

Kirche – Medien – Öffentliche Meinung

**18. Internationaler
Kongress Renovabis**

3.–5. September 2014 in Freising

Internationale Kongresse Renovabis
18/2014

18. Internationaler Kongress Renovabis
2014

Kirche – Medien – Öffentliche Meinung

Veranstalter und Herausgeber:
Renovabis – Solidaritätsaktion der deutschen Katholiken
mit den Menschen in Mittel- und Osteuropa

Redaktion: Christof Dahm (verantwortlich), Bianca Münch, Thomas Hartl (Mitarbeit),
Thomas Schumann (Bildredaktion und Gestaltung)
Fotos: Angelika Kamlage, Simon Korbella, Daniela Schulz und Thomas Schumann

© Renovabis – Solidaritätsaktion der deutschen Katholiken
mit den Menschen in Mittel- und Osteuropa,
Kardinal-Döpfner-Haus, Domberg 27, D-85354 Freising.

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des Herausgebers.
Die hier abgedruckten Beiträge sind autorisiert. Sie stimmen nicht unbedingt und in jedem
Fall mit der Meinung des Veranstalters und der Teilnehmer des Kongresses überein.

Umschlag: Thomas Schumann, Renovabis, Freising
Herstellung: Martin Vollnhals, Neustadt a. d. Donau

INHALT

Vorwort	9
---------------	---

I. EINFÜHRUNG UND GRUSSWORTE

<i>Pater Stefan Dartmann SJ, Freising</i> Begrüßung der Kongressteilnehmer und Einführung	13
--	----

<i>Bischof Dr. Gebhard Fürst, Rottenburg</i> Eröffnung des 18. Internationalen Kongresses Renovabis	18
--	----

Grußworte an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des 18. Internationalen Kongresses Renovabis	25
---	----

II. REFERATE UND PODIEN

<i>Prof. Dr. Alexander Filipović, München</i> Kirche – Kommunikation – Öffentlichkeit. Medienethische Impulse für die Medienarbeit der Kirche	67
---	----

Podiumsdiskussion: Kirche und Medien – Medien und Kirche	83
---	----

Teilnehmer:

- *Aliaksandr Amialchenia, Vatikanstadt/Minsk*
- *Prof. Dr. Alexander Filipović, München*
- *Pater Bernd Hagenkord SJ, Vatikanstadt*
- *Lidija Lacko Vidulić, Zagreb*

Moderation: *Prof. Dr. Michael Albus, Heidesheim*

Podiumsdiskussion:

Aus aktuellem Anlass – die Krise in der Ukraine 99

Teilnehmer:

– *Dr. Gerhard Albert, Freising*

– *Dr. Sergii Bortnyk, Kiew*

– *Bischof Stanislav Šyrokoradjuk OFM, Charkiw*

– *Andrij Waskowycz, Kiew*

Moderation: *Prof. Dr. Michael Albus, Heidesheim*

Dr. Gerhard Albert, Freising

Einführung in den zweiten Kongresstag 119

Dr. Christian Klenk, Eichstätt

Die kirchliche Medienlandschaft in Deutschland 121

Dr. Anna Briskina-Müller, Halle

Die kirchliche Medienlandschaft in Russland 135

Marek Zajac, Warschau

Anmerkungen zur kirchlichen Medienlandschaft in Polen 149

Diskussion zu den Vorträgen von Dr. Christian Klenk,

Dr. Anna Briskina-Müller und Marek Zajac 158

Moderation: *Sofie Jannusch, Aachen*

Anwälte des Publikums:

Růžena Kavková, Litoměřice / Thomas Müller-Boehr, Freising

Dr. Gerhard Albert, Freising

Einführung in den dritten Kongresstag 166

Dr. Andreas Püttmann, Bonn

Wie können wir heute unsere christlichen Themen

zur Sprache bringen? 167

Podiumsdiskussion:
Chancen und Risiken der (neuen) Medien) 189

Teilnehmer:

- *Ingo Brüggjenjürgen, Köln*
- *Dr. Christiane Florin, Bonn*
- *Dr. Andreas Püttmann, Bonn*
- *Dainius Radzevičius, Vilnius*

Moderation: *Dipl.-Theol. Michaela Pilters, Mainz*

Anwältinnen des Publikums:

Claudia Gawrich, Freising / Violeta Kyoseva, Burgas

III. BERICHTE AUS DEN ARBEITSKREISEN UND VOM „MARKT DER MÖGLICHKEITEN“

Arbeitskreis 1

Katholische Medien in der Slowakei und Polen
zwischen Katholizität und Pluralismus 223

Arbeitskreis 2

„Heutzutage würde Paulus bloggen!“
Glaubenskommunikation im Internet 225

Arbeitskreis 3

Bilder mit Botschaften: Fotos in der Öffentlichkeitsarbeit 227

Arbeitskreis 4

Medienarbeit auf neuen Wegen:
Der Einsatz von Orden und geistlichen Gemeinschaften
in Mittel- und Osteuropa 231

<i>Arbeitskreis 5</i>	
Journalistischer Standard versus Verkündigung in den kirchlichen Medien – (k)eine Problemanzeige	233
<i>Arbeitskreis 6</i>	
Freiheit der Presse und ihre Gefährdung	237
<i>Arbeitskreis 7</i>	
Kirchliche Medien in Konfliktsituationen	240
„Markt der Möglichkeiten“	
Medieninitiativen und -projekte stellen sich vor	243

IV. SCHLUSSWORT

<i>Pater Stefan Dartmann SJ, Freising</i>	247
Liste der Teilnehmer	251

Vorwort

Mit dem Schwerpunkt „Kirche – Medien – Öffentliche Meinung“ widmete sich der Kongress einer Kernaufgabe des christlichen Selbstverständnisses. Die Verkündigung des Glaubens erfolgte immer schon durch „Medien“, zunächst durch die Predigt der Jünger Jesu, zu der dann nach und nach das geschriebene und gedruckte Wort und im 20. Jahrhundert die modernen Massenmedien getreten sind. Die Kirche nutzt die Medien für ihre pastorale und soziale Arbeit, ist weltweit Träger zahlreicher Printmedien, Rundfunk- und Fernsehsender und engagiert sich auch im Bereich der „social media“. Zugleich war und ist die Kirche immer auch Gegenstand medialer Berichterstattung gewesen, wobei seit dem Amtsbeginn von Papst Franziskus die Berichterstattung in den nichtkirchlichen Medien zwar zugenommen hat, andererseits Sachlichkeit und Qualität der Darstellung oft zu wünschen übrig lassen.

In den Vorträgen, Diskussionsrunden und Podien wurden grundlegende Themen wie Medienethik, Pressefreiheit und Einsatz der elektronischen Medien („web 2.0“) angesprochen, wobei sich neben den Entwicklungen in Deutschland der Blick immer wieder auf Mittel-, Ost- und Südosteuropa richtete. Zusätzlich ins Programm aufgenommen wurde ein Podium zur Situation in der Ukraine, bei dem ebenfalls die nicht unumstrittene Rolle und Instrumentalisierung der Medien bei der Berichterstattung zur Sprache kam.

Der vorliegende Dokumentationsband enthält die für die Drucklegung überarbeiteten, ergänzten und teilweise aktualisierten Beiträge des Kongresses.

Allen, die an der Vorbereitung und Gestaltung des Kongresses sowie an der Entstehung der Dokumentation mitgewirkt haben, sei an dieser Stelle noch einmal herzlich gedankt.

Freising, im Mai 2016

Christof Dahm, Redaktion

I. Einführung und Grußworte



*Renovabis-Hauptgeschäftsführer Pater Stefan Dartmann SJ
war ein beehrter Interviewpartner*

Begrüßung der Kongressteilnehmer und Einführung

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer des diesjährigen Renovabis Kongresses: Wenn Priester oder noch besser Nonnen in You-Tube-Clips wunderschön singen und gar rocken, dann schnellen die Einschaltquoten in die Höhe: 28 Millionen Klicks – bei meiner letzten Predigt waren das weniger.¹ Was lehrt uns das? Keine Angst, ich werde nicht einmal eine Antwort versuchen, sondern hoffe, dass die Vorträge und Diskussionen der nächsten Tage unter anderem auch davon handeln werden. Mit diesem kurzen Hinweis und einem Dank an unseren Mitarbeiter Simon Korbella, der in unserem Haus diesen „Appetithappen“ für uns produziert und serviert hat, heiße ich Sie in meiner Eigenschaft als Hauptgeschäftsführer von Renovabis alle herzlich willkommen.

