

dern die Kinder auffordern zu differenzieren, die nicht einfach eine Schwarz-Weiß-Sicht der Welt vermitteln und die ein Gespür dafür entwickeln, die Spuren Gottes im eigenen Leben zu erkennen. Das wäre dann schon gleich ein Erwachsenenprogramm.

Das Beste, was die Kirche machen kann, sind *gute Religionsbücher*, die den Kindern Spaß machen und sie zum Leben motivieren, gute Romane und Erzählungen, gute Hörspiele und exzellente Fernsehserien und am besten eine künstlerisch hochstehende Verfilmung der gesamten Bibel. Das klingt utopisch, jedoch gibt es inzwischen so viele Programmplätze bei den verschiedenen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern, daß zunehmender Mangel an guten Programmen entsteht.

Vielleicht kann man es mit dem Zeitalter der Gotik oder des Barock vergleichen: Hier wurde sehr viel investiert, nicht nur in Bauten, auch in die bildhafte Darstellung des Religiösen. Es sind Werke entstanden, ob Glasfenster, Deckengemälde, Oratorien, Fugen, Kantaten u. a., die einen solchen künstlerischen Wert haben, daß sie heute noch Zuhörer, Besucher und Zuschauer überzeugen.

Überzeugen, darum geht es auch in einer Kultur von Print- und audiovisuellen Medien. Nur wenn alle Kräfte eingesetzt werden und die besten motiviert werden, kann man ein Zeitalter überzeugen. Das ist nicht wenig, aber die Kirche trägt das Versprechen mit sich, daß ihr das in jeder Generation gelingt.

Ottmar Fuchs

Bekömmlicher Umgang mit den Medien

Ziel des folgenden Beitrages ist es, aus einer positiv-kritischen theologischen Position heraus die Voraussetzungen für einen „bekömmlichen Umgang“ mit den Medien – heute vor allem mit dem Fernsehen – zu verbessern. Neben Erinnerungen, Analysen und grundsätzlichen Überlegungen kommen immer wieder auch sehr konkrete Anregungen, wie vor allem auch in kirchlichen Gruppen

ein eigenständiger Umgang mit den Medien gefördert werden kann. red

1. Einführung

Um mit einer persönlichen Erinnerung zu beginnen: Aus meinem Heranwachsen, insbesondere im zweiten Jahrzehnt meines Lebens, kann ich den Hörfunk nicht wegdenken. Dies bezieht sich gar nicht so sehr auf musikalische Sendungen denn auf die vielen guten Hörspiele in den 50er und 60er Jahren, an die ich mich gut erinnere.

Spannend war es, am Radio zu sitzen und mit dem Gehörten seine eigenen Bilder und Vorstellungen zu verbinden. Ich denke an das Hörspiel „Draußen vor der Tür“ von Wolfgang Borchert, an die „Träume“ von Günter Eich, um nur diese beiden zu nennen.

Hätte man mich damals gefragt, ob ich denn das, was ich höre, auch sehen wolle, hätte ich sicher ja gesagt. Heute glaube ich zu wissen: Weil mir die Produktion der Bilder nicht abgenommen wurde durch die Besetzung meiner Sinne mit Hilfe einer einzigen Visualisierungsvariante, war in meiner Nacharbeit des Gehörten immer jene Leerstelle an Bildern, die meine eigene kreative Fähigkeit mobilisiert hat, fast jeden Tag das Gehörte mit neuen Phantasien zu verbinden.

Ich habe aber auch die Bildabfolge von Filmen bzw. mancher ihrer Szenen ebensogut in Erinnerung, einschließlich der Zeit danach, in der ich immer wieder nach Worten suchte, um diese Bilder in ein beschreibendes und interpretierendes Wort zu bannen und darin in ihrer diffus-ausufernden Wirkung, in ihrem „Zuviel an Illustrationsvermögen“¹ für mich selbst einzudämmen. So gibt es wohl beides, nämlich, daß das Gehörte nach Bildern ruft, aber auch, daß manches Gesehene nach Worten ruft, um nicht zum Gespenst zu werden.

Auf dem Hintergrund der paulinischen Wort-Hör-Theologie (vgl. Röm 10, 17 und 2 Kor 5, 7) haben Hauptamtliche und interessierte Laien in Theologie und Kirche den Satz im Ohr: „Der Glaube kommt vom Hören!“ Kurzschlüssig wäre es allerdings, aufgrund dieses theologischen Satzes sagen zu wollen, daß der Hörfunk ein geeigneteres In-

¹ Vgl. dazu M. Görg, Schriftwort und Bildkunst, in: Bibel und Kirche 40 (1985) 173–179.

strument zur Glaubensweitergabe sei als das Fernsehen. In ideologischer Verschmelzung mit dem alttestamentlichen Bilderverbot nämlich wäre der Satz ein Mißverständnis. Denn „in Israel gab es Bilder“, wie Silvia Schroer überzeugend nachgewiesen hat². Ambivalent bleiben beide Wahrnehmungsbereiche: Man kann Gutes und Schlechtes hören und sehen, wie man auf entsprechend Gehörtes und Gesehenes entsprechend gut oder schlecht reagieren kann.

2. Präsenzformen der Religion in audiovisuellen Medien

Die Frage nach der Religion in den Medien provoziert die Frage, um welche Religion es sich handelt. Denn auch Religionen sind (gemessen an ihrer Humanisierungs- und Heilungskraft) durchaus zwiespältige Gebilde. Im Namen der Religion können Menschen sich gegenseitig aufbauen und zerstören. Mit dem Gottesbegriff kann das menschliche Wesen, aber auch sein Unwesen ins Gigantische verstärkt und legitimiert werden. Solche Erfahrungen kennen wir nicht zuletzt auch aus der Christentumsgeschichte. Diese Ambivalenz darf man auch bei den unterschiedlichen Vorkommensformen der christlichen Religion in den Medien nicht aus den Augen verlieren.

