgen Habermas handlungstheoretisch nachhaltig aufgezeigt.³

Damit sind die Herausforderungen an Religion und Kirchen implizit schon angedeutet. Wo sind die Dienstanweisungen an die kritisch-prophetische Aufgabe der Kirche zu finden?

2 Matthias Loretan, Glaube in modernen Öffentlichkeiten, (Manuskript 1999).

3 Jürgen Habermas, Erläuterungen zur Diskursethik, Frankfurt a. M. 1991; ders., Theorie kommunikativen Handelns, 3 Bde., Frankfurt a. M. 1981.

II. Dienstanweisungen an eine medial präsente Kirche

Mit Dienstanweisungen sind im Sinn des II. Vatikanum die „Zeichen der Zeit“ (*Gaudium et spes*, 4, 11) gemeint. Für eine mediale Kirchentheorie (und für eine ebenso botschafts- wie realitätsbezogene Theologie) ist wache Aufmerksamkeit aufgetragen für Aufgaben und Optionen, die aktuell und kontextuell verbindlich werden.

1. Horizonte für die Dienstanweisungen

Als erstes sei die *politische Diakonie* erwähnt. Sie sucht eine Antwort auf die Armut an elementaren Lebensbedingungen. Es sei erinnert an die Ursachen für Hunger, Ungerechtigkeit, Sexismus und ideologische Abwertung von Menschengruppen (Rassismus) sowie das Eintreten für eine gerechte Wirtschaftsordnung.

Im engsten Verbund damit sind die Sorgen um Zukunft angesichts der Gewalt gegenüber der Natur sowie zwischen Menschen, zwischen Mann und Frau, zwischen verschiedenen Rassen und Nationen zu sehen. An zweiter Stelle ist deshalb die *Friedens-Diakonie* zu nennen. Im Grunde genommen geht es um die Sicherung von Zukunft, wo immer Gewalt eine Armut an individueller wie gemeinsamer Zukunft verursacht. Damit haben wir die Optionen des konziliaren Prozesses für Frieden, Gerechtigkeit und die Bewahrung der Schöpfung aufgenommen. Der Planet „Erde“ ist unter der Erdherrschaft des Menschen in einen präzedenzlosen Zustand ohne vergleichbare Parallele in der Entwicklung geraten. Dieser Lebenskrise der Erde gilt die tatkräftige Verantwortung im Sinn einer nachhaltigen Friedens-Diakonie.

Im Zusammenhang mit der politischen Diakonie und mit der Friedens-Diakonie ist die Globalisierung angesprochen. Die wirtschaftliche Globalisierung vermag zurzeit keine Antwort zu geben auf die heutigen Ursachen und Formen der Armut ganzer Erdregionen, auch wenn Länder in Asien, vorab China, davon im Moment profitieren. Und wird die Macht der „global players“ nicht so unkontrolliert und uneinsehbar, dass demokratische Kontrollen auf rationaler Ebene schwerlich greifen können? Wird sich die Demokratie gegenüber der wachsenden Wirtschaftsmacht behaupten können?

Diese Entwicklungsstränge stehen im Zusammenhang mit der Umverteilung der Arbeit, mit dem Arbeitsmarkt und der Ökologie – und zwar weltweit – und mit der Verknappung der Ressourcen. Grundlegende Strukturreformen scheinen angesagt. Das spüren wir in der großen Politik und in den kleinen Haushalten. Hat nicht ein Anspruchs- und Versorgungsdenken dahin geführt, dass der Staat überfordert ist und nicht beliebig beansprucht werden kann? Die Kommission für gesell-

schaftliche und soziale Fragen der Deutschen Bischofskonferenz äußert sich in ihrem Entwurf „Das Soziale neu denken“ ungeschminkt über die massive Verweigerung großer Teile der Gesellschaft, Verantwortung für sich selbst zu übernehmen (NZZ, 12.08.04).

Am dieser Stelle ist auf den Bedarf an kultureller Gestaltung des Lebens und des menschlichen Miteinanders hinzuweisen. Es handelt sich drittens um eine *kulturelle Diakonie*, wo immer Verständigung für den politischen Konsens und das gemeinsame Miteinander und die Kommunikation in einer hoch medialisierten Welt gesucht wird.

