

Ottmar Fuchs

Kirchlicher Umgang mit den Medien

1. 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 Gerechtigkeits-handeln 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 die Optionen der Gerechtigkeit, der Freiheit und der Liebe in dieser Welt praktisch vertreten.

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 Willens¹. Je mehr

ChristInnen 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 Großstädten² 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 «wiederkommt». Was kirchliche Hauptamtliche (verständlicherweise) 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 Verantwortung. Wie das Reich Gottes, so geht auch die Pastoral der Kirche über die Aufrechterhaltung des «eigenen Ladens» weit hinaus.

Von daher relativiert sich auch die immer wieder angestrenzte 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 werden, 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).

2. Präsenzformen der Religion in weltlichen Produkten

Die Frage nach der Religion in den Medien provoziert die Frage: Um *welche* Religion handelt es sich denn? 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.

2.1 Explizit Religiöses in profanen Produktionen

Ich beziehe mich zuerst auf *profane Unterhaltungsproduktionen*, in der die Religion so oder so vorkommt (gut oder schlecht wegkommt), nicht zuletzt auch deswegen, weil entsprechende religiöse Anteile selbst Unterhaltungs- und Identifikationswert für das Publikum haben. Es handelt sich um im ganzen nicht-religiöse (also «weltliche») Sendungen, in denen religiöse Versatzstücke auftauchen, also mit dem entsprechenden Sprach- und Verhaltensmaterial, das man z. B. von der Kirche her kennt. Zuweilen ist der Neugier- und Unterhaltungswert religiöser Welten so groß, daß sich ganze Serien darin ansiedeln, indem sie z. B. zeitvertreibende Alltagsgeschichten an der Hauptfigur eines Pfarrers oder einer Pfarrerin festmachen.

Betrachten wir ein solches religiöses Bildprodukt in einer säkularen Produktion etwas genauer. Ich erinnere 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 1929. 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 dieses Filmes, und überhaupt von Filmen, die ich kenne, 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 Gottesdienst) 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 vorgeetzten Pfarrer nicht verärgert.

Mitten also in dieser schlimmen Zeit, wo bereits (wie das Reptil im durchsichtigen Schlangenei) das Ungeheuer des späteren Nationalsozialismus sichtbar heranwächst, findet diese durch und durch mitmenschliche Begegnung der Versöhnung im Bereich der Religion statt — 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 der Nähe Gottes nur unmenschlich und als die Auskunft eines Kirchenfunkti-

närs 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 zu nicht wenigen Spielfilmen, in denen «die Kirche» und «die Pfarrer» ganz und gar nicht gut wegkommen: weil sie als Funktionäre der Kirchenmacht 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 nichts 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 nützt hier nicht viel, wo es darum ginge (ganz im Sinne des o.g. Beichtvaters, der sich selbst hinkniet und um Vergebung bittet), sich sagen zu lassen, wo die Religion selbst am Menschen schuldig geworden ist und wird.

2.2 Implizit Christliches in profanen Produkten

Es gibt aber auch weltliche Produktionen, die faktisch christliche Anliegen und Inhalte *nicht explizit* in religiösen Sprach- und Kommunikationsspielen transportieren (im negativen Fall verhindern und zerstören), sondern gleichsam anonym, aber deshalb nicht weniger realistisch: wenn nämlich (im positiven Fall) die Option für Menschlichkeit und Gerechtigkeit, für Barmherzigkeit und 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 Me-

dienkritik die gleiche Aufgabe wie die christliche Verkündigung gegenüber der Diakonie fernstehender ZeitgenossInnen, 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 Einflußbereich der Kirchen und Pfarreien umgekehrt verläuft, sind sie auf diese praktische «Fremdprophetie» hinsichtlich der Phantasie für die Verwirklichungsmöglichkeiten des Reiches Gottes außerhalb ihrer selbst angewiesen⁴.

