

Ernest Henau

Wer spricht in den Massenmedien im Namen der Kirche?

So einseitig auch die von Bellarmin im 17. Jh. vorgetragene und ständig wiederholte Definition der katholischen Kirche auch sein mag, sie schließt doch Elemente ein, die man für diese Religionsgemeinschaft als charakteristisch erachtet: ihre sehr konkrete Sichtbarkeit und ihre stark durchstrukturierte hierarchische Organisation¹. Tatsächlich ist die katholische Kirche in unserem gesellschaftlichen Dasein deutlicher gegenwärtig als jede andere, und sichtbarer als jede andere Kirche bietet sie der Welt institutionell abgesicherte Anhaltspunkte. Nun hat sich aber in den vergangenen drei Jahrzehnten vieles verändert. Mindestens theoretisch (dokumentarisch) hat sich in der Kirche eine neue Definitionsweise durchgesetzt, die zwar mit den von Bellarmin betonten Elementen nicht im Widerspruch steht, jedoch die Akzente anders setzt. Das Konzil und die nachkonziliare Theologie haben nämlich versucht, die Kirche nicht nur als «*societas inaequalium*», das heißt als pyramidalen, hierarchisch gegliederten Bau zu beschreiben, sondern auch als eine Gemeinschaft von Personen, die in und trotz ihrer funktionellen Unterschiedenheit grundlegend gleich sind:

Kirche nicht mehr so sehr als bürokratische, von einer Zentralstelle aus geleitete Organisation, sondern als Gemeinschaft, als «*Communio*» von Ortskirchen; Kirche nicht mehr als festgemauertes Bollwerk, sondern als Sakrament und Zeichen für das Heil Gottes, in Spannung zwischen Schöpfung (*Lumen gentium* 2) und Vollendung (*Lumen gentium* 48); Kirche nicht mehr als mächtige Institution, sondern als Zeugin für das Evangelium in Schwachheit inmitten der modernen Welt usw. Sind diese Veränderungen auch in dem durch die Massenmedien dargestellten Image der Kirche erkennbar? Die Antwort auf diese Frage hängt ab von der Antwort auf die andere Frage: Wer spricht in den Medien im Namen der katholischen Kirche? Oder anders gefragt: An wen wenden sich die Medien, wenn sie Fragen an die Kirche haben oder ihr das Wort erteilen wollen?

In einem ersten Abschnitt dieses Beitrags möchten wir einige Worte darüber sagen, auf welche Weise die Kirche in den Medien gegenwärtig ist. Dann soll gezeigt werden, wie die Medien vor allem Vertreter der Hierarchie und deren Kritiker sprechen lassen. Schließlich sind die Folgen dieser Handlungsweise genauer zu untersuchen, was zu einigen abschließenden Erwägungen führen wird.

Bevor wir auf die Frage eingehen, wer denn im Namen der Kirche in den Medien spricht, muß zwischen den vielfältigen Formen unterschieden werden, in denen die Kirche ihre Anwesenheit durch die Medien bekundet. Ein solches Vorgehen erlaubt uns, den Beitrag so einzugrenzen, wie es der beschränkte Raum dieses Heftes erzwingt.

1. Unter modernen Medien verstehen wir hier vor allem die elektronischen Kommunikationswege (doch gilt, was wir hierzu sagen werden, *mutatis mutandis* auch für die schriftliche Kommunikation).

2. Wir sprechen hier nicht von jenen Kommunikationsmitteln, die der Kirche selbst gehören, und auch nicht von dem Image, das die Kirche von sich selber mittels erworbener Rechte bei privaten Sendestationen ausstrahlen kann.

Bei der Behandlung dieser Thematik gehen wir von der eigenen Erfahrung aus und beschränken uns auf öffentliche Sendungen.

Hier ist die Kirche auf zweierlei Weise gegenwärtig: Erstens durch ein strukturell garantiertes und durch die Religionsgemeinschaft selber ausgefülltes oder unter der Aufsicht der kirchlichen Autorität stehendes Sendezeitvolumen; zweitens als Gegenstand zufällig im Rahmen der Nachrichtenprogramme anfallender Informationen wie etwa geschichtlicher Tatsachen in den Kultursendungen, ziemlich oft auch als Zielscheibe eines gemäßigten oder ironischen Humors, beißenden oder sarkastischen Spotts in den Unterhaltungssendungen.