Damit verbunden ist die Verlegenheit über verbindliche Werte. Auch das führt zu einer menschlichen Verarmung, für die eine *ethische Diakonie* nötig ist: Gentechnologie, Bildungspolitik, Ehe und Familie, Medienethik, Sterbehilfe, usw. Nicht nur die Globalisierung empfinden wir als Paradigmenwechsel, sondern auch die molekularbiologische Revolution mit dem technisch-biologischen Griff ins Innere des Lebens. Die bisherige Aufzählung zeigt schon, wie eng die verschiedenen Arten von Diakonie aneinander gekoppelt sind.

Und fünftens sind die eher individuellen Notlagen und Aufgabenstellungen nicht zu übersehen. Die *therapeutische Diakonie* lässt sich auf die oft namenlose Not und Armut infolge der seelischen, geistigen und körperlichen Behinderungen ein.

Nicht zu vergessen ist sechstens die Armut an Mit-Welt und an zwischenmenschlichen Beziehungen sowie an kommunikativer Verständigung. Um Solidarität mit isolierten, vereinsamten, verängstigten, vergrämten oder müde gewordenen Menschen bemüht sich die *soziale Diakonie*. Sowohl in der therapeutischen wie sozialen Diakonie bringt wohl kaum jemand so viel Erfahrung mit wie die Kirche.

Und last but not least: Ein unübersehbares Problem stellt die Sinn-Orientierung dar. Sie ist mit all den genannten Bereichen eng verwoben. Gemeint sind die Verlegenheit und die z. T. tabuisierten Fragen um Lebenssinn und Lebensperspektiven, die an ihrer Wurzel oft religiöse Dimensionen offen legen und die meist eine Armut an Lebenszuversicht und an Hoffnung an den Tag legen. Angesichts Sinnkrise und Glückssuche der heutigen Menschen (Ganzheitlichkeits-Sehnsucht) scheinen viele um Antworten verlegen und suchen sie leider oft nicht bei den Kirchen. Wenn Lebensperspektiven zerbrechen und Lebensfreude in Verdruss oder Ekel umkippt, versteht sich *religiöse Diakonie* als Antwortversuch auf die Sehnsucht nach „Leben in Fülle“ (Joh 10,10).

Schon diese stichwortartigen Hinweise beweisen, dass wir nicht mehr in den Bedingungen des 19. Jahrhunderts mit seiner Industrialisierung oder des 20. Jahrhunderts mit seinen totalitären Systemen leben. Fachleute sprechen von einem Sprung in das Kommunikations- bzw.

Informationszeitalter. Es wird nun zur paradigmatischen Quartiermeisterin für Kirche.

2. **Communio – Ein Schlüsselbegriff für mediale Kommunikation**

Dem Christentum ist es wesentlich, öffentlich zu sein. Der Universalitätsanspruch des Christentums liegt nicht in der weltweit vernetzten Institution der (katholischen) Kirche, im Willen der Basis oder in ökumenischen Gemeinsamkeiten. Es ergibt sich aus dem Inhalt des Glaubens, der alle Menschen erreichen möchte (allgemeiner Heilswille Gottes). Als Glaube des Subjekts ist er im Herzen des einzelnen Menschen verborgen. Jeder und jede einzelne ist ganz persönlich berufen und angesprochen: „Ich rufe dich bei deinem Namen, denn du bist mein“ (Jes 43,1). Allerdings, wie der einzelne Mensch das Wort Gottes vernimmt und zum Glauben findet, wie er ihn äußert im Bekenntnis und wie der Glaube sich im Leben auswirkt, das ist öffentlicher Natur. Der Kern der christlichen Hoffnung weist in den Raum der Öffentlichkeit. Der Glaube als persönlicher Akt eröffnet eine neue Sinnperspektive, deren Voraussetzungen wie Freiheit, Verständnis und Liebe zwar nicht öffentlich einholbar sind. Aber die Kommunikation darüber vollzieht sich im Horizont der Öffentlichkeit. Diese Doppelstruktur liegt dem Bild von Kirche als *Communio* (Gemeinschaft) zugrunde.