Renovabis, die Solidaritätsaktion der deutschen Katholiken mit den Menschen in Mittel- und Osteuropa, hat zum 18. Internationalen Kongress, den wir im Auftrag der Deutschen Bischofskonferenz durchführen, eingeladen. Wie im vergangenen Jahr findet das Plenum hier im Asamsaal statt. Rund 340 Menschen aus 30 Ländern haben sich zu diesem Kongress angemeldet, und es werden noch Tagesgäste dazukommen. Wir sind sehr erfreut über diesen guten Zuspruch.

„Kirche – Medien – Öffentliche Meinung“ lautet das Thema. Es geht einerseits um die Rolle der Kirchen als Medienakteur, wie sich die Kirche in den Medien selbst präsentiert und wie sie die Medien als Mittel der Glaubensverkündigung nutzt, gewissermaßen also um eine Kernaufgabe des christlichen Selbstverständnisses. Andererseits geht es aber

1 Eröffnet wurde der Kongress mit einer filmischen Collage, die in rascher Abfolge Schlagzeilen und kurze Filmausschnitte zum Thema „Kirche in den Medien“ zeigte; Pater Dartmann bezieht sich darauf.

auch darum, wie die Kirche von den Medien wahrgenommen und dargestellt wird und was das für die Kirche für Konsequenzen haben sollte. Wenn wir uns thematisch mit den Medien befassen, darüber reflektieren und diskutieren, hoffe ich, dass dabei auch die persönlichen Begegnungen eine wichtige Rolle spielen werden, der Austausch untereinander, der zur gegenseitigen Bereicherung beitragen soll.

Den Ablauf des Kongresses können Sie dem Programm in Ihren Tagungsmappen entnehmen. Ergänzend dazu haben wir uns entschlossen, als aktuellen Einschub in den Kongress ein Gespräch zu den Entwicklungen in der Ukraine aufzunehmen. Dafür werden wir das heutige Nachmittagsprogramm leicht kürzen, sodass wir uns vor dem Abendessen etwa eine dreiviertel Stunde Zeit nehmen können. Ich denke, dass uns alle die Situation mit großer Sorge erfüllt, zumal wir in diesem Jahr auch des Ausbruchs des Ersten Weltkrieges vor 100 Jahren gedenken und erst vor zwei Tagen den Beginn des Zweiten Weltkrieges, der mit dem Überfall Deutschlands auf Polen am 1. September 1939 vor 75 Jahren begann, in Erinnerung gerufen haben.

Repräsentanten der Kirchen, Geistliche und Laien, Politiker, Wissenschaftler und Experten, Vertreter zahlreicher Organisationen und Einrichtungen, und – in diesem Jahr mehr als sonst – der Medien sind der Kongresseinladung gefolgt. Herzlich willkommen Ihnen allen!

Willkommen allen geistlichen Würdenträgern und Vertreter der katholischen Kirche, sowohl der römisch-katholischen als auch der griechisch-katholischen Kirche, auch allen Angehörigen der orthodoxen Kirche, mit denen Renovabis auf vielfältige Weise zusammenarbeitet, und auch den Repräsentanten der Armenischen Apostolischen Kirche, die wir in diesem Jahr hier begrüßen dürfen.

Von den zahlreichen Erzbischöfen und Bischöfen nenne ich hier stellvertretend für alle nur die am weitest gereisten, nämlich aus den USA Bischof Gregory Hartmayer von der Bischöflichen Unterkommission für Mittel- und Osteuropa, der der US-Konferenz der katholischen Bischöfe angehört, und den ehrwürdigen Vater Bischof Mkrtich Proshyan aus

Etchmiadzin von der Armenischen Apostolischen Kirche. Ganz herzlich willkommen!

Von den deutschen Bischöfen ist der Vorsitzende der publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz, Bischof Gebhard Fürst von Rottenburg-Stuttgart, zu uns gekommen. Er wird den Kongress gleich offiziell eröffnen.

Wir grüßen auch die Repräsentantin der Bischofskonferenzen der Europäischen Gemeinschaft (COMECE), Johanna Touzel, die zu uns gekommen ist, sowie zahlreiche Mitglieder von Ordensgemeinschaften, Vertreter katholischer Organisationen, des Zentralkomitees der deutschen Katholiken, das gleich mit mehreren Mitglieder hier aufscheint, der katholischen Zentralstelle für Entwicklungshilfe KZE, dort konkret Herrn Norbert Dittrich, Caritas-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter, Vertreter der Ackermann-Gemeinde, von Kirche in Not, der Stiftung Communicantes mit Dr. Franz Hoppenbrouwers, und von CAMECO, dem Catholic Media Council, Frau Andrea Sofie Jannusch, sowie Repräsentanten des Institutes zur Förderung publizistischen Nachwuchses.

Ich begrüße die Mitglieder der Gremien von Renovabis, die Ansprechpartner sowie Weltkirche-Referenten in den deutschen Diözesen, die hierher gefunden haben, und meinen eigenen Vorgänger im Amt des Hauptgeschäftsführers, Pater Dietger Demuth.

Ich grüße die Vertreter der Politik, Landrat Josef Hauner vom Landratsamt Freising und als Repräsentantin der Stadt Freising Bürgermeisterin Frau Eva Bönig.

Ich grüße alle Referenten, Moderatoren und Mitwirkenden an Podiumsgesprächen und Arbeitskreisen, denen ich schon jetzt für die Übernahme der Aufgaben danke.

Besonders wende ich mich an die Vertreter der Presse und der Medien: Das ist Ihr Kongress, und wir denken an *alle* Medien, Online, Print, Hörfunk und Fernsehen. Wir hoffen, dass Impulse und Ergebnisse unserer



Sie ist eine der 25 Protagonisten dieser Renovabis-Ausstellung zu „25 Jahren Fall des Eisernen Vorhangs“: Rodica Negura, 34 Jahre, leitet die Casa Providentei, ein Seniorenzentrum in Chisinau, Republik Moldau

47 Mal war die Ausstellung „25 Jahre – 25 Köpfe“ bis April 2016 bereits zu sehen; darüber freuen sich (v. l.) Ausstellungskurator Thomas Schumann mit „doppeltem“ Claudiu Nicosan und Fotograf und Textautor Rolf Bauerdick



Zusammenkunft auch über die Kongressteilnahme hinaus einer breiteren Öffentlichkeit vermittelt werden können.

Uns haben wie immer zahlreiche Grußbotschaften erreicht hochrangiger Persönlichkeiten aus Kirche und Politik. Sie hängen dort im Foyer aus.

Außerdem möchte ich auf eine Ausstellung hinweisen, die im Foyer des Asamsaals und im Foyer des Kardinal-Döpfner-Hauses zu sehen ist: „25 Jahre – 25 Köpfe“. Sie wurde im Zusammenhang mit der Erinnerung an den Fall des Eisernen Vorhangs vor einem Vierteljahrhundert zusammengestellt und dokumentiert Erinnerungen von Renovabis-Partnern an die damaligen Geschehnisse. Im Verlauf dieses Jahres wird sie noch in verschiedenen Orten Deutschlands zu sehen sein

Morgen früh feiern wir wie auch schon im letzten Jahr eine Göttliche Liturgie, also einen Gottesdienst im griechisch-katholischen Ritus, in der Johanneskirche im Domhof. Dort wird auch eine Ikone des Heiligen Nikolaus geweiht werden. Schon jetzt Dank dem Collegium Orientale Eichstätt, seinem neuen Rektor Erzpriester Dr. Oleksandr Petrynko und dem Chor!

Wir wollen uns nun zu Beginn des Kongresses dem Heiligen Geist zuwenden und gemeinsam folgendes Gebet sprechen:

Komm, Heiliger Geist, komm in unsere Mitte.

Sei Du bei uns.

Lehre Du uns, was wir tun sollen.

Weise Du uns, wohin wir gehen sollen.

Zeige Du uns, was wir wirken sollen,

damit wir durch Deine Hilfe Gott in allem wohlgefallen.

Amen.

