

Gebhard Fürst

Die Welt am runden Tisch

Katholisches Medienengagement
im digitalen Zeitalter*

In der Auseinandersetzung um die Pius-Bruderschaft war in den vergangenen Wochen immer wieder die Rede davon, die Katholische Kirche müsse zu den Reformen des II. Vatikanischen Konzils stehen. Zuweilen aber schien es dabei, dass das Konzil dabei wie eine Schutzbehauptung oder ein Persilschein vor sich hergetragen wurde, ohne dass die jeweiligen Protagonisten jeweils die Konzilstexte selbst, geschweige denn deren Hintergründe, genauer kannten. Ich bin froh, dass als ein Nebeneffekt dieser insgesamt denkbar ungünstig verlaufenen Auseinandersetzung eine verstärkte Beschäftigung mit dem Konzil, seinen Texten und seinen Grundanliegen eingesetzt hat.

Zu den unbestreitbar wichtigen Errungenschaften des Konzils gehört auch eine neue Ausrichtung der katholischen Medienarbeit. Das Aggiornamento, die Öffnung gegenüber der Welt, das zentrale Leitmotiv des II. Vatikanums, bedeutete auch eine neue Öffnung gegenüber der Medienwelt, wie sie besonders das Konzilsdekret „Inter Mirifica“ (1963) ausführte. Das 40-jährige Jubiläum der Gründung des Catholic Media Councils (Cameco) bietet uns nun einen willkommenen Anlass, auf die Grundanliegen des Konzils zurückzublicken. Denn Cameco entstand im Umfeld der damaligen Überlegungen zu einer neuen Ausrichtung des katholischen Medienengagements. Wenn wir heute auf die Erfolgsgeschichte von Cameco schauen, blicken wir also auch auf die Impulse, die von dem Konzil für die Medienarbeit ausgegangen sind.

Die positive Grundeinstellung zu den Medien, die schon Papst Pius XII. in der Enzyklika „Miranda prorsus“ (1957) skizziert hatte, und die dann in „Inter Mirifica“ ausgeführt worden war, wurde 1971 in der Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“ grundlegend dargestellt. Dort heißt es: Medien sind nach kirchlicher Überzeugung „Geschenke Gottes“, weil „sie nach dem Ratschluss der göttlichen Vorsehung die Menschen brüderlich verbinden, damit diese im Heilswerk Gottes mitwirken“. Gemeinschaft und Fortschritt sind

* *Communicatio Socialis* dokumentiert leicht gekürzt die Ansprache von Medienbischof Gebhard Fürst anlässlich des 40-jährigen Jubiläums von Cameco bei einem Festakt am 6. Mai 2009 in Aachen.

die höchsten Ziele der medialen Kommunikation, Menschendienlichkeit und Orientierung am Gemeinwohl der Maßstab der Beurteilung. Bemerkenswert ist, dass schon „Communio et Progressio“ keine nationalen Grenzen kennt, sondern eine globale Perspektive einnimmt. Die Leistung der weltweiten Kommunikation wird mit dem Bild des „runden Tisches“ verdeutlicht:

„Die neue Technik für den Austausch unter den Menschen versammelt die Zeitgenossen sozusagen um einen runden Tisch. So kommen sie in dem Streben nach Brüderlichkeit und gemeinsamen Handeln miteinander ins Gespräch. Denn durch diese Instrumente wird das tägliche Gespräch der einzelnen aufgenommen, angeregt und weithin verbreitet. So wird das öffentliche Gespräch der ganzen Gesellschaft durch diese Medien ermöglicht und überall vernehmbar. Der so vermittelte Fluß der Nachrichten und Meinungen bewirkt in der Tat, daß alle Menschen auf dem ganzen Erdkreis wechselseitig Anteil nehmen an den Sorgen und Problemen, von denen die einzelnen und die ganze Menschheit betroffen sind. Das sind notwendige Voraussetzungen für das Verstehen und die Rücksichtnahme untereinander und letztlich für den Fortschritt aller“ (Art. 19).

