

Braucht die Kirche eine neue Medienpolitik?

von Michael Schmolke

Die Rhetorik-Lehrbücher verbieten, womit ich beginne. Ich nehme die Antwort auf die Frage des Themas vorweg und sage: Die Kirche braucht keine neue Medienpolitik, sondern die Revitalisierung verblässerender Glaubwürdigkeit. Alles was jetzt folgt, dient der Begründung meiner These.

An den Anfang stelle ich einige Überlegungen über Grundbegriffe, die das Thema besser erfassen helfen werden. Ich meine die Begriffe „soziale Kommunikation“ einerseits und „Medienkommunikation“ bzw. „Massenkommunikation“ andererseits. Wir müssen differenzieren.

Medienrealität als sekundäre „wirkliche“ Wirklichkeit

Nie zuvor hat es eine Zeit gegeben, deren Zeitgenossen mit so viel Recht wie wir sagen können: Wir sind dabei gewesen. An französisches Weißbrot und seine „köstlichen wollenen Hüllen“ denkend, ist Goethe bei der Kanonade von Valmy im wörtlichen Sinne „dabei gewesen“. Wir aber haben mit angesehen:

- die Bombardierung von Coventry,
- den Kampf um Stalingrad,
- das Warschauer Ghetto,
- den Untergang Dresdens,
- die Auslöschung Hiroshimas,
- den Korea-Krieg,
- den Vietnam-Krieg,
- den Sieben-Tage-Krieg,
- den Terror der RAF, der ETA und der IRA,
- die masochistisch anmutende Dauer-Selbstvernichtung Beiruts.

Wir sind auf dem Mond dabei gewesen und haben den großen Schritt für die Menschheit gesehen, und wir haben, spät in der Nacht, das Unglaubliche gesehen: das Durchlässigwerden der Berliner Mauer.

So viel gesehen habend, halten wir alles für möglich. Was immer geschehen wird, man wird es uns zeigen. Ich spreche von dem, was die Kulturkritiker *Medienrealität* nennen, und was doch, auf seine Weise, wirkliche Wirklichkeit ist, weil wir uns so sehr daran gewöhnt haben.

Die allmähliche Annäherung an die Anerkennung dieser sekundären wirklichen Wirklichkeit lehrt uns Begriffe neu zu denken, so unseren Kernbegriff „soziale Kommunikation“. Wir verstehen darunter „das öffentliche Gespräch der ganzen Gesellschaft“ (CeP 19), und mit der Pastoralinstruktion

Prof. Dr. M. Schmolke ist Leiter des Instituts für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg.

„Communio et Progressio“ (Cep) nehmen wir gemeinhin an, daß dieses „durch die Medien ermöglicht und überall vernehmbar“ gemacht werde. Aber wir erkennen zunehmend deutlicher, daß das nicht immer so sein muß und oft tatsächlich anders ist.

Von *Museumsangeboten* unterscheiden sich *Medienangebote* dadurch, daß sie neu sind und wegen ihrer Aktualität größere Chancen haben, in die soziale Kommunikation hineingenommen zu werden. Aber wie Kunstwerke ins Museum können wir Medienangebote in Archive mannigfacher Art verstauen. Wie gut, daß die Zeitung von heute morgen schon so alt ist, wie tröstlich, daß sich Fernsehen hinter Glas abspielt. Wir *müssen* diese Angebote nicht in *unsere* soziale Kommunikation hineinnehmen, müssen aber respektieren, daß andere das massenhaft tun.

Soziale Kommunikation = Medienkommunikation?

Soziale Kommunikation ist nicht automatisch dasselbe wie Medienkommunikation bzw. umgekehrt. Kirche aber ist, wenn ich ihre Hirten, die pastores, und ihre Wissenschaftler, die Theologen, richtig verstehe, von Anfang an und immer und wesentlich soziale Kommunikation. Als am Ende des Mittelalters die Möglichkeit der Medienkommunikation als Variante sozialer Kommunikation aufkam, hat das der Kirche einen nachhaltigen Schock versetzt. 'Extra ecclesiam nulla salus' hätte genau so gut heißen können 'extra ecclesiam nulla communicatio', – aber weil das vor Gutenberg und Luther so selbstverständlich war, hat niemand es zu formulieren für sinnvoll erachtet.