In praktisch allen, mindestens europäischen Ländern ist den Kirchen von den öffentlichen Behörden in den staatlichen (ausnahmsweise auch privaten) Fernsehprogrammen ein bestimmtes Sendevolumen zugeteilt, in das religiöse Programme eingeschaltet werden können. Diese Zuteilung ist gesetzlich geregelt durch die Staatsgewalt und auf dem Weg von Verträgen verschiedenster Art zwischen den Sendestationen und der religiösen Autorität bzw. deren Vertretern. Hier lassen sich mehrere Modelle anführen. Da ist zunächst das Modell der Sendeabteilung «Religion»; sie ist integraler Bestandteil des (staatlichen) Fernsehprogramms, wobei dieses für den Inhalt der Sendung selbst verantwortlich ist. Sodann gibt es Länder, in denen Sendezeit und -mittel (zur Verwirklichung dieser Sendungen) den Kirchen und anderen Verbänden ideologischer Ausrichtung zugeteilt werden; letztere können, wenn sie wollen, ihre Sendungen Produktionsgesellschaften übertragen. Schließlich gibt es auch Länder, in denen die großen religiösen Bewegungen und ideologischen Strömungen durch die staatliche Autorität befugt sind, ihre eigenen kleinen Rundfunkprogramme zu schaffen, die dann eine Sendezeit bekommen sowie gewisse Erleichterungen im Rahmen des öffentlichen Rundfunks. Natürlich werden diese Modelle auch untereinander kombiniert. Man kennt zum Beispiel in gewissen Ländern sogenannte redaktionelle Sendungen im Rahmen des staatlichen Rundfunks; sie werden von der Redaktion dieses Organismus selbst produziert. Schließlich gibt es auch Predigtsendungen; sie kommen unter der Verantwortung der Kirchen zustande².

Das Image der katholischen Kirche ist, so

wie es in diesen Sendungen erscheint, relativ nuanciert. Es entspricht im großen und ganzen dem Bild, das sich die Kirche von sich selber macht, so wie es sich seit dem vergangenen Konzil entwickeln konnte. Nicht nur Bischöfe, sondern auch Priester und Laien ergreifen hier im Namen der Kirche das Wort. Die Glaubensgemeinschaft identifiziert sich also nicht mit ihrem hierarchischen Überbau. Sie kommt auch als Ortskirche in den Blick, nicht bloß als ein stark zentralisiertes multinationales religiöses Unternehmen mit seinen unzähligen Filialen. Überdies wird die Kirche nicht nur als eine ethische Instanz dargestellt. Man spricht in den Sendungen auch von der kirchlichen Gemeinschaft als Sakrament und Zeichen des Heils, als Zeugnis für das Evangelium in menschlicher Schwäche, als Pilgerschaft auf dem Weg zur ganzen Fülle ihrer Verwirklichung. Meistens werden die Themen ausgewogen und mit einem wahren Sinn für die nötigen Nuancen ausgearbeitet. Es wird z.B. zwischen dem Wesentlichen und dem Beiläufigen wohl unterschieden. Das Problem liegt darin, daß die in diesem Rahmen ausgestrahlten Sendungen für das Image der Kirche in der öffentlichen Meinung gar nicht ausschlaggebend sind. Der Grund hierfür ist leicht einsehbar: Nur ein kleiner Prozentsatz der Öffentlichkeit (auch der gläubigen Öffentlichkeit) schaut sich diese Sendungen an. Diese selbst können das nuancierte Image, wie es auf dem Vatikanum II zustande gekommen ist, nur unter der Voraussetzung darstellen, daß sie die für die Medien geltenden und nach manchen Kritikern wie Postman, Biser und Finkelkraut jede ernsthafte Behandlung und Vertiefung verhindernden Maßregeln außer acht lassen. Jedenfalls besteht eine Art Unverträglichkeit zwischen einer ausgewogenen Darstellung und der Zufriedenstellung einer bedeutenden Anzahl von Fernsehzuschauern und Hörern. Und das schafft einen Druck, dem die öffentlichen Programme aufgrund der wachsenden Vermarktung der Kanäle zunehmend ausgesetzt sind. Das Image der Kirche wird demnach durch jene Sendungen bestimmt, in welchen man sich (bewußt oder unbewußt) den Maßregeln fügt, auf die oben hingewiesen wurde. Um welche Maßregeln handelt es sich?

