

Pastoraltheologie und Journalistik im Dialog

|| Das Beispiel einer Praktischen Theologie in medientheoretischer Perspektive

Wie ihre älteren Geschwister unter den Handlungsfeldern der Praktischen Theologie beklagt auch die junge Disziplin der Christlichen Publizistik einen garstigen Graben zwischen Theorie und Praxis. Der Redakteur einer Kirchenzeitung oder die Rundfunkpredigerin im Fernsehen können freilich entschuldigend darauf verweisen, dass es ja nur wenig medientheoretische und theologische Reflexion zum Selbstverständnis einer Christlichen Publizistik gebe; anders als etwa zur Formgeschichte des Pentateuch oder zur Authentizität der Paulus-Briefe. Christliche Publizistik sei dabei nicht nur im engeren Sinn als zusätzliches Handlungsfeld neben Homiletik, Liturgik und andere klassische Disziplinen der Praktischen Theologie eingeordnet, sondern solle verstanden werden als eine mögliche Leitperspektive auf das pastorale und sonstige praktisch-theologische Tun. Die Medientheorie könne dabei Impulse und Hilfen zum dringend notwendigen medialen Denken geben und eine Medienkompetenz vermitteln, die mehr sei als eine technische Kunstfertigkeit. Dieser These liegt die Auffassung zu Grunde, dass kirchliche Medienarbeit mehr beinhalte als einen kompetenten Umgang mit Presse, Rundfunk und den so genannten „neuen“ Medien, allen voran dem Internet. Kirchliche Medienarbeit kann auch da ausgemacht werden, wo der Prediger oder die Predigerin Phänomene der Mediengesellschaft, die das tägliche Leben und Denken des Kirchgängers bestimmen, wahrnimmt oder sich journalistischer Formen bei der Inszenierung des Predigttextes bedient.

Nun gibt es „die Medientheorie“ ebenso wenig wie es „die (Praktische) Theologie“ gibt. Wie sich die Praktische Theologie vielfältiger Bezugswissenschaften bedient, so entfaltet sich auch die Medientheorie u. a. als Journalistik, Medienpolitik, Mediensoziologie, Medienrecht und Medienethik. Daher ist das eingangs beklagte Theoriedefizit Christlicher Publizistik nicht nur Resultat einer erst jungen Geschichte dieser Disziplin, sondern rührt auch von der Existenz so vielfältiger Bezugswissenschaften her, für die „Medientheorie“ nur den gemeinsamen Oberbegriff bildet. Aus dem reichen Fundus medientheoretischer Forschungen, die für die Praktische Theologie fruchtbar gemacht werden können, möchte ich im Folgenden das zentrale Segment der Journalistik als Lehre vom journalistischen Beruf herausgreifen und in einen Dialog mit der Pastoraltheologie

treten lassen.

Journalisten sind die wesentlichen, verantwortlichen Akteure im System der Massenmedien. Entgegen einem systemischen Fatalismus, der dem einzelnen Journalisten kaum noch Handlungsfreiheit gewährt, sondern ihn letztlich zu einem Gefangenen im System der Medien herabstuft, möchte ich an einer Individualethik für den journalistischen Berufsstand festhalten. Natürlich gibt es redaktionelle, ökonomische und andere strukturelle Zwänge, in die jeder Journalist eingebunden ist. Michael Haller verwendet für diesen Umstand das Bild vom „Matroschka-Syndrom“: So wie der Kern der russischen Schachtelpuppe von mehreren anderen Puppen umhüllt ist, sehe sich auch der Journalist umlagert und in seiner Handlungsfreiheit begrenzt.¹ Nichtsdestotrotz ist der Journalist m. E. keinesfalls machtlos im Mediensystem und verfügt durchaus über die nötige Freiheit, sich in der Welt zu artikulieren. Der Blick auf die Journalistik als zentralen Bereich jeder Medientheorie lenkt die Aufmerksamkeit zudem auf konkrete, handelnde Subjekte und vermeidet das bisweilen nebulöse Reden von „den Medien“ oder „der Macht der Medien“.

