

## „Anthropologische Wende“ in der kirchlichen Soziallehre zur Massenkommunikation

Der Beitrag von Papst Johannes Paul II.

von Giso Deussen

Ethische Fragestellungen hat es mit der Entwicklung der Massenmedien in diesem Jahrhundert immer gegeben. Allerdings sind diese Fragen zu verschiedenen Zeiten in unterschiedlicher Intensität und Klarheit gestellt worden. Was Journalisten können, dürfen und sollen, was Massenmedien bewirken, verhindern und verschleiern: dies sind Fragen, die die öffentliche Diskussion eigentlich in gleichbleibender Weise in den letzten Jahren interessiert haben.<sup>1</sup>

Allerdings ging man - als diese Fragen kaum gestellt waren - sehr schnell wieder zur journalistischen Alltagspraxis über. Philosophische oder gar theologische Grundlagen interessierten in der öffentlichen Diskussion kaum jemanden. Eine Ethik des Journalismus beziehungsweise der Massenkommunikation blieb so letztlich nur fromme Wunschvorstellung oder akademische Forderung in Seminaren, auf Tagungen und Kongressen.

Auch die päpstliche Soziallehre hat keine zusammenhängende und in sich abgeschlossene Abhandlung zu grundlegenden Fragen einer Ethik der Massenkommunikation vorgelegt. Ausnahmen sind natürlich hier das Konzilsdokument „*Inter mirifica*“ und die Pastoralinstruktion „*Communio et progressio*“. Gleichwohl haben sich die Päpste vor allem in diesem Jahrhundert zu vielen Gelegenheiten und in verschiedenen Weisen den Fragen einer ethischen Begründung des Journalismus und der sozialen Kommunikation gestellt. Obwohl dies vornehmlich in Gelegenheitsansprachen vor bestimmtem Publikum (meist vor Journalisten) oder aber auch zu bestimmten Anlässen (insbesondere zu dem seit 1966 alljährlich proklamierten Welttag der sozialen Kommunikationsmittel) geschah, kann man von einer päpstlichen Soziallehre zu den Fragen der Massenkommunikation in diesem Jahrhundert sprechen.<sup>2</sup>

Es war vor allen Dingen das Verdienst der Päpste Pius' XII., Pauls VI. und Johannes Pauls II., eine Ethik der Massenkommunikation auf der Grundlage und im System der kirchlichen Soziallehre formuliert zu haben. Sie haben dies auf eine je verschiedene, ihrer Persönlichkeitsstruktur entsprechende, gleichwohl aber einander ergänzende Art getan.

In einer Gegenüberstellung der Personalprofile der Päpste Pius XII. und Paul VI. konnte man in den sechziger Jahren hören und lesen, daß der Erstere sich in der Masse, auf der „*Sedes gestatoria*“, über den Köpfen der Menschen schwebend, wohlfühlte, indem er sichtlich das „*Bad in der Menge*“ genoß, während er im persönlichen Gespräch im kleineren Kreis außerordentlich scheu, zurückhaltend und fast kommunikationsunfähig wirkte. Bei Paul VI. soll es genau umgekehrt

gewesen sein: In der Masse wirkte er unbeholfen, geradezu verlegen erschienen seine mechanisch immer wiederkehrenden hilflosen Gesten, während er im persönlichen Gespräch durch ungewöhnliche Kommunikationsfreude immer wieder begeisterte. Entsprechend dieser persönlichen Charakterisierung war es Pius XII., der mit der ihm eigenen Gabe des scharfen Analysierens und klaren Formulierens, von einer hohen Warte metaphysischen Denkens aus Problemstellungen der modernen Massenkommunikation für die päpstliche Soziallehre aufzeigte, Zusammenhänge definierte und allgemeine Prinzipien herausarbeitete. Auf dieser Grundlage konnte Paul VI. aufbauen und - erstmals in der päpstlichen Soziallehre - das Recht auf freie Information als ein Naturrecht bezeichnen und damit die Ethik der Massenkommunikation in die kirchliche Naturrechts-Ethik integrieren.<sup>3</sup> Auf dieser Grundlage formulierte er mit sehr viel Detailkenntnissen das Ethos des Journalisten und aller am Kommunikationsprozeß Beteiligten.

Nach unserer Einschätzung vereinigt Johannes Paul II. diese beiden Profile seiner Vorgänger, und zwar sowohl was seinen Umgang mit den Medien, als auch seine Lehräußerungen zu einer Ethik der Massenkommunikation anbetrifft. Den persönlichen Charme dieses Papstes kennt durch die Vermittlung der Massenmedien inzwischen die ganze Welt. Bereits kurz nach seinem Amtsantritt hat er sich die Herzen des Publikums weltweit erobert. „Medienpapst“ und „Fernsehstar“ wurde und wird er genannt. Vor allem das Medium Fernsehen versteht er - ob als Naturtalent oder durch geschicktes Kalkül -, auf sich aufmerksam zu machen, wobei schon allein das Zeigen seiner Persönlichkeit zur Botschaft wird: Auch ohne Worte fasziniert er durch die Gesten, Handlungen und bildschirmgerechtes Agieren. Wie keiner seiner Vorgänger ist er begehrter und beliebter Gegenstand vor allem elektronischer Berichterstattung. Aber auch die kirchliche Lehre über die sozialen Kommunikationsmedien hat der „Medienpapst“ Johannes Paul II. mit neuen Grundelementen versorgt. Dabei fußt er insbesondere auf der Lehre Pius' XII. und Pauls VI., knüpft an das Konzilsdekret an und führt die Grundlinien der Pastoralinstruktion fort.<sup>4</sup>

Die neuen Grundelemente sind unter anderem: der Kulturauftrag der Medien, die Verwirklichung einer neuen Kommunikationsordnung, ein christlicher Pluralismus als Grundlage kirchlicher Kommunikation und - vor allem - die Herausarbeitung einer „Anthropologie der Öffentlichkeit“.

Seinen vielen Ansprachen und Botschaften, deren Zahl und Umfang die gewiß nicht wenigen Äußerungen seiner Vorgänger bei weitem übertrifft<sup>5</sup>, liegen Fragestellungen und Argumente zugrunde, die die Phänomene der Massenkommunikation und ihrer ethischen Sichtweise anthropologisch begründen.

Das Neue, Revolutionäre bei Paul VI., die Begründung der Ethik der Massenkommunikation im Naturrecht der kirchlichen Soziallehre, ist bei Johannes Paul II. selbstverständlich. Das Recht auf Information und das Recht auf freien Zugang zur Information als Forderungen des Naturrechts mußte Paul VI. noch ausführlich begründen, bevor er auf diesem Fundament das Ethos des Journalisten aufbaute und ethische Forderungen an alle am Kommunikationsprozeß Beteiligten ableitete. Johannes Paul II. setzt diese Argumentation voraus. Im Mittelpunkt seiner ethischen Betrachtung der Massenkommunikation in der modernen Gesellschaft steht der Mensch, stehen die Bedingungen und Möglichkeiten menschlicher Existenz in der Öffentlichkeit. Dabei setzt er zugleich auch die Kategorien und

Erkenntnisse der Publizistikwissenschaft voraus: Geht es in der Publizistik primär um den *Prozeß* gesellschaftlicher Kommunikation, sofern er *öffentliches Zwiegespräch* der Gesellschaft ist, mit Betonung auf „öffentlich“ und „Aussage“ als grundlegender Kategorie, so geht es dem Papst um den *Menschen* als solchen in diesem Prozeß der öffentlichen Kommunikation. Es wird im Anschluß an diese Darlegung zu fragen sein, ob die gewiß unsystematischen, spontanen und gelegentlichbezogenen Äußerungen und Gedanken Johannes Pauls II. Elemente zu einer „Anthropologie der Öffentlichkeit“ als Voraussetzung einer „Theologie der Massenkommunikation“ enthalten.