2.3 Die Präsenz der Kirche in den Medien

Bei diesen beiden Präsenzformen der Religion in den Medien ist es nicht die Kirche, die die Medien als Ausdrucksmittel ihrer Anliegen gebraucht. Hier sind es die Verantwortlichen in den Medien selbst, die das Religiöse und Christliche explizit bzw. implizit in ihre weltlichen Sendungen aufnehmen. Solchen Präsenzformen von Religion in den Medien wird man um so mehr Aufmerksamkeit schenken, als man die Medien nicht instrumentalistisch für kirchliche Interessen benutzt, sondern mit den Menschen, die darin produzieren und künstlerisch arbeiten, eine gegenseitig anerkennende und bereichernde Beziehung aufbaut. Ich plädiere mit Nachdruck dafür, die Präsenz christlicher Inhalte in den Medien nicht nur von kirchlichen Initiativen und Institutionen her zu sehen und zu organisieren, sondern mit all jenen ein ebenso konstruktives wie (gegenseitig!) kritisches Begegnungsgefüge aufzubauen, die zwar nicht im Auftrag der Kirche und vielleicht auch «außerhalb» von ihr, aber doch in inhaltlicher Verbindung mit dem, was die Kirche Reich Gottes nennt, tätig sind. Wenn dies klar ist, darf dann aber auch davon die Rede sein, daß die Kirche ein Recht hat, von sich aus in den Medien vertreten zu sein und das Eigene vertreten zu dürfen.

So gibt es 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 strukturell auch für die sog. kirchenkritischen Sendungen), wobei die Bezugsgröße des Interesses ortsweise sehr verschieden sein kann: von Verordnungen

durch kirchliche Autoritäten bis hin zur freien Arbeit der christlichen JournalistInnen. Das Publikum besteht hier wohl weitgehend aus kirchlichen Insidern, zum kleineren Teil aus denen, die nicht nahe und nicht ferne stehen, 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 haben⁵.

Auch die kirchlichen Sendungen können in die beiden Bereiche eingeteilt werden: die *Produktionen der expliziten Verkündigung*, der Glaubensvergewisserung (z.B. «Das 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. Hören und Sehen lernen

Das Thema des Umgangs der Kirche 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.

Dieser Aspekt des kirchlichen Mediengebrauchs wird oft übersehen. Doch hat die Kirche eine gesellschaftliche und kirchliche Verant-

wortung nicht nur dafür, daß sie selbst in den Medien vorkommt, sondern auch dafür, daß die Menschen, die die Medien rezipieren, nicht manipuliert und in ihren Lebensäußerungen reduziert werden, sondern daß sie die Medien als Stärkung ihrer subjektiven und kommunikativen Kräfte erfahren. Dann geht es nicht nur um Professionelle, die in den Medien die Kirche vertreten, sondern um das *Kirchenvolk* als Subjekt des Umgangs mit den Medien. Es geht also um den Gebrauch der Medien durch die Kirche als Volk Gottes.

Was können insbesondere 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 böhmisch 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 aktive Kreativität des Zuschauers zu fördern.

Nötig ist demnach, daß sich die Menschen den Medienerzeugnissen gegenüber in gleichstufiger Wichtigkeit erfahren 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 in jedem Fall immer um Produkte von Menschen handelt, die nicht mehr und nicht weniger wert sind und nicht mehr und nicht weniger an Gültigkeit beanspruchen können als die rezipierenden Menschen ihrerseits. 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 genauso zu relativieren weiß wie das Material der interpersonalen Kommunikation. Da der affektive Zugriff gerade audiovisueller Botschaften auf die Psyche in der Regel jedenfalls ungleich stärker als bei Lese- und auch

Hörprodukten ist, gilt dieses Postulat vor allem gegenüber den Fernseh- und Videoerzeugnissen. 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 Crime⁶ anbelangt).

Die Gefahr, daß die Menschen ihre eigenen «direkten» Erfahrungen nicht genauso wichtig nehmen wie die «sekundären»⁷ Medienerfahrungen, 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. «Viele mißtrauen den eigenen Erfahrungen und Werten und halten sie für nicht verallgemeinerungsfähig, obwohl sie nachweislich von der Mehrheit geteilt werden.»⁸ 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 Marginalisierung von persönlich wichtigen Erfahrungen.