Die Kirche hat das Auseinander-Driften ihrer *communicatio socialis* und jener der Welt draußen als Säkularisierungsprozeß erlebt und bekämpft; am Anfang, d. h. kaum daß es gedruckte Bücher gab, mit dem Index, später mit Enzykliken, Hirtenbriefen und Verboten, schließlich, als das Heraufkommen des Zeitalters der Massenmedien nicht mehr zu übersehen war, mit dem Versuch der Substitution: Eigene Medien sollten die Herde zufriedenstellen, anfangs als „kleinere Übel“ nur geduldet, später mit Emphase zur „zweiten Kanzel“ emporstilisiert.

Die Kirche hat dabei mit einem Anflug von Bewußtseinsspaltung operiert, denn des Buches, wenn es nur „gesunde“ Inhalte verbreitete, hat sie sich, trotz Index, seit Gutenbergs Zeiten bedient. Das Buch aber war von Anfang an ein Massenmedium *in nuce*. Schon in der Reformation wurde dieses Potential offenbar.

Spätestens seit dem 16. Jahrhundert war ein einheitliches Konzept einer geistigen, religiösen oder gar sozialen 'perfekten Gesellschaft' nicht mehr aufrechtzuerhalten. Mit der Aufklärung und der industriellen Revolution gewannen rein säkulare Vorgänge in Wirtschaft und Technik und auch in der Wissenschaft eine eigene, unaufhaltbare Dynamik; sie führte dazu, daß der Weg der Kirche neben dieser lange Zeit unverstandenen Dynamik daherlief, – und dennoch mitten unter den Menschen, die die Kirche jetzt eigentlich mehr gebraucht hätten als zuvor.

Daraus ergab sich die Notwendigkeit einer funktionierenden sozialen Kommunikation. Dem Stiftungsgedanken der Kirche war das nicht fremd, sondern immanent, wenn ich nur an das „hinaus in alle Welt“, an die „Hecken und Zäune“ und besonders an die *communio* denke.

Aber es hätte einer Schwerpunktverlagerung bedurft. Nicht mehr Verkündigung und Lenkung, sondern die Pastoral hätte ins Zentrum kommunikativer Anstrengungen gerückt werden müssen. Einige zu ihrer Zeit „Progressive“ haben das begriffen und auch verwirklicht. Wenn in solchen Zusammenhängen die Namen Ketteler und Kolping wie selbstverständlich genannt werden, ist das zwar richtig, tut aber den vielen unrecht, die auf ihre Weise ebenfalls das Ziel funktionierender Kirchenkommunikation verfolgten.

Die offizielle Kirche jedoch hat selbst dann, als sie das System Medienkommunikation als eigenes Sachgebiet zu respektieren begonnen hatte, die Kommunikationsmedien stets *instrumental* gesehen oder, wenn sie der Kirche nicht zu Diensten standen, als potentielle Transportunternehmen des Teufels.

Publizistik als Aufgabe und das Zweite Vaticanum als Kommunikationswende

Im Verhältnis von Kirche und Publizistik gab es, wie auf so vielen Lebensgebieten unseres Jahrhunderts, eine ans Wunderbare grenzende Wende, und wir können einmal mehr sagen: Wir sind dabeigewesen. Ich meine das Zweite Vatikanische Konzil. Was die Menschen in der Kirche und um sie herum, mehr als zu hoffen war, bewegt hat, war die Beobachtung, daß hier Kommunikation um der Kommunikation willen stattfand und eben nicht instrumentell eingesetzt wurde. Durch die Würzburger Synode wurde diese zunächst hypothetische Erfahrung für viele zur realen Erfahrung, also bestätigt und damit fast zu einer Theorie: Die Kirche will, daß in ihr nicht nur *communio*, sondern auch, und zwar permanent, *communicatio* stattfinde.

Damit bekam auch die Publizistik als Aufgabe der Kirche einen neuen Sinn zugewiesen. Nicht mehr nur Aufgabe, um einem – meistens hierarchiekonform gesetzten – Zweck zu dienen (also als Instrument), sondern um des Dialogs selbst willen. Die Entwicklung manifestiert sich äußerlich in den beiden Kommunikationsdirektiven, die wir dem Zweiten Vaticanum verdanken: Das Dekret „*Inter mirifica*“ aus dem ersten Konzilsjahr 1963 heißt offiziell „Dekret über die *Instrumente* der sozialen Kommunikation“. Die in Nr. 23 des Dekrets in Auftrag gegebene Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“ spiegelt dann den inzwischen (bis 1971) eingetretenen Wandel. Auch in ihr geistern zwar immer noch die „*instrumenta*“ herum, aber jetzt sind durchweg die Medien gemeint, die sich kirchenlateinisch offenbar nicht mit *media* übersetzen lassen und auch in den modernen romanischen Sprachen den Umweg über das Amerikanische gebraucht haben, um ins Spanische, Französische und Italienische zurückkehren zu dürfen.