Seit etwa 1985 wird der *Communio*-Begriff zur Leitidee des II. Vatikanischen Konzils erklärt.⁴ Ist dies nicht eine einseitige Interpretation? Eine Leitidee war sicher auch: Kirche als Volk Gottes. Nichtsdestotrotz signalisiert dieser in der Theologie prominente Begriff „*Communio*“ einen Gegenhorizont zu einer hierarchisch gegliederten und zentralistischen Kirche und zu einer singularisierten und als kühl empfundenen Gesellschaft. In der Sache wird vom Konzil (*Lumen gentium* 1) zwischen „*Communio*“ und „*Mysterium*“ unterschieden. Kirche ist nur insofern *Mysterium*, als sie auf Jesus Christus verweist und insofern sie Weg und sakramentales Zeichen der Heilsbotschaft ist. Hier werden die untrennbaren Pole von unverfügbarem Heil und konkreten Zeichen des Heils markiert.

„*Communio*“ bzw. „Gemeinschaft“ konstituiert sich über Kommunikation. Öffentlich zu werden ist somit konstitutiv für das Christentum. Das Wort „katholisch“ wird fast gleichwertig mit „öffentlich“ im Sinn von „allen zugänglich“. Deswegen entstand auch das stete Bestreben der Kirchen, öffentlich „anerkannt“ zu werden und rechtlich geschützt „öffentlich wirksam“ werden zu können.

Auch biblisch lässt sich die Verknüpfung von Christentum und Öffentlichkeit

4 Vgl. dazu Bernd Jochen Hilberath, *Communio – Ideal oder Zerrbild von Kommunikation*, QD, Freiburg 1999; s. auch Walter Kasper, *Zukunft aus der Kraft des Konzils*, Freiburg 1986.

begründen. Jesus selbst betont dem Hohenpriester Hannas gegenüber: „Ich habe immer offen vor aller Welt gesprochen. Ich habe in den Synagogen und im Tempel gelehrt, wo sich alle Juden treffen, und ich habe niemals etwas im Geheimen gesagt“ (Joh 18,20). Das christliche Zeugnis und dessen Weitergabe sind wesentlich auf Öffentlichkeit angelegt, schon seit der neutestamentlichen Zeit: „Was ich euch in der Dunkelheit anvertraue, das sagt am hellen Tag weiter, und was ich euch ins Ohr flüstere, das ruft laut in der Öffentlichkeit aus“ (Mt 10,27). Kirche gehört nicht nur zur Öffentlichkeit; sie ist von ihrem Selbstverständnis her auf sie radikal verwiesen. Christlicher Glaube ist keine Geheimlehre. Er lebt als Zeugnis von den Bedingungen der öffentlichen Kommunikation. Damit ist für Kirche und Theologie schon Entscheidendes markiert, nämlich die Pflege einer kommunikativen Kultur in der Öffentlichkeit. Letztlich sind Verstehen und Wahrheitsfindung nur in und durch offene, freie dialogische Kommunikation möglich.

III. Welche „Strategien“ empfehlen sich der Kirche?

Zwischen gesellschaftlicher Marktsituation und Ursprungstreue zum Evangelium wird die Kirche einen die beiden Pole verbindenden Weg suchen müssen.

1. Kirche als Organisation im Sinne einer bürokratischen Dienstleistung (kalte Organisationsform)

Ist nun der Kirche zu empfehlen, im Rahmen der gesellschaftlichen Differenzierung und der Subsysteme sich als klientenorientierte Großorganisation zu gebärden, die den religiösen Markt kundengerecht und effektiv versorgt, rituelle Erlebnissphären und zivilreligiöse Bedürfnisse professionell betreut und diakonische Dienste sichert? Dieses Modell käme der Verkirchlichung des Christentums bis zu einem gewissen Grad entgegen. – Medial wird diese Organisationsform relativ behende auf den Markt reagieren: Online-Kommunikation, Mitsprache bei den öffentlichen Medien.

Gerade eine solche kalte Organisationsform würde indessen den Abstand der Menschen zum Institutionellen auch kirchlich provozieren und die kritische Distanz zu den Widersprüchen der modernen Welt verlieren zugunsten einer marktabhängigen Balance von Angebot und Nachfrage.