Was trägt nun die Journalistik als Partnerin der Pastoraltheologie aus? Wo liegt der zwingende Ausgangspunkt gerade für diesen Dialog im Beziehungsfeld zwischen Kirche und Medien? Ein zentraler Grund liegt zunächst in der Existenz der Christlichen Publizistik und ihrer Absolventen, die für kirchliche wie allgemeine Medien kompetent Kirche und Religion journalistisch wahrnehmen. Dabei sind für das Berufsbild des Christlichen Publizisten der Beruf eines Pfarrers und der eines Journalisten die beiden zentralen Bezugsgrößen. Sodann bestehen zwischen dem Journalisten als Schlüsselfigur des Systems „Medien“ und dem Pfarrer als Schlüsselfigur des Systems „Kirche“ Gemeinsamkeiten, die es nahe legen, die theoretische Reflexion über das Berufsverständnis eines Journalisten für das eines Pfarrers fruchtbar zu machen. Beiden Berufen sind die Weltwahrnehmung und die Weltdeutung zu Eigen, beide beanspruchen hierfür öffentliche Relevanz. Der Pfarrer, der Journalist und damit auch der Christliche Publizist stehen vor der Aufgabe, sich professionell, das heißt von Berufs wegen, der Hermeneutik der Wirklichkeit zu widmen. Dabei meint pastorale Wahrnehmung mehr als lediglich eine formale Kompetenz, die in einer Professionstheorie, wie sie Isolde Karle entworfen hat, lediglich auf der Beziehungsebene, nicht aber auf der Sachebene abgehandelt wird.² Das Paradigma einer „ästhetischen Theologie“ verweist demgegenüber auf die Weltwahrnehmung als zen-

1 Michael Haller, Die Journalisten und der Ethikbedarf, in: Ders. / Helmut Holzhey, Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus, Opladen 1991, 196-211, hier: 208.

2 Vgl. Isolde Karle, Der Pfarrberuf als Profession. Eine Berufstheorie im Kontext der modernen Gesellschaft, in: Praktische Theologie und Kultur, Bd. 3, Gütersloh 2001, 60.

trale pastorale Kompetenz, bei der Form und Inhalt letztlich nicht zu trennen sind.

Natürlich erfolgt die Weltwahrnehmung des Pfarrers aus einer bestimmten weltanschaulichen Gebundenheit heraus und wird in der Predigt zur erhofften Illustration von Gesetz und Evangelium instrumentalisiert. Doch auch die Wahrnehmung des Journalisten fußt letztlich in einem bestimmten Blick auf die Welt und ist entsprechend von einer bestimmten Weltanschauung geprägt. Nicht selten trägt dieser Blick Züge eines Bekenntnisses: So kann sich ein Leitartikel von Heribert Prantl zu Weihnachten wie eine gelungene, „implizite“ Predigt lesen.³ Besitzt der Pfarrer auf der Sachebene einen offiziellen Verkündigungsauftrag, unterliegt der Journalist dem Zweifel als Profession. Als „Gottes Korrespondent“⁴ kann er nichtsdestotrotz Gott in den Medien verantwortlich zur Sprache bringen, Wirkungsgeschichten des Evangeliums erzählen und durch die journalistische Handhabe der religiösen Sachthematik dienen. Auch jene Reportagen, die im Oktober 2006 unter dem Titel „Die Kraft der Zuversicht. 20 Geschichten, die Hoffnung machen“ in der Jubiläumsausgabe von *Geo* publiziert worden sind, können – nicht müssen – letztlich als Wirkungsgeschichten des Evangeliums und damit als beste Christliche Publizistik gewürdigt werden; auch wenn sie nicht im explizit evangelischen Magazin *Chrismon* erschienen sind, das für sich behauptet, „Geo für die Seele“⁵ zu sein.