Wer spricht in den Medien im Namen der Kirche?

Die Medien wirken durch Symbole. Eine Information wird erst von dem Augenblick an interessant, wo ihr eine konkrete Gestalt Symbolkraft verleiht. So hat eine Untersuchung gezeigt, daß die Medien die Frage der Befreiungstheologie in erster Linie von dem Konflikt her angingen, den einige ihrer Verfechter mit der kirchlichen Autorität auszustehen hatten, das heißt von dem Moment an, wo diese Theologie Symbolgestalten vorweisen konnte, zum Beispiel einen Leonardo Boff³. Dessen Schwierigkeiten mit der römischen Glaubenskongregation, genauer mit deren Schlüsselfigur Kardinal Ratzinger, besitzen für die Medien den unverzichtbaren Charakter eines Schlagzeile machenden «Ereignisses». Das bedeutet aber auch, daß der Inhalt der Befreiungstheologie nur in dem Maße Aufmerksamkeit weckt, wie er zu Konflikten führt. Man hat in der erwähnten Untersuchung festgestellt, daß zwei Drittel aller zitierten Autoren drei Männer betreffen: Boff, Ratzinger und den Papst.

Symbolgestalten können auch noch aus anderen Gründen vonnöten sein, z.B. aufgrund ihres hervorragenden Amtes oder Ranges. Jedes Land besitzt nur einen bzw. in Ausnahmefällen zwei oder drei Kardinäle. Sie erscheinen wegen ihrer außergewöhnlichen Stellung häufiger in den Nachrichten als andere Persönlichkeiten der kirchlichen Hierarchie. Übrigens geben die Medien das Wort vorzugsweise einem an gesellschaftlicher Würde Höherstehenden. Die Priorität gilt also den Kardinälen, auf einer Stufe tiefer dann den Bischöfen und schließlich ganz unten den einfachen Priestern. Sie alle gelten als solche, die mehr als zum Beispiel Laien im Namen aller Katholiken sprechen. Unter den Bischöfen und Kardinälen erfreuen sich manche wegen ihrer starken Persönlichkeit besonderer Medienbeliebtheit. Es liegt in der Logik der Medien, die repräsentativsten Sprecher zu Wort kommen zu lassen; die Folge ist, daß der am meisten charismatisch begabte Prälat, jener also, der nach Ansicht der Medien im Namen der ganzen Institution zu sprechen vermag, das Wort bekommt. Entsprechend der oben

angeführten ersten Regel haben also in fast allen Ländern ein paar Symbolgestalten im Namen der ganzen Kirche das Wort, oft der Vorsitzende der Bischofskonferenz oder allenfalls deren Sprecher bzw. Pressechef, aber auch der eine oder andere, vom Standpunkt der Medien aus gesehen, interessante Bischof⁴.

Es gibt noch eine andere Regel. Sie hängt mit der vorhergehenden eng zusammen. Die Medien lenken ihre Aufmerksamkeit gern auf das Sensationelle, auf das, was sich von der allgemein gültigen Norm entfernt. Zu dieser Regel gehört das, was wir oben über das vorzüglich auf konfliktgeladene Gegenstände konzentrierte Interesse sagten. Wenn die Medien denen das Wort erteilen, die ihrer Meinung nach die Macht innehaben, so lassen sie entsprechend den genannten Regeln aber auch besonders gern jene zu Wort kommen, die diese wirkliche oder vermeintliche Macht bestreiten. Auf diese Weise bekommen gewisse minoritäre Gruppen oder Protestler eine Bedeutung und ein Gewicht, das sie in Wirklichkeit überhaupt nicht besitzen. Hier schaffen die Medien Gestalten, die ihre Berechtigung gar nicht von daher besitzen, daß sie zum Beispiel eine bestimmte Gruppe innerhalb der kirchlichen Gemeinschaft vertreten oder daß sie wesentlich Bedeutsames zu sagen haben. Ihre Berechtigung schöpfen sie aus den Medien selbst; sie werden von ihnen zu deren eigenen Sprechern hochgespielt, weil sie einer Regel folgen, die für diese Medien bestimmend ist.