### *1. Wahrheit als anthropologische Kategorie*

Diese Bemerkungen wurden vorausgeschickt, um in den folgenden Zitaten den Blick zu schärfen für die Denkweisen Johannes Pauls II., die die Lehre der Kirche in einer Weise und Ausprägung bereichern, daß man von einer „anthropologischen Wende“ sprechen kann. Das zeigt sich zum Beispiel eindrucksvoll, wenn er sich in einem der zahlreichen Fälle, bei denen er auf das Konzilsdekret rekurriert, nicht wirklich zitiert, sondern durch die Brille seiner anthropologischen Deutung frei wiedergibt:

„Vor zwanzig Jahren erklärte das Zweite Vatikanische Konzil, daß unter den erstaunlichen Wundern der Technik, die die menschliche Geisteskraft nach Gottes Bestimmung in seiner Schöpfung errungen hat, sich die besondere Aufmerksamkeit der Kirche auf jene richtet, die eine mächtige Wirkung auf Verstand und Sinne der Menschen haben.“<sup>6</sup> (60)

Das Konzilsdokument spricht indes nur lapidar von „erstaunlichen Erfindungen“, die die Massen erreichen können. Johannes Paul II. präzisiert hier in bezeichnender Weise („Wirkung auf Verstand und Sinne des Menschen“), indem er die recht allgemeine (und kulturkritische?) Definition in „*Inter mirifica*“ ins Anthropologische erweitert. Völlig klar wird dies, wenn wir den Gedanken des Papstes in der hier zitierten Rede (60) weiterverfolgen: Verstand und Sinne des Menschen sind auf das Erkennen der Wahrheit gerichtet. Diese Wahrheit beschreibt er nun nicht primär als dogmatische oder abstrakte Wahrheit, sondern im Sinne einer anthropologischen Philosophie:

„Ontologische Wahrheit besteht in der Übereinstimmung jedes Seienden mit der ursprünglichen Idee im Denken des Schöpfers; in diesem Sinne ist jedes Sein wahr und jedes Vernunftwesen frei. Logische Wahrheit besteht in der Übereinstimmung von Denkbegriffen und tatsächlicher Wirklichkeit; und genau hier hat man skrupel- und gewissenlos versucht, durch die Kommunikationsmittel eine falsche Wirklichkeit darzustellen, so daß Sinne und Verstand der Menschen getäuscht und folglich kontrolliert werden könnten in der Weise, daß das Denken des Menschen nicht die Welt, wie sie ist, widerspiegelt, sondern ein Wunschbild der Welt, das eine Minderheit den Menschen aufzudrängen wünscht. Die Kirche muß daher fortfahren, das Recht der Menschenfamilie auf die Wahrheit zu verkündigen, eine Wahrheit, die nicht auf die materielle Wirklichkeit beschränkt ist, sondern auch die göttliche Transzendenz anerkennt. Glaube ist die Anerkennung einer mitgeteilten, aber nicht unmittelbar erfahrenden Wahrheit, einer Wahrheit, die von Gott offenbart wurde in der Welt, die er geschaffen, und in dem Wort, das er gesandt hat.“

Diese stärkere Betonung und Bevorzugung der Wahrheit - etwa vor dem Recht auf Information, das bei Johannes Paul II. eher am Rande erwähnt wird, er setzt es nämlich einfach voraus - liegt also in seinem anthropologischen Ansatz und nicht etwa in einem angeblichen Zurückfallen auf vorkonziliare Positionen.<sup>7</sup> Wahrheit ist für ihn im Kontext einer Ethik der Massenkommunikation kein statisches Prinzip, sondern eine anthropologische Kategorie, die eine Dynamik bezeichnet: der endliche Mensch auf der Suche nach der ewigen Wahrheit, die er nie ganz besitzen, wohl aber erstreben und erahnen kann. Dieser Sache ist jeder verpflichtet, der Journalist allerdings wie kein anderer. In dieser Suche gründet das Ethos des Journalistenberufs.

Johannes Paul II. interpretiert infolgedessen den rechten Einsatz der Kommunikationsmittel als Ausdruck menschlichen Strebens nach Wahrheit und - metaphysisch und theologisch - als Ausdruck der Hoffnung; deshalb leitet sich für ihn die Freiheit aus der Wahrheit ab:

„Wenn die Wahrheit uns frei macht und wenn die Frohbotschaft von Jesus Christus uns rettet und erhebt, dann können die Kommunikationsmittel wahrhaftig ein Ausdruck menschlichen Strebens und ein Ansporn zu christlicher Hoffnung sein. Die Freiheit, die aus der Wahrheit kommt, vermag der Menschheit eine Vorstellung davon zu geben, was sie sein kann, was sie sein sollte -, und sie vermag jedem einzelnen Menschen das Bewußtsein der Bestimmung zu geben, die Gott uns aufgrund der uns übertragenen Würde zugedacht hat. Wo die sozialen Kommunikationsmittel nicht die Wahrheit widerspiegeln, wird die Hoffnung genommen. Und den Menschen widerfahren Unterdrückung, Versklavung und Verzweiflung.“ (60)

Wo keine Wahrheit, dort keine Freiheit, keine Hoffnung: alles anthropologische Sichtweisen: „Die sozialen Kommunikationsmittel müssen der Menschheitsfamilie Hoffnung bringen.“ (60) Aus dieser Forderung leitet der Papst eine Reihe massenmedialer „Funktionen“ ab; diese sind allerdings anthropologischer Art! Das heißt: Auch er kennt eine funktionale Publizistik. Aber an die Stelle der rein publizistischen Funktionen treten anthropologisch „aufgeladene“ Bestimmungen. So betrachtet er zum Beispiel die Medien nicht lediglich unter dem Aspekt ihrer „Soziusfunktion“, sondern er betrachtet die Unterhaltungsmedien unter anthropologischen Gesichtspunkten: Sie sollen dem Menschen (durch Unterhaltung und über sie hinaus) Trost und Mut zusprechen:

„Die sogenannten Unterhaltungsmedien bieten besondere Gelegenheit, die Hoffnung zu vermitteln durch ermutigende Beiträge, durch anregende Vorbilder und durch die Teilnahme an Erfahrungen, die Trost und Mut zusprechen. Die sozialen Kommunikationsmittel können in der Tat die Niedergeschlagenen trösten und neue Hoffnung wecken.“ (60)

Es gibt aber auch negative Funktionen der Massenmedien: Sie können „Leidenschaften entfesseln“, „Ärger erregen“, „Gefahren“ und „Versuchungen“ verursachen (vgl. 60). Viel lieber aber entfaltet der Papst ihre positiven Funktionen: Sie sind „Förderer der Einheit und Einladung zur Nächstenliebe“; sie vermögen Erschütterung für die Notlage anderer zu erzeugen bis hin zu einer „Dramaturgie der Nächstenliebe“:

„Durch einfühlsame, dramatische Darbietungen im Film oder auf dem Fernsehschirm kann der einzelne auch seinen Einblick und sein Verständnis für einen

ganzen Bereich menschlicher Nöte vertiefen und so veranlaßt werden, voll Liebe und Verständnis auf die mit Sorgen Beladenen, die Einsamen, die Kranken, und die Notleidenden einzugehen.“ (60)

So schaffen die Medien mehr als ein „Weltdorf“ im Sinne Marshall McLuhans, sie schaffen „Einheit“, aber nicht in einem naiven, nichtssagenden abstrakten Sinne, sondern konkret

„... durch das gemeinsame Erlebnis dessen, was berichtet wird, oder durch die gleichzeitige Teilnahme an einem Ereignis durch elektronische Verbindungen, die den Erdball überspannen und sogar bis in den Weltraum reichen.

Wir können miteinander erschüttert sein durch das gemeinsame Erlebnis einer Tragödie; wir können miteinander inspiriert werden durch die gemeinsame Erfahrung eines menschlichen Triumphes. Kurz, die modernen Kommunikationsmittel können verbinden - vereint in der Wahrheit einer gemeinsamen Erfahrung, vereint im Ausdruck gemeinsamen Strebens, vereint in einer gemeinsamen Antwort auf menschliche Not oder in der gemeinsamen Bewunderung des menschlichen Heroismus.“ (60)

Diese anthropologischen Funktionen finden dann in einer christlichen Anthropologie ihre Überhöhung, die ja bekanntlich ihre Krönung und Begründung in den sogenannten drei „göttlichen Tugenden“ hat: „Wir können vielleicht wie nie zuvor eins sein in Glaube, Hoffnung und Liebe.“ (60)

## 2. Eine „Anthropologie der Öffentlichkeit“ als Voraussetzung einer „Theologie der Massenkommunikation“

Der Papst versteht seinen anthropologischen Ansatz nicht als eine Vereinnahmung der Welt der Massenkommunikation, sondern als eine Würdigung aus der Sicht des christlichen Glaubens:

„Sie wollen in Wort, Ton, Bild und Gestaltung etwas ahnen lassen und vernehmbar machen von der Wahrheit und Tiefe der Welt und des Menschen, wozu auch die menschlichen Abgründe gehören. Dies zu sagen, bedeutet keine heimliche christliche oder kirchliche Vereinnahmung der Kunst und der Künstler, der Medien und der Publizisten, sondern eine Würdigung aus der Sicht des christlichen Glaubens ...“ (18)

Die Begründung ist ebenso naheliegend wie einfach: Gemeinsames Thema der Kirche und der Publizistik ist der Mensch!:

„Wo liegen die gegenseitigen Verbindungen und Verknüpfungen zwischen Kirche und Kunst, Kirche und Publizistik? Darauf ist zu antworten: Das Thema der Kirche und das Thema der Künstler wie Publizisten ist der Mensch, das Bild vom Menschen, die Wahrheit vom Menschen, das „Ecce homo“, wozu seine Geschichte, seine Welt und Umwelt gehören, ebenso der gesellschaftliche, ökonomische und politische Kontext.“ (18)

Für die Kirche ist es aber auch und vor allem der Mensch, der nach Heil und Erlösung fragt. Von hier aus fällt es dem Papst auch immer wieder leicht, die Theologie ins Spiel zu bringen sowie die Grundkategorien christlicher Anthropologie:

„Die Kirche als Vermittlerin der Botschaft des christlichen Glaubens wird immer daran erinnern, daß die Wirklichkeit des Menschen nicht umfassend beschrieben werden kann ohne die theologische Dimension, daß nicht vergessen werden darf, daß der Mensch nach Sinn sucht, nach Heil und Erlösung fragt, weil er in vielfältiger Weise in Zwänge und Schuld verstrickt ist. Die Kirche wird immer wieder daran erinnern, daß in Jesus Christus das wahre und eigentliche Bild des Menschen und des Menschlichen gegeben ist.“ (18)