Freilich ergibt sich das Problem, dass mit einer solchen Zuschreibung pastoraler Funktionen der Journalist einer nichtkirchlichen Zeitung oder Rundfunkstation kirchlich vereinnahmt werden könnte. Zudem kann es nicht nur darum gehen, möglichst „weltlich von Gott zu reden“⁶ sondern eben auch das Wagnis einzugehen, quasi „göttlich“ und das heißt oft sperrig von der Welt zu reden. Die Bestimmung des Grades an Nähe zwischen dem Pfarrer und dem Journalisten hängt nicht zuletzt vom jeweiligen pastoralen respektive journalistischen Leitbild ab. So wie sich die pastoraltheologische Bestimmung zwischen dem Pfarrer als gewichtigem Zeugen und dem missionarisch zurücktretenden religiösen Kommunikator bewegt, schwankt das Pendel in der Journalistik immer wieder zwischen einem normativen Berufsverständnis, das in der starken Tradition der deutschen Meinungspresse des 19. Jahrhunderts wurzelt, und dem angelsächsisch-nüchternen Auftrag zur bloßen Information.

3 Vgl. etwa *Süddeutsche Zeitung* vom 24./25./26.12.1999. Unter der Überschrift „Die Wahrheit der Weihnachtslüge“ erläutert Prantl, inwiefern Roberto Benigni mit seinem Film „Das Leben ist schön“ (1997) die biblische Weihnachtserzählung neu inszeniert habe.

4 Johanna Haberer, *Gottes Korrespondenten*. Geistliche Rede in der Mediengesellschaft, Stuttgart 2004.

5 So Christian Sauer vom *Deutschen Allgemeinen Sonntagsblatt* (Nr. 41/2000) im Ausblick auf das evangelische Nachfolgemedium mit dem späteren Titel *Chrismon*.

6 So das Plädoyer von Hans Jürgen Schultz in dem gleichlautenden Buch, Stuttgart 1963.

Steht das Ideal eines anwaltschaftlichen Journalismus dem Leitbild des Pfarrers als Anwalt der Sache des Evangeliums nahe, so passt die derzeitige Tendenz zum Nutzwertjournalismus⁷ eher zur Funktion des Pfarrers als religiösem Zeremonienmeister.

Jede Wahrnehmung verlangt nach Gestaltung. An diesem Punkt könnten Theorie Praxis journalistischer Formen der häufigen pastoralen Formvergessenheit auf der Kanzel Abhilfe leisten. Spielt zwar die Formgeschichte in der Exegese eine große Rolle, finden sich in homiletischen Lehrbüchern kaum Hilfestellungen, was den Umgang mit literarischen Formen betrifft. Erst recht gilt dies für den Gebrauch der vielfältigen journalistischen Formen mit stärker informierender (Nachricht, Bericht, Feature), kommentierender (Kommentar, Leitartikel, Glosse, Rezension) oder erzählender Funktion (Reportage und Porträt). Neben vielfältigen Möglichkeiten, sich beim Verfassen einer Predigt – auch partiell – journalistischer Formen zu bedienen, könnte die journalistische Formkritik der Kanzelrede zudem der Predigtanalyse dienen: So dürfte eine thematisch orientierte Predigt, die über einen Bibeltext informiert, Züge eines Features tragen, während die narrative Inszenierung eines biblischen Textes Elemente der Reportage als konkrete, „sprachgestaltete (Um)Welterfahrung“⁸ mit einer dichten Teilhabe am Geschehen aufweist. Der Unterschied zwischen Reportage und Feature besitzt in dieser Hinsicht für eine erneuerte Homiletik auch einen heuristischen Wert.