Bischof Dr. Gebhard Fürst, Rottenburg

Eröffnung des 18. Internationalen Kongresses Renovabis



Sehr geehrte Mitbrüder im bischöflichen Amt, sehr geehrter Pater Dartmann, meine sehr geehrten Damen und Herren, liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer an diesem Kongress, auch ich möchte Sie alle beim 18. Internationalen Kongress Renovabis herzlich willkommen heißen und freue mich, dass ich eingeladen worden bin, diesen Kongress mit meinem Statement zu eröffnen.

Das Thema des Kongresses „Medien – Kirche – Öffentliche Meinung“ hat Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus vielen Nationen und in großer Zahl hierher nach Freising geführt, was auch dafür steht, dass das diesjährige Thema über Ländergrenzen hinweg auf großen Widerhall gestoßen ist. Es verdeutlicht aber auch, wie sehr unsere Zeit von Medien geprägt ist, beeinflusst, mit ihnen und von ihnen lebt – ja, mehr noch, dass sie vielleicht sogar von den Medien geformt und gemacht ist. Insbesondere die neuen digitalen Kommunikationsmedien beeinflussen das Selbstbild vieler Menschen ebenso wie die zwischenmenschlichen Beziehungen äußerst nachhaltig. Ich stelle zunehmend fest, dass sich vor allem junge Menschen bereits über ihren Mediengebrauch definieren. Die philosophisch Gebildeten unter Ihnen kennen das Wort von René Descartes „Ich denke, also bin ich.“ Heute sagen viele junge Menschen „Ich kommuniziere digital, deshalb bin ich.“ Auch der öffentliche Raum sieht sich etwa in Fragen der gesellschaftlichen Selbstorganisation oder der politischen Diskussion von den Chancen und noch mehr von den Risiken des Netzes zunehmend herausgefordert. Informationswege und Kommunikationsformen wandeln sich nicht zuletzt aufgrund immer größerer technischer Entwicklungen und mit immer rasanter werdender Geschwindigkeit, sodass die Menschen, auch die Nutzer selbst, dieser Entwicklung kaum folgen können. Wir befinden uns also mitten in einer Revolution des Kommunikationsverhaltens,

und weil Kirche auch auf Kommunikation und Interaktion angewiesen ist, befindet sich auch unsere Kirche in einer starken Veränderung, die geprägt ist in ihrem Miteinander von diesen „sozialen Netzwerken“ und von den interaktiven digitalen Medien.

Dieser Wandel hat weitreichende Folgen für das soziale Gefüge unserer Gesellschaft. Er hat Einfluss auf die Berichterstattung, letztlich auf die Botschaft, die transportiert wird, denn die Art und Weise der Übermittlung in den Medien wirkt sich auch auf die Botschaft selber aus. Ich bin mir darüber im Klaren, dass wir an Sprachfähigkeit verlieren, wenn wir uns als Kirche nicht mit diesen immer rascher voranschreitenden Entwicklungen auseinandersetzen. Durch bloßes Ignorieren verlieren wir Präsenz in der Öffentlichkeit und sind den Menschen vor Ort nicht mehr nahe. Hier muss auch das große Stichwort „Authentizität“ fallen, denn sie ist für mich die Antwort auf die Frage nach dem Umgang mit den Medien. Ich muss mich glaubwürdig in den Medien verhalten, als Person und mit meiner Botschaft, wenn ich im christlichen Kontext kommunizieren möchte. Authentisch sein bedeutet glaubwürdig sein – das ist unsere Aufgabe als Christen in dieser Welt, sonst werden wir nicht gehört und es entsteht keine Aufmerksamkeit. Dies schließt natürlich insgesamt die Mediennutzung eindeutig mit ein, wobei ich weiß, dass nicht alle in gleicher Weise in dieser Art der Medien zuhause sein können.

Dabei ist festzuhalten: Die Kirche muss sich nicht verbiegen. Glaubenserfahrung und Glaubensvermittlung sind an sich bereits ein Kommunikationsgeschehen. Die Kirche braucht nicht ängstlich sein, da ihr Kommunikation von Anbeginn an anvertraut ist. Aber Kirche muss wissen, dass sie sich den naturwüchsig entstehenden Kommunikationssituationen nicht einfach ausliefern darf, sondern gestaltend damit umgehen muss. Medien haben eine unverzichtbare Wächter-, Kontroll- und Reflexionsfunktion für das kirchliche, politische und gesellschaftliche Leben. Printmedien wie elektronische Medien nehmen nicht nur eine Vermittlerfunktion wahr, sondern sie sind selber auch Faktor und Faktoren für die politische Meinungsbildung und die gesellschaftliche Wertebildung. Qualität muss deshalb unbedingt der Maßstab sein für das Verfassen und Erstellung von Beiträgen und Inhalten in allen Berei-

chen der Medien sowie Richtschnur für das, was Beiträge und Inhalte auch ausmachen.

Betrachten wir die Entwicklung der verschiedenen Medienkanäle, dann stellt sich zunächst unwillkürlich die Frage, nach welchen Maßstäben die Qualität von journalistischen Beiträgen beurteilt werden kann. Diese Entwicklung möchte ich an folgenden Kriterien deutlich machen. Heribert Prantl, Journalist und Mitglied der Chefredaktion der „Süddeutschen Zeitung“, bemerkte dazu: „Die wirklich große Gefahr für den Journalismus hierzulande geht vom Journalismus, von den Medien selbst aus – von einem Journalismus, der sich selbst und seine Kernaufgaben verachtet; der Larifari an die Stelle von Haltung setzt; die Gefahr geht von Verlegern aus, die den Journalismus aus echten und vermeintlichen Sparzwängen kaputtmachen; sie geht von Medienunternehmern aus, die den Journalismus auf den Altar des Anzeigen- und des Werbetextes legen.“¹ Viele Gefährdungen, die vom Journalismus selber ausgehen, werden hier benannt. Einerseits schreibt Prantl die Probleme dem Journalismus selbst zu; diese Erkenntnis ist auch für uns nicht neu. Erste Diskussionen darüber haben bereits in den achtziger und neunziger Jahren mit dem Aufkommen des kommerziellen Privatfernsehens eingesetzt. Das Zurückdrängen und langsame Sterben der klassischen Zeitungsformate mit ihren traditionellen Geschäftsmodellen und streng festgelegten Erscheinungszyklen sowie die Ausbreitung neuer Informationsquellen und Kommunikationsformen im Internet haben diese Entwicklung noch weiter befördert. Schneller, schriller und oftmals auch schräger lautet heute leider oftmals die Devise im digitalen Zeitalter. Als Kirche ist es unsere Aufgabe und unser Grundauftrag, darüber nachzudenken, auf welche Weise die Qualität des Journalismus erhalten und gefördert werden kann; wir dürfen dann aber nicht in der Dauerreflexion verbleiben, sondern müssen beherzt handeln und in den Medien mitgestalten.

Nicht nur die Formate, sondern auch die Akteure, die Nutzer und Teilnehmer haben sich verändert. Leser, Zuschauer, Hörer und Nutzer sind

1 Quelle: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/antrittsvorlesung-heribert-prantl-das-taegliche-brot-demokratie-1.74289-2> (letzter Zugriff: 04.01.2016).



nicht mehr unbedingt auf Journalisten angewiesen. Eine Flut von Informationen ist völlig frei zugänglich und natürlich unkontrollierbar, doch erreichen diese den Nutzer oftmals bereits personalisiert und inhaltlich durch Suchmaschinen oder durch ein selbstgewähltes Nachrichten- und Beziehungsnetz, das vieles vorsortiert hat. Die Kunst besteht deshalb vor allem darin, das Richtige zu finden und die einzelnen Informationen richtig zu bewerten. Das ist ein hoher Anspruch, leider sind davon viele unserer Zeitgenossen meines Erachtens überfordert. Wie können wir ihnen helfen, sich in dieser Flut der Informationen so zu orientieren, dass sie urteilsfähig werden und ihr Leben aufgrund ihrer Urteilsfähigkeit und aufgrund dessen, was sie in den Medien hören, selber positiv gestalten können? Die Freiheits- und Demokratieversprechen, die uns noch vor fünfzehn Jahren durch die Schlüsselfiguren in der Phase der sogenannten „New Economy“ gegeben wurden, haben sich leider nur in Ansätzen erfüllt. „New Economy“ ist ein schillernder Begriff, der für eine Phase Ende der neunziger Jahre steht, die allen Menschen Wachstum und Wohlstand durch technologische Innovation und Befriedung der Welt durch eine fortschreitende Verbürgerlichung bringen sollte – diese Prognosen haben sich jedoch meist nicht erfüllt.