a) Ein Beispiel zwischenmenschlicher Versöhnung

Betrachten wir die religiösen Bildprodukte in den Medien etwas genauer. Als erstes erinnere ich mich an eine Szene in dem Film „Das Schlangenei“ von Ingmar Bergman (1976). Der Film spielt in Berlin auf dem Höhepunkt der Inflation im Spätherbst 1923. Angst vor Gewalt und Angst vor der Zukunft bestimmen das Lebensgefühl der Menschen. Mitten in diese Umwelt hinein zeichnet Bergman eine „religiöse“ Szene, die zugleich eine der menschlichsten Bilder des Filmes ausmacht. Manuella kommt nach der Messe in die Sakristei zum älteren Priester: Sie fühlt bzw. weiß sich schuldig daran, daß sich ihr Mann, den sie verlassen hatte, erschossen hat. Nach anfänglicher Abwehr (er muß möglichst schnell zum nächsten Gottes-

dienst) läßt sich der Geistliche auf das Gespräch mit der Frau in der Sakristei ein und fühlt ihre tiefe seelische Not. Auf sein Versprechen hin, ein Gebet zu sprechen, knien sich beide voreinander nieder. Sie fragt: „Ist es ein besonderes Gebet?“ – „Ja, ja, ja, schweigen Sie!“, und nach einer Pause fährt er fort: „Wir, wir leben so weit entfernt von Gott, so weit, daß er uns wahrscheinlich nicht hört, wenn wir ihn um Hilfe bitten. Darum müssen wir uns gegenseitig die Vergebung gewähren, die ein ferner Gott uns versagt.“ Dann legt er ihr die Hand auf das Haar und spricht: „Der Tod Ihres Mannes ist Ihnen vergeben, Sie brauchen sich nicht länger schuldig zu fühlen!“ Nach einer Pause spricht er weiter: „Ich bitte Sie um Vergebung, daß ich so teilnahmslos war, so abweisend, vergeben Sie mir!“ Etwas erstaunt blickt sie auf, legt nun ihre Hand auf seinen Kopf: „Ja, ich vergebe Ihnen!“ „Mehr können wir nicht tun!“, beendet er das Gespräch und bricht eilig auf, um möglichst schnell wegzukommen, damit er seinen vorgesetzten Pfarrer nicht verärgert.

Mitten also in dieser schlimmen Zeit, wo bereits (wie das Reptil im durchsichtigen Schlangenei) das Ungeheuer des späteren Nationalsozialismus sichtbar am Heranbrüten ist, diese durch und durch mitmenschliche Begegnung der Versöhnung im Bereich der Religion, wenn auch im Zustand ihrer Gebrochenheit und eines Glaubens, der angesichts dessen, was sich die Menschen antun, Gott nur noch als den ganz Fernen „erfahren“ kann, aber dennoch daran festhält, sein Schweigen mit der zwischenmenschlichen Versöhnung anzufüllen. In dieser gebrochenen Situation hätte die ungebrochene Behauptung an die Nähe Gottes nur un-menschlich und als die Auskunft eines Kirchenfunktionärs gewirkt. Beeindruckend sind aber nicht nur diese Worte, sondern die Verbindung dieser Worte mit der Haltung und mit den Gesichtern der beiden. Auch der Priester kniet, und ihre Augen zeigen beides zugleich: den Schmerz und die Befreiung.

Diese Beichtszene bietet einen erfreulichen Kontrast gegenüber nicht wenigen Spielfilmen, in denen „die Kirche“ und „die Pfarrer“ ganz und gar nicht gut wegkommen: weil sie als Funktionäre der Kirchenmacht

² S. Schroer, In Israel gab es Bilder. Nachrichten von darstellender Kunst im Alten Testament, Freiburg (Schweiz) – Göttingen 1987.

blind für die Nöte der Menschen sind, weil sie auf der Seite der Herrschenden agieren, weil sie die Nicht-Gläubigen unmenschlich behandeln, weil sie mit der sexuell-erotischen Dimension der Liebe nicht oder nur heimlich doppelmoralisch etwas anfangen können usw. Auch wenn mir die zunehmend naiv-plakative, kirchenverachtende, zum Teil noch dazu blöde Klischeehaftigkeit solcher Produktionen auf die Nerven geht, kann nicht abgestritten werden, daß auch hier, zum Teil zutreffend, zum Teil verzerrt, religiöse Wirklichkeit aufgedeckt wird, und zwar in ihrer pervers-menschenzerstörerischen Erscheinungsform. Stolze defensive und beleidigte Gegenabhängigkeit nutzt hier nicht viel, wo es darum ginge, sich sagen zu lassen, wo die Religion selbst am Menschen schuldig geworden ist und wird.

b) „Anonyme“ Option für Menschlichkeit

Es gibt aber zweitens auch weltliche Produktionen, die religiös-christliche Anliegen und Inhalte *nicht explizit* in religiösen Sprach- und Kommunikationsspielen transportieren (im negativen Fall verhindern und zerstören), sondern gleichsam anonym, aber nichtsdestoweniger realistisch: nämlich wenn (im positiven Fall) die Option der Menschlichkeit und der Gerechtigkeit, der Barmherzigkeit und der Versöhnung vertreten bzw. in den entsprechenden Bilderfolgen dramatisiert wird (etwa in Reportagen oder Inszenierungen, die auf soziale Probleme aufmerksam machen, in Spielfilmen und Serien, in denen Solidarität, Toleranz und Konfliktfähigkeit „vorgelebt“ werden). Theologisch gesehen hat alles, was Barmherzigkeit und Gerechtigkeit zwischen Menschen stärkt und aufbaut, mit der Praxis des Reiches Gottes zu tun³. Hier hätte die christliche Medienkritik die gleiche Aufgabe wie die christliche Verkündigung gegenüber der Diakonie fernstehender Zeitgenossen, nämlich deren *Handeln* zu schätzen und von ihnen her für die eigene Praxis zu lernen. In unserer Umwelt wird mehr Menschlichkeit vertreten und realisiert, als von Gott gesprochen wird. Damit es nicht im Raum und Ein-

flußbereich der Kirchen und Pfarreien umgekehrt verläuft, sind sie auf diese praktische „Fremdprophetie“ hinsichtlich der Phantasie für die Verwirklichungsmöglichkeiten des Reiches Gottes außerhalb ihrer selbst angewiesen.