Wir haben durch unseren Hinweis auf die Untersuchung zur Befreiungstheologie bereits deutlich gemacht, daß die Medien über keinen Wertmesser zur Einschätzung der Nachrichtenelemente verfügen. Das liegt an der hochgesteigerten Personalisierung, aufgrund derer man sich mehr für das Ereignishafte und insbesondere für dessen sensationelle, konfliktuelle und sentimentale Eigentümlichkeiten interessiert. Das hat aber auch mit der Schnelligkeit zu tun, mit welcher die Medien arbeiten. Im Fernsehen ist die Behandlung eines Themas oft von sehr begrenzter Dauer. Da die Medien an die Aktualität gebunden sind und die Behandlung eines Themas nur von sehr kurzer Dauer sein kann, vermag man sich mit einem solchen Thema in den meisten Fällen

gar nicht tiefgehend und abgewogen genug zu befassen; das aber führt leicht zur Manipulation, der übrigens eine abgekürzte und nuancenlose Mitteilung gar nicht entgegen kann. Die Auswahl eines Programmpunktes ist meistens von Nebenaspekten bestimmt. Die Folge ist: Das Wesentliche wird unterbelichtet. Außerdem ist es bei den Medien nicht der Brauch, sich um die möglichen Feinheiten rechtlicher und dogmatischer Unterscheidungen zu kümmern.

Etwas anderes kommt noch hinzu. Die Journalisten, die für gewöhnlich die kirchlichen Nachrichten bringen, interessieren sich nicht für das Wesen der Kirche selbst noch für das, was diese charakterisiert. Denn sie sind selber oft Ungläubige und daher überhaupt nicht in der Lage, die Kirche aus gläubiger Sicht darzulegen. Ebenso besteht wenig Affinität und in gewissen Fällen sogar eine Unmöglichkeit, sich mit der Art und Weise vertraut zu machen, wie ein gläubiger Christ seinen Glauben in der Kirche lebt und ihn zum Ausdruck bringt. Die Ungläubigen lernen daher die Kirche auf analoge Weise verstehen. Das geschieht unter Verwendung jener Kategoriensysteme, die die Ungläubigen auch zur Beurteilung von politischen Situationen und Verhaltensweisen benutzen. Denn es versteht sich von selbst, daß sie die Stellungnahmen jener, die (nach Meinung der Medien) die kirchliche Autorität vertreten, und die diesbezüglichen Reaktionen in Begriffen von Regierung und Opposition oder von Rechts- und Linksstehenden zur Kenntnis nehmen.

Die Journalisten bedienen sich zur Interpretation der Stellungnahmen der Kirche aber nicht nur eines politischen Verständnistrasters; sie handeln auch – unabweislich – auf vereinfachende, einschränkende Weise. Denn sie behandeln nur solche Gegenstände, die ihrer Ansicht nach auf allgemeines Interesse stoßen können, wie zum Beispiel alles, was die Sexualität betrifft. Von sehr ausführlichen päpstlichen Ansprachen bringt man nur einige Abschnitte und, verglichen mit dem Gesamthalt, oft nur sehr nebensächliche. Dazu kommt noch, daß die verantwortlichen Männer der Kirche vorzugsweise Grundsätze ans Licht heben, die man dann mit Verbotsmaßnahmen verwechselt. Die Argu-

mentation verliert ihre spirituelle Tiefe; sie wird rein moralisch.