Der Papst zählt dann eine Fülle von Themen der christlichen Anthropologie auf, die auch Themen der Massenmedien und damit einer Anthropologie der Öffentlichkeit sind: „Themen wie Schuld und Gnade, Verstrickung und Erlösung, Ungerechtigkeit und Gerechtigkeit, ja Barmherzigkeit und Freiheit, Solidarität und Nächstenliebe, Hoffnung und Trost“. (18)

Ziel der Beschäftigung mit diesen Themen ist es, dem Menschen „einen Raum der Freiheit - Freiheit von den Zwängen des Nutzens, der Leistung um jeden Preis, des Effekts, der Verplanung und Funktionalisierung“ zu eröffnen. (18)

Hier erscheint wiederum die Freiheit im Kontext mit der sozialen Kommunikation als anthropologische Grundkategorie: Allerdings will der Papst dies alles sehr konkret verstanden wissen, denn eine Anthropologie der Öffentlichkeit als Voraussetzung für eine Theologie der Massenmedien leistet für diese Theologie den „Dienst der Konkretion“, wie die Publizistik für die Kirche diesen Dienst leistet und wie zum Beispiel die Kunst als Manifestation einer nach den aufgeführten Seinsbedingungen des Menschen fragenden Öffentlichkeit fungiert:

„Für diese Aufgabe leistet die Kunst der Kirche einen großen Dienst, den Dienst der Konkretion. Auf diesen Dienst ist die Kirche angewiesen; denn die Wahrheit ist konkret“. (18)

Zur Darstellung dieser konkreten Wahrheit gehört auch die Darstellung des Bösen, über die sich Johannes Paul II. wie keiner seiner Vorgänger tiefe Gedanken gemacht hat, die die Kirche auf diesem heiklen Feld aus manch leidiger Verengung (hin bis zur Spießbürgerlichkeit und Prüderie) befreien könnten.<sup>8</sup>

„Gegen die Darstellung des Bösen in seinen Formen und Gestalten ist auch im Namen des christlichen Glaubens und der Kirche an sich nichts einzuwenden. Das Böse ist eine Realität, deren Ausmaße gerade unser Jahrhundert ... bis an die äußersten Grenzen erlebt und erlitten hat. Ohne die Realität des Bösen ist auch die Realität des Guten, der Erlösung, der Gnade, des Heiles nicht zu ermessen.“ (18)

Diese Darstellung des Bösen wie auch die des Guten begründet nun nicht eine „Magd-Funktion“ der Publizistik für die kirchliche Soziallehre, sondern sie hat etwas mit der Achtung vor der Realität, vor dem „Sein“ zu tun, auf dem auch die kirchliche Lehre beruht. Die Kirche ist auf die Vermittlung und die Erkenntnis der Realität verwiesen, das heißt konkret: Es gibt durchaus ein Abhängigkeitsverhältnis der kirchlichen, auf anthropologischen Kategorien fußenden Soziallehre von der Publizistik:

„Nirgends wird die Situation, das Lebensgefühl, aber auch der Fragehorizont des heutigen Menschen so eindrucksvoll dargestellt wie in der heutigen Kunst und Publizistik.“ (18)

### 3. Freiheit als anthropologisches Fundament der Medienethik

Die Anerkennung der Freiheit der Information fiel der kirchlichen Soziallehre bis hin zu Pius XI. außerordentlich schwer.<sup>9</sup> Es bedurfte deshalb der ganzen Gedankenschärfe Pius' XII. und der sehr gründlichen Begründungsnachweise Pauls VI., um auch der freien Information in der Kirche ihr Heimatrecht zu geben. Das von diesen beiden Päpsten gelegte Fundament ist für Johannes Paul II. selbstverständlich:

„Sie haben ... das Recht und die Pflicht, diese Ihre kostbare Macht (der Information) zu verteidigen, indem Sie sich allen widersetzen, die zu Unrecht versuchen sollten, ihr von außen Zwang anzutun: das gilt ebenso für den freien Zugang zu den Informationsquellen wie für die Freiheit Ihrer Meinung und Meinungsäußerung und für die Möglichkeit, mit Ihren Diensten frei an die Leser, Hörer und Zuschauer heranzukommen.“ (38)

„Gewiß müssen den Kommunikatoren für die Ausübung ihrer wichtigen Aufgaben grundlegende Rechte, wie der Zugang zu den Informationsquellen und die Möglichkeit zur objektiven Darstellung der Tatsachen, eingeräumt werden.“ (44)

Bei dieser Definition freier Information als Freiheit des Zugangs zur Information und Freiheit ihrer Weitergabe hält er sich indes nicht lange auf, es geht ihm vielmehr um die Entfaltung dessen, was diese Freiheit anthropologisch für den Journalisten selbst und für die von ihm informierte oder nicht informierte oder falsch informierte oder -besonders verwerflich - manipulierte Öffentlichkeit bedeutet, so zum Beispiel, wenn er den oben zitierten Gedanken weiterführt:

„Aber Sie haben auch und vor allem das Recht und die Pflicht, Ihre eigene innere Freiheit zu sichern, dank welcher Sie sich der tendenziösen Aufmachung entziehen können, die aus irgendwelchem persönlichen egoistischen Interesse, unverschuldeten Zwängen wirtschaftlicher und ideologischer Mächte oder auch von ungesundem Skandalbedürfnis herrührt. Zu diesem Zweck muß ein Kodex der journalistischen Berufspflichten ausgearbeitet werden, der sich - in nationale oder internationale Dokumente übertragen - Ihnen gleichsam ins Gewissen einprägt, so daß jeder, der in der sozialen Kommunikation arbeitet, sich verpflichtet fühlt, instinktiv die Versuchung zu meiden, sich seiner eigenen Macht zu bedienen, um das Publikum zu manipulieren und für seine eigenen Ziele und Zwecke zu mißbrauchen, wohl wissend, daß ihn das vom Rang eines fairen Berichterstatters auf den eines unzuverlässigen Verführers abwerten würde.“ (38)

Diese individuelle ethische Dimension vervollständigt er immer durch die sozial-ethische, wobei in den folgenden Zitaten mitspielt, daß der polnische Papst einerseits sehr genau die Erfahrung einer gleichgeschalteten Presse in totalitären Staatssystemen, aber auch die Manipulationsmöglichkeiten von „Marktführern“ und Pressemonopolen kennt:

„Nicht selten sind die Massenmedien Ausdruck einer Macht, die besonders dort, wo kein Pluralismus zugelassen ist, zur Unterdrückung wird. Das braucht nicht nur dort der Fall zu sein, wo es auf Grund einer wie immer gearteten Diktatur tatsächlich keine Freiheit gibt, sondern auch dort, wo zwar diese Freiheit in gewisser Hinsicht gewahrt ist, aber gewaltige Eigeninteressen und offenkundige oder verborgene Druckmittel ausgeübt werden.“ (27)

„So stellen einseitige Informationen, die von oben oder von den Markt- und Werbegesetzen willkürlich aufgenötigt werden, Konzentrationen, die zum

Monopol führen, und jede Art von Manipulation, nicht bloß einen Anschlag auf die rechte Ordnung der sozialen Kommunikation dar, sondern verletzen schließlich auch die Rechte auf verantwortungsbewußte Information und gefährden den Frieden.“ (44)

Der Papst beschreibt also die Freiheit der Information weniger als Voraussetzung eines ethischen Umgangs mit den Medien, sondern - eben anthropologisch - die Massenmedien als Mittel der Verwirklichung von Freiheit: „Deshalb möchte ich von den sozialen Kommunikationsmitteln im Dienst der verantwortlichen Freiheit des Menschen sprechen.“ (27) *Individualethisch* heißt das:

„Auch den Massenmedien gegenüber ist der Mensch aufgerufen, ganz er selbst zu sein: das heißt frei und verantwortlich, aktiver Teilnehmer und nicht Objekt, Kritiker und nicht Sklave.“ (27)

Deshalb heißt die Frage: Wie dienen die Massenmedien der Verwirklichung der verantwortlichen Freiheit, „als Elemente, die mit einer besonderen positiven Dynamik ausgestattet sind? ... Geben die Massenmedien Antwort auf die in sie gesetzten Erwartungen als Elemente, die die Verwirklichung des Menschen in seiner verantwortlichen Freiheit begünstigen?“ (27) Doch bevor diese Frage beantwortet werden kann, bringt der Papst die *sozialethische* Komponente ein, das heißt die Bedingungen menschlicher Existenz sind die Existenzbedingungen von *Personen in Gesellschaft*:

„... es ist notwendig, daß die Journalisten und Medienschaffenden über die Forderungen einer rein individualistisch verstandenen Ethik hinausgehen und sich vor allem nicht von offenen oder verborgenen Machtgruppen manipulieren lassen. Sie müssen vielmehr bedenken, daß sie über die vertragsmäßigen Verantwortlichkeiten gegenüber Informationsorganen und geltenden Gesetzen in der jeweiligen Gesellschaft hinaus auch klare Verpflichtungen gegenüber der Wahrheit, der Öffentlichkeit und dem Gemeinwohl haben.“ (44)