Sicherlich haben die Medien die politischen und gesellschaftlichen Aufbrüche in vielen Ländern orchestriert, aber nicht immer in der Weise, wie das zu wünschen gewesen wäre. Die Ereignisse um Edward Snowden haben uns auch einen Spiegel vor Augen gehalten und gezeigt, dass nahezu jeder Bereich unseres Lebens im Einzugsbereich von Maschi-

nen liegt, die Daten sammeln, auswerten und weiterverbreiten, ob wir es nun wollen oder nicht. Wer das Netz nicht selbst füttert, wird von Geheimdiensten, Behörden, Firmen oder sogar von Mitmenschen mit oder ohne explizites Einverständnis erfasst, ausspioniert und im schlimmsten Fall sogar entblößt. Hat sich die Welt in den vergangenen Jahren, so könnten wir fragen, unversehens in eine Ära der „Post-Privacy“, also in ein Zeitalter entwickelt, in dem sich die Privatsphäre auflöst? Wir reden in Bezug auf den Einzelnen vom Ende des Privaten und erleben derzeit vor allem in den Kriegs- und Krisenherden in Osteuropa, im Nahen und Mittleren Osten und in Afrika auf unterschiedlichste Weise medial vermittelte Szenarien, die weit entfernt sind von den optimistisch-visionären Freiheits- und Demokratieversprechungen der letzten vergangenen Jahre. Einer der großen „Päpste“ des Internet, der Journalist Sascha Lobo, Aushängeschild der deutschsprachigen Bloggerszene, schrieb dazu Anfang des Jahres in einem Beitrag der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“: „Ich habe mich geirrt, und zwar auf die für Experten ungünstigste Art, also durch Naivität. Es geht um den durch Edward Snowden aufgedeckten Spähskandal, die Totalüberwachung des Internets. Trotz Fachwissens nicht für möglich gehalten zu haben, was Realität ist – das war meine Naivität ... Das Internet ist nicht das, wofür ich es gehalten habe. Nicht das, wofür ich es halten wollte. Auf eine Art hat es sich gegen mich gewendet und mich verletzt.“²

Meine Damen und Herren, diese Szenen und Szenarien habe ich bewusst etwas zugespitzt skizziert, um zu verdeutlichen, wo wir in Bezug auf die Mediennutzung genau hinschauen müssen, und ich habe sie nicht grundlos an den Beginn dieses Kongresses gestellt, denn genau das ist der große und schwierig zu gestaltende Kontext Ihres Kongresses. Dabei ist die Kirche natürlich mehr als nur ein weiterer Spieler in diesem Konzert der Medien. Unsere Aufgabe als Kirche ist es vielmehr, zusammen mit den Verantwortungsträgern in Politik und Gesellschaft

2 Das Zitat findet sich im Beitrag von Sascha Lobo: Abschied von der Utopie. Die digitale Kränkung des Menschen. „Frankfurter Allgemeine Zeitung“: Feuilleton, 11.01.2014. Quelle: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/abschied-von-der-utopie-die-digitale-kraenkung-des-menschen-12747258.html> (letzter Zugriff: 04.01.2016).

mit einer fundierten und reflektierten Position am medienkritischen Diskurs teilzunehmen. Wir sind nicht nur eine Facette, sondern wir müssen *Mitgestalter* sein, wenn wir die Werteorientierung und die Grundhaltung, die aus dem Evangelium stammt, weitertragen möchten. Die Pastoralkonstitution „Gaudium et Spes“ verpflichtet die Kirche, „alle Zeit nach den Zeichen der Zeit zu forschen und sie im Licht des Evangeliums zu deuten“.³ Die neue Dimension der Medien, die uns und unsere Kommunikation so sehr verändert, ist ein solches Zeichen der Zeit, das wir erforschen und mit möglichst hoher Sachkompetenz und dann Professionalität im Licht des Evangeliums deuten müssen. Diese hier grundlegende Verpflichtung zur kritischen Zeitgenossenschaft verpflichtet die Kirche folglich auch, Teilhabe- und Teilnahmemöglichkeiten für möglichst viele Menschen weltweit zu schaffen. Es geht darum, sich für die Freiheit der Medien und eine unabhängige und möglichst objektive Berichterstattung einzusetzen, Medienkompetenz zu fördern sowie medienpädagogische Möglichkeiten zu schaffen und Maßnahmen zu ergreifen, dass diese Kommunikationswelt der digitalen Medien in einer guten Weise gestaltet wird und diejenigen, die sich informieren möchten und in ihr agieren, dies auf eine gute und kompetente Weise können und sich nicht selbst ausliefern.

Um medienpädagogische Initiativen in dieser Richtung zu bündeln und zu profilieren, um Medienpädagogik an die Menschen zu bringen, hat die Deutsche Bischofskonferenz vor zwei Jahren die so genannte „Clearing-Stelle Medienkompetenz“ an der Katholischen Fachhochschule in Mainz gegründet.⁴ Ich möchte alle, die daran Interesse haben, etwas für die Vermittlung von Medienkompetenz zu tun, ausdrücklich auf diese Clearing-Stelle verweisen. Ich verstehe es als unsere Aufgabe und unseren Auftrag, Medien mit Leben zu füllen und für die Verkündigung des Glaubens zu nutzen, so schwer das in bestimmten Bereichen auch sein mag. Es gelingt uns als Institution mit aktuellen Nachrichten und qualitätvollen, journalistisch hochwertigen

3 GS 4 (einschbar z.B. unter http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_ge.html).

4 Informationen unter <http://medienkompetenz.katholisch.de/default.aspx?tabid=136>.

Beiträgen; daran arbeiten eine Vielzahl von Radio-, TV-, Print- und Online-Redakteuren auf der Ebene der Bischofskonferenz über die Bistümer und Verbände bis hinein in die einzelnen Kirchengemeinden. Hier müssen wir außerdem neue Wege einschlagen, wenn wir die neuen, die so genannten „Sozialen Medien“ mit unserer Botschaft und letztlich mit dem Leben und der Verheißung des Evangeliums füllen wollen. Kreativität ist gefordert, Initiative von unten und die Möglichkeit, das miteinander in Beziehung zu setzen.

Meine Damen und Herren, ich bin nicht ängstlich, wenn ich in die Zukunft schaue und in die damit verbundenen Medienentwicklungen hineinsehe. Aber der „Spiegel“ fragte vor einigen Wochen in einem Artikel: „Das Internet verändert die Welt. Wer aber gestaltet das Internet? Wer formt es?“ Ich sehe diese Frage ganz stark an uns selbst gerichtet. Hier sehe ich uns als Christen in der Pflicht, hier müssen wir unsere Verantwortung zielführend wahrnehmen und auch möglichst viel dafür einsetzen: an Menschen, an Bildung, an Kompetenzvermittlung, aber auch an finanziellen Mitteln, die alles das ermöglichen. Der Mensch ist Subjekt der sozialen Kommunikation und muss es bleiben. Wenn mediale Kommunikation das leistet, ist sie ein Segen.

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer dieses Kongresses, tun wir alles, damit mehr Segen als Unheil verbreitet wird durch Netz und Medien in Print, Film, Elektronik und so weiter. In diesem Sinne eröffne ich den diesjährigen Kongress und möchte Ihnen allen alles Gute und Gottes Segen wünschen.



*Pressekonferenz
zum Auftakt des
Internationalen
Kongresses
Renovabis*

**Grußworte an die
Teilnehmerinnen und Teilnehmer
des 18. Internationalen
Kongresses Renovabis**

Grußworte von kirchlichen Würdenträgern

Grußwort des Vorsitzenden der Orthodoxen Bischöfskonferenz in Deutschland

„Von da an begann Jesus zu künden und zu sagen: Kehrt um, denn das Himmelreich ist nahe“ (Mt 4,17). Es waren die Apostel, die dieses „Künden und Sagen“ des Herrn „bis an die Enden des Erdkreises“ trugen: „In die ganze Welt ging aus ihre Stimme, bis an der Welt Grenzen ihre Worte“ (Röm 10,18 par. Psalm 19,4).