Folgen für die Kirche

Vergleichen wir diesen Tatbestand mit dem Selbstverständnis der Kirche, so wie es aus den Dokumenten und auch aus dem Kirchenrecht ersichtlich ist, so ist der Schluß unausweichlich, daß diese Situation ganz und gar nicht das Urteil der Kirche über sich selber widerspiegelt. Die Autorität des Vorsitzenden der Bischofskonferenz zum Beispiel ist nur eine moralische Autorität. Jeder Bischof ist in seinem Bistum autonom, und der Vorsitzende der Bischofskonferenz hat keine Möglichkeit, sich in die internen Angelegenheiten einer anderen Diözese einzumischen. Ebenso besitzt der Sprecher oder der Pressechef der Kirchenprovinz keine eigentliche Macht. Und ein einzelner Bischof steht in keiner Weise über seinen Kollegen. Und doch schaffen die Medien den Eindruck, daß einige unter diesen Bischöfen das Sagen haben. Von daher kommt Verwirrung in die Öffentlichkeit; sie denkt, diese Gestalten seien die wahren Autoritäten in der Kirche, weil sie offensichtlich in deren Namen sprechen. Es ist unausbleiblich, daß auf diese Weise das Verständnis der Autorität in der kirchlichen Institution verzerrt wird. Rechtlich sind alle Bischöfe einander gleichgestellt. Aber das Quasi-Monopol des Auftretens einiger von ihnen in den Medien schafft tatsächlich eine Ungleichheit. Immer sieht man dieselben Köpfe, immer treten dieselben Männer auf, die daher allgemein bekannt werden und eine moralische Autorität erlangen. Die wirkliche strukturelle Gleichheit wird untergraben, weil die Medien kraft ihrer eigenen Maßstäbe den Eindruck erwecken, die Kirche sei eine Oligarchie⁵.

Daraus entsteht eine paradoxe Lage. In einer vergangenen Epoche, in welcher sich die Kirche sehr viel deutlicher als heute als eine hierarchisch gegliederte und in Form einer Pyramide aufgebaute Institution verstand, war sie doch viel weniger als eine solche erkannt. Der Papst zum Beispiel war bis zur allgemeinen Verbreitung der elektronischen Medien fast eine mythische Gestalt, von der sich nur

einige wenige Menschen (wenige außerhalb Italiens) aufgrund persönlicher Begegnungen oder seltener päpstlicher Auftritte eine Vorstellung machen konnten. Nur in Ausnahmefällen erfuhren sie etwas hinsichtlich des Papstes, und auch das nur nach und nach. Heute dringt der Papst mittels vieler Millionen Fernsehgeräte in jedes beliebige Wohnzimmer. Die Hierarchie (insbesondere ihre Spitze, der Papst) ist sehr viel sichtbarer geworden als früher.

Aus der Tatsache, daß die Medien vor allem der Hierarchie das Wort verleihen und denen, die sie bestreiten, folgt noch eine gewisse Anzahl negativer Tatsachen, aufgrund derer wesentliche Aspekte des neuen Selbstverständnisses der Kirche nicht zur Sprache kommen. Im allgemeinen wird die Kirche nicht als »Zeichen für« betrachtet, nicht als ein Sakrament, das von sich aus auf anderes verweist. Man sieht sie auch nicht mehr als ein institutionelles Mittel für das Heil der Welt. Man zeigt sie hauptsächlich als ein Feld von Einfluß- und Machtkämpfen, auf dem wie in allen Institutionen Interessenrivalitäten und Intrigen, Konflikte und Spannungen herrschen. Von der Tatsache, daß die Kirche ihrem Wesen nach im Dienst an der Welt steht, wie das die konziliaren Dokumente unüberhörbar deutlich verkünden, ist nie oder nur selten die Rede. Da man die Kirche von politischen Kategorien aus beurteilt und erklärt, ist es nicht verwunderlich, daß man sie in Wirklichkeit eher in Begriffen der Macht als des Dienstes zur Aussage bringt.