Die Spannung zwischen den zuletzt genannten journalistischen Formen findet sich nicht zuletzt im Kanon biblischer Texte. So tragen manche erzählenden Perikopen Züge einer Reportage, deren Wurzeln die Journalistik in den antiken Reisebeschreibungen Herodots ausmacht. Demgegenüber erschließen sich paulinische Briefpassagen dem Christen der Mediengesellschaft vielleicht als Feature zum Thema „Sünde“ oder als räsonierender Leitartikel zur Frage „Gibt es eine Auferstehung der Toten?“ Auch ist es in der Bibel, in der Predigt, aber auch im Journalismus und in der Christlichen Publizistik ein Unterschied, ob mit Hiob die Geschichte eines leidenden Menschen vor Gott erzählt wird, oder ob sich der Autor theoretisch, reflektierend der Theodizee-Frage widmet und sich damit formal den drei Freunden Hiobs nähert. Auch für die evangelische Pressearbeit als Handlungsfeld Praktischer Theologie ist die Unterscheidung zwischen narrativem und informierendem Journalismus von fundamentaler Bedeutung. So können Ambivalenzen in der evangelischen Bewertung gesellschaftlicher Probleme häufig besser narrativ als nachrichtlich kom-

7 Vgl. Christoph Fasel, Nutzwertjournalismus, Praktischer Journalismus, Bd. 61, Konstanz 2004.

8 Michael Haller, Die Reportage. Ein Handbuch für Journalisten, Konstanz 1997, 96, Klammer im Original. Zur Predigt als potenzieller Reportage vgl. Martin Nicol / Alexander Deeg, Im Wechselschritt zur Kanzel. Praxisbuch Dramaturgische Homiletik, Göttingen 2005, 82.

muniziert werden. Als Beispiel aus der *Süddeutschen Zeitung* könnte die Reportage über eine Familie, deren Vater aus seinem Glauben heraus mit der Frage ringt, ob sein behindertes Kind abgetrieben werden dürfe,⁹ der Stellungnahme eines Landesbischofs gegenübergestellt werden, demnach kein Mensch das Recht auf ein gesundes Kind habe.¹⁰ – Neben der Predigt könnten die pastorale Trauerrede und damit die Theorie der Kasualien von der journalistischen Form des Nachrufs profitieren, wie sie seit Jahren im Berliner *Tagesspiegel* auch über Nicht-Prominente höchst eindrucksvoll und mit starker Leserresonanz praktiziert wird.¹¹

Der Blick auf die Theorie und die Praxis journalistischer Formen birgt einen grundlegenden Vorteil für die Kanzelrede. Das Interview, die Glosse oder die Rezension sind zumindest formal dem Leser der *Bravo* wie dem der *Zeit* unter den Kirchgängern vertraut. Bei der Pfarrerin oder dem Pfarrer vermeiden sie zudem Überforderungsängste, die ein Künstlerparadigma ihnen bereiten kann. Umso auffälliger ist es, dass auch die journalistische Sprache in der Medientheorie wie in der Praxisliteratur einen festen Platz beanspruchen kann, es für die pastorale Praxis jedoch bislang nur ein einziges Handbuch zur „Sprache des Menschen“¹² gibt. So kann ich einem Theologiestudenten nur die, freilich sehr guten, Bücher von Wolf Schneider an die Hand geben.¹³ Freilich muss neben den homiletischen Lasterkatalogen, die sprachliche Defizite bemängeln,¹⁴ dann auch die notwendige Kritik an der journalistischen Sprache stehen. Gemeinsam ist der pastoralen wie der journalistischen Sprache die Gefahr, zu stark in moralische Appelle zu verfallen; auch wenn David Hober diese Not anhand Helmut Peukerts Theorie des ethisch-appellativen Redens zur m. E. fragwürdigen rundfunkhomiletischen Tugend macht.¹⁵

Zentraler Bestandteil jeder Medientheorie und damit auch der Lehre vom journalistischen Beruf ist die Theorie der Nachrichtenwerte.¹⁶ Die empirische Nachrichtenwertforschung kann mit Klischees aufräumen, welche manche pastorale Rede über „die Medien“ prägen. Zugleich sind die Nachrichtenwerte als Herausforderungen zu verstehen, sich als Pfarrer

9 Vgl. *Süddeutsche Zeitung* am 19.3.2001.

10 Vgl. *Süddeutsche Zeitung* am 16.3.2001.

11 Vgl. David Ensikat (Hrsg.), *Was bleibt. 50 Nachrufe auf unbekannte Berliner*, Berlin 2006.

12 Vgl. Albrecht Grözinger, *Die Sprache des Menschen. Ein Handbuch. Grundwissen für Theologinnen und Theologen*, München 1991.