Papyri und Codices waren die ersten Medien, die dieses „Künden und Sagen“ fixierten und so der Nachwelt überlieferten. Abgesehen von den wenigen Papyrus-Fragmenten des 2. und 3. Jahrhunderts sind es vor allem die großen Majuskelhandschriften des 4. und des 5. Jahrhunderts, die uns die erste sinnliche Berührung mit dem Wort der Hl. Schrift schenken. Schon bald, in den Purpurhandschriften des 6. Jahrhunderts, tritt der Schrift das Bild zur Seite. Es sind jene wunderbaren Miniaturen im Codex von Rossano, in der Wiener Genesis oder im Codex von Sinope, die uns noch in hellenistischer Formgebung ganze Zyklen von bildlichen Darstellungen der Ereignisse des Heils bieten und uns noch heute betören, weil sie authentische Zeugnisse einer Kultur sind, die künstlerische Reinheit und Perfektion mit dem unverstellten Impuls des Glaubens zutiefst verbinden.

Der Buchdruck revolutioniert die mediale Verbreitung des Wortes Gottes. Zwar war die Verbreitung von Literatur, von Botschaften und Nachrichten bis an die Schwelle des 20. Jahrhunderts noch weit überwiegend an das gedruckte Wort gebunden. Aber durch den mit dem Buchdruck verbundenen Aufschwung des Holzdrucks und ab dem 19. Jahrhundert mit der Lithographie ergab sich die Möglichkeit der Verbreitung von Bildern und Illustrationen in größerem Umfang und – in dem Maß, wie sich das Bild von der Dominanz des Textes befreite – auch die Fähigkeit, Botschaften suggestiv und öffentlichkeitswirksam durch Bilder zu transportieren.

Doch erst die Fotografie und die modernen Reproduktionsverfahren bereiten den Weg in die moderne Medienwelt. Mit der Lösung der Reproduktion von ihrem physischen Träger (Stein, Holz, Farbe, Papier, Pergament usw.), mit der Digitalisierung, wird die Botschaft, werden Texte und Bilder potentiell omnipräsent. Öffentliche und veröffentlichte Meinung gleichen sich noch mehr als je einander an – daher die enormen Gefahren der Manipulation, die mit modernen Medien in totalitären Kontexten verbunden sind.

Dass auch die Kirchen die neuen Möglichkeiten nutzen und die damit verbundenen Chancen wahrnehmen, versteht sich von selbst. Jedoch steht auch die mediale Präsenz der Kirche im Dienst jenes „Kündens und Sagens“ des göttlichen Wortes, das von seiner symbolischen, sakramentalen Gegenwart nicht gelöst werden kann. Auch im Zeitalter des Internets und der Echtzeitinformation bleibt daher die Verkündigung der Kirche an das gesprochene Wort und den Altar gebunden. Wir verlieren das Evangelium, das Εὐ-αγγέλιον, wenn der Zusammenhang zwischen der medial vermittelten Information und dem Fleisch gewordenen „Wort“ nicht mehr wahrgenommen wird. Je abstrakter in diesem Sinn die Vermittlung, desto größer die Gefahr, das Evangelium zu instrumentalisieren, es zu ideologisieren und, wie es in Deutschland vor noch nicht so langer Zeit geschehen ist und heute andernorts wiederum geschieht, ein Christentum, einen Glauben, eine „Orthodoxie“ ohne Christus zu verkünden.

Mediale Präsenz allein wird darum die fortschreitende Marginalisierung des Evangeliums in großen Teilen der Welt nicht aufhalten. Sie ist ein Hilfsmittel. Aber ihr Erfolg setzt voraus, dass Kirche sich auch heute so ereignet, wie sie es seit den Tagen der Apostel getan hat.

*Metropolit Augoustinos von Deutschland und
Exarch von Zentraleuropa*

Grußwort des Apostolischen Nuntius

Sehr geehrte Teilnehmer am 18. Internationalen Kongress Renovabis,

unter dem Thema „Kirche – Medien – Öffentliche Meinung“ sind Sie nach Freising aus etwa 30 Ländern zum 18. Internationalen Kongress des kirchlichen Osteuropa-Hilfswerkes Renovabis gereist. Als Vertreter des Heiligen Vaters Franziskus in Deutschland wünsche ich Ihnen allen fruchtbare Tage und weiterführende Einsichten in die weiten Felder der Medien und der öffentlichen Meinung, die stärker als je zuvor in der Menschheitsgeschichte die Kultur und die Einsicht in die Wahrheit prägen – zum Guten wie zum Schlechten. Gerade der Blick auf die dramatische Situation in der Ostukraine und die unterschiedliche und nicht selten völlig gegensätzliche Berichterstattung in den Ländern des Ostens und des Westens zeigt, wie unverzichtbar die Frage nach der Wahrheit ist. Wie stark befreiend ist doch das Wort des Herrn: „Ich bin der Weg, die Wahrheit und das Leben“ (Joh 14,6).

Die Kirche, die weltumspannend katholisch ist, möge bei dieser Suche hilfreich und kommunikativ sein. Das ist vor allem in den Ländern wichtig, wo es keine wahre Freiheit der Meinungsäußerung gibt und wo die Regime versuchen, die Informationen zu kontrollieren und zu manipulieren.

Die Medien sind in ihrer Bedeutung und Wirkung nicht zu unterschätzen. Trotz aller Grenzen und mancher Gefahren sind wir mehr und mehr auf sie angewiesen, denn das Evangelium muss heute den Menschen wieder nahe gebracht werden. Jesus Christus ist dabei der Kommunikator schlechthin, der uns Kunde vom Vater gebracht hat (vgl. Joh 1,18). Wir Christen nutzen die technischen Möglichkeiten der Medien, um die Menschen zu Christus zu führen (vgl. Joh 1,42), damit Seine Botschaft jeden Menschen erreicht. Das Evangelium, die Frohe Botschaft, ist auch eine Quelle der Freiheit, welche die Menschen und die Völker befreit, wie Jesus es versprochen hat: „Die Wahrheit wird euch frei machen“ (Joh 8,32). Gerade die Menschen in Osteuropa sind empfänglich

für die christliche Botschaft. Gleichzeitig geben sie mit ihrem Glauben oft ein Zeugnis, von dem wir lernen können. Der Heilige Vater Franziskus betont daher: „Die Kultur der Begegnung macht es erforderlich, dass wir bereit sind, nicht nur zu geben, sondern auch von den anderen zu empfangen. Die Medien können uns dabei behilflich sein, besonders heute, da die Kommunikationsnetze der Menschen unerhörte Entwicklungen erreicht haben“ (Botschaft zum 48. Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel am 1. Juni 2014).

Allen Teilnehmern wünsche ich den Segen des Allmächtigen Gottes, der in seiner Barmherzigkeit all Ihr Tun begleiten möge. Auf die Fürsprache der Gottesmutter, der Königin des Friedens, bitte ich inständig mit Ihnen um Frieden in der Welt: im Mittleren Osten und besonders in der Ukraine.

Erzbischof Dr. Nikola Eterović

Grußwort des Vorsitzenden des Renovabis-Aktionsausschusses

Herzlich grüße ich alle, die am diesjährigen Internationalen Kongress Renovabis teilnehmen.

Wie immer greift Renovabis ein höchst aktuelles Thema auf, das in der Tat „eine Kernaufgabe christlichen Selbstverständnisses“ zum Ausdruck bringt. Denn die Geschichte des Christentums ist eng verbunden mit der Geschichte der Medien. In jeder Epoche wurde und wird der Glaube mit Hilfe der jeweils gegebenen medialen Möglichkeiten verkündet. Zu Recht sieht die Kirche in den Medien deshalb „Geschenke Gottes“, die „das Zusammenleben der Menschen auf dieser Erde fördern“ (Pastoralinstruktion *Communio et progressio* 1971, Nr. 2; Nr. 12). Zugleich hat sie sich aber mit diesen Ausdrucksformen auch immer wieder kritisch auseinandergesetzt. Beides entspricht ihrem Auftrag, die „Zeichen der Zeit“ zu erforschen „und sie im Licht des Evangeliums zu deuten“ (vgl. *Gaudium et Spes* 4).

