

Alexander Görlach

## Ein neues Zeitalter

Kirche und Medien im Jahr 2025\*

### Vorüberlegungen

Glauben wir, dass Kirche und Christentum noch wesentlich und essentiell für die deutsche Gesellschaft sind? Glauben wir, dass christliche Theologie, Ethik und Philosophie Antworten bieten, wenn es um die großen Weichenstellungen für die nächsten Jahrzehnte geht – unter der Leitfrage: „Wie wollen wir leben?“ Wenn wir diese Fragen mit Ja beantworten, können wir an dieser Stelle über eine Vision für Kirche und Medien weiterreden.

Warum stelle ich das an den Anfang dieses Textes?

- Wenn wir darüber diskutieren, die Sendeplätze aufzugeben, die den Kirchen als Körperschaften des Öffentlichen Rechtes im Fernsehen und Radio zustehen, um stattdessen einen eigenen katholischen Fernsehsender zu gründen, dann ist das falsch. Wir würden uns aus der Gesamtgesellschaft zurückziehen.
- Wenn Kirchenredaktionen darüber streiten, ob im Teaser zu einem Magazin mit Verkündigungscharakter am Sonntagmorgen eine offene Kirchentür zu sehen sein darf oder nicht und die Kirchentür am Ende nur und nach hartem Ringen nach einer Cappuccino-Maschine zu sehen sein darf, dann sind die Prioritäten schief. Der Sonntag ist der Tag des Herrn. Wenn man das schon nicht mehr in einer Kirchenredaktion sagen darf, kann Kirche ihren Gestaltungsanspruch – beispielsweise, wenn sie in Karlsruhe gegen die Aushöhlung der Sonntagsruhe klagt – vergessen.
- Wenn neuen Medien mit Skepsis begegnet und nicht ihr Potenzial gesehen und genutzt wird, dann verwirkt Kirche einen Platz in der neuen digitalen Öffentlichkeit, in der sie genauso eine Stimme haben könnte, wie in der alten analogen Welt.
- Wenn Kirchen in den Medien im Jahr 2025 noch vorkommen, dann nur, weil sie als Akteure relevant sind, weil sie etwas Relevantes zu sagen haben.

\* Beitrag zum Symposium der Gesellschaft Katholischer Publizisten am 11. Oktober 2010 in Bonn, das sich mit der Zukunft kirchlicher Medien („Der blockierte Medienriese“) befasste.

## Kirche – katholische Publizisten – Gesellschaft

Wenn wir von einer Vision für die Medien und die Kirche sprechen, haben wir drei Akteure im Blick: die Kirche, katholische Publizisten und die Gesellschaft. Mein Eindruck ist, dass die Sprechfähigkeit der Kirche nachgelassen hat und nachlässt. An die Mehrheit der Gesellschaft, mit 50 Millionen Kirchenmitgliedern in Deutschland durchaus christlich geprägt, kommen die Amtsträger nicht mehr heran. Die fehlende Übersetzungsarbeit, die eigentlich in Homiletik und in Pastoralseminaren geleistet werden sollte, wird schwer aufzufangen sein.

Katholische Journalisten sind auch nicht mehr überzeugend sprechfähig. Die Dialektik von Überzeugungsarbeit und kritischer Annäherung hat ihnen in den vergangenen Jahrzehnten schwer zugesetzt. Wenn man in einer Tageszeitung oder einem Sender tätig ist, dann kann man auf der Empörungs- und Kritikwelle über Kirche berichten. Dazu kommt, dass man dort in der Vereinzelung unterwegs ist. Die Gesellschaft ist plural, demokratisch und säkular. Keiner von uns möchte in einer religiösen Gesellschaft leben. Katholische Journalisten und Publizisten werden sicher nicht an einem Umsturz arbeiten und unsere Gesellschaft in eine Theokratie verwandeln wollen.

Wahrheitsfindung bedeutet daher in unserer Gemeinschaft: Diskurs. Wer das beste Argument auf seiner Seite weiß, kann die Deutungshoheit über einen Diskurs erlangen. Zur Glaubwürdigkeit eines Arguments gehört immer die subjektive Wahrhaftigkeit des Absenders. Wort und Beispiel müssen so kohärent sein wie Prämissen und daraus abgeleitetes Argument. Sonst verfängt es nicht. Das heißt, es erlangt keine Gültigkeit im gesellschaftlichen Diskurs. Daran muss sich auch die Kirche messen.

