

Heiner Koch

Spiegelung der Spiegelungen der Kirche in den Medien

Ein bischöflicher Einspruch*

170 Fernsehsender, 330 Hörfunkprogramme, 1000 Zeitschriften und 350 Tageszeitungen, 100 Millionen Internetseiten, 70 000 neue Bücher pro Jahr, 3,5 Stunden Fernsehkonsum pro Bundesbürger und Tag sowie 40 Minuten Internet: Wie vielfältig sind die Medien, ihre Möglichkeiten und Grenzen? Und wie vielfältig zeigt sich Kirche und wird Kirche dargestellt und wahrgenommen in dieser unübersehbar bunten Welt der Medien? Kirche in den Medien – wie bedeutsam und chancenreich ist dieses Miteinander, wie belastend und wie gefährlich und welche Konsequenzen sollte die Kirche aus dieser Verwobenheit ziehen? Diese Fragen möchte ich mit jeweils drei Einwüfen erörtern und zu einer Antwort führen.

Warum ist die Präsenz der Kirche in den Medien chancenreich?

Für viele Menschen sind die Kirche und die christliche Botschaft fast nur noch über Medien in ihrer Wahrnehmung präsent. Die Medien tragen die Kirche und ihre Botschaft in die Häuser – auch in die der Kirche Fernstehenden. Es ist erstaunlich, wie sehr gerade die katholische Kirche über die Medien die Menschen erreicht. Wie sehr bewegt vor allem der Papst die Menschen: Christen und Menschen anderer Religionen, Freunde und Gegner der Kirche, Atheisten und Gleichgültige.

Die Medien ermöglichen vielen Menschen eine aktive Teilnahme an den Gottesdiensten, die sie übertragen. Sicherlich setzt dies bei den Medienverantwortlichen für Wort und Bild ein solides liturgisches Wissen und ein Empfinden für das Geheimnis der Liturgie voraus, sicherlich gibt es da auch abschreckende Beispiele. Ich erinnere mich aber mit Freude etwa an manche Übertragungen während des Kölner Domjubiläums 1998 und während des Kölner Weltjugendtages 2005, die mit sehr viel Bereitschaft und Mühe Gottesdienstfeiern übermittelten, die nicht nur Fachleute als liturgische Kunstwerke bezeichneten.

* Überarbeitete Fassung eines Vortrags bei einer Tagung der Gesellschaft katholischer Publizisten Deutschlands am 31. Oktober 2011 in Bonn.

Medien helfen der Kirche, die kirchliche Situation in der heutigen Gesellschaft zu beobachten. Im Ringen darum, wie viel Raum der Kirche in den Medien eingeräumt wird, und in der Art und Weise der Darstellung der Kirche und des kirchlichen Geschehens in den Medien, erfährt Kirche, wie wenig Bedeutung viele Menschen ihr geben und wie machtvoll dem gegenüber andere persönliche und gesellschaftliche Größen in den Medien gewichtet werden. So kann sie etwa nur davon träumen, mit dem gleichen Umfang der Sendezeit, wie ihn „Domian“ mit den von ihm vertretenen ethischen Positionen im WDR-Fernsehen erhält, ebenso eine Stunde lang an fünf Werktagen kirchliche Positionen im WDR-Fernsehen verbreiten zu können.

Mancher kritische Blick der Medien hilft der Kirche, sich selbst ehrlich in den Blick zu nehmen und sich immer wieder auf den notwendigen Weg der Selbsterneuerung zu machen. Auf der anderen Seite schweißen manche ideologisch geprägte, einseitig die Realität verkürzende und manipulierende Sendungen und Artikel innerkirchlich zusammen und verstärken die „Jetzt erst recht-Haltung“. Nicht wenige Pauschalangriffe bewirken in der Kirche einen großen konservativen Ruck.

Über die nachbarschaftliche Kirche in der heimischen Umgebung wird in den Medien in der Regel intensiv und positiv berichtet. Diese wertschätzende Berichterstattung fördert und stärkt die Vielen, die die Gemeinden vor Ort tragen.