Geht man so vereinfachend an die Kirche heran, führt das noch zu Folgen auf einem anderen Gebiet. Indem man nämlich den kirchlichen Autoritäten das Wort vor allem auf dem Feld der Moral erteilt, verdirbt man das Image der Kirche ganz einfach zu einer bloß ethischen Instanz. Überdies handelt es sich fast ausschließlich um Fragen, die das persönliche Leben betreffen, derentwegen sich dann das kirchliche Lehramt mit seinen Forderungen an den geltenden gesellschaftlichen Normen wundstößt. Dadurch, daß sich die Bischöfe im Gefolge der Medienlogik diesbezüglich auf Verbotsmaßnahmen festlegen lassen, wird die pastorale Dimension fast niemals erwogen, von der spirituellen ganz zu

schweigen. Auf diese Weise sieht man die Kirche nicht nur bloß als ethische Instanz, sondern in erster Linie auch als Unterdrückungssystem. Und dies um so mehr, als gewisse Leute der Medienwelt diesen Eindruck bewußt, freilich auf sehr subtile Art, eigens erzeugen oder verstärken.

Nach einer bestimmten medieneigenen Logik wird das Wort hauptsächlich nur ausgesuchten Persönlichkeiten erteilt; die Ortskirche verliert somit etwas von ihrem Ansehen, ihrer Festigkeit im Bewußtsein des öffentlichen Lebens. Nun hat aber das Zweite Vatikanum ganz in der Linie der neutestamentlichen und besonders paulinischen Ekklesiologie erklärt, daß die Kirche ihre volle Wirklichkeit auf Ortsebene gewinnt, daß sie in der örtlichen Glaubensgemeinde ihre ganze Sichtbarkeit findet. Wenn am Bildschirm die Symbolgestalten erscheinen, und zwar in dem Sinne, wie wir oben sagten, dann treten die Leiter der christlichen Ortsgemeinden in den Schatten. Das wird noch dadurch erleichtert, daß es oft zu keiner wahren Fernseh- oder Rundfunkgestaltung kommt, die die unterschiedlichen Stufen der kirchlichen Organisation berücksichtigt. Immer in der gleichen Medienlogik wenden sich wie die für den nationalen Gesamtbereich zuständigen Sender auch die örtlichen Sendestationen an stets dieselben kirchlichen Wortführer. Das sind (oder werden) dann jene Sprecher der Kirche, die jeder kennt und die folglich, sicher ohne es zu wollen, in den Rang eines Stars geraten.

Der Prestigeverlust der Ortskirche läßt sich noch auf andere Weise illustrieren. Es besteht Einmütigkeit unter den Theologen darüber, daß die Diakonie (neben Kerygma und Liturgie) eine wesentliche Funktion der Glaubensgemeinde bedeutet. Und diese Aufgabe wird wichtig aufgrund des Einsatzes bestimmter Personen auf dem Feld dieser Dienste. Aber auch hier wieder stellt sich das Problem der Symbolgestalten. Die Medien lassen von der christlichen Diakonie lediglich die Tätigkeit von Leuten sehen, die auf nationaler oder internationaler Ebene bekannt sind, und nicht den diskreten Einsatz von Mitgliedern aktiver Gruppen auf Ortsebene.

Schlußbetrachtungen

Der Grund, warum in vielen Fällen vor allem Bischöfe gezwungen sind, immer wieder im Namen der Kirche das Wort zu ergreifen, liegt oft in der Stummheit, manche sagen sogar Schüchternheit der Laien, insbesondere der katholischen Intellektuellen. Und doch gibt es seit dem Zweiten Vatikanum eine große Zahl von Laien, die sich ihrer Mitverantwortung in der Kirche bewußt geworden sind. Wenn sie schweigen, fühlen sich natürlich die Bischöfe verpflichtet zu sprechen. Dieser Druck ist um so stärker, als letztere, wie wir schon gesehen haben, durch die Logik der Medien in die Rolle der wahren Sprachorgane der Kirche hineingedrängt werden.