### Aufgaben katholischer Publizisten

Beim Einchecken zu einer Veranstaltung der Gesellschaft Katholischer Publizisten wurde ich vom Herrn an der Hotelrezeption gefragt, was denn ein „katholischer Publizist“ sei. Das ist doch eine spannende Frage! Ich meine, dass man sich so nennen kann, wenn die Prägekraft des katholischen Christentums eine so starke Rolle im Leben des Publizisten spielt, dass sie auch in der Arbeit zum Tragen kommt. Das kann auf verschiedene Weise und mit verschiedener Intensität zum Ausdruck kommen. Publizist ist nicht nur der Journalist, sondern jeder, der publiziert: Autoren, Blogger, Fotografen, Bühnenkünstler. Dort, wo Äußerungsformen für eine Öffentlichkeit

klare christliche Entlehnungen und Konturen haben oder Deutungen aufgrund der christkatholischen Tradition vorgenommen werden, ist ein Publizist katholisch.

Die erste Aufgabe katholischer Publizistik ist meiner Meinung nach das Erklären. Glaubenswissen ist verloren gegangen. Sachverhalte werden komplizierter, einfache Antworten sind Sache von Sekten, nicht von katholischen Publizisten. Der Komplexität müssen wir uns stellen. Kommt der katholische Publizist dann nicht in Konflikt mit der Wahrheit des katholischen Glaubens? Wer Journalist ist, der ist immer ein Fragender. Er hat nicht alle Antworten im Gepäck, sonst könnte er sich jedes Interview, das er führt, schenken. Die Theologie und Philosophie helfen ihm zu systematisieren, die richtigen Fragen zu stellen und den Menschen im Blick zu haben. Er kann *cooperator veritatis* werden, wenn er versucht, im Rahmen seiner Arbeit zu erklären, was der Glaube der Kirche ist. Der Publizist ist kein Missionar und auch kein „laikaler Amtsträger“ der Kirche.

Die zweite Aufgabe ist die Sensibilität für gesellschaftliche Weichenstellung und Veränderung von Wertvorstellung und Ethos, die mit dem christlichen Menschenbild nicht mehr übereinstimmen: Stammzellforschung, PID, Abtreibung, Sterbehilfe. Es geht sehr oft um Anfang und Ende des Lebens, um die Verfügbarkeit der menschlichen Person. Bei der Integrationsdebatte müssen katholische Publizisten Seismographen sein, Frühmerker gesellschaftlicher Radikalisierung. Es gibt Themen, da darf der katholische Publizist Überzeugungstäter sein und sich zum Meinungsführer aufzuschwingen versuchen.

## Vision von Kirche

Joachim von Fiore sieht am Ende des 12. Jahrhunderts an seiner kalabresischen Küste ein neues Zeitalter anbrechen: das des Heiligen Geistes. Dieses Zeitalter kennt keine Kirche mehr. Wird das 21. Jahrhundert in unserem Land das erste ohne Stimme der Kirche sein? Wir müssen uns in Deutschland schonungslos den Resultaten des Zweiten Vatikanischen Konzils stellen. Da ich aus einer Gemeinde komme, in der nach dem Konzil nachts und ohne Wissen der Gemeinde der Hochaltar und die Kirchenausstattung auf dem Feld verbrannt wurden, kann ich dem katholischen Schriftsteller Martin Mosebach mit seiner Analyse nur recht geben: Die Gläubigen haben damals die Orientierung verloren. Kein Latein mehr in der Messe heißt eben nicht, dass man versteht, was die Kirche meint.

Wie im politischen Betrieb auch, so verteidigt die Achtundsechziger-Generation der katholischen Kirche in Deutschland ihr Erbe. Sie

muss sehen, dass es in der Zeit ihres priesterlichen Wirkens war, als sich die Kirchen leererten. Sie sollten sich eigentlich füllen: durch Gitarrenklang, Mantelalben, Batquestolen und Weißbrotbrechen. Nichts davon ist eingetreten.

Wir haben das bei Opel gesagt: Eine geregelte Insolvenz bedeutet nicht den Untergang. Die Kirche muss sich jetzt neu sortieren. Das ist ihre Chance, das ist die Vision. Die Kirche muss ihre große liturgische Tradition mit der Tiefe der geistlichen, geistigen, philosophischen und theologischen Überlieferung verbinden. Wenn wir auf die Veränderungen in der Welt durch die neuen Medien schauen, so kommt zum Beispiel der Kommunikationswissenschaftler Norbert Bolz zu dem Schluss, dass es die Theologie ist, die diese Veränderungen, diesen kulturellen Shift, sprachlich verarbeiten und aufbereiten kann. Wer hätte gedacht, dass wir Facebook, Google und Amazon mit Thomas und Augustinus verstehen und erklären können?