Auf dieser Grundlage fordert die digitale Revolution, die seit einiger Zeit die Lebenswirklichkeit der Menschen dramatisch verändert, die Kirche dazu auf, die heutige Medienwelt kritisch wahrzunehmen. Richtschnur einer christlich-ethischen Bewertung ist dabei die Frage nach der Menschenwürde: „Der Mensch und die Gemeinschaft der Menschen sind Ziel und Maßstab für den Umgang mit den Medien“ (Ethik in der sozialen Kommunikation, hrsg. vom Päpstlichen Rat für die sozialen Kommunikationsmittel, Rom 2000, Nr. 5). Das bedeutet: Es bedarf auch im Zeitalter der globalen Vernetzung keiner grundsätzlich neuen Ethik, sondern vielmehr der Anwendung ethischer Prinzipien auf diese neue Situation. „Der Dienst am Menschen, der Aufbau einer auf Solidarität, Gerechtigkeit und Liebe gegründeten menschlichen Gemeinschaft und das Aussprechen der Wahrheit über das menschliche Leben und seine endgültige Erfüllung in Gott waren, sind und bleiben der eigentliche Kern der Ethik in der sozialen Kommunikation“ (Ethik in der sozialen Kommunikation, Nr. 33).

Da sich die Kirche der modernen Kommunikationsmittel bedient und zugleich selbst im Fokus der Berichterstattung steht, ist es ihre Aufgabe, ethische Standards im Umgang mit den sozialen Kommunikationsmitteln zu fördern und dabei den Dialog mit all denen zu suchen, die Verantwortung im Bereich des Medienwesens tragen. Die Vorträge, Diskussionen und Arbeitskreise des diesjährigen Internationalen Kongresses Renovabis spiegeln diesen spannenden und spannungsreichen Themenkomplex wider, in den sich die Kirche eingebunden sieht.

Ihnen allen, die Sie an diesem Kongress teilnehmen, wünsche ich gute Begegnungen und Erfahrungen, die Ihr Leben und Handeln als Einzelne und als Gruppen und Organisationen bereichern.

*Dr. Gerhard Feige
Bischof von Magdeburg*

Grußwort des Leiters des Außenamtes des Moskauer Patriarchats¹

Sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer, liebe Gäste des Kongresses!

Herzlich begrüße ich Sie anlässlich der Eröffnung des 18. Internationalen Kongresses von Renovabis, der in diesem Jahr dem Thema „Kirche – Medien – Öffentliche Meinung“ gewidmet ist.

Die Medien spielen in der Welt von heute eine immer wichtigere Rolle. Die Kirche respektiert die Arbeit von Journalisten, die gerufen sind, die breitesten Gesellschaftsschichten mit aktuellen Informationen über die Geschehnisse in der Welt zu versorgen. Die Aufklärungs-, Lehr- und gesellschaftlich-friedensstiftenden Aktivitäten der kirchlichen Mission regen die Kirche zur weiteren Zusammenarbeit mit den weltlichen Medien an, die ihre Botschaft an das breite Auditorium bringen können. Der heilige Apostel Petrus ruft die Christen auf: „Seid stets bereit, jedem Rede und Antwort zu stehen, der nach der Hoffnung fragt, die euch erfüllt; aber antwortet bescheiden und ehrfürchtig“ (1 Petr 3,15 f.). Dabei ist wichtig, sich zu erinnern, dass die Informationsübertragung an den Zuschauer, Zuhörer und Leser nicht nur auf der festen Treue zur Wahrheit beruhen muss, sondern auch auf der Sorge um den sittlichen Zustand der Person und der Gesellschaft, was die Entfaltung der positiven Ideale beinhaltet, sowie auf dem Kampf gegen die Verbreitung von Übel, Sünde und Laster.

In unserer Zeit bekommen die Möglichkeiten des Internets immer mehr Bedeutung, mithilfe dessen man sich an die Vertreter verschiedener Weltanschauungen wenden kann, weshalb die Entwicklung der missionarischen Aktivitäten im Internet insbesondere wichtig zu sein scheint.

¹ Der Text wurde freundlicherweise von Illia Lapato aus dem russischen Original ins Deutsche übersetzt.

In der Welt von heute, wo der aggressive Säkularismus und die offene Feindschaft gegen das Christentum bedauerlicherweise eine immer stärkere Stellung einnehmen, verschweigen die weltlichen Medien zahlreiche Fakten im Zusammenhang mit den verbrecherischen Taten gegen Christen. Im Hinblick darauf nimmt die Zusammenarbeit zwischen der Russischen Orthodoxen und der römisch-katholischen Kirchen bei der Offenlegung derartiger Ereignisse beträchtlich zu und trägt gute Früchte.

Renovabis bietet als Stiftung der Solidarität mit den Völkern Mittel- und Osteuropas ein schönes Beispiel des wirksamen christlichen Einsatzes für das Leben der europäischen Gesellschaft. Dank der Unterstützung von Renovabis hat die Russische Orthodoxe Kirche eine große Anzahl wichtiger Projekte vornehmlich im Bildungsbereich realisiert. Wir schätzen diese Zusammenarbeit sehr hoch ein und hoffen auf eine weitere fruchtbare Entwicklung,

Ich wünsche Ihnen allen Gottes Segen und eine produktive Arbeit.

*Hilarion Alfejew
Metropolit von Wolokolamsk*

Grußwort des Präsidenten des Päpstlichen Rates zur Förderung der Einheit der Christen

Sehr geehrte Damen und Herren,

Kirche und Medien – ein spannendes, ein weites Feld haben Sie sich da ausgesucht, das Sie beim 18. Internationalen Renovabis-Kongress in diesem Jahr beackern wollen. Ein Feld, das schon beim flüchtigen Hinsehen ganz unterschiedliche Blüten und Früchte trägt: Wogender Weizen und dürres Gras stehen da dicht beieinander. Und dabei will ich noch gar nicht von den Dornenhecken am Ackerrand sprechen, die im einen oder anderen Kontakt von uns Kirchenvertretern mit den Medien mitunter auch zu wuchern drohen.

Aber: Kirche muss ein Freund, ein Partner und Nutzer der Medien bleiben. Seit den ersten Briefen der Apostel haben sich Christen zur Weitergabe der Frohen Botschaft die aktuellsten Verbreitungstechniken ihrer Zeit zunutze gemacht. Denken Sie beispielsweise nur an den Patron der Schriftsteller und Journalisten – den heiligen Franz von Sales. Um Web 2.0 und Social Media brauchte er sich noch keine Gedanken zu machen, als er im 16. Jahrhundert in der Diözese Genf für den katholischen Glauben warb. Er stützte sich auf das modernste „Massenmedium“ seiner Epoche: das Flugblatt. Und das mit beträchtlicher Effizienz. Schon vier Jahre später war nahezu die gesamte Anrainerschaft des Genfer Sees für die Kirche gewonnen. Was für ein beneidenswerter Erfolg! Und wie jedes erfolgreiche Medium hat auch das Flugblatt die Zeiten überdauert. Bis heute sehe ich seine Nachkommen bisweilen noch durch unsere Kirchen flattern.

Aber wir sind dabei nicht stehengeblieben. Unsere Botschaft eines liebenden, menschenfreundlichen Gott drängt uns, diese gute Nachricht weiterzugeben. Und wir tun es: Wir senden sie in Radio und Fernsehen. Wir drucken sie in Zeitungen und Zeitschriften. Wir tummeln uns im World Wide Web, verfolgen die immer schnelleren Entwick-

lungssprünge der modernen Medien und geraten dabei bisweilen auch einmal außer Atem.

Und im gleichen Moment, in dem wir den neuesten Tweet von Papst Franziskus auf unserem Smartphone lesen und darüber diskutieren, ob Facebook und WhatsApp noch im Trend liegen, sprießt irgendwo auf dem großen Medienfeld – dem Medienacker sozusagen, um in meinem Eingangsbild zu bleiben – vielleicht bereits die nächste revolutionäre Idee, unsere Botschaft in der Welt auszusäen.

Ihnen und Ihrer Tagung wünsche ich in diesem Sinne gutes Gedeihen und fruchtbare Erträge!

Herzliche Grüße

Ihr

Kurt Kardinal Koch

Grußwort des Vorsitzenden der Deutschen Bischofskonferenz

Sehr geehrte, liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer am diesjährigen Internationalen Kongress Renovabis!

Bereits zum 18. Mal kommen in diesen Tagen Bischöfe, Theologen und engagierte Laien aus Ost- und Westeuropa in Freising zusammen. Gemeinsam mit Politikern, Publizisten, Wissenschaftlern und anderen, die Verantwortung in ihren Gesellschaften tragen, werden sie auch beim diesjährigen Internationalen Kongress Renovabis über Entwicklungen in Europa und das Zeugnis der Kirche nachdenken. Die jährliche Zusammenkunft auf dem Freisinger Domberg ist mittlerweile zu einem Markenzeichen für die freimütige Diskussion über Gegenwart und Zukunft unseres Kontinents geworden, die im Raum der Kirche geführt wird. Dafür möchte ich den Veranstaltern danken – und ebenso allen, die durch ihre Vorträge und Diskussionsbeiträge, aber auch durch die gottesdienstlichen Feiern den Kongress zu dem gemacht haben, was er heute ist. Die große Zahl von Teilnehmenden aus vielen Ländern belegt auch in diesem Jahr die ungebrochene Attraktivität der Veranstaltung.