c) Explizit religiöse Sendungen

Als drittes gibt es schließlich die im ganzen explizit religiösen Sendungen, die vorwiegend von den Kirchenredaktionen in den Rundfunkanstalten besorgt werden. Sie entstehen vom Innenraum der Kirchen her und in deren Interesse (dies gilt auch für die sogenannten kirchenkritischen Sendungen), wobei die Bezugsgröße des Interesses ortsweise sehr verschieden sein kann: von Verordnungen durch kirchliche Autoritäten bis hin zur freien Arbeit der christlichen Journalisten/innen. Das Publikum besteht hier wohl weitgehend zur Mehrzahl aus kirchlichen Insidern, zum kleineren Teil aus denen, die nicht nahe- und nicht fernstehen, die noch interessiert und schon distanziert sind, und zum geringsten Anteil aus kirchenfernen Menschen, wobei die Art einer Sendung und ihr Image durchaus auch letztere vermehrt ansprechen kann. Wie sehr dies dann der Fall ist, wird die Wirkungsforschung am Einzelfall zu klären haben⁴.

Auch die kirchlichen Sendungen können in die beiden Bereiche eingeteilt werden: die *Produktionen der expliziten Verkündigung*, der Glaubensvergewisserung (z. B. „Wort zum Sonntag“) und der symbolischen Vermittlung von Glaubensinhalten (Sonntagsmesse im Fernsehen) und die *Produkte, in denen auf die Praxis der Christen und Gemeinden*, aber auch in Gesellschaft und Welt überhaupt geschaut wird, um dies dann mit den Wertanliegen des Evangeliums bestätigend oder kritisch in Verbindung zu bringen (ausdrücklich oder allein schon dadurch, daß eine bestimmte Sendung im affirmativen Kontext des Kirchenfunks vorkommt): etwa wenn eine soziale Initiative vorgestellt wird, in der sich Christen und Fernstehende zugunsten notbetroffener und ungerechtigkeitsbetroffener Menschen zusammentun.

³ Vgl. dazu O. Fuchs, Heilen und Befreien. Der Dienst am Nächsten als Ernstfall von Kirche und Pastoral, Düsseldorf 1990.

⁴ Vgl. H. Bogensberger, Das Publikum kirchlicher Medienverbund-Programme, in: Diakonia 17 (1986) 422-424.

3. Reich Gottes als theologische Bezugsgröße

Der positive theologische Bezugspunkt des Verhältnisses von Kirche und Medien ist (wie jede Beziehung der Kirche zu einem Umweltbereich) ekklesiologisch dadurch gegeben, daß die Kirche für die ansatzhafte Verwirklichung des Reiches Gottes in der Geschichte verantwortlich zeichnet: in Wort und Tat, in Verkündigung und Diakonie, in Symbolen der Transzendenz und im Handeln der Nächstenliebe. Allerdings ist diese Realisation des Reiches Gottes nicht auf die Kirche beschränkt, wie auch vieles in der Kirche vorhanden ist, was mit dem Reich Gottes wenig zu tun hat. Was die Kirche aufgrund der Offenbarung hoffnungschekend und ermutigend Reich Gottes zu nennen vermag, geht in seiner faktischen Präsenz über sie hinaus: Und zwar nicht nur im Liebes- und Gerechtigkeitshandeln vieler Menschen, sondern auch in vielen religiösen und nichtreligiösen Symbolisierungen, sofern sie die Hoffnung in hoffnungsarmen Situationen aufrechterhalten und auch im drohenden Sinnlosigkeitsverdacht und unter Risiko den Optionen der Gerechtigkeit, der Freiheit und der Liebe in dieser Welt den Rücken stärken.

Es ist eine Grundfrage der Zukunft der Kirche in allen Bereichen, wie sie ihr Verhältnis zum Reich Gottes außerhalb ihrer selbst bestimmt und gestaltet, und wie ehrlich und mutig sie sich zu dem in ihr selbst verhält, was mit der Gottes- und Nächstenliebe nicht vereinbar ist. Jedes Schwarz-Weiß-Verhältnis zwischen „innen und außen“ führt zur Gettoisierung der Kirche und verhindert die Inkulturation auf der Basis des theologisch möglichen und nötigen Austausches mit allen Kräften guten Willens⁵. Ich bin zuversichtlich: Je mehr Christen und kirchliche Sozialgestalten in diesem Sinn uneigennützig (bezüglich der Aufrechterhaltung und Rekrutierung ihrer Institutionen) mit den Menschen und Lebensbereichen umgehen, desto überzeugender, einladender und attraktiver werden sie für suchende Menschen sein. Entsprechende Erlebnisangebote und

Orientierungshilfen, die dann nicht mehr dem Verdacht der Belehrung und der Aufforderung zur Selbsteingliederung ausgesetzt sind, werden das ihre tun, mündige Menschen für die Kirche zu interessieren.

Die Zeiten der „Alles-oder-nichts-Pastoral“ sind endgültig vorbei. Vielleicht sollte man wirklich von jener Pastoral lernen, die in den Großstädten⁶ zunehmend möglich und notwendig wird, die „Passantenpastoral“: Insofern die Kirchen an unterschiedlichen zentralen Orten menschlichen Lebens und Erlebens sich und ihre Inhalte in der Form entsprechender „personaler Angebote“ vergegenwärtigen – in der Meditation einer Citykirche, in einer Stunde Gespräch mit jemandem, der oder die dann wieder weggehen darf, in den Medien in hochqualifizierten religiösen Sendungen. Bei all diesen Beispielen kann man nicht mehr kalkulieren, was dabei „herauskommt“ und wer „wieder kommt“. Was kirchliche Hauptamtliche (verständlicherweise – und auch mit Recht) gern als pastoralen Erfolg definieren, insofern nämlich die eigene Arbeit *auch* für die eigenen Veranstaltungen etwas bringt (vom Kirchenbesuch bis hin zur aktiven Präsenz in Kerngemeinden), dürfte durch jene Einstellung zu begrenzen und zu ergänzen sein: Jede Hoffnungs- und Humanitätssteigerung, welche durch religiöse und kirchliche Initiativen ermöglicht und vorangetrieben wird, ist (auch ohne daß die Adressaten deswegen schon in den Innenbereich der Kirche wanderten) durch und durch eine Arbeit am Reich Gottes in dieser Welt und gehört damit wesentlich zur kirchlichen Verantwortung⁷. Von daher relativiert sich auch die immer wieder angestregte Frage an die Sinnhaftigkeit kirchlicher Sendungen in den Medien, ob sie denn die Fernstehenden erreichen, wenn dieses Erreichen so ausgelegt wird, daß sich die Angesprochenen wieder in die kirchlichen Kreise hineinbewegen. Viel wichtiger ist dagegen die Frage, ob die Sendungen unter der Obhut der Kirchen so geartet sind, daß die Fernstehenden in ihrer *eigenen* Fähigkeit zur Hoffnung und zur Menschlichkeit erreicht und aufgebaut wer-