„Wie äußern sich diese Medien zu der Verwirklichung des Menschen in seiner Freiheit beziehungsweise wie werden sie für sie benutzt und wie fördern sie sie? Sie präsentieren sich in der Tat als reale Ausdruckskraft und oft, unter bestimmten Aspekten, als auferlegtes Diktat, da der moderne Mensch weder um sich herum einen Leerraum schaffen, noch sich in der Isolation verschanzen kann, denn das würde nichts anderes bedeuten, als daß er sich der Kontakte beraubt, auf die er nicht verzichten kann.“ (27)

Kritik an den Massenmedien, wie sie hier durchscheint, ist nicht Kritik an den Massenmedien selbst, sondern am falschen Gebrauch der Freiheit und an den Mächten, die diese Freiheit einschränken oder gefährden und damit die menschliche Existenz als soziales Wesen in Frage stellen:

„Ich kenne die Bedeutung der sozialen Kommunikationsmittel, deren Bedeutung in der Zukunft noch zunehmen wird und die Ausdruck der menschlichen Existenz als soziales Wesen sind, recht gut. Eure so begeisterten wie auch delikaten Tätigkeiten dienen dem Menschen und seiner Vervollkommnung, jedem Menschen. Das verlangt an erster Stelle, daß als die eigentliche Wurzel jeder Tätigkeit immer die unbestechliche Objektivität und der Respekt vor der Würde des Menschen steht. Auf diesem Gebiet muß die Freiheit, Meinungen zu haben und auch auszudrücken, im Einklang mit den Geboten eines rechten Gewissens gewährleistet sein. Aber daraus leitet sich auch ab, daß ein angemessenes Klima der Freiheit für die Stärke und den wirkungsvollen Dienst der sozialen Kommunikation unabdingbar ist.“ (59)

Diese Zitate verdeutlichen ein weiteres interessantes Element der anthropologischen Informationsethik, das Johannes Paul II. immer wieder herausarbeitet, wenn er über die Verwirklichung der Freiheit durch und mit den Kommunikationsmitteln spricht: Voraussetzungen dieser Freiheit sind in der sozialen Dimension der *Pluralismus*<sup>10</sup> und in der individualen personalen Dimension das *Gewissen* beziehungsweise die *Verantwortung*. Zweck aber ist die Mitteilung der Wahrheit, die ohne Freiheit weder gefunden noch weitergegeben werden kann: Diese Elemente oder Prinzipien gelten für alle am Kommunikationsprozeß Beteiligten, sowohl für Kommunikatoren als auch für Rezipienten, aber je in spezifischer Weise, wobei alle eine aktive Rolle spielen, das heißt Johannes Paul II. sieht die Rezipienten nicht als „Opfer“, sondern als selbstverantwortliche Partner im Kommunikationsprozeß:

„Der Experte im Medienbereich muß einen möglichst objektiven Dienst entfalten und darf nicht aus Parteieninteresse, aus Konformismus oder aus Gewinnsucht zu einem 'geheimen Überzeuger' werden. Sodann besteht eine Gefahr für die verantwortliche Freiheit der Benutzer der sozialen Kommunikationsmittel ...“ (27)

In diesem Zusammenhang spricht der Papst insbesondere die Verantwortung der Familien an: „... die Kirche bittet nicht nur die auf dem Gebiet der sozialen Kommunikation Tätigen, sondern alle und besonders die Familien um Verantwortung.“ (27)

„Damit die Familien jedoch einen solchen Nutzen aus dem Umgang mit den Massenmedien ziehen können, ohne ihnen in tödlicher Abhängigkeit zu verfallen, ist es erforderlich, daß sie den Medien gegenüber eine aktive Haltung einnehmen und sich bemühen, ihre kritische Urteilsfähigkeit zu schärfen, daß sie nicht alles, was angeboten wird, passiv in sich aufnehmen, sondern die Inhalte zu verstehen und zu beurteilen suchen. Ferner ist es nötig, selbständig zu entscheiden, wieviel Zeit man auf den Gebrauch der Medien verwendet.“ (12)

In anderen Zusammenhängen, zum Beispiel bei seinen Betrachtungen über die Darstellung des Leibes in der Kunst oder über die „Pornovision“, spricht der Papst sowohl vom „Ethos der Darstellung“ als auch vom „Ethos des Schauens“.<sup>11</sup>

Stets diese aktive Rolle aller am Kommunikationsprozeß Beteiligten betonend, kommt der Papst in Ergänzung einer Definition der *funktionalen Publizistik*, nach der die Medien die Wirklichkeit lediglich widerspiegeln, zu einer aufschlußreichen Definition seiner *anthropologischen Publizistik*:

„Wenn es zutrifft, daß die sozialen Kommunikationsmittel die Gesellschaft widerspiegeln, in der sie tätig sind, so trifft es ebenso zu, daß sie auch zur *Gestaltung* dieser Gesellschaft beitragen und sich daher nicht ihrer Verantwortung auf diesem Gebiet entziehen können.“ (37)

„Widerspiegeln und Gestalten“ sind die Spannungspole, die die Bedingungen menschlicher Existenz in der durch Massenmedien vermittelten Öffentlichkeit beschreiben und so als definitorische Grundlage der anthropologisch begründeten Sozialethik Johannes Pauls II. bezeichnet werden kann. Diese Zusammenfassung all dieser bis hierher aufgezeigten Elemente finden wir - bezeichnenderweise - an einer Stelle (der einzigen übrigens), wo der Papst eine Definition der „öffentlichen Meinung“ versucht<sup>12</sup>:

„Mit Recht stolz auf die Rechte und Pflichten der Information, sind sie wachsame Zeugen von allem, was das Leben in der bunten Vielfalt seiner Wendungen bietet. Aber jede Meinung, Idee, Überlegung entgleitet im selben Augenblick, wo sie mit

Hilfe der modernsten Vermittlungswege verbreitet wird, der persönlichen Sphäre und kommt in der Gesellschaft in Umlauf. Sie wird so zum Zündfunken für andere Ideen und Überlegungen, die ihrerseits zur öffentlichen Meinungsbildung, eines der vorherrschenden Phänomene unserer Zeit, beitragen. Die gewissenhafte Achtung vor der objektiven Wahrheit, der Ernst und die intellektuelle Redlichkeit bei der subjektiven Auslegung und Kommentierung - angeborene Tugenden des Journalismus, die den Grad der beruflichen Eignung und Gewissenhaftigkeit des Journalisten bestätigen - kennzeichnen im Grundsatz die soziale Dimension dieses schwierigen und faszinierenden Berufs. Niemand ist zum eigenen Gebrauch Schreiber von Beruf. Die soziale Dimension ist der Wesensgrund und vielleicht der heikelste Aspekt des modernen Journalismus. Sie erfordert nachdrücklich und unaufhörlich ein Bemühen um die Einstellung auf die Wellenlängen der Wirklichkeit und eine ausgewogene Unterscheidung, die klar die Rechte der Wahrheit und die Pflichten gegenüber der Gesellschaft wahren soll. Das ist ein ernstes Problem der Verantwortlichkeit, dessen ganze Last Sie sicher spüren, vor allem wenn Themen auf dem Spiel stehen, die tief an die letzten Daseinsgründe rühren. Das gilt in besonderer Weise für unsere Tage, wo sich die Gefahren der Entstellung und Manipulation der objektiven Wahrheit vermehren: das heißt vor allem der Wahrheit des Menschen und über den Menschen.“ (50)

Dieser „öffentlichen Meinung“ entspricht der Dienst des Journalisten, das Ethos des Journalistenberufs, das der Papst einmal in einen eindringlichen Appell gefaßt hat, der zugleich eine Zusammenfassung der Lehre Pauls VI. bei gleichzeitiger Herausarbeitung der neuen anthropologischen Sichtweisen Johannes Pauls II. darstellt:

„Hier setzt mein Appell ein, der aus besorgtem Herzen kommt und sich an alle Medienschaffenden aller Länder und aller Religionen wendet:

- Medienschaffende, gebt keine verstümmelte, verzerrte, den echten menschlichen Werten gegenüber verschlossene Darstellung vom Menschen!
- Gebt dem Transzendenten Raum, das den Menschen mehr zum Menschen macht!
- Verhöhnt die religiösen Werte nicht, mißachtet sie nicht, interpretiert sie nicht nach ideologischen Schablonen!
- Eure Information inspiriere sich stets an Kriterien der Wahrheit und der Gerechtigkeit, wobei ihr es als eure Pflicht betrachten müßt, richtigzustellen und wieder-gutzumachen, wenn euch ein Irrtum unterlaufen ist!
- Verderbt nicht die Gesellschaft und besonders die Jugend durch die wohlgefällige und aufdringliche Darstellung des Bösen, der Gewalt, der sittlichen Verderbtheit, indem ihr so ideologische Manipulation vollbringt und Zwietracht sät!
- Medienschaffende, ihr sollt auch wissen, daß eure Mitteilungen eine zahlenmäßige Masse erreichen, deren einzelnes Glied jedoch Mensch ist, konkrete und unwiederholbare menschliche Person, die als solche anerkannt und respektiert werden muß. Wehe dem, der besonders die Kleinsten zum Bösen verführt hat (vgl. Mt 18,6)!
- Mit einem Wort: Bemüht euch um die Förderung einer Kultur, die wahrhaftig dem Menschen entspricht in dem Bewußtsein, daß ihr dadurch die Begegnung mit dem Glauben, den niemand zu fürchten hat, erleichtert.“ (53)