Wenn die Medien für die gesellschaftliche Entwicklung und allgemein für das Fortschreiten der Menschen in der Geschichte eine so fundamentale Bedeutung haben, dann kommt es darauf an, die Nutzung der medialen Kommunikation allen zu ermöglichen, gerade auch denen, die noch nicht an diesen Entwicklungen teilhaben. Die Katholische Kirche ist aufgerufen, Beteiligungsgerechtigkeit auch im Hinblick auf die Medien herzustellen. „Communio et Progressio“ schreibt die Hilfe für die Entwicklungsländer ausdrücklich als eine wesentliche Aufgabe vor. Es heißt dort:

„Unter den zahlreichen Formen internationaler Zusammenarbeit, die durch das Wesen der Kommunikationsmittel geradezu aufgedrängt wird, ist die Hilfe für Entwicklungsländer von besonderer Bedeutung. Es ist zugleich Wirkung und Ursache der Unterentwicklung, wenn moderne Kommunikationsmittel nur in unzureichendem Maße vorhanden sind oder ganz fehlen. Ohne diese Techniken kann heute kein Volk mehr die notwendige Information und Bildung erreichen. Von daher wäre der wirtschaftliche, soziale und politische Fortschritt der Entwicklungsländer in Frage gestellt“ (Art. 92).

Die Hilfe soll sich dabei nicht auf die Beschaffung von notwendiger Technik beschränken, sondern auch bei der Ausbildung von Medienfachleuten geleistet werden, denn – so die Begründung – die reichen Länder „tragen Verantwortung nicht nur für ihr eigenes Wohl, sondern für den Fortschritt der ganzen Welt“ (Art. 93).

Cameco ist zwar schon vor dem Erscheinen von „Communio et Progressio“ gegründet worden. Es wird aber geprägt durch diesen Geist der Verantwortung, den das nachkonziliare Dokument hervorhebt. Cameco ist eine hoch angesehene Institution, die in 40 Jahren wertvolle Arbeit in der Förderung der Medienarbeit in Afrika, Asien und Lateinamerika und seit 1993 auch für Mittel- und Osteuropa sowie die Staaten der früheren Sowjetunion geleistet hat und auch weiter leistet.

Wenn wir über katholische Medienarbeit in Deutschland sprechen, stehen Unternehmen wie das Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses, die Katholische Nachrichtenagentur oder etwa die Wochenzeitung „Rheinischer Merkur“ im Mittelpunkt. Cameco findet – wenn überhaupt – nur am Rande Erwähnung. Das mag daran liegen, dass die Früchte der Arbeit von Cameco hier in Deutschland nicht sichtbar sind, sondern nur in den Ländern, in denen Cameco tätig ist. Wir sollten uns aber bewusst sein, dass Cameco einen Dienst erfüllt, der auch mit uns in Deutschland zu tun hat.

Was wir an Hilfen weitergeben können, ist nicht nur das Geld für technische Ausstattung und die Beratung in strategischen Fragen oder in der Ausbildung, sondern es sind auch Konzepte zum Verständnis der Medien und des kirchlichen Wirkens in diesem Bereich. Die Deutsche Bischofskonferenz befindet sich derzeit in einer Phase des intensiven Nachdenkens über die Zukunft des kirchlichen Medienengagements. Wir haben uns im Rahmen eines Studientages mit der aktuellen Entwicklung der Medienlandschaft beschäftigt und erste Weichenstellungen für die Zukunft unternommen. Es ging dabei um die Frage, wie die Katholische Kirche ihre mediale Präsenz in der digitalen Welt verbessern kann.

Chancen und Risiken des digitalen Zeitalters

Kirchliche Medienarbeit hat sich seit dem Jahrzehnt des II. Vatikanums gravierend verändert. Als die Autoren von „Communio et Progressio“ die Vision vom Runden Tisch formulierten, war die Vorstellung davon, wie Medien Menschen verbinden können, vorwiegend geprägt vom Modell des Fernsehens: Weltweite Live-Übertragungen hatte es bereits bei Großereignissen gegeben, diese versammelten die Menschen weltweit vor den Bildschirmen. Doch die Entwicklung, die sich damals punktuell andeutete, ist zwischenzeitlich erheblich fortgeschritten, sie hat sich durch das Entstehen unzähliger Sender und Programme, das wie ein Boom wachsende Auftauchen des Internet als weltweites Netz nahezu endlos potenziert.