⁵ Vgl. ausführlicher O. Fuchs, Kirche und Medien auf dem Weg zum Jahr 2000. Anmerkungen zu einem römischen Textentwurf, in: Stimmen der Zeit 106 (1991) 411–421.

⁶ Vgl. W. Simon, Kirche in der Stadt, Berlin 1990.

⁷ Vgl. dazu B. Hoffmann, Koppeln die Medien ab?, in: Unterwegs, dkv (1990) 1, 14.

den, wenn sie also spüren: Hier werden wir nicht vereinnahmt, sondern hier wird uns etwas geschenkt. Um ein kirchliches Symbol zu gebrauchen: Hier wird uns Brot für das Leben gegeben (und nicht etwa Zuckerstücke, die uns anlocken sollen).

4. Hören und Sehen lernen

Das Thema „Umgang mit den Medien“ bezieht sich auf beide großen Personengruppen: auf die vielen Menschen, die in den Medien arbeiten, Sendungen produzieren und verantworten, und auf alle diejenigen, die die entsprechenden Ergebnisse in Radio und Fernsehen hören und sehen. Ging es bislang besonders darum, wie kirchlich Verantwortliche mit den Medien umgehen, mit welchen Zielen sie darin produzieren und wie sie sich zu nichtkirchlichen Produkten und Produzenten sowie Künstlern in Beziehung setzen, so geht es jetzt hauptsächlich um die Frage, wie das *Publikum* mit den Medien umgeht, wie es kritische Kompetenz diesen gegenüber gewinnt und woher diese Kompetenz ihre inhaltlichen Kriterien bezieht.

In unserem Zusammenhang geht es weiterhin um die Möglichkeiten und Notwendigkeiten, die mit den Stichworten von Religion und Kirche gegeben sind. Was können besonders die sozialen Ressourcen kirchlicher Gemeinschaften dafür tun, daß sich die Menschen nicht alles mögliche an Informationen und Unterhaltungen mit den darin mehr oder weniger explizit transportierten Wertorientierungen und dazu auch noch alles mögliche an Religion vorsetzen lassen, sondern daß sie Unterscheidungshilfen angeboten bekommen, die sie befähigen, zwischen bekömmlich und schädlich, zwischen unmenschlich und human, zwischen unchristlich und christlich zu unterscheiden? Es ist nicht nur die Aufgabe der Medienpädagogik, sondern auch der Pastoral, um der Mündigkeit der Christen selbst willen (und dies ist eine *theologische Option* gemäß der Berufungstheologie des Zweiten Vatikanums) in Kirche und Gesellschaft die authentische Kreativität des Zuschauers zu betreiben.

„Man vergißt oft, daß das Publikum etwas mit den Produkten der Massenmedien *tut*. Reine Rezeptivität im passiven Sinne exi-

stiert einfach nicht.“⁸ Diese Behauptung ist selbstverständlich richtig: Bei jeder Rezeption ist die Identität des Zuschauers mit ihren biographisch geformten Erfahrungen und Sehnsüchten projizierend und identifizierend beteiligt, im emotionalen Miterleben wie auch in der Selektion der Bilder, die die Affektivität besonders stark besetzen und länger in der Psyche deponiert werden. Die Einsicht, daß die Menschen mit den Produkten der Massenmedien *etwas tun*, klärt aber noch nicht die Frage, *was* sie mit ihnen tun. Denn die Befürchtung „passiver Rezeption“ bezieht sich ja eher darauf, daß das Publikum möglicherweise kein eigenes *kritisches* Selbstbewußtsein gegenüber den Medienprodukten aufbringt. Um einen etwas grellen Vergleich aus der nationalsozialistischen Rhetorikstrategie anzuführen: Das Publikum im Berliner Sportpalast hat selbstverständlich aktiv etwas mit der Rede Goebbels' angestellt. Man braucht sich nur in den Dokumentarfilmen die faszinierten Gesichter der Zuhörer/innen anzuschauen. Wohl kaum einer von ihnen allerdings dürfte bei dieser Art von aktiver Rezeption die Ich-Stärke und Kritikfähigkeit zum aktiven „Gegenüber“ gehabt haben.

Nötig ist demnach, daß die Menschen eine kritische Selbständigkeit gegenüber den Medienerzeugnissen lernen, um sich ihnen gegenüber in ihrer eigenen Wichtigkeit als Person erfahren zu können. Denn die Apparatur, die Professionalität und die technische Perfektion der Medienproduktionen suggerieren (ähnlich wie auch im Buchbereich das gedruckte Wort) eine objektive überindividuelle allgemeine Gültigkeit, die sie gar nicht haben können, weil es sich um Produkte von Menschen handelt, die ebenso fehlerhaft und von begrenztem Wissen sind wie die rezipierenden Menschen und die vor allem nicht mehr und nicht weniger wert sind als diese. Der Ausweg liegt nicht darin, daß man nicht mehr liest oder nicht mehr Fernsehen schaut, sondern darin, daß man die entsprechenden Produkte in ihrer Bedeutsamkeit und Reichweite ähnlich zu relativieren lernt

⁸ W. G. Tillmans, Das Mediengespräch als Glaubenskommunikation, in: interkom (1989) 6, 3–17, hier 11.

wie das Material der interpersonalen Kommunikation. Da der affektive Zugriff audiovisueller Botschaften auf die Psyche in der Regel stärker als bei Lese- und auch Hörprodukten ist, gilt dieses Postulat vor allem gegenüber den Fernseh- und Videoerzeugnissen⁹.

