

# Leitartikel

## Leo Karrer Die Medien haben die Welt verändert

In diesem Frühjahr gedachte man mancherorts der vor 20 Jahren veröffentlichten Pastoralinstruktion „Communio et progressio“, ein Dokument, „das seine grundlegende Bedeutung für die kirchliche Stellung zu den Kommunikationsmedien bis heute nicht verloren hat“ (A. Eichenberger).

Aber ist die Entwicklung im Bereich der audiovisuellen und elektronischen Medien inzwischen nicht mit solch rasantem Tempo vorwärtsgeschritten, daß zwanzigjährige Aussagen schon längst zu Makulatur „verschrottet“ sind?

Der technische Fortschritt ist unverkennbar, vor allem infolge der Technologiesprünge, was die Mikroelektronik und die ansteigende Geschwindigkeit bei der Datenübertragung betrifft. Auch der gesellschaftliche Fortschritt ist unleugbar, wenn man an die Auswirkungen der Medien auf die Gestaltung des Alltags und der Freizeit denkt. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten haben Konkurrenz durch private Anbieter erhalten. Die Medien (und die dahinterstehenden Medienkonzerne mit neuen kommerziellen Strukturen) prägen unsere Lebenswelt bis tief in unbewußte Anteile unseres Verhaltens und unseres Bewußtseins. Informationsmäßig sind wir weltläufig geworden; die Welt ist zum Dorf geworden, wie Marshall Mac Luhan schon vor Jahrzehnten prophezeite.

Andererseits hat der Golfkrieg in grauenerregender Weise die Kehrseite dieses Fortschritts offenbar werden lassen: Kommunikationstechnologie im Dienste einer einseitigen und klinisch sauberen Kriegsberichterstattung. Der Krieg wurde sozusagen zur Unterhaltung frei Haus geliefert.

Spätestens damals mußte den Medienkonsumenten bewußt werden, daß die Medienindustrie trotz ihrer Wahrnehmungs- und Erlebnispotentiale alles andere als „unschuldig“ ist.

Schon vor Jahren hat Neil Postman mit seinem Buch „Wir amüsieren uns zu Tode“ für Schlagzeilen gesorgt, als er auf die gewerbsmäßige Zerstreung durch die sogenannten Massenmedien hinwies, die immer mehr bestimmen, was wir denken und fühlen wollen. An die Stelle der Wirklichkeit trete die Illusion. Fast gleichzeitig warnte Hartmut von Hentig vor dem allmählichen Verschwinden der Wirklichkeit. Postman meint, daß dadurch die Menschen statt der Welt nur noch Bilder von ihr wahr-

Keine „unschuldige“  
Medienindustrie

nehmen. Der düsteren und beklemmenden Vision von Orwell stellt er A. Huxleys „Schöne neue Welt“ entgegen. Orwell warnt vor Unterdrückung durch äußere Macht. In Huxleys Vision bedarf es keines „big brothers“, um den Menschen ihre Autonomie zu rauben, sondern er zeichnet das Menetekel, daß die Menschen anfangen, die Unterdrückung des Denkens durch eine illusionäre Welt der Bilder zu lieben. Orwell befürchtet, daß uns das, was uns verhaßt ist, zugrunde richtet; Huxley befürchtet, daß uns zugrunde richtet, was wir lieben.

Daß dies keine düstere Schwarzweißmalerei eines säkularen Propheten ist, beweisen die besorgten Äußerungen, die durchaus von Programmverantwortlichen bei Radio und Fernsehen zu hören sind oder von Kennern der Szenerie: „Ohne Versuch, den Bezug zum Ganzen (in aller Vorläufigkeit) mitzudenken, zerfällt die Wirklichkeit in ihre Einzelteile, wird beliebig. Und genau das werfe ich den heutigen Medien vor: sie zerstreuen. Diese Tendenz wird durch die Kommerzialisierung noch verstärkt“ (M. Loretan).

Tatsache ist – und der Hinweis mag wie eine Binsenwahrheit anmuten –, die heutige Welt ist zu einer Mediengesellschaft geworden. Aber es zeigt sich mit einer Radikalität sondergleichen auch die Ambivalenz der Entwicklung. Bleiben die Medien „Kommunikationsmedien“, oder gleiten sie ab zur unterschiedslosen Unterhaltung mit der Gefahr der Banalisierung, die bis in die letzten Nischen unserer Lebenswelt einsickert? Wird das Medium selbst zur Botschaft (Mac Luhan)? Wird es zum Instrument der Solidarisierung, oder läßt es gewachsene Solidaritätsstrukturen lautlos versanden? Führt also der Fortschritt (progressio) weg von der Kommunikation (communio)? Führt der Medien-Fortschritt Frauen und Männer, Kinder und Jugendliche zusammen... oder werden die menschlichen Erfahrungen und gesellschaftlichen Vorgänge mehr oder weniger tele- bzw. ferngesehen?

Was ist für die Kirchen zu tun?

Für die Kirchen ist guter Rat teuer! Sie sind herausgefordert, sich dieser Realität und dem damit drohenden Wirklichkeitsverlust zu stellen. Oder geht uns ein ganz neuer Zugang zum biblischen „Bilderverbot“ auf: „Du sollst dir kein Gottesbildnis machen und keine Darstellung von irgend etwas am Himmel droben, auf der Erde unten, im Wasser unter der Erde“ (Ex 20, 4)? Sobald das Bild von Gott mit Gott verwechselt wird, die Illusion der laufenden Bilder mit Erfahrung von Wirklichkeit, ist damit nicht der Tatbestand der Blasphemie gegeben?