2. Konfessorische Kirche (heiße Organisationsform)

Das Gegenmodell wäre eine bekenntnisbewusste Kirche, die überzeugte Gläubige an sich bindet und ihnen religiöse Heimat bietet und damit Schutz vor den Krisen der so genannten „modernen Gesellschaft“. Dies wäre eher eine *heiße Organisationsform*, die Geschlossenheit in freikirchlichen sowie evangelikalen Zirkeln und Veranstaltungen garantierte, aber mit der Tendenz, zur Moderne und ihren Herausforderungen in Distanz zu geraten, geradezu die Kommunikationsfähigkeit zu verlieren. Solch radikale Lösungsvorschläge dürften in einer Zeit diffuser Kirchlichkeit und Verunsicherung durchaus auf Echo stoßen. Medial werden sie wohl selber über Sendegefäße verfügen wollen.

3. Volkskirche (laue Organisationsform)

„Volkskirche“ im herkömmlichen Sinn, dass Kirche und ihre Aufgaben vom Staat und von der Gesellschaft mitgetragen werden, kann ebenfalls keine zukunftsweisende Vision mehr sein. Trotzdem ist Volkskirche nicht samt und sonders abzulehnen, auch wenn sie als *laue Basis* empfunden werden mag. Ihr liegt eine Pluralitätsfähigkeit zugrunde, die alternative Kirchenmodelle zu integrieren vermag, also für Differenzierungen durchaus offen ist. Medial wird es um partnerschaftliche Modelle der Kooperation gehen.

4. „Volkskirche“ als flexibel vernetzte Basis-Vielfalt (verschiedene Temperaturen!)

Entscheidend ist eine öffentliche Kommunikationskultur. Sie lässt binnenkirchlich eine Vielfalt auf der Basis von Verständigung zu und bleibt für die Gesellschaft mit ihren kulturellen, politischen und sozialen Fragen und Herausforderungen kommunikationsfähig. Strukturell und medial ist ein Netzwerk vielfältiger Kommunikationsformen und Orte zu organisieren mit einer angemessenen Ausstattung (Stabsstellen, Koordination,...). Eine solche flexibel vernetzte Basis- oder Volkskirche könnte Pluralität zulassen und wäre offen für „heiße“ Organisationsformen und für Koalitionen mit zivilen Gruppierungen, für kommunikative Sozialmilieus und informellere Bewegungen usw. Vor allem aber ist eine flexible Vernetzung auch wichtig, um lokal und regional kritisch-prophetisch präsent zu sein und sich dafür Mittel und Wege zu besorgen.

Es ginge dabei weniger um zentralistische Behörden und Organe als vielmehr um teilkirchliche Formen einer offenen Kommunikation und der Wegsuche in die Zukunft in Synoden, Events oder regelmäßigen Kirchentagen etc. Entscheidend wären für solche Dialoginstrumente die Nähe zu gesellschaftlich relevanten Themen (Forum) und der Mut, auch

innerkirchlich heiße Eisen anzufassen. Die mediale Öffentlichkeit würde zu einem Forum, die die Frage nach der binnenkirchlichen Kommunikation und Partizipation forcieren würde.

5. Medial oder nur personal?

Es gibt wohl kein „Entweder-oder“, sondern nur ein „Sowohl-als-auch“. Wenn das „unterscheidend“ Christliche das entscheidend Menschliche ist, dann ist die kommunikativ-mediale Dimension Bedingung und Weg für religiöse Orientierung.

Will die Kirche Zukunftskraft entwickeln, muss sie die im säkularen Umfeld selbstverständlich gewordene Pluralität und Vielfältigkeit mit z. T. gegensätzlichen Positionen und polarisierenden Strömungen auch innerkirchlich zur Kenntnis nehmen. Dabei kann davon ausgegangen werden, dass das Problem der Vermittlung der christlichen Botschaft nicht primär die Inhaltlichkeit des Glaubens ist. Vielmehr liegt das Problem darin, ob die Kirche von den Menschen in deren Lebenswelt zur Kenntnis genommen werden kann und auf welche Art und Weise die heißen Fragen der Menschen, die Glaubensinhalte und die ethischen Implikationen wahrgenommen werden.