Warum ist die Präsenz der Kirche in den Medien gefährlich?

Medien liefern heute oft nur kurze, prägnante und damit nicht selten die Realität und Gedankengänge verkürzende und oftmals auch entstellende Darstellungen. In diesen ist die Kirche etwa nur eine lobbyistische gesellschaftliche Machtinstitution, weil die Tiefe des Betrachtens und die Weite des Denkens fehlen, um sie etwa als heilige sakramentale Wirklichkeit, als Ort der Realpräsenz Gottes wahrzunehmen. Der Zölibat, um ein anderes Beispiel zu nennen, verkümmert in mancher medialen Kurzwahrnehmung dann zu einem Selektionsinstrument machtbewusster Autoritäten, während seine zutiefst spirituelle Sicht als Ausdruck einer persönlichen Gottesbeziehung, als eschatologisches Zeichen oder als Ausdruck der gelebten Solidarität mit den Einsamen und Verlassenen kaum in den Blick kommen. In dieser gedrängten Kürze gibt es auch kaum Raum für die Sicht langer geschichtlicher Prozesse und für den langen Atem eines oft Jahrhunderte andauernden Wachstumsprozesses, der die Kirche auszeichnet.

Wichtiger ist in vielen Medien zudem oft, dass mehr über etwas erregt gesprochen wird als dass differenziert wahrgenommen und beurteilt wird. Entscheidend ist nicht die Wahrnehmung einer vielschichtigen Realität, sondern was aus einem Aspekt dieser Realität gemacht werden kann. Wie viele Talkshows etwa waren im Zusammenhang mit der jüngsten Deutschlandreise des Heiligen Vaters offensichtlich genau nach diesen Kriterien personell zusammengesetzt. Wie oft wollten sie beeindrucken und wie wenig differenziert informieren! Damit bilden Medien die Realität nicht nur ab, sondern stellen im Bewusstsein der Menschen neue Wirklichkeiten her: Spiegelungen der Wirklichkeit in den Köpfen und Herzen der Menschen, die dann wieder in den Medien gespiegelt werden, was aber oft mit der ursprünglichen Realität der Kirche und des Glaubens nur wenig zu tun hat.

Medien, die in hohem Maße von der Aktualität ihrer Inhalte leben, berichten überwiegend über die Kirche gerade in ihrer aktuellen Verfassung und kaum noch über die Inhalte des Glaubens, für die die Kirche steht. Die unterschiedlichen Gottesbilder der Weltreligionen sind dann ebenso selten ein Thema wie christologische Fragen. Auch dadurch verdunstet der spezifisch christliche Glaube im Bewusstsein vieler Menschen immer mehr, zumal sie sich oft nur der Massenmedien bedienen, um die Inhalte ihres Glaubens kennenzulernen. So geht der christliche Glaube für viele immer mehr unter in dem Brei des „Im Grunde ist es egal, woran einer glaubt, wenn er denn überhaupt meint, glauben zu müssen“.

Viele Zeitgenossen erleben die Kirche nur über die Medien und begeben sich so immer mehr als Christen in die Rolle des Zuschauers der Kirche, an deren Leben und Auftragserfüllung sie aber nicht teilnehmen. Sie verfolgen das kirchliche Leben zumindest phasenweise mit Interesse, wahren aber zugleich ihre Distanz. Sie bleiben manchmal als applaudierender, manchmal als sich entsetzender Betrachter draußen. Sie begrüßen es, dass Menschen beten, aber sie beten nicht mehr selbst. Sie lassen Gottesdienste feiern, aber feiern nicht mehr mit. Sie finden es gut, dass es in dieser Gesellschaft die Kirche gibt, aber sie lassen sich nicht einbinden. Über die Zahlung der Kirchensteuer delegieren sie, aber partizipieren nicht: Aus der aktiven Partizipation wird der passive Medienkonsum.