4. Nicht Flucht, sondern «aufrechter Gang»

Die Medien sind zu einer nicht mehr wegdenkbaren Quelle *alltäglicher* Erfahrung geworden. Medienfreie Lebensräume gibt es kaum mehr, es sei denn, man begibt sich in ein anachronistisches Getto hinein, das dann aber auch die Verbindung mit zentralen Austauschprozessen in der Gesellschaft der Gegenwart abschneidet. Dazu kommt, daß eine in dieser Reaktion liegende Gesamtdiffamierung der Menschen, die in den Medien tätig sind, weder diesen noch ihren Produkten gerecht wird.

Auch eine Schwarz-Weiß-Ideologisierung der «sekundären» Erfahrungen gegenüber den «primären» ist so nicht haltbar und verstellt den Blick darauf, daß sowohl die ersteren sehr aufbauend wie auch die letzteren sehr destruktiv sein können. Es gibt keinen ambivalenzfreien Raum menschlicher Lebens-, Gemeinschafts- und Mediengestaltung, was die negativen und die positiven Möglichkeiten anbelangt. Wichtig ist allerdings, daß 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. Umgekehrt kann ich mich sehr gut an ausgezeichnete Sendungen in den Medien erinnern, die (z.B. durch Informationen überregionaler Art) auf entsprechend karitative und politische Notwendigkeiten und damit auf Werte hinweisen, die ihrerseits wieder dem Alltagsbewußtsein des Publikums wohl gefehlt haben.

Kurz: Es geht um den Abbau hierarchischer Verhältnisse und um den Aufbau *paritätischer* Beziehungsverhältnisse zwischen den verschiedenen Subjekten *und* Institutionen in der Gesellschaft⁹. 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 selbstverständlich sofort die innerkirchliche Anfrage: Sind unsere Gemeinden dafür 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 Stärkung 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 ist¹⁰. 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: da-

durch etwa, daß sie auch dann in der Gemeinde den Mund auf tun dürfen, wenn sie gegen den Strom schwimmen, und daß ihre Unbequemlichkeit nicht mit Zustimmungszwang oder Gemeinschaftsentzug bestraft wird. Eltern sind gerade ihren heranwachsenden Zöglingen gegenüber relativ hilflos, wenn sie es nicht lernen durften, über ihren eigenen Glauben (und ihre Glaubenszweifel) zu sprechen. Denn mit bloßen Zustimmungformeln 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.

Eine sinnvolle und wirksame Medienpastoral wird darüber hinaus 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.

5. Ökonomie und Mündigkeit

Wenn die Fähigkeit, Auswahlstanz zu dem, was einem begegnet, aufrecht zu erhalten, eine Funktion der Mündigkeit des Menschen ist, dann wäre es unabdingbar, eine Verringerung der Bilderflut zu vertreten, damit überhaupt wieder Konzentration und Zeitinvestition für eigene Entscheidungen möglich werden. Die Gefährlichkeit in der Übermenge audiovisueller Angebote besteht dabei nicht nur im *Zeitverbrauch*, sondern auch im *Energieverbrauch*. Daß neben der Arbeitszeit und neben der Medienkonsumzeit auch noch *Sozialzeit* bleibt, wäre ein sehr wichtiges Anliegen familialer, gemeindlicher und gesellschaftlicher Begegnungskultur. Denn mit Sozialzeit ist jene Zeit gemeint, in der es vornehmlich um die selbstwertige Aufnahme und Pflege sozialer Bezüge und entsprechender Sozialformen geht¹¹.

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...»¹² Je mehr Sozialzeit insbesondere mit Gott aktiv angestrebt 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 Sendungen, in Gesprächen, Gottesdiensten usw., die indes immer dann ab- oder auf Sensationelleres und Spektakulärereres 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 quer durch die Altersstufen oder in Zielgruppen unterschiedlicher Art, in denen 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 Spiritualität zu erleben und zu ermutigen.