„Kirche – Medien – Öffentliche Meinung“ – das ist das Thema des Renovabis-Kongresses 2014. Es ist ein Thema mit vielen Dimensionen und Facetten. Ich möchte hier nur einige wenige Aspekte ansprechen:

Erstens: In den meisten Ländern Europas ist die Zeit der von den Regierungen beherrschten uniformen Medienlandschaft längst vergangen. Es ist eines der zentralen Ergebnisse der europäischen Wende 1989/1990, dass auch die Bürger und die Kirche in den mittelöstlichen Staaten in den Genuss der Presse- und Meinungsfreiheit gekommen sind. Gott sei Dank! Denn die Gläubigen brauchen Freiheit, um ihren Glauben leben zu können. Zugleich aber erkennt die Kirche das Recht eines jeden Menschen an, in Freiheit seinen Weg zu gehen. Die Freiheit der Medien gehört dazu. Deshalb sollte es vonseiten der christlichen

Kirchen auch keinerlei Einverständnis mit den Versuchen mancher Regierungen im heutigen Europa geben, diese Freiheit zurückzunehmen.

Zweitens: Die Medienlandschaft stellt in unserer Zeit eine unüberschaubare Vielfalt von Angeboten bereit, die die Aufmerksamkeit der Menschen zu gewinnen versuchen. Die Menschen bedienen sich virtuos der verschiedenen Medien, die durch Internet und *social media* immer neue Formen der Information und Kommunikation eröffnen. Per Mausclick ist alles sofort zugänglich: Kultur und gediegene Nachrichten, aber auch Trash, Abseitigkeiten aller Art und nicht zuletzt offen zur Schau gestellte Sexualität. Die moderne Entwicklung der Medien eröffnet damit neue Freiheitschancen und gebiert zugleich erhebliche Gefahren für die Menschen. Wie ist damit umzugehen? Welchen Beitrag kann die Kirche leisten, damit Menschen lernen, aus der Vielfalt der Medienangebote auszuwählen, was der eigenen Person nutzt, und sich von Schädlichem fernzuhalten? Anders gefragt: Wie kann die Kirche den Menschen helfen, eine echte Medienkompetenz zu entwickeln, die in der modernen Gesellschaft unverzichtbar ist?

Drittens: Alle Erhebungen zeigen, dass die Menschen in Europa einen beträchtlichen Teil ihrer freien Zeit mit Medien verbringen. Eine Kirche, die auch jene erreichen will, die nicht oder nur selten am Leben der Gemeinden teilnehmen, muss also eigene mediale Angebote vorhalten und eine Art evangelisatorischer „Medienstrategie“ entwickeln. Nur so können wir die missionarische Herausforderung bestehen, vor die wir gestellt sind. Ich denke, der Renovabis-Kongress wird Gelegenheit bieten, die vielgestaltigen Erfahrungen, die die Kirche in Europa in und mit der Welt der Medien gesammelt hat, zur Sprache zu bringen und so ein gemeinsames Lernen anzustoßen und voranzubringen.

Viertens: Die Kirche ist nicht nur ein *Akteur* in den Medien, sondern auch *Gegenstand* der Berichterstattung. Gemäß dem alten Satz, dass nur schlechte Nachrichten gute Nachrichten sind, richtet sich die Aufmerksamkeit dabei in besonderer Weise auf problematische Randerscheinungen und auch auf echte Skandale. Die Schwächen einzelner in der Kirche erhalten so eine Bedeutung, die manches Mal befremden

mag. Dennoch ist uns mit Selbstmitleid nicht geholfen. Ich bin überzeugt: Nur eine Kirche, die sich nicht ängstlich verschließt, sondern sich der Kritik mit Offenheit stellt (ohne den Kritikern stets recht zu geben!), wird auf Dauer das Vertrauen der Menschen, seien sie Gläubige oder nicht, gewinnen und bewahren können.

Diese und viele andere Themen werden beim diesjährigen Renovabis-Kongress aufgegriffen und diskutiert. Es stellen sich Fragen, die in die Mitte unserer Kirche-Seins unter den modernen Bedingungen Europas hineinführen. So wünsche ich allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern intensive und spannende Debatten und der Tagung einen guten und fruchtbaren Verlauf.

Reinhard Kardinal Marx
Erzbischof von München und Freising

Grußwort des Metropoliten von Minsk und Sluzk und Patriarchalexarchen von ganz Belarus¹

Lieber Pater Stefan Dartmann,
lieber Bruder Gebhard Fürst,
sehr geehrte Teilnehmer des 18. Internationalen Kongresses!

Ein herzlicher Dank für die Einladung zur Teilnahme am diesjährigen Internationalen Kongress der wohlthätigen Organisation „Renovabis“!

Die Kongresse, die von Renovabis alljährlich organisiert werden, sind sehr gut bekannt und werden in unserem kirchlichen Umfeld hoch geschätzt. Die Erfahrung früherer Kongresse, auf denen die Vertreter des belarussischen Exarchates fast immer anwesend waren, hat gezeigt, dass wir wirklich einen Dialog brauchen, bei dem wir relevante Probleme des heutigen Europas besprechen können. Es freut mich, dass der jährliche Kongress der Organisation „Renovabis“ die Gelegenheit für diesen Dialog bietet.

Die Thematik des aktuellen Kongresses – „Kirche – Medien – Öffentliche Meinung“ – ist sehr wichtig, weil das Problem des Zusammenwirkens der Kirche mit den Medien gleich aktuell für die Christen im Westen Europas ebenso wie im Osten ist. Die tägliche Praxis zeigt uns, wie unterschiedlich die Reaktion der heutigen Medien auf die Tätigkeit der christlichen Konfessionen ist. Diese Reaktion ist von großer Bandbreite: von öffentlicher Abneigung bis hin zum Wunsch der Unterstützung kirchlicher Organisationen bei ihrer alltäglichen Arbeit.

Kontakte mit den Medien sind auch für die Russische Orthodoxe Kirche sehr wichtig, weil unsere kirchliche Presse noch kein großes Publikum erreichen kann. Es ist bekannt, dass die christlichen Konfessionen im Westen schon seit einigen Jahrzehnten im Bereich der Medien

1 Das Grußwort wurde freundlicherweise von Illia Lapato aus dem Russischen ins Deutsche übersetzt.

wirken; für uns ist daher jetzt der Erfahrungsaustausch sehr wichtig, etwa zur Frage, welche Methoden die professionellen Massenmedien in ihrer Arbeit angesichts großer Konkurrenz nutzen. Ich bin der Meinung, dass gerade die langjährige Zusammenarbeit zwischen den Konfessionen in Europa in diesem Bereich nützlich sein kann.

Solche Begegnungen sind jedoch nur ein Teil der Tätigkeit von Renovabis – einer Gemeinschaft, die sich gemäß ihrer Grundsätze als Solidaritätsaktion mit den Menschen in Mittel- und Osteuropa versteht. Das wichtigste Ziel ihrer Arbeit ist die Unterstützung verschiedener kultureller, humanitärer und Bildungsprojekte in der Kirche. Wir erinnern uns einer ganzen Reihe unserer Ideen, die dank Renovabis verwirklicht werden konnten. Hier sind u. a. die Bildungstipendien und Praktika für Lehrer und Studenten der Theologie an Universitäten in Deutschland, Polen, Frankreich und der Schweiz, verschiedene soziale Projekte, die Unterstützung der theologischen Ausbildung, der Ankauf von Literatur für die Bibliotheken und die geistlichen Schulen zu nennen.

Es tut mir leid, aber mein voller Arbeitsplan gönnt es mir nicht, persönlich am diesjährigen Kongress von Renovabis teilzunehmen. Aus diesem Grund delegiere ich zum Kongress Erzpriester Dr. Wladimir Bashkirow, der schon seit vielen Jahren mit Renovabis in Kontakt steht, mit dem Thema des Kongresses vertraut ist und das Belarussische Exarchat vertreten wird.