In einer institutionell hoch differenzierten und zum großen Teil medienberrschten Gesellschaft kann die Kirche nicht nur in kleinen Gruppen ihrer Aufgabe nachkommen. Vielmehr wird sie eine organisatorisch-öffentliche Form ihrer gesellschaftlichen Präsenz verantworten müssen.

6. Evangelische oder katholische Identität?

Geht es um Identität? Ist nicht eher von Profil zu sprechen?

Das Verhältnis von Religion bzw. Christentum und „Öffentlichkeit“ hat die Kirchengeschichte offen oder latent immer begleitet. – Die christliche Kirche war von ihrem Ursprung her bis heute ein komplexes oder – von ihrer Sendung und ihrem Selbstverständnis her – ein globales Kommunikationsgeschehen. „Als lokales und globales, als privates und öffentliches Geschehen war und ist Kirche ein Kommunikationsprozess, der sich der gegebenen Medien bediente und dabei selbst medienproduktiv wurde“ (R. Schmidt-Rost). Früher war die kirchliche Binnenkommunikation von Instruktion und Kontrolle geprägt, denn die Weitergabe des Glaubens verlief linear vom aktiven Sender (Klerus) zum passiv rezipierenden Empfänger (Laien). Heute ist Öffentlichkeit demgegenüber plural, multikulturell und demokratisch sowie von subgesellschaftlichen Interessengruppen geprägt und medial vermittelt.

Damit kann z. B. die katholische Kirche keine reine Binnenkommunikation mehr aufrechterhalten. Der öffentliche Diskurs ist damit auch in den

Innenraum der Kirche gedungen, der nun auch innerkirchlich eine partizipatorische Sozialform und eine neue kommunikative Kultur anmahnt. Andererseits genießt die zentralistisch gesteuerte Kirche mit ihrem rituellen und sakramentalen Reichtum in einer visuellen Medienwelt einen einzigartigen Platzvorteil, zumal sich damit die Suche nach religiösen Vorbildern und Symbolen verbindet. Die Weltjugendtreffen und die Papstreisen wären in diesem Kontext ein eigenes Thema.

IV. Was zeigen und verbergen die Medien beim Thema Religion?

Religiosität bzw. christliche Inhalte bewegen sich in dieser Öffentlichkeit zwischen kirchlichen Vorgaben, persönlichem Entscheid und der medialen Optik und Situierung.

Audiovisuelle Medien prägen auch unsere religiöse Erfahrungswelt. Auch Religion wird via Medien und oft kaum mehr aus eigener unmittelbarer Erfahrung wahrgenommen. Es gibt vermutlich verschiedene Tendenzen:

– „Verdummung“: Die Menschen nehmen die virtuelle Welt als reell. Es folgt der Verfall der Urteilskraft. „Wir amüsieren uns zu Tode“ (N. Postman).

– Aufklärung: Alltags- und Medienerfahrungen ergänzen sich gegenseitig, was an das Subjekt entsprechende Anforderungen stellt.

– Grenzvermischungen: Die mediale Vermittlung wird zum Leitbild für die Lebensinterpretationen und für die Alltagsrealität. Leitbilder simulieren ideale und „sonnige“ Fiktionen, gegenüber denen das Individuum bei sich nur düstere Probleme sieht.

– Zugänge: Andererseits schaffen die Medien Zugänge zu Themen und Erfahrungen, die individuell nicht einzuholen wären. Sie geben Informationen, die kirchenkritisch sind oder als kirchenfeindlich empfunden werden; aber sie thematisieren auch religiöse Inhalte und Fragen, in deren Diskurs die Kirchen sich ohne Berührungängste einmischen dürfen. Die mediale Ästhetik kann allerdings von der Ästhetik der Gottesdienste und der kirchlichen Symbole wegführen, sodass die mediale Form die religiösen Inhalte vereinfachen oder marktorientiert verfremden kann, aber auch Impulse zu geben vermag.

Es versteht sich von selbst, dass theologische Professionalität wenigstens Kenntnisse der medialen Öffentlichkeit und ihrer hintergründigen gesellschaftlichen Bedingungen verlangt, aber auch Kompetenz im Umgang mit den Printmedien und mit den audiovisuellen Medien: Unsere Medienseminare stoßen jeweils auf erstaunlich großes Echo.