Geist von CeP ist der „runde Tisch“ (Nr. 19). (Wie ist wohl Lech Walesa an seinen inzwischen welthistorischen „runden Tisch“ gekommen?) Der „runde Tisch“ ist „öffentliches Forum“ (Nr. 24), auf ihm entsteht die „*publica opinio*“,

und diese ist etwas Gutes, denn sie ist „wesentlicher Ausdruck der gesellschaftlichen Natur des Menschen“ (Nr. 25). Mehr noch: „die Entfaltung der öffentlichen Meinung in der Kirche“ ist „lebensnotwendig“. Bevor wir uns fragen, wie lebensnotwendig, muß dem Urheber dieser Idee die Ehre gegeben werden. Er ist ein Vor-Konziliarer reinsten Wassers: Pius XII. Das ist in der breiten Öffentlichkeit kaum bekannt, wenngleich die Pastoralinstruktion ihren Ahnherrn keineswegs verschweigt. „Dem Leben der Kirche würde etwas fehlen“, so hat er am 17. Februar 1950 (!) den Internationalen Kongress katholischer Journalisten in Rom angeredet, „wenn es in ihr an öffentlicher Meinung mangelte. Die Schuld daran fiele auf Hirten und Gläubige.“ (Zit. in Cep Nr. 115)

Publizistik als Aufgabe der Kirche ist also, wenn wir das Lehramt ernst und beim Wort nehmen, insofern eine wesentliche Aufgabe, als der Einsatz geeigneter publizistischer Mittel und Strukturen der Herstellung öffentlicher Meinung *in* der Kirche dient und nützt. Publizistik als Aufgabe der Kirche ist jedoch seit CeP noch in einem weiterreichenden Sinne eine wesentliche Aufgabe: Das Volk Gottes habe wie nie zuvor die Chance, „dahin zu wirken, daß die Instrumente der sozialen Kommunikation die ihnen eigene Macht einsetzen für das Wohl der ganzen Menschheit“ (Nr. 182). Nehmen wir einmal an, das hier angesprochene „Volk Gottes“ sei die Kirche schlechthin und nicht nur ihr Zwischendeck, so brauchen wir eigentlich zur „Aufgabe“ keine weiteren Fragen zu stellen, sondern höchstens zur Praxis, d. h. warum in der kirchlichen Post-Moderne (korrekt wäre wohl: im *Post-Conciliare*) nicht wenige Hirten die unmißverständlich formulierten Aufgaben höchst eigenwillig interpretieren.

Kirche und Medienpolitik

Am Begriff „Medienpolitik“ werden sich die Geister scheiden. Otto B. Roegele hat sich von der Begriffsproblematik distanziert, indem er präzisierte: Medienpolitik werde im politischen Alltagssprachgebrauch das genannt, was besser Kommunikationspolitik heißen sollte, also „jener Teil der Politik, der im Bereich und mit den Mitteln der gesellschaftlichen Kommunikation bestimmte Ziele anstrebt, bestimmte Vorstellungen zu verwirklichen sucht“.¹ Dazu gehörten aber „nicht nur Anstrengungen der Parteien, wichtige Positionen in einem Funkhaus mit Gefolgsleuten und Sympathisanten zu besetzen, nicht nur das Bemühen um eindeutige Vorschriften in einem Pressegesetz (...), sondern auch der Schutz der individuellen Meinungsäußerungsfreiheit (...). Daß der einzelne Staatsbürger nicht belangt werden kann, wenn er auf offener Straße Kritik an der Regierung übt, ist ebenso ein Kernstück freiheitlich-demokratischer Kommunikationspolitik, wie es zu den Kennzeichen totalitärer Kommunikationspolitik gehört, daß solche Kritik nicht ungefährlich ist – weder für den, der sie ausspricht, noch für den, der sie hört oder von ihr erfährt, sie aber 'höheren Orts' nicht anzeigt.“ (ebd.)