Die Sorge, daß die Menschen ihre eigenen „direkten“ Erfahrungen nicht genauso wichtig nehmen wie die „sekundären“¹⁰ Medien-erfahrungen, hat durchaus reale Gründe. Aufschlußreich sind in diesem Zusammenhang empirisch nachweisbare Widersprüche zwischen öffentlicher Meinung und sozialwissenschaftlich erhobener Alltagserfahrung: Während Ehe und Familie in der durch die Medien produzierten öffentlichen Meinung an Bedeutung einbüßen, hält sich in Umfragen die insgesamt positive Erfahrung der eigenen Familie sowie ihrer Hochschätzung fast ungehindert durch. Der relativ bagatellisierenden öffentlichen Einschätzung der Scheidung steht eine insgesamt depressive Lebenserfahrung der Geschiedenen (einschließlich ihrer bleibenden Sehnsucht nach einer gelungenen Partnerschaft, zum Teil auch Familie) gegenüber. Die von unglücklichen Beziehungsgefühlen Befreiten leiden an dem Gefühl der Einsamkeit. „Viele mißtrauen den eigenen Erfahrungen und Werten und halten sie für nicht allgemeinerungsfähig, obwohl sie nachweislich von der Mehrheit geteilt werden.“¹¹ In einem solchen doppelten Meinungsklima zwischen persönlicher Erfahrung und öffentlicher Bewertung haben es die eigenen individuellen Erfahrungen offensichtlich schwer, sich gegenüber den medial vermittelten Meinungsbildern durchzusetzen. Hier geschieht tatsächlich so etwas wie eine öffentliche Marginali-

⁹ Um nicht mißverstanden zu werden: nicht etwa, weil sie schlechter wären (sicher gibt es auch viel schlechtes Gedrucktes), sondern weil sie, wenn sie schlecht sind, darin recht *wirkungsvoll* sein können, vor allem, was die Kombination Sex and Crime anbelangt; vgl. dazu M. Kundczik, Gewalt und Medien, Köln 1987.

¹⁰ Vgl. zur Möglichkeit und Problematik dieses Begriffes O. Fuchs, Kirche – Kabel – Kapital. Standpunkte einer christlichen Medienpolitik, Münster 1989, 108–114.

¹¹ R. Köcher, Familie und Gesellschaft, in: E. Noelle-Neumann – R. Köcher, Die verletzte Nation. Über den Versuch der Deutschen, ihren Charakter zu verändern, Stuttgart 1987, 83.

sierung von persönlich wichtigen Erfahrungen. Eine von der Basis der Individuen her kommende „Gegenöffentlichkeit“ kann offensichtlich nur relativ wenig gegenüber der makrostrukturell inszenierten repräsentativen Öffentlichkeit der herrschenden Interessengruppen ausrichten. Denn sicher spielt hier eine entscheidende Rolle, daß weniger die gut verstandene „Normalität“ der Familie als vielmehr ihre unterschiedlichen Durchbrechungen gerade den Stoff liefern, mit dem entsprechender „spannender“ krimineller und erotischer Unterhaltungswert zu machen ist.

5. Nicht Flucht, sondern kritische Selbständigkeit

Vielleicht sind manche angesichts dieser Erkenntnis allzu schnell versucht, die Frage zu stellen: Warum müssen sich Menschen überhaupt den Medienerzeugnissen und Medien-erfahrungen aussetzen und sich von diesen mit einem großen Aufwand an Zeit und psychischer Energie besetzen lassen? Warum genügt es nicht, daß die Menschen ihren „primären“ Erfahrungen nachgehen, sie untereinander austauschen und von ihnen her ihr Leben gestalten? Die Antwort lautet: Weil die Medien zu einer nicht mehr wegdenkbaren Quelle *alltäglicher* Erfahrung geworden sind und weil sonst die Verbindung mit zentralen Austauschprozessen in der Gesellschaft der Gegenwart abgeschnitten wird.

Erfahrungen können immer, ob „primär“ oder „sekundär“, aufbauend oder destruktiv sein. Wie im Umgang mit Literatur kommt es auch bei den anderen Medien darauf an, ob man darin tatsächlich Erfahrungen machen kann, in denen gegenwärtige Wirklichkeit unter den Menschen erschlossen und gestaltet wird. Nicht *ob* man liest, schaut, hört, sondern *was und wie* man es tut, ist die Frage. Wie es auch bei den interpersonalen Beziehungen die Frage ist, mit wem ich wie umgehe. Es gibt keinen ambivalenzfreien Raum menschlicher Lebens-, Gemeinschafts- und Mediengestaltung, was die negativen und die positiven Möglichkeiten anbelangt.

Und auch der Vorwurf, daß Medienprodukte die Gesamtwirklichkeit vom Interesse der

Produzenten her selektiv wahrnehmen, kann nicht zu deren Verteufelung herangezogen werden, weil Auswahl auch ein Grundvorgang jeder anderen Kommunikation ist. Viel wichtiger ist der Einsatz dafür, daß die zwischen Medien und Publikum unterschiedlichen Selektionen und Optionen auch den Rezipienten echte Chancen für ihre Selbstbehauptung gewähren, so daß beispielsweise das Publikum das Selbstbewußtsein aufbringt, auch das noch für wichtig und für wirklich zu halten, was nicht in den Medien vorkommt, und auch die Werte zu vertreten, die von den Medien übergangen werden. Am besten wäre es, wenn Medien und Publikum einander helfen könnten, die eigenen inhumanen Anteile (z. B. Vorurteile, Egoismen, fehlende Offenheit für andere Menschen und Menschengruppen usw.) abzubauen.