Leicht tat sich die Kirche mit den elektronischen Medien nicht, im Unterschied zur Kommunikation mit Worten und mit Texten (Presse-Medien). Zwar kannte die wortbestimmte Kultur auch die Kultur der Bilder und einer tiefgreifenden Symbolik. Als aber die Bilder „zu laufen begannen“, bekundete die Kirche doch Mühe mit dem „modernen“ Medium. Vor dem Epochensprung, den das Zweite Vatikanische Konzil markiert, „beherrschten Abwehr, Mißtrauen, Distanz und Zensur die Einstellung den Medien und Medienschaffenden gegenüber“ (A. Eichenberger), vor allem gegenüber dem Film. Bezeichnend ist der Titel der Filmzyklika „Vigilanti cura“ (mit brennender Sorge), in der Pius XI. „die Bildung eigener katholischer Filmzentralen in allen Ländern mit der Aufgabe der Unterrichtung und Bildung der Katholiken gegenüber den Filmproblemen“ forderte. Der Weg zur fortschrittseuphorischen Instruktion „Communio et progressio“ im Jahre 1971 sollte noch lange dauern.

Inzwischen soll diese Instruktion durch einen neuen römischen Text weitergeschrieben werden, dessen Entwurf „Toward 2000: The Church and Media on the Eve of the Third Millenium“ (Auf dem Weg zum Jahre 2000: Die Kirche und die Medien an der Schwelle zum dritten Jahrtausend)<sup>1</sup> teilweise kulturpessimistisch „klingt“. Kirche am Scheideweg? Welchen Weg findet die Kirche in der und zur Medienöffentlichkeit? Wie gestaltet sie selber Öffentlichkeit und in diesem Rahmen die Kultur der Information und Kommunikation? Es stellen sich Fragen, wie und inwiefern Kirche im Reich der Medien präsent sein soll. Soll Kirche in kritischer Zeitgenossenschaft die Medienentwicklung begleiten oder selbst (private) Medienanbieterin werden? Geht sie dann den Medien nicht auf den Leim? Worin könnte dann die Aufgabe der international vernetzten kirchlichen Medienstellen, Stabsstellen und Kommissionen liegen? Sollen sie bei Programmen der öffentlichen und privaten Medien kirchenamtliche Aussagen und kirchliche Veranstaltungen (z. B. Gottesdienste) verbreiten . . . und zwar mit dem Ziel, aktiv mitzuwirken, Programmqualität und notwendige Authentizität (Wahrheit) sicherzustellen? Sind nicht im medienpolitischen Meinungs- und Entscheidungsprozeß spezifisch christliche Anliegen wirksam einzubringen und medienkulturelle Entwicklungen und Ereignisse (Filmfestivals, Preisverleihungen, Filmförderung z. B.) zu unterstützen? Und sind die Kirchen in diesem Bereich um kompetenten Nachwuchs besorgt? Bei all diesen Fragen geht es einer-

<sup>1</sup> O. Fuchs, Kirche und Medien auf dem Weg zum Jahr 2000, in: Stimmen der Zeit 166 (1991) 411-421.

seits darum, die religiöse Dimension des Lebens zum Tragen kommen zu lassen, und andererseits die Suchbewegungen und Befindlichkeit des heutigen Menschen wahrzunehmen. Präsenz in den Medien ist nicht mit deren (pädagogischer) Instrumentalisierung und Vereinnahmung zur Imagepflege zu verwechseln (wie z. B. freikirchliche Versuche in den USA: electronic church). Diesbezüglich kann den Kirchen Erfahrung und Kundigkeit nicht abgesprochen werden. Aber die Medien als Kommunikationsträger, die Öffentlichkeit herstellen und prägen, und als Ort, wo sich Herausforderungen und Selbste deutungen des heutigen Menschen zeigen, wahrzunehmen und kritisch mitzugestalten, das fällt viel schwerer. Hat das mit der innerkirchlichen „Öffentlichkeit“ zu tun, deren Kommunikationsstrukturen dem Informationsfluß von und nach allen Seiten kaum dienlich sind? Zwar haben die modernen Medien mit der schnellen Datenübermittlung und kaum begrenzbarer Datenspeicherung die kontrollierende Dominanz der Kirchenleitung verstärkt. Die kaum zu bremsende Zentralisierung der römischen Kirche hat m. E. sehr stark mit diesen „technischen“ Fakten zu tun.

#### Das Tele-Bild von Kirche

Geprägt wird diese kirchliche Öffentlichkeit von den Medien allemal. Auch die kirchlichen Konflikte geraten schnell in die Öffentlichkeit, was zur fast kaum mehr heilbaren Verfrontung und zur Polarisierung führt. Die Reaktionen auf die Bischofsernennungen in Chur, Salzburg und Wien . . . sind ohne den medialen Einfluß kaum denkbar. Und zudem verstärken die Medien ein institutionsbezogenes Bild von Kirche mit einer Zentrierung auf hierarchische Spitzen, so daß es die Kirche der „Laien“ und die Orte konkreter und gewinnender Kirchenerfahrungen an der sogenannten Basis sehr viel schwerer haben. Der Papst ist via Fernsehen viel öfter in den Stuben der Kirchengemeindemitglieder als der Pfarrer. Das war früher ganz anders. Aber die neue Situation prägt das „Bild“ von der Kirche, die immer mehr „tele“ wahrgenommen wird, eben von „ferne“, aber trotzdem im Bild unverbindlich nahe.

Wir in der Kirche tun gut daran, darum zu wissen, was die Medien mit den Menschen und mit der Kirche machen. Dies gilt es kritisch und prophetisch zu begleiten. Das ist aber nur möglich, wenn die Kirche die Medien ernstnimmt als Wege zum Menschen und als Wege von Menschen und dabei lernt, den Dialog kompetent zu führen. Entscheidend wird aber sein, daß sie Strukturen einer dialogischen Kultur als Medium für die eigene Communio wagt und versucht.