Heute stellen wir uns im Zeitalter der digitalen Medien die Verbindungen von Menschen über Medien völlig anders vor als dies zu Zeiten des Konzils oder auch zu Beginn der 1970er Jahre absehbar war: als ein weltweites Netzwerk, das unendlich viele Möglichkeiten von Kommunikation bietet, und zwar nicht nur in einer Richtung von einem privilegierten Sender zu einem Massenpublikum von bloßen Empfängern, sondern auch in gegenläufiger Richtung, da jeder Empfänger auch selbst wieder Rückmeldungen geben, seine eigenen Botschaften verbreiten kann und so selbst zum „Sender“ wird. Mit Computern oder immer kleineren multifunktionalen mobilen Endgeräten können sich Menschen weltweit in einen medial vermittelten Dialog einklinken. Digitale Speichermedien haben nach der Audio- und später der Videokassette die sendezeitunabhängige Verfügbarkeit von Programmen ins Unüberschaubare gesteigert. Der runde Tisch, den uns „*Communio et Progressio*“ vor Augen führte, hat sich enorm vergrößert, da immer mehr Kommunikatoren ihren Platz daran finden.

Ein weiterer zentraler Aspekt der heutigen Medienwelt ist die Dominanz der Bilder. Die Rede vom „*iconic turn*“ beschreibt eine kulturelle Entwicklung, die die Bilderkommunikation gegenüber dem Wort immer mehr in den Vordergrund gerückt hat. Auch dies hatte zwar schon mit dem Zeitalter des Fernsehens begonnen, hat sich aber in den letzten Jahren dramatisch weiterentwickelt. Live-Schaltungen haben nicht nur bei sportlichen Großereignissen wie Olympiaden oder Staatsakten und Fürstenhochzeiten ihre Berechtigung, da sie auf weltweites Interesse stoßen. Auch für die Kirche hat diese Form der unmittelbaren Teilhabe an Ereignissen eine große Relevanz erlangt. Papst Johannes Paul II. hat die Macht der Medien erkannt und genutzt, indem er Bilder setzte, die um die Welt gingen, auf seinen zahlreichen Reisen wie auch in dem erschütternden Prozess seines Sterbens, an dem sozusagen eine weltweit verbundene Trauergemeinde Anteil nehmen konnte.

Trotz der Überflutung durch Bilderkommunikation sind die traditionellen Medien aber nicht obsolet geworden. Das Internet ist eine Plattform, die Bewegtbilder oder Audiodateien ebenso zur Verfügung stellt wie Texte. Die Fachleute sagen uns, dass ein Schlüsselwort der Zukunft Crossmedialität heißt, d. h. die strategische Steuerung der Informationsvermittlung über die miteinander vernetzten diversen Kanäle. Die traditionellen Medien wie Zeitungen, Hörfunk und Fernsehen schaffen eigene Auftritte im Netz, sie verknüpfen Print mit Audio- und Videodateien, die in Mediatheken unbegrenzt abrufbar sind. Und es gibt im Netz nicht nur die Verweise auf andere Seiten,

sondern auch Verweise aus dem Netz hinaus, z. B. auf das Buch, das man sich bestellen und im Lehnssessel, am Strand oder in der U-Bahn wie bisher lesen kann.

Die Aufforderung von „Communio et Progressio“ an die Kirche, sich auf die Medienwelt einzulassen und sich an ihr zu beteiligen, wird angesichts der Fülle der heutigen medialen Möglichkeiten zunehmend schwieriger. Dazu kommt gerade auch für uns als Kirche die Frage und zentrale Aufgabe, nicht nur über die Nutzung von Möglichkeiten nachzudenken, sondern auch die Kategorie der Verantwortung für das Handeln und seine Maßstäbe in den Blick zu nehmen und die Blicke der Menschen darauf zu lenken.