#### *4. Der Kulturauftrag der Medien*

Wie in diesem Zitat wird der Papst nie müde, den Kulturauftrag der Medien hervorzuheben und ausführlich zu beschreiben. Auch dies ist ein durchaus neues

Element päpstlicher Soziallehre der Massenkommunikation, die indes eine logische Folge des anthropologischen Ansatzes ist:

„Die Kultur ist von sich aus Kommunikation: nicht nur und nicht so sehr Kommunikation des Menschen mit seiner Umwelt, die zu beherrschen er berufen ist (vgl. Gen 2, 19-29; 1,28), als vielmehr des Menschen mit den anderen Menschen. Denn die Kultur ist eine Beziehungs- und Gesellschaftsdimension des menschlichen Daseins; wenn sie vom Glauben erleuchtet ist, bringt sie auch die volle Kommunikation des Menschen mit Gott in Christus zum Ausdruck und findet im Kontakt mit den von Gott geoffenbarten Wahrheiten leichter das Fundament der menschlichen Wahrheiten, die das Gemeinwohl fördern. Glaube und Kultur sind darum berufen, gerade auf dem Gebiet der Kommunikation einander zu begegnen und miteinander tätig zu werden: die wirksame Realisierung der Begegnung und des gemeinsamen Einsatzes wie ihre Intensität und Wirksamkeit hängen in hohem Maße von der Eignung der Mittel ab, mit deren Hilfe die Kommunikation vorstatten geht. Presse, Kino, Theater, Rundfunk und Fernsehen haben sich bei der Entwicklung, die diese Mittel im Laufe der Geschichte erfahren haben, nicht immer als für die Begegnung zwischen Glaube und Kultur geeignet erwiesen. Besonders die Kultur unserer Zeit scheint so sehr von den modernsten und mächtigsten Kommunikationsmitteln - vom Radio und vor allem vom Fernsehen - beherrscht und geformt zu werden, daß diese, auch wegen der organisatorischen und strukturellen Merkmale, die sie erfordern, mitunter als Ziele und nicht als einfache Mittel erscheinen. Dieser Aspekt der modernen Massenmedien darf uns jedoch nicht vergessen lassen, daß es sich noch immer um Mittel der Kommunikation handelt und daß diese ihrer Natur nach immer Mitteilung von etwas ist: der Inhalt der Kommunikation ist daher immer ausschlaggebend, ja bestimmend für die Qualifikation der Kommunikation selbst. Das Verantwortungsbewußtsein der Medienschaffenden wie auch das kritische Bewußtsein der Leser, Hörer und Zuschauer wird also immer auf die Inhalte der Kommunikation gerichtet sein müssen.“ (53)

Dieses Zitat spricht für sich. Der Papst beschäftigt sich in vielen Reden mit der Kultur und entwickelt einen sehr subtilen Kulturbegriff.<sup>13</sup> Bezogen auf die Massenkommunikation, sind die sozialen Kommunikationsmittel nicht nur „eine wertvolle Quelle kultureller Bereicherung“ (12), sondern hier stehen Kultur und Information gleichrangig nebeneinander, wobei kulturelle Entwicklung Information voraussetzt (vgl. 41) und der Journalist eine besondere Verpflichtung zur Pflege der „politischen Kultur“ hat - ein Begriff, den der Papst mit anthropologischem Inhalt füllt:

„Der verantwortungsbewußte Journalist wird sich bewußt sein, welche Möglichkeiten er hat, zu einer guten Entwicklung der politischen Kultur beizutragen, zu mehr Wahrhaftigkeit, zu mehr Rücksichtnahme auf die persönlichen Werte des anderen.“ (18)

## 5. Grundlagen kirchlicher Kommunikation

Schon Pius XII. bejahte die Notwendigkeit eines guten Funktionierens der öffentlichen Meinung innerhalb der Kirche. Johannes Paul II. betont, daß nur dort die Grundprinzipien und Zielsetzungen der sozialen Kommunikation in der Welt gewährleistet sind, wo „ein berechtigter *Pluralismus*“ herrscht (vgl. 44); die Grundlage dieses Pluralismus und die Garantie, daß er die Kommunikation nicht zerstört, ist der *Dialog*:

„Die echte Annahme der Logik des friedlichen Zusammenlebens in der Verschiedenheit erfordert die ständige Anwendung der Methode des Dialogs, die das Recht aller Parteien auf Existenz und freie Meinungsäußerung anerkennt, gleichzeitig aber deren Pflicht deutlich macht, sich gemeinsam um jenes höchste Gut zu bemühen, welches der Friede ist ...“ (44).

Dies gilt ohne Einschränkung auch für die öffentliche Meinung in der Kirche, die nach den Gesetzen des Dialoges mit seinen Rechten und Pflichten für alle hat. Es gibt einen christlichen Pluralismus als Grundlage kirchlicher Kommunikation; er äußert sich im Dialog:

„Das Leben der Christen kann in manchen Bereichen mit verschiedenen Initiativen oder Meinungen in Zusammenhang stehen. Es ist vernünftig, gerade in einer Zeit, in der die Gruppen in Gesellschaft und Kirche sich mit allzuviel Unverständnis, Härte und Unduldsamkeit gegenüberstehen, in einem Geist des Dialogs über diesen Pluralismus zu berichten. Doch die Beschreibung dieses christlichen Pluralismus setzt - wenn sie sich auf christliche Werte beziehen soll - voraus, daß mit aller Klarheit vermerkt wird, welche Optionen auf doktrinärem, ethischem, liturgischem und sozialem Gebiet berechtigt sind und daß die moralischen Werte wie Achtung des Lebens, der menschlichen Würde, der fundamentalen Freiheiten, einschließlich der Information und des Unterrichts, der Schutz der Armen und Schwachen, geschützt und verteidigt werden.“ (45)

Allerdings darf die Berufung auf Pluralismus und Dialog nicht zu Agnostizismus, Indifferenz gegenüber der Wahrheit oder Verzicht auf die Suche nach Objektivität führen. Die Suche des Journalisten nach der Wahrheit fördert vielmehr „das Zusammenleben in einem echten Pluralismus der einzelnen, der Gruppen und der Völker“ (41):

„Das Suchen nach der unumgänglichen Wahrheit verlangt ein dauerndes Bemühen, es verlangt, daß man sich auf die entsprechende Stufe der Erkenntnis und kritischen Auswahl stellt. Das ist nicht leicht ... Jeder Mensch bringt seine eigenen Ideen, seine Interessen und auch seine Vorurteile mit. Doch der für die Kommunikation Verantwortliche darf sich nicht hinter dem verschanzen, was man gemeinhin die 'Unmöglichkeit der Objektivität' nennt. Auch wenn eine vollkommene und vollständige Objektivität schwierig ist, gilt das nicht für die Bemühungen, die Wahrheit zu finden, den Entschluß, die Wahrheit anzubieten, die Gewohnheit, die Wahrheit nicht zu manipulieren, die unbestechliche Haltung gegenüber der Wahrheit ...“ (41)

Bei aller Betonung der hierarchischen Strukturen in der Kirche und der unverbrüchlichen Treue zu ihren Dogmen fungiert bei Johannes Paul II. im Unterschied zu seinen Vorgängern der innerkirchliche Dialog als ein Vollzug der Pluralität der Kirche und nicht als besonders subtiles Mittel der Durchsetzung hierarchischer Befehle und Anweisungen „von oben nach unten“. Die Vermutung liegt nahe, daß sich in der päpstlichen Lehre von der Ethik der Massenkommunikation gegen eine mehr vertikale, hierarchische Sicht des Kommunikationsprozesses eine mehr horizontale, interdependente Sicht durchgesetzt hat. Die bereits aufgezeigte Betonung der aktiven Rolle der Rezipientenschaft ist ebenfalls ein Indiz dafür, ebenso wie die in bezeichnender Weise abgewandelte kommunikationswissenschaftliche Figur vom „Zeitgespräch der Gesellschaft“:

„Fühlen Sie sich angespornt ... im Dienst am ganzen Volk Gottes ..., damit dank Ihrer Informationsarbeit und Lebenshilfe im Glauben noch mehr Gläubige mündig

werden für das 'Zeitgespräch der Kirche'<sup>14</sup>, das unseren Glauben immer und jeweils neu zu stärken und in das Interesse der Öffentlichkeit zu rücken vermag.“ (51)

Da wir uns in dieser Untersuchung auf die neuen Elemente beschränken, die Johannes Paul II. in die kirchliche Sozialethik bezüglich der Massenkommunikation eingebracht hat, bedarf es lediglich der Erwähnung, daß auch er in den Massenmedien hervorragende und unverzichtbare Mittel der Verkündigung und der Evangelisierung sieht.<sup>15</sup> Auch er entwickelt eine Pastoral der Kommunikationsmittel.<sup>16</sup> Auch er versucht eine theologische Betrachtung der Medien, indem er den Begriff der „Communio“ als Vollendung der „Kommunikation“ darstellt.<sup>17</sup> Allerdings wirken alle diese theologischen Versuche bei ihm ungezwungener und harmonischer, weil seine Grundlage die christliche Anthropologie ist, die sich hier als Schwester der Theologie erweist.