Der Text stammt von 1973, aber sicher gibt es auch heute noch totalitäre Kommunikationspolitik, die für jenen gefährlich ist, der etwas erfährt und es höheren Orts nicht anzeigt. So hintergründig kann wohl die Frage unseres

Themas nicht gemeint sein, aber so *vordergründig* auch nicht, daß „neue Medienpolitik“ nur den Umgang mit Medien, z. B. mit Neuen Medien, meint, also eine Art Rückkehr zum vorkonziliaren Instrumentalismus.

Medienpolitik bzw. Kommunikationspolitik umfaßt, wenn wir Roegele folgen, *Pragmatisches* (die Postenbesetzung), *Grundsätzliches* (die Meinungsfreiheit) und *Strategisches* (das Anstreben von Zielen). Wenn das Grundsätzliche stimmt und die Strategien klar sind, kann zwar im Pragmatischen immer noch genug falsch gemacht werden, aber es braucht keine neue Kommunikationspolitik.

Ich behaupte nun

1. In der Allgemeinen Kirche, die man die katholische nennt, stimmt im Funktionsfeld Kommunikation das *Grundsätzliche*, wie es in einer Religionsgemeinschaft, die im Bewußtsein der modernen Welt lebt, nur stimmen kann. Ein besseres Kommunikationsgrundgesetz als CeP ist z. Zt. schwer denkbar, – wenn es nur endlich überall beachtet und verwirklicht würde.
2. Die strategischen Ziele sind klar. Die allgemeinen finden sich im Neuen Testament und die spezifisch kommunikativen in CeP.
3. Trotzdem gibt es allenthalben Unzufriedenheit mit dem öffentlich-kommunikativen Status der Kirche. Hängt sie mit gravierenden Schwächen oder Fehlleistungen im pragmatischen Bereich zusammen, oder ist die Ursache woanders zu suchen?

Bevor ich diese Doppelfrage zu beantworten versuche, möchte ich einige der Unzufriedenheiten konkret benennen, ohne Anspruch auf Vollständigkeit und ohne sie hier, weil der Raum begrenzt ist, analysieren zu können. Die Unzufriedenheiten sind, je nach Objekt, bei verschiedenen Instanzen oder Personen bzw. Personengruppen angesiedelt, aber eigentlich niemals bei „der Kirche“ schlechthin.

- *Verleger und Redakteure der Bistumspresse* sowie pastoral-publizistisch bewußt agierende Bischöfe sind unzufrieden mit der zwar nicht dramatischen, aber stetigen und anscheinend unaufhaltbaren Auflagentalfahrt ihrer *Kirchenzeitungen*.² (Das sogenannte Kirchenvolk nimmt die Talfahrt teilnahmslos zur Kenntnis, es läge ja in ihrer Macht, sie zu beenden.)
- Kirchliche Medienpolitiker sind unzufrieden mit dem *Rundfunk*, wobei ich im Moment ausschließlich an das bundesdeutsche (inzwischen duale) Gesamtsystem und seine Entwicklung in den letzten 15 Jahren denke. Es handelt sich dabei um eine komplizierte und in sich widerspruchsvolle Unzufriedenheit. Ich versuche mich an der Darstellung der Kompliziertheit:
 - a) Schon als an ein duales System noch gar nicht zu denken war, galt immer wieder aufflammende Unzufriedenheit der Rundfunkberichterstattung sowie einschlägigen Diskussions- oder auf andere Art nachdenklichen Sendungen über Kirche, Religion und Glauben. Das war so, obwohl die Kirche in den Kontrollgremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks angemessen vertreten war und auch im Programm starke Bastionen hielt, – mindestens die Verkündigungssendungen.