Weiterhin müssen wir uns die Frage stellen, welche Botschaft über welchen medialen Weg an welche Nutzergruppe zu bringen ist. Die zielgruppenspezifische Ansprache heißt hier ein neues Zauberwort. Wir haben in den vergangenen Jahren viel erfahren über die Interessen und Bedürfnisse der Nutzer. Eine weltweit angelegte Untersuchung der Bertelsmann-Stiftung, der sogenannte Religionsmonitor, hat anhand repräsentativer Umfragen ermittelt, dass in der deutschen Bevölkerung Glauben und Religiosität weit stärker verbreitet sind, als man gemeinhin annimmt. Nach der Studie können beispielsweise rund 70 Prozent der Deutschen als religiös eingestuft werden, dabei sogar 20 Prozent, fast jeder fünfte Befragte als hochreligiös. Die Studien der Firma Sinus Sociovision, die im Auftrag unserer Medien-Dienstleistungsgesellschaft durchgeführt worden sind, haben einzelne soziale Milieus detailliert beschrieben, so dass wir wissen, welche Werte bestimmte soziale Gruppen haben, welche Ansprüche sie an die Kirche stellen oder über welche Medien sie zu erreichen sind.

Mit den neuen Medien, vor allem dem Internet, sind viele utopische Hoffnungen verbunden worden: die Überwindung physischer Grenzen, die Verfügbarkeit einer unendlichen Welt des Wissens und der Kommunikation, die Demokratisierung durch Teilhabe jedes Einzelnen oder die Entstehung ganz neuer Kommunikationsstrukturen in sozialen Netzen. Auf den ersten Blick tauchen hier viele Stichworte auf, die die Vision von „Communio et Progressio“ aufzunehmen und entfalten scheinen: Chancen für alle, Gemeinschaft, Demokratie und Fortschritt. Doch es hat sich gezeigt, dass die neuen technischen Möglichkeiten nicht automatisch Wege in eine bessere Welt ebnen. Die Vervielfachung der Angebote und der Absender von Botschaften hat eine bisher unvorstellbare Unübersichtlichkeit gebracht. Die wirklich wichtige und authentische Botschaft droht im Datenmüll des oft sinnlosen Geplappers in Chats, Blogs und Foren unterzugehen. Die schöne

neue Netzwelt, in der sich sogenannte und oft selbsternannte Kenner und Könner selbstverständlich bewegen, bleibt für viele Menschen weltweit längst nicht nur aufgrund technischer Lücken unzugänglich, unüberschaubar und fremd. Statt Zugang und Chancengleichheit für alle Menschen zu erreichen, entstehen so neue Barrieren. Elitäre Zirkel mit exklusiven Zugangsrechten sorgen für separierte Welten, statt die Vision der einen Welt zu befördern. Gleichzeitig wird es noch vieler finanzieller und technischer Anstrengungen bedürfen, den „digitalen Graben“ zwischen den Ländern des Nordens und des Südens, zwischen städtischen Zentren und ländlichen Regionen zu überbrücken. Es sollte unser aller Anliegen sein, die Chancen, die die neuen Technologien bieten, möglichst vielen zu erschließen – ohne die Risiken zu unterschätzen. Durch die neuen sozialen Netzwerke werden Kontakte möglich, die Menschen über Grenzen hinweg in engere Verbindung bringen. Gleichzeitig aber entwickeln sich auch problematische Formen des Umgangs wie Mobbing im Cyberspace oder die Abschöpfung von Nutzerdaten für kommerzielle Zwecke.

Die Macht der Bilder

Die Verlagerung der Gewichte innerhalb der Kommunikation von Begriffen auf Bilder spielt eine große Rolle in der Vermittlung, wenn es um Unmittelbarkeit und emotionalen Respons geht. Bilder haben große Überzeugungskraft – man kann ja die Ereignisse mit eigenen Augen sehen. Dabei ist aber mit der Vermehrung der Bilder und den neuen Möglichkeiten der technischen Reproduzierbarkeit auch eine Zunahme von Möglichkeiten der Manipulation festzustellen. Die Erzeugung digitaler Bilder im Computer, die virtuelle Welten wie real greifbar vor Augen stellen, wirft für uns Fragen auf. Fragen im Hinblick auf die Macht, die Bilder über den Menschen gewinnen können; Fragen über die Folgen einer Entwicklung, die Menschen zunehmend aus der Wirklichkeit und realen Kontakten entreißt und in virtuelle Zweit- und Scheinwelten entführt. Ich denke an gewalthaltige Computerspiele oder virtuelle Welten wie „Second Life“. Auch hier taucht massiv die bewusste Übernahme der Kategorie Verantwortung für unser Handeln und für gesellschaftliche Entwicklungen auf. Und das ist ganz konkret und stellt uns die Fragen: Welche Bilder wollen wir im Internet sehen, welche wollen wir zeigen, vor Augen stellen, nutzen – und welche eben nicht!