## *6. Überlegungen zu einer Anthropologie der Öffentlichkeit als Voraussetzung für eine Theologie der Massenmedien*

Eine „Theologie der Massenmedien“ ist oft gefordert, als Notwendigkeit oft beschworen und als nicht oder nur andeutungsweise vorhanden beklagt worden.<sup>18</sup> Das Dilemma liegt in der Gefahr, daß empirische Daten allzu vorschnell und hermeneutisch problematisch in theologische Kategorien umgemünzt, „eingemeindet“ werden. Dies ist auf fehlende anthropologische Vorüberlegungen zurückzuführen, ohne die eine theologische Befassung mit den Problemen und Phänomenen der Massenkommunikation als dilettantisch erscheinen muß. Dies ist eigentlich erstaunlich, da die Theologie zum Beispiel eine großartige Tradition in der Befassung mit der personalen Kommunikation kennt, der eine Anthropologie christlich-abendländischer Prägung zugrunde liegt.

Es ist aber der Mangel einer theologischen Befassung mit der medialen Kommunikation zu beklagen, weil es entsprechend an einer „Anthropologie der Öffentlichkeit“ fehlt, die aber gleichwohl Voraussetzung wäre.<sup>19</sup> Der anthropologische Ansatz der medienethischen Äußerungen Johannes Pauls II. bringt hier einen beachtlichen Fortschritt, der in der Sozialethik wissenschaftstheoretisch aufgegriffen werden sollte. Mit diesem anthropologischen Ansatz des Papstes wird man vor allem dem Dilemma der „interdisziplinären Vermischung“ von Fragestellungen mit ihren spezifischen Begrifflichkeiten und Kategorien entgehen können. Die Anthropologie als Grundlagenwissenschaft vom Menschen hat ihre Ausstrahlungen auf alle anderen Humanwissenschaften, insbesondere auf solche Disziplinen wie Soziologie, Psychologie und Kommunikationswissenschaften.

Als Ansatz für eine „Theologie der Massenmedien“ und einer daraus entwickelten Theorie der kirchlichen Verkündigung in den Massenmedien ist eine Anthropologie der Öffentlichkeit insofern unentbehrlich, als man eher der Versuchung entgeht, interdisziplinären Vermischungen zu verfallen, die empirische Zusammenhänge vorschnell in Theologie ummünzen wollen. Denn die Anthropologie ist sehr wohl in der Lage, auch für andere Wissenschaften (wie zum Beispiel auch für die Theologie) eine tragfähige empirische Grundlage von Strukturzusammenhängen<sup>20</sup> zu schaffen. Eine theologische Interpretation (Theologie ist ja wesentlich Deutungs- und Interpretationswissenschaft, ihr „Instrumentarium“ und ihre Quelle ist die Offenbarung) dieser anthropologischen Befunde ist insofern legitim,

als die Theologie ebenfalls - allerdings unter bestimmten Voraussetzungen - Aussagen machen will über den Menschen; keine Humanwissenschaft ist ja voraussetzungslos. Wenn also eine Theologie der Massenmedien in eine Anthropologie der Öffentlichkeit Aussagen über den Menschen aus der Offenbarung einfließen läßt, so ist dies nicht nur methodisch einwandfrei, sondern auch logisch gerechtfertigt. Nur: dieses „Einfließen“ von Theologie muß auch kenntlich und deutlich gemacht werden, sonst verkommt man in Ideologie.

Eine Anthropologie der Öffentlichkeit erhält ihre „Einfärbungen“ von den Erkenntnissen der Kommunikationsforschung und der Soziologie, von denen sie ihre empirischen Daten bezieht.

Von der Theologie nun wird eine *Deutung* des menschlichen Daseins in dem von empirischen Daten erhaltenen Umfeld der menschlichen Existenz unter der Bedingung von Öffentlichkeit vorgenommen: eine Deutung, die den Erkenntnissen der genannten Disziplinen Rechnung trägt, von denen sie sich auch in bezug auf Sachgerechtigkeit jederzeit überprüfen und - wenn es sein muß - auch korrigieren läßt. Diese Deutung geschieht von der Offenbarung her. Das heißt nicht, theologische Erkenntnisse ummünzen in soziologische, sondern das heißt, soziologische und kommunikative Erkenntnisse deuten, und zwar im Hinblick auf den Menschen und die Bedingungen seines Handelns in der Öffentlichkeit. Die Theologie ist also insofern eine Interpretation von Anthropologie. Dabei muß man sich aber hüten, die Theologie als reine Antwortwissenschaft für vorher offengebliebene Fragen zu mißbrauchen. Im Gegenteil: Sobald die Theologie anhebt, werden die Fragen noch größer: hin auf Transzendenz. Die immanente Fragenwelt wird bereichert. Die Anthropologie wird durch theologische Deutungen erweitert und auf weitere Fragen hin geöffnet.

Der anthropologische Ansatz Johannes Pauls II. weist also einer theologischen Ethik der Informationsmedien den Weg, den Alfons Auer in einem leider in der kirchlichen Sozialethik zu wenig beachteten Beitrag so beschrieben hat:

„Mediale Ethik ist zunächst 'immanente' Ethik: Im Prozeß der sozialen Kommunikation handelt richtig, wer sachgerecht handelt, wer die in diesem Bereich geltenden Gesetzlichkeiten und die hier vorgegebenen Sinnziele respektiert. Ethische Weisungen werden den Teilnehmern am Prozeß der Kommunikation nicht von außen oktroyiert, sie erscheinen vielmehr nur als begründet, insofern die in ihnen artikulierten Verbindlichkeiten als innere Momente der sozialen Kommunikation erkennbar werden, insofern sie im medialen Prozeß selbst ihre Dringlichkeit anmelden. Sittliche Orientierungen ergeben sich aus dem Wesen der sozialen Kommunikation und aus der spezifischen Eigenart der Medien, in denen sie sich vollzieht. Soziale Kommunikation und mediale Technologien müssen aber anthropologisch interpretiert, das heißt vom 'Vollbegriff der Würde des Menschen' her gedeutet werden. Menschenwürde und technologisch vermittelte Kommunikation können freilich in ihrem letzten Wert nur aus dem Zusammenhang mit dem göttlichen Schöpfungs- und Heilsplan verstanden werden.“<sup>21</sup>

### Anmerkungen

<sup>1</sup> Vgl. *Hermann Boventer*: Ethik des Journalismus. Zur Philosophie der Medienkultur. Schriftenreihe der Stiftervereinigung der Presse, Journalismus Band 19 (neue Folge),