Jene 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 Medienprodukten zu entdecken und zu entwickeln. Die Produktionen werden mit den Erfahrungen der Menschen in Verbindung gebracht und müssen nicht zu Hause privat konsumiert und (oft auch in der Familie) unbesprochen bleiben. In der damit verbundenen Gemeinwesenarbeit werden in den Pfarreien erste und wichtige Versuche eines gemeindeorientierten Medienverbundes angestoßen.

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 «Domestizierung» der medialen Techniken und Erzeugnisse

aus dem Kontext der Massenmedien in die interpersonale Begegnung hinein vermittelt die Erfahrung eines verfügenden 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 personaler Kommunikation zugehen, in theologischen Fakultäten, in der Erwachsenenbildung, im Gemeindeaufbau, in den verschiedenen Ziel- und Altersgruppen wie auch in der Verbindung zwischen diesen.

¹ Vgl. ausführlicher O. Fuchs, Kirche und Medien auf dem Weg zum Jahr 2000. Anmerkungen zu einem römischen Textentwurf, in: *Stimmen der Zeit* 106 (1991), 6, 411-421.

² Vgl. W. Simon, Kirche in der Stadt (Berlin 1990).

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

⁴ Den Begriff der «Realisation» hat D. Sölle für die theologische Verhältnisbestimmung von weltlicher Literatur und religiös-christlichen Inhalten entwickelt: «Realisation ist die weltliche Konkretion dessen, was in der Sprache der Religion gegeben oder versprochen ist.», und: «Theologie und Literatur stehen hier im Verhältnis von Tradition und Konkretisierung, von Versprechen und Realisation.»: D. Sölle, Realisation. Studien zum Verhältnis von Theologie und Dichtung nach der Aufklärung (Darmstadt/Neuwied 1973) 29 bzw. 48.

⁵ Vgl. H. Bogensberger, Das Publikum kirchlicher Medienverbund-Programme, in: *Diakonia* 17 (1986) 6, 422-424.

⁶ Vgl. M. Kundczik, Gewalt und Medien (Köln 1987).

⁷ Vgl. zur Möglichkeit und Problematik dieses Begriffes O. Fuchs, Kirche — Kabel — Kapital. Standpunkte einer christlichen Medienpolitik (Münster 1989) 108-114.

⁸ R. Köcher, Familie und Gesellschaft, in: E. Noelle-Neumann/R. Köcher, Die verletzte Nation. Über den Ver-

such der Deutschen ihren Charakter zu verändern (Stuttgart 1987) 83.

⁹ Vgl. dazu genauer Fuchs, Kirche — Kabel — Kapital, aaO. 152-170, 192-217.

¹⁰ Vgl. R. Merkert, Der Bildschirm als Familienmitglied, in: *Communicatio Socialis* 15 (1982) 3, 167-192; Köcher, aaO. 77f.

¹¹ Vgl. P. Spescha, Arbeit — Freizeit — Sozialzeit (Bern/Frankfurt/M. 1981).

¹² J.B. Metz/K. Rahner, Ermutigung zum Gebet (Freiburg i.Br. 1977) 35.

OTTMAR FUCHS

geb. 1954; aufgewachsen in Erlangen; Studium der Philosophie und Theologie in Bamberg und Würzburg; 1972 Priesterweihe; neun Jahre in der Seelsorge tätig; 1977 Promotion in Würzburg im Fach Pastoraltheologie; 1981 Habilitation, ebenfalls in Würzburg; 1981 Berufung auf den Lehrstuhl Pastoraltheologie und Kerygmata an der Universität Bamberg. Neuere Veröffentlichungen: Zwischen Wahrhaftigkeit und Macht. Pluralismus in der Kirche (Frankfurt a.M. 1990); God's People: Instruments of Healing. The Diacritical Dimension of the Church (Bern 1993); Amter für eine Kirche der Zukunft (Luzern 1993); Brennpunkt: Stigma — Gezeichnete brauchen Beistand (Frankfurt/M. 1993). Anschrift: Universität Bamberg, Postfach 1549, 96045 Bamberg, BRD.