Mir ist in diesem Zusammenhang ein Gedanke des Philosophen Heinrich Spaemann sehr wichtig geworden, der lautet: „Was wir im Auge haben, das prägt uns, dahinein werden wir verwandelt. Und wir

kommen, wohin wir schauen.“ Gerade in der Aufarbeitung der Ereignisse in Winnenden scheint sich die Wahrheit dieses Gedankens zu bestätigen. Werden wir konkret: Schauen junge Menschen über lange Zeit Gewaltfilme oder sitzen Tag und Nacht am Computer mit Killerspielen, dann besteht die Gefahr, dass sich das Gesehene in ihre Köpfe schleicht, es wie Gift in ihre Seelen träufelt. Und wenn sie dann noch im realen Leben massive Probleme haben oder in einem gewaltfreundlichen Umfeld leben, dann kann es passieren, dass die Sicherung durchbrennt. „Was wir im Auge haben, das prägt uns, dahinein werden wir verwandelt.“ Dieser Satz wird so auch zur Mahnung, darauf zu sehen, was wir im Auge haben (und was wir anderen vor Augen stellen). Denn wir werden dahinein verwandelt. Ich möchte nachhaltig die Sätze von Bundespräsident Horst Köhler unterstreichen, die dieser in seiner Traueransprache in Winnenden ausführte:

„Es ist auch eine Frage der Selbstachtung, welche Filme ich mir anschau, welche Spiele ich spiele, welches Vorbild ich meinen Freunden, meinen Kindern und Mitmenschen gebe. Zur Selbstachtung gehört es, dass man ‚Nein‘ sagt zu Dingen, die man für schlecht hält, auch wenn sie nicht verboten sind. Die meisten von uns haben ein Gespür für Gut und Böse. Also handeln wir auch danach! Schauen wir auch genau hin, welche Bilder wir uns von unseren Mitmenschen machen, welche Menschenbilder wir in unserer Umgebung akzeptieren und von welchen wir uns selbst beeinflussen lassen: Welche Erwartungen haben wir an andere? Wie schön, klug und kraftvoll muss einer sein, um dazuzugehören? [...] Was wird aus denen, die solchen Bildern nicht entsprechen? Wie schnell fällt einer aus dem Rahmen – nur weil er anders ist, als wir es von ihm erwarten; nur weil wir zu bequem sind, um nachzudenken und unsere Schablonen zu korrigieren?“

Der Blick der Kirche auf die Medien hatte immer die doppelte Perspektive: Chancen erkennen, aber auch die Risiken wahrnehmen und benennen. Wir können die neue Medienentwicklung nicht ignorieren. Wir folgen der Aufforderung von „*Communio et Progressio*“, wenn wir die medialen Möglichkeiten prüfen und uns überlegen, wie wir die Präsenz kirchlicher Botschaften in der digitalen Zukunft sichern und ausbauen können. Die Überlegungen der Deutschen Bischofskonferenz haben sich in den letzten Jahren intensiv auf dieses Ziel hingearbeitet. Dabei geht es nicht darum, sich einer unkritischen Fortschrittsgläubigkeit anzuschließen, sondern die Medien so zu nutzen, dass ihre Chancen verwirklicht werden. Durch neue Medien tauchen zunächst nur technische Möglichkeiten auf; es kommt darauf an, sie so einzusetzen, dass sie zum Segen für alle reichen.

Mit dem Internet neue Zielgruppen erreichen

Wir haben in der Deutschen Bischofskonferenz zu Beginn dieses Jahres den Beschluss gefasst, dass wir unser Angebot im Internet ausbauen wollen. Es geht darum, die Bandbreite medialer Möglichkeiten – Bewegtbilder, Audioprogramme, Texte – zu nutzen und dabei crossmedial zu denken, d. h. die bestehenden Angebote, die wir schon in großer Fülle haben, mit den neuen zu vernetzen. Ein wichtiges Argument für diesen Schritt ist begründet in der zu beobachtenden Änderung der Nutzungsgewohnheiten. Für junge Leute spielt das Internet eine ganz zentrale Rolle, aber auch ältere wenden sich zunehmend diesem Medium zu. Dabei sind es vor allem solche Gruppen in der Gesellschaft, die der Motor für gesellschaftliche Entwicklungen sind, die auch die fortschrittliche Technik nutzen. Die Kirche würde ganze Gruppen ausschließen, wenn sie nicht die neuen Medien für ihre Ziele dienstbar machen würde. Bei aller Fülle an Informationen, die wir heute über potentielle Adressaten haben, wissen wir noch lange nicht, wie ein Programm inhaltlich und formal gestaltet sein muss, um eine bestimmte Gruppe von Menschen tatsächlich zu erreichen.