## Kirche und Medien 2025

Papst Benedikt XVI. hat im Kontext der Williamson-Affäre eingestanden, dass die ganze Angelegenheit mit Kenntnis des Internets und entsprechender Recherche so nicht passiert wäre. Mediengattungen, Formate, Wirk- und Rezeptionsweisen haben sich grundlegend verändert, verändern sich noch. An diesem Prozess muss die Kirche Anteil nehmen. Sie muss ihn zu gestalten suchen.

Bolz sagte in einem Interview mit dem Magazin „The European“, dass Soziale Netzwerke, dass das Internet Religion ersetze. Er meinte das so: Religio (lat. von religare, „zurückbinden“) bedeutet Rückversicherung. In den sozialen Netzwerken bin ich in stetem Austausch mit den Menschen, die ich kenne, die mich prägen, anhand derer und im Spiegel derer ich mich wahrnehme. Das sind die Bezugspunkte und Koordinaten meines Daseins. In dem sie ein großes, je nach persönlichem Radius, globales Netzwerk ausfalten, weisen sie über den Moment hinaus, zeigen alle Stationen meines Lebens bisher und weiten sich in die Zukunft. Denn nichts von dem, was wir hier gemeinsam tun und erleben, wird je vergessen. Das Web ist das Weltgedächtnis. In ihm fallen Ort und Zeit in eins. Dadurch entsteht Überzeitliches, Omnipräsentes – zwei Prädikate, die klassischerweise nur Gott zukommen.

Von daher tritt das Internet in Konkurrenz zur Religion. Sie wird im Spiegel dieser Neuerungen nicht ideologisch oder philosophisch herausgefordert, sondern technologisch. Dennoch: Zur Erfassung dessen, was die Errungenschaften des Web bedeuten, wie wir die gesellschaftlichen, kulturellen Veränderungen ins Wort heben, benut-

zen wir – nicht nur Norbert Bolz – die Sprache der Philosophie. Auch die der Theologie. Bolz sagt: „Die Theologie hat das beste Beschreibungsmaterial für das, was mit unserer technischen Wirklichkeit im Moment passiert.“

Durch das Netz erleben wir einen Epochensprung gutenberg-schen Ausmaßes. Was hat Gutenberg zuerst gemacht, um zu zeigen, dass seine Erfindung nicht mit dem bricht, was althergebracht und als gut gedacht und empfunden wurde? Er hat die Bibel gedruckt. Was hat Palestrina komponiert, als die neue Vokal-Polyphonie als Sitz teuflischer Versuchung gebrandmarkt wurde? Er hat die Missa Papae Marcelli geschrieben. Damit hat er die kirchliche Autorität überzeugt. Palestrina und Gutenberg haben kraftvoll und bis heute bleibend gedeutet, dass den Wandel zu begleiten die Sache der Religion ist. Sie besitzt Zugriff auf das Verständnis des Menschen, der ja Urheber und Ziel allen Wandels ist. Das gilt für das Christentum in besonderem Maße, denn dieser Glaube hängt eng und unveränderlich mit der Menschwerdung Gottes zusammen. Es ist der Mensch, um den es geht.

## Resümee

Was heißt das für die katholische Publizistik? Dass sie einer großen Zukunft entgegen geht, einem neuen Äon, einem neuen, guten Zeitalter. Warum? Weil Interpretationen dessen, was Neues auf uns zugekommen ist, erwünscht sind und gebraucht werden. Das Netz erschafft nicht den neuen Menschen, aber der Mensch entdeckt durch es alle Facetten an seinem Menschsein. Von der Partnerfindung, über den Buchkauf, bis zum Wissenserwerb, der Wissenaufbewahrung und der Wissensweitergabe ändert sich alles in unserer Gesellschaft. Kunst- und Kulturgenuss verändern sich. Die Berliner Philharmoniker haben ein Studio, in dem sie Konzerte aufzeichnen, die im Web von China, Australien und den Fidschi-Inseln aus gehört werden können.

Die Kirche wird im Zuge dessen selbst zu einem Medium. Sie sendet und empfängt, sie ist eine Entität im digitalen Raum. Sie muss Inseln und Landstriche der digitalen Welt urbar machen und bevölkern, so wie sie vor Jahrhunderten Europa geistig urbar gemacht und den Kontinent zusammengeführt hat. Die christliche Kultur hat dazu die Kraft, weil der christliche Glaube dazu die Kraft hat. Die Aufgabe wird sein, in den nächsten Jahren diese Kultur auf die Arche zu nehmen und sie in der neuen digilogen Welt – denn analog und digital sind keine Gegensätze mehr – hinüberzutragen.