Kurz: Es geht um den Abbau einseitiger Machtverhältnisse und um den Aufbau *paritätischer* Beziehungsverhältnisse zwischen den verschiedenen Subjekten und Institutionen in der Gesellschaft. Dies ist selbstverständlich eine Frage der Macht, aber nicht nur der gesellschaftspolitisch-strukturellen, sondern auch der psychischen Ermächtigung, welche die jeweiligen Sozialformen den Einzelmenschen haben angedeihen lassen. Diese Einsicht mobilisiert aber die innerkirchliche Anfrage: Sind unsere Pfarreien geeignet, daß sich Menschen in ihnen Ich-Stärke und Selbstermächtigung aneignen können? Sind es Gemeinschaften, wo die Erwachsenen mit ihrer Kreativität und in ihrer Mündigkeit, in ihrem persönlichen Glauben und in ihrer praktischen Tätigkeit gefragt sind?

Wie wichtig die Stärke der Menschen gegenüber den Einflüssen der Massenmedien ist, zeigt sich in den in ihrer Kommunikationskraft angeschlagenen Familien, in denen der Fernseher nicht nur zu einem zusätzlichen, sondern zu einem beherrschenden „Familienmitglied“ geworden ist¹². Hier nutzt es wenig, wenn die kirchlichen Exponenten den Familien mangelnde christliche Sozialisation vorwerfen, aber gleichzeitig in den

kirchlichen Sozialgestalten nicht dafür Sorge tragen, daß die Eltern in dem, was ihnen an *ihrem eigenen* Glauben und Leben wichtig ist, gestärkt und aufgebaut werden: dadurch etwa, daß sie auch dann in der Gemeinde den Mund auf tun dürfen, wenn sie gegen den Strom schwimmen, und daß ihre Unbequemheit nicht mit Zustimmungszwang oder Gemeinschaftsentszug bestraft wird. Eltern sind gerade ihren heranwachsenden Kindern gegenüber relativ hilflos, wenn sie es nicht lernen durften, über ihren eigenen Glauben (und ihre Glaubenszweifel) sprechen zu können. Denn mit bloßen Zustimmungswortformeln und Katechismusantworten lassen sich junge Menschen kaum für den Glauben überzeugen. Eher schon, wenn sie die diesbezügliche Identität und darin vielleicht auch ehrliche Begrenzung und Hilflosigkeit ihrer Eltern erfahren. Dafür muß man aber erst einmal gelernt haben, so ehrlich mit sich und seinen eigenen Schwächen in der Begegnung mit anderen und mit Gott umzugehen.

Veränderung mediensozialer Gesetzmäßigkeiten

Dann müßte der folgende Medienbefund nicht mehr als mediensoziale Gesetzmäßigkeit hingestellt werden: „Die Massenmedien treten zwangsläufig, schon allein durch ihre Aufgabe der Informationsvermittlung, in Konkurrenz zu den Eltern bei der Vermittlung von Weltbildern im eigentlichen, umfassenden Sinn. Ihr nahezu unbegrenzter Erfahrungsradius stattet sie dabei mit einer Überlegenheit aus, die durch die Abhängigkeit der Eltern von den Medien, ihren Rekurs auf Medieninhalte zur Darstellung und Legitimierung eigener Positionen weiter verstärkt wird . . . Die Frage drängt sich auf, wie hoch der Wert der Familie als Sozialisationsinstanz in einer von Massenmedien geprägten Zeit noch zu veranschlagen ist, besonders, ob sie Erziehungsinhalte vermitteln und Erziehungskonzepte durchhalten kann, die von den Medien kaum unterstützt oder sogar scharf attackiert werden.“¹³ Abgesehen davon, daß es hier die Verantwortung der Produzenten und der Kirchenredaktio-

¹² Vgl. R. Merkert, Der Bildschirm als Familienmitglied, in *Communicatio Socialis* 15 (1982) 167–192.

¹³ R. Köcher, Familie 77–78.

nen ist, die unterschiedlichen Möglichkeiten alternativer Wertvermittlung in den Medien mit aller Kreativität und Professionalität aufzunehmen, liegt es zugleich in der Verantwortung der Kirche, das *Publikum* der Massenmedien, soweit es in ihrem sozialen Einflußbereich vorkommt, in seiner kritischen Selbständigkeit gegenüber diesen zu stärken (und diese nicht nur zu fordern).

Nun ein paar Anregungen, wie dies in kirchlichen Gemeinden und christlichen Familien geschehen kann:

Eine sinnvolle und wirksame Medienpastoral wird zwei Ziele ansteuern: die *Senkung der Quantität* (im Medienkonsum) und die *Steigerung der Qualität*, die *Medienökonomie* und die *Medienmündigkeit*. Beides hängt miteinander zusammen: Denn wo Zeit und Energie mit allzuviel Medienkonsum besetzt sind, kann es auch keine mündigen Reaktionen mehr geben, weil diese nämlich Zeit zum Nachdenken und zum Besprechen brauchen.

6. Ökonomie in Zeit und Energie

Wenn die Fähigkeit, Auswahlstanz zu dem, was einem begegnet, aufrechtzuerhalten, eine Funktion der Mündigkeit des Menschen ist, dann wäre es unabdingbar, eine Verringerung der Bilderflut zu vertreten, damit überhaupt wieder Konzentration und Zeitinvestition für einen guten Film möglich werden. Die Gefährlichkeit in der Übermenge audiovisueller Angebote besteht dabei nicht nur im *Zeitverbrauch*, sondern auch im *Energieverbrauch*: denn diese Angebote zielen stärker auf die Sinnestotalität des Menschen und auf eine emotional hoch besetzende Wirkung.

Dies gilt insbesondere für die Kinder, deren Zuschauerzahl und Zeitinvestition hinsichtlich des Fernsehens ziemlich angestiegen ist (im Gegensatz zu den Erwachsenen, wo die Fernsehzeit in einem viel größeren Maß von der Arbeitszeit und von Freizeitbeschäftigungen her begrenzt ist).

