

Das Konzilsdekret „Inter Mirifica“: Erfolg oder Fehlschlag?

Guy Marchessault

Das Problem des Dekrets Inter Mirifica bestand darin, dass es dem Konzil in einer zu frühen Phase vorgelegt wurde und die Teilnehmer beschlossen, es lieber später durch ein weiteres Dokument von „konziliarem“ Rang zu ergänzen: eine Pastoralinstruktion, die 1971 veröffentlicht wurde. Die Wahrnehmung des Dekrets selbst wurde vor allem durch seinen moralisierenden Ansatz bestimmt. Gleichwohl bleibt es das erste Zeugnis dafür, dass die Kirche begann, sich der Bedeutung der Kommunikationsmittel und des Beitrags der christlichen Medienschaffenden bewusst zu werden. Auf die Pastoral hatte es zunächst nur geringe Auswirkungen, weil die Verantwortlichen die Medien lediglich als nützliche Hilfsmittel betrachteten und nicht erkannten, dass sie es hier mit dem künftigen Herzstück der Ausdrucksformen der Gegenwartskultur zu tun hatten.

Ist das Konzilsdekret *Inter Mirifica* womöglich Erfolg und Fehlschlag zugleich?

Das erste Konzilsdokument der Geschichte, das sich direkt mit den Methoden der Glaubenskommunikation befasste, diente den Konzilsvätern im Vorfeld der - zeitgleich stattfindenden und als wichtiger erachteten - Abstimmung über die Liturgiereform als eine Art Fingerübung. Es ist das Dekret, das die meisten Neinstimmen des gesamten Konzils erhielt. Der Grund hierfür ist einfach: Es kam

zu früh; nach den Gesetzen der Logik hätte es erst im Gefolge der großen Visionen formuliert werden dürfen, die in den späteren Dokumenten und insbesondere in *Gaudium et Spes*, der „Pastoralkonstitution über die Kirche in der Welt von heute“, entwickelt worden waren.

Die Abfassung war chaotisch und wurde auf der Ebene des Konzilspräsidiums mehrfach blockiert. Nachdem die ersten Versionen für zu lang befunden worden waren, kam die Weisung, das Dekret auf einen möglichst geringen Umfang zu kürzen, damit man es „zum Üben“ benutzen könne. Drei Personen, Msgr. Lucien Metzinger (Franzose, später Bischof in Peru und Kommunikationsbeauftragter der Kirche Lateinamerikas), Msgr. Jean Bernard (von der Internationalen Katholischen Organisation für Kino und audiovisuelle Medien OCIC) und Abbé Jean-Marie Poitevin PME (vom Missionsdienst der OCIC in Rom) kamen eiligst zusammen, um diese Kürzungen vorzunehmen. Einige Punkte wurden „gerettet“, wie J.-M. Poitevin erzählt: unter anderem die größere Beteiligung der Laien und die verbesserte Stellung der Päpstlichen Kommission für die Sozialen Kommunikationsmittel.¹

Nach der Abstimmung vom 4. Dezember 1963 (160 Ja- und 164 Neinstimmen) wurde – um die drakonischen Kürzungen abzumildern, die an diesem Test-Dekret vorgenommen worden waren – die Idee vorgebracht, den eher unvollständigen Text, dem man „die Flügel gestutzt und vieles von seiner Inspiration genommen hatte“ (Poitevin), durch eine Ausarbeitung zu ergänzen. Also beschloss das Konzil die Vorbereitung eines Ergänzungsdokuments: der „Pastoralinstruktion *Communio et progressio* über die Instrumente der Sozialen Kommunikation, veröffentlicht im Auftrag des II. Vatikanischen Ökumenischen Konzils“ (so der offizielle Titel).