- b) Als sich die Möglichkeit der zweiten Schiene, der Entstehung privater Rundfunkeinrichtungen neben den öffentlich-rechtlichen, auftat, wurde sie mit Hoffnungen und Befürchtungen begrüßt. Hoffnungen galten den alternativen Möglichkeiten; in Zukunft würde man allzu kritischen Abteilungen für Theologie und Gesellschaft nicht mehr allein ausgeliefert sein. Befürchtungen galten den Veränderungen allgemein:
Würden sich die sicheren Bastionen des status quo überall halten lassen?
- c) Die Chancen des aktiven Mittuns, sei es bei Bildschirmtext, sei es in Pilotprojekten, sei es bei lokalen Kleinsendern, wurden kontrovers diskutiert, manches wurde mit erheblichem Aufwand begonnen und wieder abgebrochen. Solche Erfahrungen führen zu kognitiven Dissonanzen. Die Möglichkeit der großen Pioniertat, des Befreiungsschlags à la „Publik“, ist gar nicht erst gedacht, die Erinnerung an den Nachkriegsplan eines kirchlichen Senders Bamberg³ nicht aufgefrischt worden.
- *Kirchliche Rundfunkbeauftragte* waren früher und sind auch heute gelegentlich unzufrieden mit dem *Geist der produzierenden Abteilungen*: früher war er zu kritisch, heute nicht lebensnah genug, wie sich das im Frühjahr 1990 Eckhard Bieger auszusprechen getraut hat.⁴
 - *Kirchliche Veranstalter* sind unzufrieden mit Umfang und spezifischen Inhalten der *Berichterstattung über ihre Veranstaltungen*. Bei Katholikentagen hat diese Nach-Empfindlichkeit pathologische Formen angenommen: Ortszuständige Rundfunkanstalt und Zentralkomitee der deutschen Katholiken geben gemeinsam oder getrennt wissenschaftliche Untersuchungen in Auftrag, ob man denn alles richtig oder wirklich so viel falsch gemacht habe.⁵
 - Schließlich sind *Verantwortungsträger und/oder Geldgeber* immer wieder einmal unzufrieden mit den Leistungen der KNA. Um diese Unzufriedenheit zu beheben, hat sich das Ritual der Gutachten herausgebildet. Nach verschiedenem großem Aufwand an Mühe und Sorgfalt bestätigen die Gutachter regelmäßig, daß die KNA sachgerecht funktioniere und es eigentlich keinen Grund zur Unzufriedenheit gebe.

An den Schluß des Katalogs stelle ich eine *Nicht-Unzufriedenheit*. Vor 150 und auch vor 100 Jahren noch wurde mit Recht und Regelmäßigkeit darüber Klage geführt, daß die „a-katholische Presse“ (andere Medien als Presse gab es noch nicht) über *Catholica* entweder gar nicht oder nur negativ berichte. Dieser Vorwurf läßt sich nach dem zweiten Weltkrieg nicht mehr erheben. Kirchen, Religion und Glaube sind durchaus Thema für fast alle säkularen Medien, und die Theologie findet zu manchen Zeiten eine Medien-Aufmerksamkeit, von der andere Wissenschaften nur träumen können.

Damit kehre ich zur Doppelfrage am Ende meiner Aussagen zur kirchlichen Medienpolitik zurück: Hängt die generelle, oft nur latente Unzufriedenheit mit dem öffentlichen Status der Kirche mit Schwächen oder Fehlleistungen im pragmatischen Bereich zusammen, oder ist die Ursache woanders zu suchen?

Die erste Hälfte der Frage verneine ich. Die katholische Kirche in Deutschland hat ihre publizistischen Bataillone gut geordnet und versorgt. Die KNA ist eine Nachrichtenagentur, die diesen Namen verdient. Die Bistumsblätter sind flächendeckend und werden, was das Handwerkliche angeht, fast überall professionell gemacht. Die Rundfunkbeauftragten tun ihre Pflicht. Pressestellen in den Diözesen sind eine Selbstverständlichkeit geworden, die Öffentlichkeitsarbeit der Bischofskonferenz und des Zentralkomitees der deutschen Katholiken (ZdK) funktioniert auf beachtlichem Niveau. In der Nachwuchsförderung, im Katholischen Institut für Medieninformation und in der Medien Dienstleistung G.m.b.H. verfügt die Kirche über spezielle Service-Einrichtungen mit respektabler Effizienz. Alle genannten Institutionen haben gelernt, elastisch und relativ rasch zu handeln; die Zeiten, da kirchliche Öffentlichkeitsarbeit fast ganz aus apologetischem Reagieren bestand, sind vorbei.

Unzufriedenheitsquellen: noch nicht reformierte Einstellungen zur Kommunikation

Meine Antworten können, weil sie im Sachgebiete hineinragen, von denen ich wenig verstehe, nur Thesen, vielleicht sogar nur Versuchsballons sein. Sie beziehen sich auf folgende Stichworte: Aktualität, Professionalität, Erwartungen und Glaubwürdigkeit.

Manches, was ich dazu sagen werde, bezieht sich vornehmlich auf die Oberen der Kirche. Angesichts deren hierarchischer Struktur ist das eigentlich selbstverständlich, aber in einer egalitär angehauchten demokratischen Gesellschaft mutet es dennoch gelegentlich fremd an.