Diese Verkümmernung des Glaubens führt schließlich zu seiner Verdunstung im eigenen Herzen und damit zu einem langsamen Sterben des Glaubens – bis zur Bedeutungslosigkeit. Erfahrbare wird diese Entwicklung nicht zuletzt an dem immer stärker schrumpfenden Wortschatz der Glaubenssprache. Man versteht die Worte der kirch-

lichen Tradition, der Lehre und des Gottesdienstes immer weniger, man kennt kaum noch ihre Bedeutung. Noch mehr aber minimalisiert wird der aktive Wortschatz: Immer weniger Zeitgenossen sind in der Lage, ihrem Glauben sprachlichen Ausdruck zu geben, geschweige denn ihn verkündigend und erläuternd in die gesellschaftliche Diskussion einzubringen. Eine unmittelbare Folge dieser Entwicklung ist das Verschweigen Gottes in immer mehr Familien. Glaube kann immer weniger mitgeteilt werden, er gerät selbst in unseren Familien zu einem Tabuthema. Ein in den Familien nicht mehr mitgeteilter Glaube der Eltern hinterlässt in den Herzen der Kinder keine Spuren und vertrocknet selbst im Fühlen und Denken der Menschen, die ihn verschweigen. Der Medienkonsument in Fragen des Glaubens wird allenfalls visuell berieselt, aber faktisch sprachlos: Es fehlen die Worte des Glaubens und damit der Zugang zu dem Wort der christlichen Botschaft.

Was soll die Kirche aus dieser Medienverwobenheit lernen?

Der Glaube kommt vom Hören (vgl. Röm 10,14). Gerade die christliche Botschaft, in der Gott sich selbst als das Wort offenbart (vgl. Joh 1,1), ist auf die Verständigung in der Sprache, auf das Vernehmen des Wortes und das Geben einer Antwort auf das Wort Gottes angewiesen. Die Sprache des Glaubens wird von unseren Familien an bis in die Großgesellschaft hinein aber immer mehr zu einer Fremdsprache, die man weder versteht noch weiterzugeben vermag. So findet das Wort Gottes kein Gehör und keine Antwort. Der kirchliche Raum wird immer mehr zu einem sektenhaften Nebenraum dieser Gesellschaft ohne umfassende Lebensbedeutung. Immer mehr Lebensfelder verlieren dementsprechend ihre prägende religiöse Fundierung und Beleuchtung. Evident wird dies beispielsweise auf dem Lebensfeld der menschlichen Sexualität. Die kirchliche Botschaft wird eigentlich nur wahrgenommen im Zusammenhang mit der Frage der Verhütungswege. In dieser auch existentiell so bedeutenden Frage kann die Kirche junge Menschen aber nur gewinnen, wenn es ihr gelingt, die hinter allen Positionen stehenden Werte und Überzeugungen ins Gespräch zu bringen: die Frage nach dem Bild des Menschen und den Wachstumsbedingungen menschlich erfüllter Beziehungen. Wir müssen als Kirche wieder aufeinander hören, einander verstehen, miteinander sprechen lernen: innerkirchlich und auf die Gesellschaft hin, in der wir leben. Katechese und Predigt werden wesentlich Sprachschule sein müssen, und Öffentlichkeitsarbeit muss Sprachhorizonte eröffnen.

In einer weitgehend durch die Medien geprägten Kommunikation müsste die Kirche Mut zum Profil beweisen. Wer kein spezifisches Gesicht zeigt, wird gerade in den Medien nicht wahrgenommen. Dies gilt erst recht auf dem Markt der religiösen und weltanschaulichen Möglichkeiten. Natürlich ist nicht jedes kirchliche Profil dem Glauben entsprechend und den Glauben fördernd. „Hauptsache im Gespräch“ kann kein Zielwort sein. Wir müssen uns schon immer wieder kritisch selbst überprüfen, worin, wie und warum wir profiliert wahrgenommen werden. Aber ohne Ecken und Kanten werden wir in einer Mediengesellschaft untergehen. Solches Profil wird sich zeigen im Profil ihrer Repräsentanten, in ihren Einrichtungen, in der Liturgie, im Stil ihres Miteinanders, in ihrem Suchen und Fragen. Das Sich-selbst-in-Frage-Stellen und das Den-anderen-in-Frage-stellen ist dabei vielleicht gerade heute ein profilierter Weg der Verkündigung.