Die Instruktion wurde 1971 im Vatikan veröffentlicht. Vor der endgültigen Version hatte man sechs oder sieben andere Fassungen formuliert und dabei eine immer größere Anzahl von Laien beteiligt, unter ihnen auch Jean-Pierre Dubois-Dumée (Chefredakteur der Pariser Tageszeitung *La Croix*) und André Ruszkowski (Leiter des Instituts für Soziale Kommunikation an der Universität Saint-Paul in Ottawa).

Die Instruktion wurde nicht zuletzt von der internationalen Presse sehr gut aufgenommen: Sie war ganz offensichtlich direkt von Journalisten beeinflusst worden und befasste sich eingehend mit der Verbreitung von Informationen. Die Tageszeitung *Le Monde* nahm sogar im Leitartikel auf der ersten Seite positiv Stellung und begrüßte unter anderem, dass die Instruktion das Recht der Öffentlichkeit bestätigte, zu informieren und informiert zu werden (Nr. 34-47), und Kirchenvertretern zu einer klugen Verwendung von Sperrfristen riet (ironischerweise war *Communio et progressio* bis wenige Stunden vor ihrem Erscheinen mit einer Sperrfrist belegt gewesen!).

Gestützt auf den Begriff der Gemeinschaft formulierte das Dokument außerdem eine gelungene Theologie der Kommunikation. Insgesamt vertrat der Text eine sehr optimistische Sicht auf die Beziehungen zwischen den Medien und der katholischen Kirche – zu optimistisch vielleicht, wie man ihm später von einigen

Seiten vorwerfen sollte, da die Verfasser sich in ihrer Begeisterung dazu hatten hinreißen lassen, die dunklen Seiten der Medienwelt – etwa die Einflussnahme der großen Konzerne zugunsten von Zusammenschlüssen bzw. Absprachen und den übermäßigen Konsum – ein wenig zu verharmlosen.

Communio et progressio wurde etwa 20 Jahre später durch ein weiteres Dekret zur Kommunikation, *Aetatis novae* (22. Februar 1992), ergänzt, das, eher pragmatisch orientiert, sich vor allem mit den Möglichkeiten der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit auseinandersetzte.² In der Zwischenzeit legt der Vatikan seit dem Konzil alljährlich im Rahmen des Welttags der sozialen Kommunikationsmittel einen Text mit Überlegungen zu Kommunikationsthemen vor.

André Ruzzkowski, der diese Ereignisse aus nächster Nähe miterlebt hat, gelangt, was die Wirkung und die Schwäche des Konzilsdokuments an sich betrifft, zu einem äußerst interessanten Urteil.³ *Inter Mirifica*, so sein Resümee, sei ein Schritt nach vorne: Zum ersten Mal habe darin die gesamte Kirche auf Konzils-ebene die Wichtigkeit der Kommunikation und ihrer Ausdrucksmittel für die Stärkung und Weitergabe des Glaubens anerkannt. Und mehr noch: Zum ersten Mal, so stellt er erfreut fest, habe man den Menschen, die im Bereich der Medien tätig sind, Beachtung geschenkt und christliche Laien dazu ermutigt, Präsenz zu zeigen. Mit Blick auf den Gesamtverlauf des Konzils, so räumt er ein, sei das Dokument allerdings zu früh gekommen und habe sich allzu oft darauf beschränkt, die Befürchtungen und moralisierenden Blickwinkel wiederaufzugreifen, die schon vor dem Konzil in den päpstlichen und kirchlichen Verlautbarungen vorgeherrschten hätten.