- Konstanz: Universitätsverlag, 1984. Vgl. dazu auch die Rezension von *W. Wunden* in diesem Heft.
- 2 Vgl. *Giso Deussen*: Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI. München-Paderborn-Wien 1973; vor allem: 21-77.
  - 3 Vgl. *Giso Deussen*: a.a.O., 116 ff.
  - 4 Völlig an der Sache vorbei geht eine Untersuchung von *Hans Bschorr*: Päpstliche Verlautbarungen zu Fragen der sozialen Kommunikation nach Erscheinen von „*Communio et progressio*“ (1971), die der Ludwigs-Maximilians-Universität München als Magisterarbeit vorgelegen hat. München 1983 (Maschinenschrift). Diese Arbeit mißt die päpstlichen Verlautbarungen an den Aussagen der Pastoralinstruktion und kommt zu harten Verurteilungen, indem sie den Vorwurf erhebt, die päpstliche Lehre habe „die Aussagen der Instruktion schlicht nicht beachtet.“ (S.86). Der Autor behauptet ferner, die päpstlichen Verlautbarungen mißachteten die „neue Sicht“ der sozialen Kommunikation in der Pastoralinstruktion (S.27). Diese Untersuchung wird das Gegenteil nachweisen: Johannes Paul II. fußt selbstverständlich auf den Aussagen von „*Communio et progressio*“ und führt sie weiter fort. Allerdings teilt er nicht unbedingt die Interpretationen und die nicht unproblematischen Sichtweisen, wie sie in der Kommentierung des prominenten Vertreters der Münchener Schule, des Zeitungswissenschaftlers Hans Wagner, in einer eindrucksvollen Studie vorgelegt wurden. In: Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation, Pastoralinstruktion „*Communio et progressio*“ über die Instrumente der sozialen Kommunikation, veröffentlicht im Auftrag des II. Vatikanischen Ökumenischen Konzils (Nachkonziliare Dokumentation Band 11), Trier 1971.
  - 5 Vgl. die chronologische Übersicht der publizistisch relevanten Äußerungen Papst Johannes Pauls II. im Anhang. Die Zahlen in den Klammern der Zitate im Text dieses Aufsatzes entsprechen der Numerierung dieser Übersicht.
  - 6 Vgl. *Inter mirifica*, Nr. 1.
  - 7 Dieser Eindruck wird zum Beispiel in der zitierten Arbeit von H. Bschorr, vgl. Anmerkung 4, erweckt.
  - 7 Vgl. die Ansprache bei der Generalaudienz am 6. Mai 1981 zum Thema: „Der menschliche Leib in der Kunst“. In: Johannes Paul II.: Wort und Weisung im Jahr 1981, Kevelaer 1982, 52-55 (abgekürzt: WuW).
  - 9 Vgl. *G. Deussen*: a.a.O.
  - 10 Vgl. die Quellen 24, 27 im Anhang: WuW 81, 395.
  - 11 WuW 1981, 55 ff.
  - 12 Aufschlußreich ist der Vergleich der Definitionen von „Öffentlicher Meinung“ durch Pius XII. und Paul VI. In: *G. Deussen*: a.a.O., 59 ff. und 131 ff.
  - 13 Vgl. insbesondere seine Ansprache vor dem Exekutivrat der UNESCO am 2.6.1980 in Paris. In: WuW 1980, 221-239.
  - 14 Die päpstlichen Verlautbarungen kennen sehr wohl die Terminologien der Publizistikwissenschaften, zum Beispiel - wie hier - der Münchener Schule. Aber weder päpstliche Ansprachen noch Konzilsdekrete sollten von publizistikwissenschaftlichen Schulen vereinnahmt oder bemessen werden (vgl. *Wagner* und *Bschorr*). Die Maßstäbe der kirchlichen Ethik sind keine funktionalistischen oder anderen, sondern sie gehorchen anthropologischen Prinzipien.
  - 15 Vgl. (2), (9), (16), (20), (32), (48); WuW 1981, 173.
  - 16 Vgl. (23), (48).
  - 17 Vgl. WuW 1979, 171 ff., vor allem 187.
  - 18 Vgl. *G. Deussen*: Die Diskussion um eine „Theologie der Massenmedien“. In: CS 3: 1970, 209-255.
  - 19 Vgl. *O.B. Roegele*: Bemerkungen zu einem anthropologischen Begriff der Öffentlichkeit. In: Die Frage nach dem Menschen. Festschrift für Max Müller, hrsg. von Heinrich Rombach. Freiburg/München 1966, 212-221.

- 20 „Die Struktur ist ein Zusammenhang, der weder nur erlebt, noch, logisch oder kausal, nur abstrahiert, sondern der verstanden wird.“ *G. v.d. Leeuw: Phänomenologie der Religion* 1956, 770. In diesem Zusammenhang wäre die Berücksichtigung der Methode der verstehenden Soziologie unentbehrlich, wie sie Max Weber herausgearbeitet hat. In: *Wirtschaft und Gesellschaft I*, 4 ff. Vgl. *H. Girndt: Das soziale Handeln als Grundkategorie erfahrungswissenschaftlicher Soziologie*, 34 ff.
- 21 *A. Auer: Anthropologische Grundlegung einer Medienethik*. In: *Handbuch der christlichen Ethik, Band 3: Wege ethischer Praxis*. Freiburg/Basel/Wien 1982, 546.

## Anhang

Die publizistisch relevanten Äußerungen Papst Johannes Pauls II im chronologischen Überblick.

### 1. Abkürzungen:

- AAS „Acta Apostolica Sedis“ (Typis Polyglottis Vaticanis)  
LVI (1964) - LXIII (1970)
- CS „Communicatio Socialis. Zeitschrift für Publizistik in Kirche und Welt“.  
Emsdetten, 1: 1968 ff., seit 1971: Paderborn
- OR „L'Osservatore Romano“, Vatican
- OR-dt Deutsche Wochenausgabe des „L'Osservatore Romano“, Vatican
- WuW Johannes Paul II: Wort und Weisung im Jahr 1980 ff., hrsg. von Elmar Bordfeld, Kevelaer

Nach Art und Gattung der Äußerungen werden folgende Abkürzungen verwendet:

- A Audienzansprache  
B Brief  
Bo Botschaft  
H Hörfunkansprache  
Ang Angelusansprache

### 2. Übersicht

Lfd. Nr.	Datum	Art und Bezeichnung	Sprache	Quelle
( 1 )	21.10.1978	A vor Journalisten und Reportern von Hörfunk und Fernsehen	franz./engl.	OR 22.10.78; OR-dt 27.10.78
( 2 )	25.10.1978	Bo zum 50jährigen Bestehen der Internationalen Katholischen Hörfunk- und Fernsehorganisation (UNDA)	englisch	OR 28.10.78; OR-dt 10.11.78

Lfd. Nr.	Datum	Art und Bezeichnung	Sprache	Quelle
( 3)	10.11.1978	Bo zum 50jährigen Bestehen der Internationalen Katholischen Filmorganisation (OCIC)	französisch	OR 11.11.78
( 4)	31.01.1979	A an Vertreter der Presse in Mexiko-City		OR 02.02.79; OR-dt 16.02.79
( 5)	08.02.1979	A an eine Gruppe von Redakteuren der Zeitschrift „HörZu“	deutsch	OR-dt 16.02.79
( 6)	23.05.1979	Bo zum 13. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel	italienisch	OR 24.05.79; OR-dt 01.06.79
( 7)	28.06.1979	A an katholische Journalisten Belgiens		OR 29.06.79; OR-dt 13.07.79
( 8)	07.10.1979	A an Journalisten in Washington	englisch	OR 10.10.79; OR-dt 26.10.79
( 9)	16.10.1979	Apostolisches Schreiben „Catechesi Tradendae“ (vgl. Abschnitt über die Kommunikationsmittel (Nr. 46 ff.))	lateinisch	AAS LXXI, 31.10.79; OR 26.10.79; OR-dt 02.11.79; CS 13: 1980, 173 ff.
(10)	21.11.1979	Grußwort an eine Studiengruppe der Gesellschaft Katholischer Publizisten Deutschlands	deutsch	OR-dt 30.11.79
(11)	23.01.1980	Grußwort an niederländische Journalisten	französisch	OR 24.01.80; OR-dt 01.02.80
(12)	01.05.1980	Bo zum 14. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel	italienisch	CS 13: 1980, 271-276
(13)	13.05.1980	A an Journalisten während des Rückflugs von Afrika nach Rom	franz./engl.	OR 14.05.80
(14)	17.05.1980	Bo an den „Religious Communications Congress“, Nashville, USA	englisch	OR 18.05.80; OR-dt 27.06.80
(15)	02.06.1980	A an den Exekutivrat der UNESCO in Paris (Nr. 16)	französisch	WuW 1980, 233
(16)	25.09.1980	A an die Teilnehmer am Kongreß der Katholischen Internationalen Presseunion (UCIP)	französisch	OR 26.09.80; CS 14: 1981, 187-191
(17)	25.10.1980	A an die Teilnehmer des 18. Internationalen Kongresses des Europäischen Journalistenverbandes	französisch	OR 26.10.80

Lfd. Nr.	Datum	Art und Bezeichnung	Sprache	Quelle
18)	19.11.1980	A an Künstler und Publizisten im Herkulessaal in München	deutsch	OR 21.11.80; CS 14: 1981, 181-186
19)	12.12.1980	A an die Vertreter der internationalen Presse, die an der vorangegangenen Audienz der Regierungsdelegationen Argentiniens und Chiles teilgenommen hatten	spanisch	OR 13.12.80
20)	12.02.1981	Predigt beim Gottesdienst zum 50jährigen Jubiläum von Radio Vatikan in der Sixtinischen Kapelle	italienisch	WuW 1981, 172-175
21)	21.02.1981	A an die Vertreter der Massenmedien in Manila	englisch	OR 22.02.81; OR-dt 06.03.81; WuW 1981, 281 f.
22)	25.02.1981	A an die Vertreter der Massenmedien in Hiroshima	englisch	OR 26.02.81
23)	05.03.1981	A an die Vollversammlung der Päpstlichen Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation	französisch	OR 06.03.80; OR-dt 27.03.81; WuW 1981, 365-367
24)	03.04.1981	A an die Teilnehmer der Vollversammlung der Radio-Programm-Kommission der europäischen Rundfunkunion (EBU/UER)	französisch	OR 04.04.81; WuW 1981, 393-396
25)	29.04.1981	A bei der Generalaudienz	italienisch	OR 01.05.81
26)	06.05.1981	A bei der Generalaudienz	italienisch	WuW 1981, 52-55
27)	10.05.1981	Bo zum 15. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel	italienisch	CS 14: 1981, 252-259; WuW 1981, 474-479
28)	08.09.1981	Bo an den Generaldirektor der UNESCO zum Welttag der Alphabetisierung	französisch	OR 09.01.81; OR-dt 25.09.81
29)	22.11.1981	Apostolisches Schreiben „Familiaris Consortio“ (Nr. 76 widmetsich den Massenmedien)	lateinisch	OR 16.12.81; CS 15: 1982, 64 ff.