13 Zum Beispiel ders.: *Deutsch für Kenner. Die neue Stilkunde*, München, Zürich 2006.

14 Vgl. Rudolf Bohren, *Predigtlehre*, München 1972 (§ 23: „Lasterkatalog für Prediger“) und aus jüngerer Zeit Winfried Engemann, *Einführung in die Homiletik*, Tübingen – Basel 2002 (Kapitel 3: „Sprachliche und rhetorische Probleme“, 34–48).

15 Vgl. David Hober, *Die Radiopredigt, Ein Beitrag zur Rundfunkhomiletik*, *Praktische Theologie heute*, Bd. 25, Stuttgart u. a. 1996, 213ff.

16 Treffender könnte von „Medienwerten“ gesprochen werden, da die Selektionskriterien nicht nur der journalistischen Form der Nachricht zu Grunde liegen. Leider hat sich diese Bezeichnung in der Medienwissenschaft bislang nicht durchgesetzt.

oder christlicher Publizist im Sinne einer Selbstaufklärung Klarheit über die eigenen Wahrnehmungskriterien zu verschaffen. Wichtig erscheint mir zunächst die Erkenntnis, dass die journalistischen Selektionskriterien in der Regel durch das Publikumsinteresse gedeckt sind. Bereits in den 1960er-Jahren wiesen Medientheoretiker darauf hin, dass es sich bei den vermeintlich originär journalistischen Selektionskriterien um genuin menschliche Wahrnehmungskriterien handele, die es wahrnehmungspsychologisch als anthropologische Konstanten zu beschreiben gelte.¹⁷ Von kirchlich-theologischer Seite wurden stattdessen Jahrhunderte lang die journalistischen Selektionskriterien wie „Überraschung“ oder „Negativität“ der Kontinuität der frohen Botschaft diametral gegenübergestellt. Entsprechend konnte zwischen Gottes guter Schöpfung und der schlechten journalistischen Konstruktion von Wirklichkeit polarisiert werden. Doch wäre es billig, das Problem der Theodizee und ihre praktisch-theologischen Herausforderungen mit dem Verweis auf den Nachrichtenfaktor „Negativismus“ lösen zu wollen. Zum anderen hat bereits Niklas Luhmann darauf verwiesen, dass neben dem Schaden auch der Erfolg¹⁸ und damit eben auch die „gute Nachricht“ einen wichtigen Medienwert darstellen.

Ferner haben bestimmte Nachrichtenwerte, Gesprächswerte und Glaubenswerte schon als Selektionsregeln für die Aufnahme von Geschichten in den biblischen Kanon gedient. Man denke nur an die sensationellen Wunderheilungen des Neuen oder die Kriege und Katastrophen des Alten Testaments. Die empirisch legitimierte Klage über die „Negativität als Nachrichtenideologie“¹⁹ könnte von daher auch auf manche biblischen Texte bezogen werden. Zudem gibt es nicht wenige Pfarrer, die kontrastierend zum hellen Evangelium eine dunkle, negative Folie der Welt als Jammertal zeichnen und sich bei ihrer Selektion des Weltgeschehens quasi am Faktor „Schaden“ orientieren. Ruth Ayaß hat dies in ihrer schonungslosen Analyse der Sendereihe „Wort-zum-Sonntag“ rundfunkhomiletisch bestätigt.²⁰ Auch die (nicht nur pastorale) Kritik, dass der Journalismus vorrangig das flüchtige Tagesgeschehen wahrnehmen muss, um gehört zu werden, kann empirisch widerlegt werden. Gerade in der journalistischen Wahrnehmung von Kirche finden sich häufig umfangreiche Reportagen oder Features zu nachhaltigen Dauerthemen, die eben keinen Nachrichtenwert Aktualität im Sinne eines möglichst kurzen

17 Vgl. Johan Galtung / Mari Holmboe Ruge, The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Foreign Newspapers, in: Journal of Peace Research, Jg. 2 (1965), 64-91.