Der eigentliche Kern der Frage, so glauben wir, betrifft die Tatsache, dass die sozialen Kommunikationsmittel lange Zeit von der Mehrzahl der an der Pastoral Beteiligten entweder als potentielle Feinde oder – bestenfalls – als technische Hilfsmittel betrachtet worden sind, die (wie beispielsweise das Mikrofon oder der Lautsprecher) sich in den Dienst der Glaubensverkündigung stellen lassen. Alexis Bacquet⁴, William F. Fore⁵ und viele andere Autoren und Fachleute haben diese verkürzende Sicht nachdrücklich kritisiert. Tatsächlich hat sich der vatikanische Diskurs zwischen nacktem Nützlichkeitsdenken und Inkulturation nur langsam weiterentwickelt. Dieses Spannungsfeld existiert noch immer – vor allem in denjenigen Dokumenten, die von anderen Dikasterien als dem Päpstlichen Rat für die Sozialen Kommunikationsmittel herausgegeben werden und eher auf den kurzfristigen Nutzen bedacht sind. Dies hat sogar in einigen Canones des Kirchenrechts seinen Niederschlag gefunden. Veranschaulichen lässt sich das Ganze an einer Äußerung Pauls VI.,

Guy Marchessault, Ph. D., ist seit 1989 Professor der Kommunikationswissenschaften an der St.-Paul-Universität in Ottawa, Kanada. Zu seinen Interessenschwerpunkten zählen neben Medienethik und Bildersprache vor allem das Verhältnis zwischen Religion und den Medien, in jüngerer Zeit vor allem die Auswirkungen des Internets und der sozialen Netzwerke auf die christliche Religion. Seit einiger Zeit arbeitet er auch als Romanschriftsteller. Anschrift: Université Saint-Paul, École des communications sociales et du leadership, Faculté des sciences humaines, 223, rue Main, Ottawa, Ontario, Kanada. E-Mail: gmarchessault@ustpaul.ca.

die hier als Zeugnis der Zeit und ihrer in Teilen zwar berechtigten, insgesamt aber allzu einseitigen Sichtweise zitiert werden soll:

„In unserer Zeit, die von den Massenmedien oder sozialen Kommunikationsmitteln geprägt ist, [kann] bei der ersten Bekanntmachung mit dem Glauben, bei der katechetischen Unterweisung und bei der weiteren Vertiefung des Glaubens auf diese Mittel nicht verzichtet werden.

In den Dienst des Evangeliums gestellt, vermögen diese Mittel den Bereich der Vernehmbarkeit des Wortes Gottes fast unbegrenzt auszuweiten; sie bringen die Frohbotschaft zu Millionen von Menschen. Die Kirche würde vor ihrem Herrn schuldig, wenn sie nicht diese machtvollen Mittel nützte, die der menschliche Verstand immer noch weiter vervollkommnet. Dank dieser Mittel verkündet die Kirche die ihr anvertraute Botschaft ‚von den Dächern‘. In ihnen findet sie eine moderne, wirksame Form der Kanzel. Durch sie vermag sie zur Masse des Volkes zu sprechen.“⁶

Fünfzehn Jahre später sollte jedoch ein Schlüsseldokument Johannes Pauls II. die Gedanken in eine andere Richtung lenken. Inspiriert von Marcello Kardinal Zago OMI, dem damaligen Sekretär der Kongregation für die Evangelisierung der Völker (der seinerseits, wie es scheint, im Stillen den Franzosen Pierre Babin OMI zu Rate gezogen hat), erklärte der Papst in einem innovativen Passus, dass die Welt der Medien nicht in erster Linie ein Hilfsmittel, sondern selbst eine Kultur ist, der man sich wie jeder anderen neuen kulturellen Sphäre auch auf dem Wege der Inkulturation zu nähern habe.

„Heutzutage verändert sich das Bild der Mission ad gentes zusehends: zu den bevorzugten Orten müssten die Großstädte werden, in denen neue Gewohnheiten und Lebensstile, neue Formen der Kultur und der Kommunikation entstehen, die ihrerseits wieder die Bevölkerung beeinflussen. [...]