Die Folgen dieser Lage werden auch deshalb unterschätzt, weil man es mit einer gewissen Erblast hinsichtlich des Verhältnisses Medien-Kirche zu tun hat. Die Kirche hat in der Vergangenheit den Medien gegenüber immer eine mehrdeutige Haltung eingenommen. Kaum war der Buchdruck erfunden, schon bekämpfte sie seinen Einfluß durch Aufstellung des Index. Andererseits hat sie sich derselben Erfindung sofort bedient, um «die gute Lehre» zu verbreiten. Sie erkannte nämlich, daß sich die Predigt auf der Kanzel durch die Bücher sozusagen verlängern läßt. Auch gegenüber den neuen (vor allem elektronischen) Medien war die Kirche zuerst zurückhaltend, um nicht zu sagen abweisend. Wie in vielen anderen Bereichen bedeutete auch hier das Vatikanum II einen Wendepunkt im Verhältnis Kirche-Medien. Von dem

Dekret *Inter mirifica* (1963) und vor allem von der Instruktion *Communio et progressio* (1971) an erwies sich die Haltung der Kirche als sehr viel aufgeschlossener. Manche meinen, die Medien seien (besonders in dem Dokument von 1971) in ihren Möglichkeiten überschätzt und idealisiert worden. Eine realistischere Beachtung der Medien finden wir in *Aetatis novae* von 1992. Hier ist auch die Rede von einem Pastoralplan für die soziale Kommunikation, den jede Bischofskonferenz und jede Diözese auszuarbeiten hätten. Der Weg zur Aufstellung eines derartigen Plans und sein Inhalt werden sehr genau umschrieben. Aber die Art und Weise, wie das Image der Kirche in den Medien zustande kommt, wird zu wenig in Betracht gezogen. Wir möchten hier im Rückblick auf die in diesem Beitrag ausgeführten Gedanken sowohl über die frühere Ablehnung als auch über die spätere Idealisierung hinausgehen und für eine realistischere Betrachtung und Behandlung der Risiken und der Gefahren eintreten, denen die Kirche in der Massenkommunikation ausgesetzt ist. Wichtig ist hier eine kritische Theorie, die folgende Frage stellt: In welchem Maße kann und darf sich die Kirche den Zwängen der Medien unterwerfen? Das gilt nicht nur in bezug auf das Gesetz über das Kapital, sondern auch hinsichtlich der anderen hier besprochenen Gesetze⁶. Zu dieser Überlegung gehört die zentrale Frage: Wer spricht in den Medien im Namen der Kirche? Weicht man dieser Überlegung aus, wird das Image der Kirche in den Massenmedien mit großer Wahrscheinlichkeit weiter verunstaltet.

¹ «(Die Kirche) ist die Versammlung von Personen, die durch das Bekenntnis des gleichen christlichen Glaubens und die Teilhabe an denselben Sakramenten unter der Autorität rechtmäßiger Hirten, in erster Linie eines einzigen Vertreters Christi auf Erden, geeint sind» (*Disputationes de controversiis Christianae fidei adversus hujus temporis haereticos*, II, Mailand 1721, 100). Dann: «Um gleichwertig zur wahren Kirche zu zählen (...), ist nach unserem Empfinden gar keine innere Tugend erforderlich, sondern allein das äußere Bekenntnis des Glaubens und die Teilnahme an den Sakramenten, Dinge, die unseren Sinnen zugänglich sind. Tatsächlich ist die Kirche eine ebenso sichtbare und greifbare Versammlung wie der Senat des römischen Volkes, das Königreich Frankreich und die Republik von Venedig» (aaO. 102).

² Vgl. E. Lever (Hg.), *I programmi religiosi alla Radio e in Televisione. Rassegna di esperienze e prospettive in Italia e in Europa*, Turin 1991.

³ Vgl. M. Bleistein, *The Church in the Process of Social Communication. The Conflict over the Theology of Liberation in the German Press*, in: *Journal of Empirical Theology* 2 (1988) 51-63.

⁴ Vgl. F.-H. de Virieu, *La médiacratie* (Paris 1990) 124-152.

⁵ Vgl. de Virieu 134.

⁶ Vgl. O. Fuchs, *Kirche - Kabel - Kapital, Standpunkte einer christlichen Medienpolitik* (Münster 1989).