Lfd. Nr.	Datum	Art und Bezeichnung	Sprache	Quelle
(30)	02.12.1981	A an belgische Journalisten	franz./fläm.	OR 03.12.81
(31)	12.12.1981	B an den „L'Osservatore Romano“ anlässlich seines 120jährigen Bestehens	italienisch	OR-dt 05.02.82
(32)	04.01.1982	A an die Bischöfe der Emilia-Romagna anlässlich ihres „ad limina“-Besuches	italienisch	OR 04.01.82; CS 15: 1982, 247 ff.
(33)	15.01.1982	A an die Bischöfe der Lombardei anlässlich ihres „ad limina“-Besuches	italienisch	OR 16.01.82; OR-dt 29.01.82
(34)	16.02.1982	A an die Repräsentanten der Massenmedien in Lagos	englisch	OR 18.02.82; OR-dt 12.03.82; CS 15: 1982, 245 f.
(35)	05.04.1982	A an das Redaktionskollegium der Jesuitenzeitschrift „La Civiltà Catolicá“	italienisch	OR 5./6.4.80; OR-dt 28.05.82
(36)	17.04.1982	A an die Teilnehmer des Nationalkongresses der Italienischen Vereinigung der Rundfunkhörer und Fernsehzuschauer	italienisch	OR 18.04.82; OR-dt 14.05.82
(37)	10.05.1982	Bo zum 16. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel	italienisch	OR 15.05.82; OR-dt 28.05.82; CS 15: 1982, 355-361
(38)	22.05.1982	A bei der Audienz für die beim Hl. Stuhl akkreditierten Journalisten	italienisch	OR 23.05.82; OR-dt 13.08.82
(39)	09.09.1982	B an den Generaldirektor der UNESCO zum 16. Welttag der Alphabetisierung	französisch	OR 10.09.82; OR-dt 22.10.82
(40)	18.09.1982	A beim „ad limina“-Besuch der belgischen Bischöfe	französisch	OR 19.09.82; OR-dt 22.10.82
(41)	02.11.1982	A an die Repräsentanten der Medien in Madrid	spanisch	OR 04.11.82; OR-dt 19.11.82
(42)	25.01.1983	Neuer Codex Juris Canonici Titel IV: „De instrumentis communicationis socialis in specie de libris“ Can. 822-832	lateinisch	CS 16: 1983, 73-77
(43)	13.02.1983	A an die Journalisten der Katholischen Italienischen Presseunion	italienisch	OR 14./15.2.83

Lfd. Nr.	Datum	Art und Bezeichnung	Sprache	Quelle
(44)	22.03.1983	Bo zum 17. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel	italienisch	OR 16.04.83; OR-dt 22.04.83
(45)	23.04.83	A an die Direktoren und Journalisten der Tageszeitung „La Croix“ anlässlich des 100jährigen Bestehens	französisch	OR 24.04.83; OR-dt 20.05.83
(46)	12.09.1983	A an Künstler, Wissenschaftler und Publizisten in der Wiener Hofburg	deutsch	OR 12./13.9.83; OR-dt 28./ 29.9.83
(47)	28.11.1983	A an die Freunde der veronesischen Rundfunkanstalt „Radiotelepace“	italienisch	OR 28./29.11.83
(48)	02.12.1983	A an die Vertreter der katholischen Wochenzeitungen Italiens	italienisch	OR 03.12.83; CS 17: 1984, 73-76
(49)	20.12.1983	A an Leiter und Angestellte von Museen	italienisch	OR 21.12.83
(50)	27.01.1984	A an Journalisten	italienisch	OR 28.01.84; OR-dt 10.02.84
(51)	06.04.1984	A an die Teilnehmer des Rom-Seminars der Arbeitsgemeinschaft Kathol. Presse (AKP)	deutsch	OR 07.04.84; OR-dt 13.04.84
(52)	13.04.1984	A an die Teilnehmer der 36. Versammlung der Europäischen Rundfunkunion	franz./engl.	OR 14.04.84
(53)	24.05.1984	Bo zum 18. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel	italienisch	OR 28./29.5.84; OR-dt 01.06.84
(54)	24.05.1984	A an die Teilnehmer des IV. Nationalen Kongresses der italienischen Vereinigung Katholischer Filmtheater	italienisch	OR 25.05.84; OR-dt 06.07.84
(55)	03.06.1984	Ang an die Gläubigen	italienisch	OR 4./5.6.84
(56)	16.06.1984	A an die Vertreter der Schweizer Medien in Einsiedeln	dt./franz.	OR 17.06.84; OR-dt 06.07.84
(57)	28.06.1984	A an eine Delegation der Vereinigung katholischer Journalisten Belgiens	franz./fläm.	OR 29.06.84; OR-dt 20.07.84
(58)	30.01.1985	A an die Repräsentanten der Welt der Kultur in Quito (Ecuador)	spanisch	OR 05.02.85; OR-dt 08.02.85

Lfd. Nr.	Datum	Art und Bezeichnung	Sprache	Quelle
(59)	30.01.1985	H beim Besuch der katholischen Radiostation in Quito (Ecuador)	spanisch	OR 01.02.85; OR-dt 08.02.85 CS 18: 1985
(60)	07.03.1985	A an die Teilnehmer der Vollversammlung der Päpstlichen Kommission für die sozialen Kommunikationsmittel	englisch	OR 08.03.85; OR-dt 22.03.85
(61)	21.03.1985	A an die Mitglieder des Rates der Weltunion der Katholischen Presse (UCIP)	englisch	OR 22.03.85; OR-dt 05.04.85
(62)	24.03.1985	A beim Besuch der Satelliten-Erdfunkstelle Telespazio (Piana del Fucino)	italienisch	OR 25./26.3.85; OR-dt 05.04.85

## SUMMARY

Already shortly after his election, Pope John Paul II became very popular indeed. He was called „Media Pope“ or a „T.V. star“, and like none of his predecessors, he became a well searched subject for reporting. But also the Churches teaching on social communications received new elements through him. He bases his considerations especially on the teachings of Pius XII and Paul VI, on the Council document, and further develops the basic lines of the Pastoral Instruction „Communio et Progressio“, but he also adds completely new elements. So he points to the cultural obligation of the media, the creation of a new communications order, a Christian pluralism as the basis for Church communication, and he especially develops an „anthropology of the public“. This latter revolutionary new idea can be called an „anthropological change“ in the social teachings of the Popes. The Pope puts man himself in the middle of his ethical considerations of mass communication in modern society, and the conditions and possibilities of his existence within the public. The reasoning for such an ethic of mass communication is considered in this contribution, which finally asks whether the ideas of John Paul II contain elements for an „anthropology of the public“ as a possible precondition for a „theology of mass communication“.

## RÉSUMÉ

Déjà après une courte période dès son élection, le Pape Jean Paul II devenait très populaire. On l'appelait „le Pape des Médias“ ou aussi „une vedette de TV“. Comme aucun de ses prédécesseurs, il devenait un objet désiré pour les journalistes. Mais aussi la doctrine de l'Eglise sur les moyens de communication sociale a été fournie de Jean Paul II par de nouveaux éléments. Ses considérations sont basées surtout sur l'enseignement de Pie XII et Paul VI, les documents de Vatican II, et continuent les directives de l'instruction pastorale „Communio et Progressio“ en y ajoutant de nouveaux éléments. Il souligne l'obligation culturelle des médias, la création d'un nouvel ordre mondial de la communication, un pluralisme chrétien comme la base pour une communication de l'Eglise et surtout, il développe „une anthropologie du public“. Cette dernière nouvelle idée révolutionnaire peut être appelée un „changement anthropologique“ dans les doctrines sociales des Papes. Dans le centre de ses considérations éthiques sur la communication de masse dans une société moderne, Jean Paul II met l'homme même, et les conditions et possibilités d'une existence humaine dans le public. Les raisons y résultant pour son éthique de communication de masse sont présentées dans cette contribution, demandant si la pensée de Jean Paul II contient des éléments pour une „anthropologie du public“ comme base pour une „théologie de la communication de masse“.

## RESUMEN

Corto tiempo después de su elección, el Papa Paulo II llevase muy popular. Se le llamó „El Papa de los Media“ o también „una vedette de la TV“. Como ninguno de sus predecesores, llegó a ser el sujeto favorito de muchos reportajes. Pero, también la doctrina de la Iglesia sobre los Medios de Comunicación Social ha recibido nuevos elementos de la parte de Juan Paulo II. Sus consideraciones se han basado principalmente en las enseñanzas de Pío XII y Pablo VI, los documentos de Vaticano II, continuando las directivas de la Instrucción Pastoral „Communio et Progressio“, pero también agregando nuevos elementos. El Papa ha señalado la obligación cultural de los media, la creación den un nuevo orden mundial de la comunicación, un pluralismo cristiano como base para una comunicación de

Iglesia y sobre todo, ha desarrollado „una antropología del público“. Esta última nueva y revolucionaria idea puede ser llamada un „cambio antropológico“ en las doctrinas sociales de los Papas. El Papa pone al hombre como centro de sus consideraciones éticas relativas a la comunicación de masas en la sociedad moderna y considera las condiciones y posibilidades de su existencia dentro del público. En este artículo se considera el razonamiento para este tipo de ética de la comunicación de masas, preguntándose finalmente hasta que punto las ideas de Juan Paulo II contienen elementos para una „antropología del público“ como una posible condición previa para llegar a „una teología de la comunicación de masas“.