1. Zur Aktualität

Für Aktualität gibt es eine unbestreitbare Rang-Skala und viele Mißverständnisse. Aktuell ist, was neu ist, was unerwartet kommt, was von der Regel abweicht, was viele Menschen betroffen macht. Daraus erklärt sich, daß das Negative leicht Aktualitätsrang erreicht. Aber wie wir am Fall der Berliner Mauer erlebt haben, kann auch Positives auf den höchsten Aktualitätsrang klettern. Nichts wird allein dadurch aktuell, daß man behauptet, es sei aktuell oder jedenfalls wichtig. Die in vielen Predigten aufgestellte Behauptung, das Evangelium sei schlechthin aktuell, führt zu nichts, weil das Evangelium einfach zu bekannt ist. Dessen ungeachtet können Teil-Inhalte für einzelne Menschen immer wieder Aktualität gewinnen. Auch ein guter Mensch, der gute Taten vollbringt, wird erst dann aktuell, wenn das Ausmaß seiner Taten die Grenze des Erwartbaren übersteigt. Ein Papst aus Polen ist am Anfang aktuell; wenn er zum vierten Mal seine Heimat besucht, nur noch dann, wenn andere Aspekte hinzukommen. Der dem jeweiligen Flughafenboden verabreichte Begrüßungskuß war beim ersten Mal sensationell; vom zehnten Mal ab ist er ein zur Staffage der TV-Berichterstattung gehörendes Ritual wie das Abschreiten einer Ehrenkompanie.

Auch die Aussage eines Bischofs ist nicht aktuell, weil sie von einem Bischof kommt, sondern nur dann, wenn sie etwas enthält, was noch nie ein Bischof gesagt hat oder, fürs erste jedenfalls, was im Widerspruch zu den Aussa-

gen seiner Amtskollegen steht. Ob das so geweckte Interesse von Dauer ist, hängt von anderen Faktoren ab. Was Lehrer und Hirten verständlicherweise am meisten stört und deshalb auch nur schwer gelernt wird, ist, daß das Sagen des Richtigen in der Regel nur wenig aktuelle Aufmerksamkeit findet. Erst wenn die Umstände so schlimm geworden sind, daß das Sagen des Richtigen als solches etwas absolut Unerwartetes (und nicht nur ungewöhnlich mutig) ist, gewinnt eine banale Aussage höchste Aktualität: „Wir sind das Volk.“

2. Zur Professionalität

Gemeint ist die Professionalität der Journalisten. Sie findet ihre Grenzen, aber auch ihre Perfektion in der Struktur ihres Arbeitsplatzes, ihres Mediums. Die meisten Journalisten in kirchennahen oder kirchlichen Medien sind heute durchaus professionals. Von ihnen zu erwarten, daß sie auf dem Boden des St. Heinrichs-Blattes die gleichen Effekte erzielen wie die Kollegen von der Bild-Zeitung, ist unsinnig. Es ist auch aus Gründen der Berufsethik, die neuerdings wieder mehr diskutiert wird, unerwartbar. Die Hoch-Reichweiten-Medien haben im Kampf um Leserzahlen und Einschaltquoten journalistische Arbeitsstile entwickelt, die nicht mehr zu rechtfertigen sind. Aus den Fernsehaufzeichnungen vom Gladbeck-Bremen-Kölner Geiseldrama⁶ ließe sich ein Lehrfilm über das gestalten, was niemals Lernziel journalistischer Professionalität werden darf. Wenn in diesem Bereich des eigentlich schon für tot gehaltenen Stils der rasenden Reporter katholische Journalisten nicht mithalten, wird jeder zustimmen. Wenn sie andererseits von kirchlichen Oberen in ihrer beruflichen Kompetenz nicht voll respektiert werden, werden sie das Image des abhängigen Dreiviertel-Journalisten niemals loswerden. Nachdem CeP die Journalisten als „Gesprächsleiter am großen runden Tisch“ anerkannt (Nr. 73) und für die besonderen Probleme des Berufs sachkundiges Verständnis gezeigt hat (Nr. 39ff.), mutet es nicht nur seltsam an, sondern zerschlägt viel Porzellan, wenn ein Bischof die Einführung der *missio canonica* für katholische Journalisten anregt.⁷