Aus dem Französischen übers. von Arthur Himmelsbach

ERNEST HENAU

geboren in Erwetegem (Belgien); 1956 Eintritt bei den Passionisten; 1963 Priesterweihe; promovierte 1967 zum Dr. theol. an der Katholischen Universität Löwen: lehrte ab 1969 an den theol. Fakultäten von Löwen, Tilburg und Heerlen; 1975-1976 Tätigkeit an der Universität Würzburg (mit einem Stipendium der «von Humboldtstiftung»,

Bonn); zur Zeit Leiter der flämischen katholischen Rundfunk- und Fernsehstation in Brüssel und Professor für Pastoraltheologie an der Katholischen Universität Nijmegen (Holland). Wichtige Veröffentlichungen: *Waarom Kerk?* (1974); *Inleiding tot de praktische Homiletiek* (1976); *Verscheidenheid in kerkbetrokkenheid* (1982); *Zaaien op asfalt?* (1991); *God op de buis* (1993). Anschrift: Mechelsesteenweg 82, B-1970 Wezembeek-Oppeem.

Norbert Mette

**Caritas und Sozialstaat –
Identität kirchlicher
Diakonie im Widerstreit**

*1. Leitbild(er) der Caritas – eine aktuelle
Diskussion in Europa*

Was macht die (korporative) Identität (corporate identity) kirchlicher Caritas bzw. Diakonie aus? Diese Frage steht momentan auf der Tagesordnung der Caritasorganisationen in Europa obenan. Die Anlässe dazu sind unterschiedlich: In den Ländern Mittel- und Osteuropas, die bis 1989 dem Warschauer Pakt angehörten, kann erst seit der Erlangung ihrer Autonomie (wieder) mit einer bewußt organisierten Caritasarbeit begonnen werden. Hier steht die (katholische) Kirche vor dem Problem, welches Konzept und welche Strukturen sie dafür ins Auge fassen soll – wobei allerdings solche eher längerfristig angelegten konzeptionellen Überlegungen aufgrund der Dringlichkeit von unmittelbarer Hilfe angesichts des durch Kriege und Katastrophen verursachten Leidens der Bevölkerung nicht selten (verständlicherweise) hintangestellt werden müssen.¹ Demgegenüber sehen sich die

Caritasorganisationen in den westeuropäischen Ländern vor die Herausforderung gestellt, angemessen auf den voranschreitenden europäischen Einigungsprozeß zu reagieren. Welche Aufgaben kommen auf die Kirche(n) zu und wie können bzw. müssen sie wahrgenommen werden, so lautet die Frage; besondere Dringlichkeit gewinnt sie angesichts der Tatsache, daß die Dominanz der Wirtschaftspolitik die Frage nach der Festlegung und Sicherung gemeinsamer sozialpolitischer Rahmenbedingungen in einem künftig vereinigten Europa völlig ins Hintertreffen hat geraten lassen. Abgesehen von wenigen Ausnahmen werden sich die Caritasverbände in den betroffenen Ländern erst allmählich dieser neuen Herausforderung bewußt. Und sie tun sich mit einer gemeinsamen Antwort nicht zuletzt deswegen schwer, weil die Caritasarbeit in den verschiedenen Ländern unterschiedlich konzipiert und strukturiert ist.² Zudem verschärfen sich infolge von anhaltender wirtschaftlicher Rezession und dem von verschiedenen Regierungen, die immer rücksichtsloser einen neoliberalen Wirtschaftskurs verfolgen, betriebenen Rückzug des Staates aus seiner sozialpolitischen Verantwortung die sozialen Probleme in den einzelnen Ländern dermaßen, daß die Caritas «vor Ort» schon allein damit mehr als genug zu tun hat.

All dies bedingt, daß die Fragen, ob die Kirchen sich in ihrer caritativen bzw. diakonischen Arbeit nicht Prioritäten setzen müssen und, wenn ja, welche Kriterien sie dafür aufstellen können, immer unausweichlicher werden. Dabei wird aber auch deutlich, daß eine