Kinder sind die „heimlichen Fernseh-Könige“; von den 41% der deutschen Mehrpersonenhaushalte, die ein zweites Fernsehgerät haben, steht letzteres bei 34% im Kinderzim-

mer¹⁴. Dies ist umso bedenklicher, wenn die These der Wirkungsforschung stimmt, daß „hoher Fernseh- und Medienkonsum allem Anschein nach mit außergewöhnlichen Bedrohungsgefühlen und Ängsten korreliert.“¹⁵ Umgekehrt braucht auf keinen Fall abgestritten werden, daß dosierter Fernsehkonsum bei Kindern durchaus positive Anregungen für die Wahrnehmungskraft und Nachdenkfähigkeit bei Kindern bringen kann, insbesondere wenn die Kinder in einer kommunikativ intakten Familie auch die Möglichkeit haben, über das Gesehene mit Familienmitgliedern zu sprechen.

Daß neben der Arbeitszeit, neben der Medienkonsumzeit und neben anderen Freizeitbeschäftigungen noch ausdrückliche *Sozialzeit* bleibt, wäre ein wichtiges Anliegen familialer und gemeindlicher Begegnungskultur. Denn mit Sozialzeit ist jene Zeit gemeint, in der es vornehmlich um die selbstwertige Aufnahme und Pflege sozialer Bezüge und entsprechender Sozialformen geht¹⁶.

Zeit für die Begegnung mit Gott

Der Begriff der Sozialzeit beinhaltet für gläubige Menschen noch eine andere Dimension, nämlich die der Begegnung mit Gott. Wo kein zeitlicher Raum mehr zum Ruhigwerden, zur Einsamkeit und zum Beten vorhanden ist, haben spirituelle Unterbrechungen des Alltags kaum mehr eine Chance. „Gebet ist Widerstand gegen die drohende Banalität unseres Lebens, gegen die totale Verzweckung des Lebens in einer reinen Tausch- und Bedürfnisgesellschaft.“¹⁷ Je mehr Zeit für die Sozialzeit insbesondere mit Gott aktiv angegangen wird, desto ökonomischer und selektiver wird man wohl mit der Medienzeit umzugehen haben. Wobei nicht ausgeschlossen ist, daß auch über die Massenmedien Begegnungen mit Gott vermittelt werden können, z. B. in meditativen Sen-

¹⁴ Vgl. *J. Detering*, Die Kinder sind die heimlichen Fernseh-Könige, in: *Gong* (1991) 13, 14.

¹⁵ *J. Barthelmes*, Kindliche Weltbilder und Medien. Eine Literaturanalyse zur Mediensozialisation, München 1987, 29.

¹⁶ Vgl. *P. Spescha*, Arbeit – Freizeit – Sozialzeit, Bern – Frankfurt a. M. 1981.

¹⁷ *J. B. Metz* – (*K. Rahner*), Ermutigung zum Gebet, Freiburg i. Br. 1977, 35.

dungen, in Gesprächen, Gottesdiensten usw., die indes immer dann ab- oder auf Sensationelleres und Spektakulärerem umgeschaltet werden, wenn man nicht bereits im außermedialen Bereich die Sehnsucht nach dem ruhigeren Bild und die Fähigkeit zum „Dahintersehen“ gelernt hat.

Hier wird deutlich, wie sehr die Kirche nicht nur einen Dienst an der Gesellschaft leistet, sondern auch ihre eigene Gottesverkündigung ermöglicht, wenn sie in Familie und Gemeinde alternative Formen von Freizeitgestaltung entwickelt: etwa in Gruppen, in denen quer durch die Altersstufen oder in Zielgruppen unterschiedlicher Art Menschen zusammenkommen, um regelmäßig über bestimmte Sendungen oder Filme zu diskutieren und sich gegenseitig auszutauschen, darin möglicherweise auch zur Ruhe und zur Besinnung zu kommen, um die eigene Kreativität und Kompetenz zu erleben und zu ermutigen. Doch damit bin ich eigentlich schon bei dem Stichwort der Medienmündigkeit.

7. Zur Qualität der Medienerfahrungen

Ich erinnere mich, wie es in meiner Heimatgemeinde in den fünfziger und sechziger Jahren des öfteren im Pfarrsaal Filmvorstellungen gab, über deren Inhalte und Eindrücke wir dann miteinander reden konnten. Dabei habe ich vom Film nicht nur viel mehr verstanden, sondern zugleich gelernt, über die Meinungsäußerungen der anderen kritisch Abstand zu nehmen. Eine Bedingung dafür, daß die Eskalation der überstrapazierten Sinne, der Verbildung durch Verbilligung gestoppt wird, liegt also darin, daß es vor allem Begegnungsräume gibt, wo die einzelnen nicht mit dem Fernseher allein gelassen werden, sondern wo sie zusammen mit anderen Produkte anschauen und über deren Wirklichkeitsgehalte im Zusammenhang mit ihren eigenen Erfahrungen und mit den thematischen und praktischen Inhalten des Evangeliums sprechen lernen. Eine solche in kommunikativen Rezeptionsgestalten ermöglichte Distanz und Kritik führt auch dazu, den Sinn für das Detail und für das Kleine, für das Unaufdringliche und das gerade im Detail Hintergründige bei guten Me-

dienprodukten zu entdecken und zu entwickeln.

Nicht zuletzt vermag das Mediengespräch auch als „Glaubenskommunikation“ der Gläubigen und ihrer Charismen wirksam zu werden. Die Sendungen „Was Christen glauben“ und „Credo“ haben nicht nur mit ihrer eigenen Inhaltlichkeit, sondern in der damit verbundenen Gemeinwesenarbeit in den Pfarreien erste und wichtige Versuche eines gemeindeorientierten Medienverbundes angestoßen.