3. Zu den Erwartungen

Zu den wichtigsten Ursachen der Unzufriedenheit gehört die Erkenntnis, daß kirchliche oder im weiteren Sinne christliche Medienangebote in den letzten Jahrzehnten die in hohem Maße vorhandenen religiösen Erwartungen des Publikums nicht voll treffen. Während Bücher mit religiösen Themen immer wieder bestsellerverdächtige Auflagen erreichen, spricht und schreibt die der Institution Kirche nahestehende Publizistik an weiten Teilen des Publikums vorbei. Das liegt nicht zuletzt daran, daß sie sich mit *zwei* Erwartungshorizonten konfrontiert sieht. Die Bischöfe hoffen und wünschen, daß ihre Medien die Herde zusammenhalten und möglichst auch die großen Streuverluste an den Rändern der Herde wieder bereinigen. Die Zügel werden also angezogen. Die abirrenden Schafe am Rande der Herde aber erleben Religion zunehmend als einen zwar thematisch bestimmten, ansonsten aber freien Entfaltungsraum. Dies umso mehr, als die Gesellschaft als ganze seit den siebziger Jahren in eine teils religiöse, teils pseudo-religiöse Erwartungshaltung hineinwächst, die sich von der Vernunft ebenso entfernt wie von einem handfesten Gottvertrauen. Drogen-Szene, Guru-Gemeinden, Esoteriker und Natur-Apostel haben Hochkonjunktur. Alle diese Erscheinungen sind Indikatoren vagabundierender Reli-

giositätspotentiale. Die ihren anhängenden bunten Vögel finden wir auf Kirchen- und Katholikentagen zu Hauf, während sie ein konventionelles Kirchenblatt nicht in die Hand nehmen würden. Ihren Erwartungen könnte es gar nicht entsprechen. Um des braven Kerns der Herde willen muß es mit selbstkontrollierter Feder geschrieben werden, während ringsum risikofreudige Theologen jene Bücher produzieren, in denen sich die religiöse Perestroika des Jahrtausend-Endes dokumentiert.

4. Zur Glaubwürdigkeit

Allen gemeinsam, den bunten Vögeln wie den „braven Katholiken“, ist seit dem Zweiten Vaticanum eine Erwartung: in der Kirche (richtiger: in den leibhaftigen Menschen, die für die Kirche stehen) Kommunikationspartner zu finden, mit denen man von Mensch zu Mensch sprechen kann, und zwar über Gott und die Welt, aber auch über Menschliches und allzu Menschliches. Gesprächspartner, die diesem Anspruch genügen, hat es in der Geschichte der Kirche immer wieder gegeben, man denke z. B. an Franziskus und die Folgen einer überkonfessionellen Franziskus-Renaissance. Zur Ehre der deutschen wie übrigens auch in hohem Maße der österreichischen Kirche muß gesagt werden, daß seit dem Konzil und besonders in der synodalen Phase zahlreiche Bischöfe und Priester diese neue Kommunikationskompetenz bewundernswert entwickelt haben. Einige von ihnen sind – zu früh? – gestorben, andere auf den Rangierbahnhöfen hierarchischer Macht an entlegene Orte transportiert worden. Papst Johannes Paul II. ist mit einem riesigen Vorschuß kommunikativen Vertrauens angetreten, bis sehr viele Menschen durchschauten oder unbewußt durchfühlten, daß er mit seinem Talent einfühlsamen Medienbewußtseins ähnlich umgeht wie viele Politiker. Hinter dem eindrucksvollen Prospekt der Macht-Medien-Symbiose haben sich kirchliche Diplomatie und Bürokratie re-etabliert. Ihr Kommunikationsstil setzt die Nicht-Transparenz in alte Rechte ein. Auch die aus diesem Stil erwachsende Personalpolitik (um nur ein Beispiel zu nennen) hat, jedenfalls im deutschen Sprachgebiet, zur Erhaltung des Glaubwürdigkeitsklimas nicht beigetragen. Ich brauche keine Beispiele zu nennen. Aber als Kommunikationswissenschaftler kann ich sagen, daß bei sinkender Glaubwürdigkeit mit einer neuen Medienpolitik allein nicht einmal Haselnüsse, geschweige denn Kastanien aus dem Feuer zu holen wären. Was not tut, ist vielmehr die Wiederbelebung jener menschenzugewandten Kommunikationsphilosophie, wie wir sie aus den Zeiten des Konzils und der Synoden in Erinnerung haben.*

Anmerkungen:

- 1 O. B. Roegele: Medienpolitik – und wie man sie macht, Osnabrück 1973, S. 7
- 2 Vgl. etwa: Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.): Katholische Presse. Kolloquium der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz 10./11. Oktober 1989, Bonn 1989 (= Arbeitshilfen 79).
- 3 Vgl. dazu H. Glässgen: Katholische Kirche und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland 1945-1962, Berlin 1983, S. 57-64.
- 4 Vgl. „Informationen“ [der Gesellschaft Kath. Publizisten Deutschlands], VI/1990, S. 4: Kritische Fragen an Kirchensendungen.