Das Engagement, das wir im Internet verwirklichen wollen, wird auch den Raum und den Mut zum Experiment brauchen, damit wir lernen, wie die Menschen anzusprechen sind. Wir wollen auch ein eigenes kirchliches Angebot machen, um unseren Glauben auch in Gegenwart und Zukunft authentisch vermitteln zu können. Das, was in der Welt geschieht, soll ganz bewusst unter der Perspektive des christlichen Glaubens dargestellt und vermittelt werden, um es zu bewerten und gewichten, zu unterstützen und zu kritisieren. Die Zahl religiöser Anbieter hat sich in der digitalen Welt vervielfacht. Wir können das Feld nicht den Sekten und fundamentalistischen Gruppen überlassen. Wenn jemand im Internet nach Antworten auf Fragen des Glaubens sucht, soll er die authentische Stimme der Kirche finden.

Bei allem, was wir auf dem Gebiet der medialen Kommunikation tun, sollten wir auf eine Stärke setzen, die uns zu Eigen ist: die Authentizität unseres Glaubenszeugnisses. In einer digitalen Welt, in der das Virtuelle die Realität vertreibt und Täuschung und falsche Verheißungen an der Tagesordnung sind, werden Stimmen, die glaubwürdig sind und ein Interesse am Heil des Menschen und der Gesellschaft zum Ausdruck bringen können, sicher Aufmerksamkeit finden. Davon bin ich überzeugt. Virtuelle Fluchtwelten können Zeitvertreib für ein paar Stunden bringen. Nicht aber können sie die existentiellen Fragen beantworten und schon gar nicht Erlösung bringen.

Wir sind auf neuen, oftmals noch unsicheren Wegen. Aber wir beschreiten sie getragen von der Hoffnung, dass sich gute Inhalte, tragfähige Wahrheiten und die Frohe Botschaft dabei behaupten können. Welche Bedeutung hat das für unser Engagement im Hinblick auf die Aktivitäten von Cameco? Die Erfahrungen und Überlegungen, die die kirchliche Medienarbeit in Deutschland und in Europa prägen, sind ein Baustein für das, was wir weitergeben können. Zwar sind die realen Bedingungen, gesellschaftliche Strukturen, medienrechtliche Faktoren usw., nicht einfach auf andere Länder übertragbar. Grundlegende Einsichten in die Notwendigkeit und die Bedingungen kirchlicher Kommunikation sind es vielleicht durchaus.

„Communio et Progressio“ hatte dafür geworben, dass die Kirche sich auf die Medienrealität einlässt. In welcher Weise dies in den verschiedenen Regionen konkret geschehen kann, hängt von vielen Faktoren vor Ort ab. Aber es ist auch für uns eine Herausforderung, die Möglichkeiten der Vernetzung und des Austausches auch und gerade im Hinblick auf die Länder des Ostens und des Südens nutzbar zu machen. Die neuen Technologien bieten viele Chancen, dass sich die Ortskirchen Afrikas, Asiens, Lateinamerikas und Mittel- und Osteuropas mehr als bisher selbst zu Wort melden und wir so mit den Ländern, in denen wir Hilfe leisten, auch enger in Kontakt kommen. „Communio et Progressio“ hat dazu schon klar Stellung bezogen mit der Aussage, Entwicklungshilfe im Medienbereich sei „weder Spende noch Almosen, sondern Austausch von Werten zur Bereicherung aller“ (Art. 94). Durch die neuen Informationstechnologien eröffnen sich Wege, dass dieser Austausch in alle Richtungen zwischen Süd und Nord, West und Ost ausgebaut und intensiviert wird.