Ein solcher erster Areopag der neuen Zeit ist die Welt der Kommunikation, die die Menschheit immer mehr eint und - wie man zu sagen pflegt - zu einem ‚Weltdorf‘ macht. Die Mittel der sozialen Kommunikation spielen eine derartig wichtige Rolle, dass sie für viele zum Hauptinstrument der Information und Bildung, der Führung und Beratung für individuelles, familiäres und soziales Verhalten geworden sind. Vor allem die neuen Generationen wachsen in einer davon geprägten Welt auf. Vielleicht ist dieser Areopag etwas vernachlässigt worden. Man bevorzugt im Allgemeinen andere Hilfsmittel für die Verkündigung des Evangeliums und für die Bildung, während die Massenmedien der Initiative einzelner oder kleiner Gruppen überlassen werden und in der pastoralen Planung erst an untergeordneter Stelle Eingang finden. Die Einbeziehung der Massenmedien hat jedenfalls nicht nur den Zweck, die Botschaft des Evangeliums vielen zugänglich zu machen. Es handelt sich um eine weitaus tiefere Angelegenheit, da die Evangelisierung der modernen Kultur selbst zum großen Teil von ihrem Einfluss abhängt. Es genügt also nicht, sie nur zur Verbreitung der christlichen Botschaft und der Lehre der Kirche zu benutzen; sondern die Botschaft selbst muss in diese, von der modernen Kommunikation geschaffene ‚neue Kultur‘ integriert werden. Es ist ein komplexes Problem, da diese Kultur noch vor ihren Inhalten aus der

Tatsache selbst entsteht, dass es neue Arten der Mitteilung in Verbindung mit einer neuen Sprache, mit neuen Techniken und mit neuen psychologischen Haltungen gibt. Mein Vorgänger Papst Paul VI. sagte, dass ‚der Bruch zwischen Evangelium und Kultur ohne Zweifel das Drama unserer Zeit ist‘. Das weite Feld der heutigen Kommunikation bestätigt dieses Urteil voll und ganz.“⁷

Man ahnt bei der Lektüre dieses Abschnitts, welcher Weg zurückgelegt worden ist und wie weit dieser Appell, sich auf die neue Kultur der sozialen Kommunikationsmittel einzulassen, von einem reinen Nützlichkeitsdenken entfernt ist. Dieser Text führt die Tradition der letzten Konzilsdekrete und der Instruktion *Communio et progressio* fort und wurde von allen kirchlichen Medienbeauftragten, für die seine Aussage eine Selbstverständlichkeit war, verstanden und begrüßt. Dennoch scheint er nicht über gewisse eingeweihte Kreise hinausgedrungen zu sein, denn die Überlegungen der römischen Kurie und eines Großteils der bischöflichen und priesterlichen Vereinigungen überall auf der Welt neigen nach wie vor dazu, als Kern der Lehre einen strikt auf die Nützlichkeit der Medien ausgelegten Ansatz zu verfechten. Demnach blieben die Medien ein notwendiges Übel oder bestenfalls eine schlichte Übermittlungstechnik, hätten also eine eher nachgeordnete Bedeutung - und das angesichts einer globalen Gegenwartskultur, die sich schon seit Langem und bis heute zunehmend über diese Kommunikationsstrukturen definiert.

Das Internet und die Einrichtung des Web 1.0 und des Web 2.0 werden ganz sicher zwangsläufig dazu führen, dass sich die Dinge in Zukunft rascher in diese Richtung entwickeln. Denn mit diesen neuen Technologien, die den vernetzten Austausch begünstigen, bewegen wir uns ab sofort in einem kulturellen Universum, das noch sehr viel innovativer ist als die Welt der Massenmedien, „da diese Kultur noch vor ihren Inhalten aus der Tatsache selbst entsteht, dass es neue Arten der Mitteilung in Verbindung mit einer neuen Sprache, mit neuen Techniken und mit neuen psychologischen Haltungen gibt“, wie Johannes Paul II. 1990 und damit schon zu einem Zeitpunkt vorhersagte, als die sozialen Medien noch gar nicht allgemein zugänglich waren.