- 5 Vgl. H. Maier, O.B. Roegele, M. Spieker (Hg.): *Katholikentage im Fernsehen*, Paderborn 1987 (über Düsseldorf 1982 und München 1984) sowie Hans-Bredow-Institut: *Der Katholikentag in Aachen* [1986], Hamburg 1987
 - 6 Vgl. dazu die Beiträge von H. Pürer und G. Haybäck im Heft 1/1990 dieser Zeitschrift.
 - 7 *Missio Canonica für Journalisten?* in: *Communicatio Socialis*, Heft 1-2/1989, S. 98-102.
- * Die hier vorgelegten Überlegungen sind anlässlich des Bamberger Mediengespräches über „Kirche der Medien oder Medienkirche?“ entstanden, das der Bayerische Presseclub am 6./7. Juli 1990 zu Ehren des 60. Geburtstages von Norbert Stahl veranstaltet hat.

SUMMARY

The theoretical and, to an extent, thoroughly practical guidelines for media policy of the Catholic Church are to be found in the Pastoral Directive, „*Communio et Progressio*“, of the year 1971. Because these guidelines are by no means being followed in all fields, it should be a priority of any „new“ media policy to secure a certain degree of recognition and respect for the Pastoral Directive. Yet, instead of this, there are numerous indications that „public opinion in the Church“, already demanded by Pius XII. in 1950, is today disregarded even more than at the time of the Second Vatican Council. Over the period in question, around 1965 to 1975, the Church won for itself a high quality of communication and credibility. Much of this has since waned. Thus it is that renewed discontent regarding the representation of the Church in the public eye has arisen. Those concerned are not merely dissatisfied with certain shortcomings of the Church's media. They are already posing themselves the question as to the value of public opinion and transparency in the Church of the '90s.

RÉSUMÉ

Les directives théoriques et, en partie, tout à fait pratique concernant la politique des médias de l'Eglise catholique sont expliquées dans l'instruction pastorale „*Communio et Progressio*“ de l'année 1971. Une „nouvelle“ politique des médias devrait, en premier lieu, aboutir à rendre cette instruction pastorale plus connue et respectée étant donné que ces directives ne sont pas encore appliquées dans tous les domaines. Il semble, au contraire, que „L'opinion publique dans l'Eglise“, exigée par Pius XII déjà en 1950, est moins appréciée aujourd'hui que pendant la période du Concile Vatican II. A cette époque, c'est-à-dire de 1965 jusqu'à 1975, L'Eglise a atteint une bonne qualité par rapport à la communication et la crédibilité. Cependant, ce développement c'est affaiblie entretemps. C'est la raison pourquoi il y a de plus en plus de vœux mécontentes concernant la présentation de l'Eglise au public. Les responsables ne sont pas seulement mécontentes de certaines insuffisances des médias de l'Eglise. En plus, ils demandent qu'elle valeur l'opinion publique et la transparence possédant pendant les années 90.

RESUMEN

Las directrices teóricas y, en parte, asimismo prácticas de la política de los medios de la Iglesia católica son descritas en la instrucción pastoral „*Communio et Progressio*“ del año 1971. Una „nueva“ política de los medios debería, en primer lugar, llevar a hacer conocida y respetada esta instrucción porque esas directrices todavía no son aplicadas en todos los sectores. Al contrario, la realidad indica que la „opinión pública en la Iglesia“, exigida por Pío XII ya en el año 1950, no es tanto estimada hoy día que en el tiempo del Concilio Vaticano II. En aquella época, de 1965 hasta el año 1975, la Iglesia ha logrado una buena calidad en cuanto a la comunicación y la autenticidad la cual, entretanto, se ha perdida parcialmente. Por eso, se ha originado un nuevo descontento con la presentación de la Iglesia en público. Las personas responsables ya no son descontentas solamente con ciertas deficiencias de los medios de la Iglesia. Ellos también preguntan por la estima de la opinión pública y la transparencia en la Iglesia allá por los años de 1990.