Gerade in einer sehr kurzatmigen und schnelllebigen Zeit wird dabei das Profil des christlichen Glaubens mit Geduld und einem langen Atem durchgetragen werden müssen. Kirche muss der Versuchung widerstehen, kometenhaft immer up to date sein zu wollen, um schnell wieder aus dem Bewusstsein der Menschen zu verschwinden. Gereiftes Profil hat etwas mit Geduld und Wachstum zu tun. Gerade mit langfristigen Profilen kann Kirche in einer positiven Lang-Atmigkeit aufmerken lassen.

Sich auf den Weg des Glaubens zu bewegen, wird nur gelingen durch menschliche Nähe. Der Glaube braucht Begegnung, christlicher Glaube ist Beziehung. Der Glaube kommt immer auf zwei Beinen daher. Es ist wichtig, dass die Christen und die Kirche nahe bei den Menschen sind. Gläubige Nähe kann begeistern, motivieren und auf dem Glaubensweg stützen. Die fehlende Nähe gläubiger Menschen ist eine der größten Herausforderungen der Pastoral unserer Tage. Die Nähe zu den Menschen aufzugeben, ist deshalb eine der größten Versuchungen der Kirche heute. Bei allen oft auch sinnvollen Strukturformen muss diese Kernweisheit der Seelsorge bedacht sein.

Der Medienkonsum kann kein Ersatz für persönliche Begegnung sein. Sicherlich kann über die Medien, insbesondere über das Internet, eine Medien-Gemeinschaft der Kirche entwickelt werden. Sie kann aber nie die bezeugende und bewegende Kraft einer persönlichen, von Herz zu Herz gehenden Begegnung ersetzen. Allenfalls kann sie persönliche Glaubensbegegnungen ergänzen. Was aber, wenn immer mehr Menschen keine persönliche Glaubensbegegnung mehr erfahren, keine Menschen mehr erleben, die sie auf ihrem Glaubensweg begleiten und stabilisieren? Es braucht ein Pastoral der Nähe im Lebensraum der Menschen, persönliche Kontakte, die die

Bedeutsamkeit des Glaubens eröffnen. Das Sein im Dorf als Markenzeichen der Kirche droht heute verloren zu gehen. Dies sind keine Argumente gegen die Verbindungen von Gemeinden und verwaltungsmäßige Konzentrationen. Dies ist auch nicht in erster Linie ein Ruf nach mehr Priestern, die den Christen ihren pastoralen Auftrag der Nähe zu den Menschen von den Schultern nehmen. Dies ist ein Plädoyer für die Kirche, die gerade in der Ferne dieser Welt etwas von der Heimat Gottes erfahrbar werden lässt.

Die Spiegelung der Spiegelungen der Kirche in den Medien ist auch eine Spiegelung der Spiegelung der Journalisten in Bezug auf die Kirche. Von nicht wenigen weiß ich um den Druck, unter dem manche von ihnen gerade als Christen in ihrer Berufsgruppe stehen. Ich weiß um Journalisten, die unter großem Konkurrenzdruck stehen, und um Journalisten, die um der Verkaufszahlen und des wirtschaftlichen Erfolgs ihres Mediums willen schon lange nicht mehr sagen, zeigen und schreiben, was sie wollen. Ich kenne Journalisten, die unter starkem Druck ihrer Medienhierarchie und der Machtkonzentration in ihrem Medienkonzern stehen. Kirche in den Medien, das bedeutet für die Kirche auch lernen, sich sehr achtsam auf den Weg zu den Journalisten zu machen. Auch Journalisten sind schließlich nur Menschen!