Schaffung eigener Produkte

Damit könnten sich zunehmend Initiativen verbinden, in welchen mit den verfügbaren Medien (hier vor allem der Videotechnik) *eigene* Produkte im Bereich des Lokalen oder auch im Bereich des Literarisch-Dramatischen (etwa Theaterstücke) entworfen, erstellt und diskutiert werden. Hier wäre von Vorteil, bei politisch und sozial alternativen Videogruppen und -vereinen „reinzuschauen“ und von dort auch für die Kirchenbereiche zu lernen, wie in den Medien „Verkündigung von unten“ möglich sein könnte. An solchen Scharnierstellen zwischen technisch-medialem Material und seiner Handhabung in dialogischen Begegnungsräumen wird sich für die Zukunft (medien- und kirchenpolitisch) mündiger Bürger und Christen einiges entscheiden. Denn die „Dometisierung“ der medialen Techniken und Erzeugnisse aus dem Kontext der Massenmedien in die interpersonale Begegnung hinein vermittelt die Erfahrung eines verfügbaren und dienstbar machenden Umgangs mit den Medien, der dann auch in der darüber hinausgehenden Rezeption der Massenmedien nicht ohne Wirkung bleibt. Kirchliche Institutionen und Gemeinschaftsformen werden zunehmend auf eine solche Vernetzung zwischen medialer und persönlicher Kommunikation zugehen, in theologischen Fakultäten, in der Erwachsenenbildung, im Gemeindeaufbau, in den verschiedenen Ziel- und Altersgruppen wie auch in der Verbindung zwischen diesen. Der religionspädagogische Bereich verwirklicht seit Jahren eine solche Medienarbeit.

Auch hier sei bezüglich der Kinder noch einiges eigens gesagt: Die Wirkungsforschung¹⁸ ist sich ziemlich einig, daß das Fernsehen ein „Leitmedium“ sowie das „erstinformierende Medium“ für die heutigen Kinder ist. Die heutige Kindheit ist dadurch gekennzeichnet, „daß Kinder sich mit den Strukturen und Inhalten der Medienwelten und Konsumindustrien auseinandersetzen und so neue Formen der Aneignung von Welt finden müssen . . .“. Aus dem Umgang mit den Medien heraus übertragen die Kinder „Muster des Umgangs mit Objekten auf ihr Alltagshandeln“. Dabei sind die emotionalen Wirkungen stärker und dauerhafter als die kognitiven Wirkungen. Normaler Fernsehkonsum kann die realen Erfahrungen ergänzen und erweitern. Übermäßiger Fernsehkonsum kann dagegen „zu einer Wirklichkeitsverzerrung führen“. Und schließlich: Bei der Beurteilung der Medien als Einflußfaktoren für den Aufbau kindlicher Weltbilder sind die Erfahrungen der Kinder mit dem Fernsehen davon geprägt, „daß sie der Meinung sind, das Fernsehen sage ausschließlich die Wahrheit“.

Diese wenigen Erkenntnisse bezüglich der Kinder (die bis zu einem gewissen Grad auch für die Erwachsenen gelten) unterstreichen nachdrücklich die Forderung nach medienpädagogischen Kinder-(Eltern-)Gruppen, in denen Produkte angesehen, vielleicht nachgespielt und darin verändert werden, in denen so die eigene Lebenswelt und Meinung und damit die eigene „Wahrheit“ der Kinder zum Zug kommen darf. Wenn Kinder ihre Faszinationsprojektionen auf den Fernseher werfen, ihm alle Richtigkeitsaussagen zu vertrauen, dann besetzt das Medium in ihrem Bewußtsein und ihrer Emotionalität genau den Platz, den „sonst“ der „liebe Gott“ innehat(te). Nur intakte Kommunikationserfahrungen in den Familien (die damit oft auch überfordert sind) und (deshalb auch) in darüber hinausgehenden Gemeinschaften können dieser Vergöttlichung des Mediums entgegenwirken: Dies ist nicht zuletzt auch eine frühe und wirksame Strategie gegen die vergöttlichte Unterhaltung zugunsten der Unterhaltung mit Gott und den Menschen.

¹⁸ Vgl. zum Folgenden *Barthelmes*, Weltbilder 11, 14, 37, 41.

Sophia Bickhardt

Zur Rolle der Medien während des Umbruchs in der DDR

Anhand einiger Beispiele wird im folgenden Beitrag versucht, die Reaktion einzelner Medien auf die Ereignisse im Spätherbst 1989 in der damaligen DDR und ihren Einfluß auf den Verlauf des Geschehens zu beschreiben. Sodann werden der Einfluß der SED-Medien im allgemeinen und im Zusammenspiel mit den anderen Medien sowie die Funktion, die ihnen ihr Publikum zuerkannte, erörtert und werden einige Erfahrungen resümiert. red

In der unreal sozialistischen DDR „herrschte“ die Lüge. Auf diese Weise konnte die Macht der Politbürokratie legitimiert und aufrechterhalten werden. Die BürgerInnen lebten in und mit der schizophrenen Situation, daß der aus eigenen Beobachtungen, Erfahrungen und alternativen Informationsquellen gespeisten subjektiven Sicht auf die Realitäten die beschönigte oder unterlassene, aber „objektive“ Darstellung der Verhältnisse durch die offiziellen Medien gegenüberstand. So gehörte der Ruf nach Meinungs- und Medienfreiheit zu den elementaren Forderungen der Protestierenden des Herbstes '89.

Der Umbruch, ich meine in erster Linie die Zeit von September bis Dezember 1989, ist mittelbar noch aktuell. Die BürgerInnen Ostdeutschlands haben die Auswirkung dessen zu bewältigen und sich mit ihrer Geschichte im neuen System zurechtzufinden. Eine gesunde Distanz meinerseits kann darum nur bedingt gelingen.

Ich schreibe aus der Sicht einer Rezipierenden, die, zur damaligen Zeit in Leipzig weilend, die Ereignisse hautnah miterlebte und als Mitinitiatorin der „Fraueninitiative Leipzig“ zunächst im Neuen Forum, später im Unabhängigen Frauenverband versuchte, den Gang der Dinge mit zu beeinflussen. Diese bürgerbewegte Perspektive leitet die folgenden Ausführungen.

Der erste öffentliche gesellschaftliche Diskurs fand in Kirchen, auf den politischen Foren am Leipziger Karl-Marx-Platz und vermittelst einer am gleichen Ort eigens dafür postierten alternativen Litfaßsäule statt. Die