Die kirchliche Zukunft wird jenen gehören, die verstanden haben, dass dank zunehmend interaktiver Kommunikationsformen alle zu Mithandelnden geworden sind, und die beabsichtigen, in den religiösen und spirituellen „Gesprächen“, die die heutige Welt bewegen, aktiver präsent zu sein. Der Weg, dies kompetent zu tun, ist ein zweifacher und führt zum einen über den Zugang zu jener Universalenzyklopädie, die das Web 1.0 von nun an darstellt (und die jeden Christen, wenn er es denn will, in Glaubensfragen kompetent machen kann); und zum anderen über eine reale Beteiligung der Christinnen und Christen an ihrer Kirche im Rahmen einer konstanten, horizontalen (und nicht zuerst vertikalen), „freundschaftlichen“, dialogischen Kommunikation im Sinne von Gedankenbewegungen, die sich in den vielfältigen Räumen des Web 2.0 aufs Beste verwirklichen lassen. Wenn der christliche Glaube in der Kultur von heute und morgen eine Zukunft haben soll, dann ist es die Pflicht der Christinnen und Christen, sich ihrer eigenen

Stärke auch in Fragen der Religion wieder neu bewusst zu werden. Das ist die neue Herausforderung der kommunikativen Inkulturation, die uns vor allem im Hinblick auf die jungen Generationen erwartet: Gespräch und Dialog.

¹ Vgl. Jean-Marie Poitevin PME, *Mémoires*, in: Guy Marchessault, *Un pionnier du cinéma au Québec et ailleurs: Jean-Marie Poitevin, p.m.é., 1907-1987* (Cahiers d'études et de recherches 43), Montréal 2007, 110f.

² Angela Ann Zukowski, eine US-amerikanische Ordensfrau, war maßgeblich an der Abfassung dieses Dokuments beteiligt.

³ André Ruzzkowski, *Décrot sur les communications sociales. Succès ou échec du Concile*, in: René Latourelle (Hg.), *Vatican II, bilans et perspectives: vingt-cinq ans après (1962-1987)*, Bd. 3, Montréal 1988, 535-562.

⁴ Alexis Bacquet, *Médias et christianisme*, Paris 1984.

⁵ William F. Fore, *Television and Religion: The Shaping of Faith, Values, and Culture*, Minneapolis 1987.

⁶ Paul VI., Apostolisches Schreiben *Evangelii nuntiandi* (8. Dezember 1975), 45.

⁷ Johannes Paul II., Enzyklika *Redemptoris missio* (7. Dezember 1990), 37.

Aus dem Französischen übersetzt von Gabriele Stein

„Inter Mirifica“: eine Reverenz

Miguel Pereira

Unter den Wunderwerken menschlichen Ideenreichtums hat das Zweite Vatikanische Konzil die neuen Kommunikationsmedien als einen für die römisch-katholische Kirche wichtigen Bestandteil zur Evangelisierung hervorgehoben. Heute, 50 Jahre nach der Verkündung des Konzilsdekrets *Inter Mirifica*, das am 4. Dezember 1963 von den Konzilsvätern promulgiert wurde, sind die Kommunikationsmedien der Ort, an dem zeitgenössisches Leben hauptsächlich stattfindet, was Wissen, Gefühle, soziale Beziehungen, Konflikte und zweifellos auch die Möglichkeit angeht, an einer besseren Welt zu bauen.

Wir leben in einer Netzwerkgesellschaft. Im virtuellen Raum sind die geographischen Grenzen aufgehoben und die zwischenmenschlichen Beziehungen unmittelbarer geworden. Ein Kommunikationsprozess findet jedoch nur statt, wenn ein Anderer, *quodlibet*, und nicht irgendeiner, sondern einer, der gewillt dazu ist, sich anwesend zeigt. Das bedeutet, dass trotz dieses räumlichen und zeitlichen Zusammenrückens, das Verfügbarsein des Anderen eine notwendige Bedingung