18 Vgl. ders.: Öffentliche Meinung, in: Wolfgang R. Langenbucher (Hrsg.), Zur Theorie der öffentlichen Kommunikation, München 1974, 27-54, hier: 37.

19 Hans Mathias Kepplinger / Helga Weißbecker, Negativität als Nachrichtenideologie, Publizistik, Jg. 36 (1991), 330-342.

20 Vgl. Ruth Ayaß, Das Wort zum Sonntag. Fallstudie einer kirchlichen Sendereihe, Stuttgart u. a. 1997, 264ff.

„Lag“ zwischen Ereignis und Nachricht enthalten.²¹ Insofern bin ich skeptisch, ob die Zeit tatsächlich ein gewichtiges Differenzkriterium zwischen Pastoraltheologie und Journalistik darstellt.²² Gerade Predigten leiden unter der raschen Aufnahme unspezifischer und pauschaler Illustrationen und vermeiden das treffende, konkrete Detail. Demgegenüber sind es häufig Reportagen, die deshalb begeistern und mit Medienpreisen ausgezeichnet werden, weil sie auf minutiöser Recherche und der Ruhe des „gedehnten Blickes“ (Wilhelm Genazino)²³ fußen.

Ohne eine grundlegende Akzeptanz der Nachrichtenfaktoren, wie sie das Interesse der Gemeinde als Mediennutzer bestimmt, dürfte es der praktizierten christlichen Publizistik schwer fallen, beim Hörer Relevanz zu beanspruchen. Vor allem die Authentizität christlicher Existenz könnte sich in christlich-publizistischer Perspektive als gewichtiger Nachrichtenfaktor erweisen. Freilich kann es nicht darum gehen, die empirisch ermittelten Nachrichtenfaktoren ungebrochen als pastoraljournalistische oder homiletische Selektionskriterien zu benutzen, um sich Gehör zu verschaffen. Vielmehr muss gefragt werden, welche theologischen Ergänzungen die Selektionsregeln dieser Welt benötigen. So lässt sich mit der Maxime Rudolf Geisendörfers, „Stimme der Stummen“ zu sein, nur bedingt ein Medienwert ausmachen. Auch ein Verständnis von Relevanz als einseitiger Fixierung auf das (teils mutmaßliche) Medien- wie Gemeindeinteresse dürfte der Wahrnehmung unbequemer Wahrheiten im Wege stehen und eint Pfarrer und Journalisten als potenzielle (Unheils-)Propheten. Dieser prophetische Blick müsste sich vor allem auf jene Ausschlussmechanismen richten, nach denen die kommunikativen Interessen von Menschen dem Altar der Medienwerte geopfert werden. Dabei muss jedoch zwischen intentionalem Verschweigen und zwangsläufiger, unvermeidbarer Nichtbeachtung unterschieden werden. Auf jeden Fall gehört auch das der Medienwelt Fremde und damit auch den Medienwerten Sperrige zur christlichen Botschaft und damit zur christlichen Publizistik.

21 Vgl. Daniel Meier, *Kirche in der Tagespresse. Empirische Analyse der journalistischen Wahrnehmung von Kirche anhand ausgewählter Zeitungen*, Studien zur Christlichen Publizistik, Bd. 12, Erlangen 2006, 174ff., 289ff.

22 Vgl. Christian Grethlein, *Kommunikation des Evangeliums in der Mediengesellschaft*, ThLZ.F 10, Leipzig 2003, 73f.

23 So der entsprechende Titel einer Textsammlung des Büchner-Preisträgers, München – Wien 2004.