In der Hoffnung, dass sich unsere Zusammenarbeit auch in der Zukunft weiterentwickeln werde, wünsche ich allen Teilnehmern des 18. Internationalen Kongresses Gottes Hilfe und viel Erfolg!

Der Segen Gottes komme auf euch!

Mit freundlichen Grüßen

Pawel Ponomarjow

Grußwort des Vorsitzenden der Kommission Weltkirche der Deutschen Bischofskonferenz

Liebe Teilnehmer am 18. Internationalen Kongress Renovabis 2014,
verehrte Freunde und Förderer von Renovabis,
liebe Mitbrüder und Gäste,
sehr geehrte Damen und Herrn!

Die Kirche hat die Aufgabe, die Frohe Botschaft zu verkünden, die Gottesdienste zu feiern und Diakonie bzw. Caritas zu üben. Dafür soll sie alle Möglichkeiten nutzen, die zu Gebote stehen. Seit Anfang an weiß sich die Kirche dazu durch den Auftrag Jesu verpflichtet: „Geht zu allen Völkern und macht alle Menschen zu meinen Jüngern; tauft sie ... und lehrt sie, alles zu befolgen, was ich euch geboten habe“ (Mt 28,19-20). Für ihre Sendung hat sie zuerst die mit Hand verfassten und vervielfältigten Schriften, dann die Buchdruckerkunst und schließlich Radio und Fernsehen genutzt. Beim Gebrauch der „sozialen Kommunikationsmittel“ spielte die Kirche zu allen Zeiten eine Vorreiterrolle. Neben den bisherigen gehören heute auch die neuen Medien Twitter, Facebook und Co. zu den wichtigen Möglichkeiten, den Glauben und die Kirche auszubreiten.

Entsprechend ihren Möglichkeiten kann und soll die Kirche alle Medien in der Verkündigung und Seelsorge, Nachrichtenübermittlung und Kommunikation einsetzen. Sie sind kein „Teufelszeug“, aber auch kein „Engelswerk“, sondern „Werkzeug“, das verschiedene Möglichkeiten besitzt und entsprechend zu nutzen ist.

Mit dem Thema „Kirche – Medien – Öffentliche Meinung“ greift Renovabis 2014 ein Thema auf, das seit der Geburtsstunde der Kirche aktuell ist. Das Zweite Vatikanische Konzil hat bereits 1963 nach der Konstitution über die Liturgie als zweites Dokument das „Dekret über die sozialen Kommunikationsmittel“ veröffentlicht. Es beginnt mit den Worten: „Unter den erstaunlichen Erfindungen der Technik, welche die menschliche Geisteskraft gerade in unserer Zeit mit Gottes Hilfe aus der

Schöpfung entwickelt hat, richtet sich die besondere Aufmerksamkeit der Kirche auf jene, die sich unmittelbar an den Menschen selbst wenden und neue Wege erschlossen haben, um Nachrichten jeder Art, Gedanken und Weisungen leicht mitzuteilen. Unter ihnen treten vor allem jene ‚Mittel‘ hervor, die in ihrer Eigenart nicht nur den einzelnen Menschen, sondern die Masse und die ganze menschliche Gesellschaft erreichen und beeinflussen können: die Presse, der Film, der Rundfunk, das Fernsehen und andere gleicher Art. Man nennt sie darum zu Recht ‚Soziale Kommunikationsmittel‘“ (Inter mirifica 1).

Dieses Dekret über die sozialen Kommunikationsmittel bestätigt, dass die Medien Gemeinschaft unter den Menschen fördern und die kirchlichen Kommunikationsmittel Glaubensgemeinschaft, Kirche bilden.

Die Kommunikationsmittel bringen auch die Kirche und den gelebten Glauben in die Öffentlichkeit, bestimmen so die öffentliche Meinung mit und tragen durch die Vermittlung der christlichen Werte und Tugenden zum Gemeinwohl bei.

Grundsätzlich sind die Kommunikationsmittel positiv zu bewerten und die Kirche muss sie benutzen. Es gibt auch negative Konnotationen. Die Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“ (1971) mahnt: „Die Kommunikationsmittel können zwar viel zur Einheit unter den Menschen beitragen. Unwissenheit und Mangel an gutem Willen lassen jedoch den Gebrauch dieser Mittel ins Gegenteil verkehren: Die Menschen verstehen sich noch weniger, entzweien sich noch mehr, und die schlimmen Folgen werden ärger. Denn nur zu oft macht man die Erfahrung, dass durch eben diese Kommunikationsmittel die höchsten Werte des menschlichen Lebens verneint oder verfälscht werden“ (Nr. 9). Durch die Medien werden auch Unwahrheit und Schlechtigkeit verbreitet, die einzelnen Personen Schaden zufügen, Gemeinschaft zerrütten und das Gemeinwohl beeinträchtigen. Auch die Kirche und ihr Dienst können durch die Medien geschädigt werden.

Als Christen und Kirche haben wir die Pflicht, die verschiedenen Arten der Kommunikation und der sozialen Kommunikationsmittel für den

Glauben und für die Ausbreitung des Reiches Gottes zu nutzen und zugleich schädlichen Einfluss durch sie abzuwehren. Der 18. Internationale Kongress Renovabis will dazu seinen Beitrag leisten, besonders im Hinblick auf Mittel- und Osteuropa.

Ich grüße die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die vom 3. bis 5. September in Freising zusammenkommen, und wünsche Ihnen Gottes Segen beim Kommunizieren und Nachdenken, Diskutieren und Entscheiden darüber, wie wir als Christen und als Kirche unseren Glauben neu und gut zur Ehre Gottes und zum Heil der Menschen kommunizieren können.

Mit der Bitte um Gottes Segen für den Kongress und herzlichen Grüßen an alle

Dr. Ludwig Schick
Erzbischof von Bamberg

Grußworte aus Politik und Gesellschaft



Grußwort des Präsidenten der Europäischen Kommission

Der Austausch zwischen Kirche und politischen Institutionen ist von großer Wichtigkeit und hat in Deutschland eine gute Tradition. Renovabis leistet seit über zwanzig Jahren einen begrüßenswerten Beitrag im Nachdenken über die Rolle der Kirche in der Gesellschaft, besonders auch mit Blick auf Osteuropa. Ihr diesjähriger Kongress zum Thema „Kirchen – Medien – Öffentliche Medien“ belegt dies wieder einmal.

Auch auf europäischer Ebene findet seit Jahren ein Dialog zwischen Kirchen, Religionen, Weltanschauungen und den EU-Institutionen statt. Seit dem Vertrag von Lissabon 2009 ist dieser „offene, transparente und regelmäßige“ Dialog sogar im europäischen Primärrecht verankert und hat damit eine Rechtsbasis erhalten. In diesem Rahmen bat ich im vergangenen Juni zum zehnten Mal seit 2005 kirchliche und andere religiöse Würdenträgerinnen und Würdenträger zum Gespräch mit den Präsidenten der Kommission, des Rates und des Parlaments. Die Diözese München und Freising war durch Kardinal Reinhard Marx prominent vertreten. In unserem Gespräch ging es unter anderem darum, wie wir die Zukunft Europas gestalten wollen und wie man Europa den Bürgerinnen und Bürgern wieder näher bringen kann.

Die Medien spielen auch in der Vermittlung und Wahrnehmung von Europa eine zentrale Rolle. Die Europapolitik und die Weltpolitik insgesamt haben sich aufgrund der zunehmenden Schnelllebigkeit, die im Bereich der Medien besonders sichtbar wird, verändert. Informationen verbreiten sich weltweit in wenigen Sekunden und sind nicht mehr einzufangen, wenn sie einmal im Netz sind. Neue Wege der Kommunikation müssen gefunden werden und unsere internen Strukturen müssen auf diese äußeren Anforderungen Antworten geben. Davon bleibt auch die katholische Kirche als Weltkirche nicht unberührt. Je größer das Schiff, desto schwerer ist die Kursänderung!

Für Ihr Nachdenken über die Wechselwirkung zwischen einer sich ändernden Medienwelt und einer sich ändernden Kirche wünsche ich Ihnen Inspiration und den Mut, für richtig Erkanntes umzusetzen!

Mit herzlichen Grüßen aus Brüssel nach Bayern

José Manuel Barroso

Grußwort der Ministerpräsidentin von Rheinland-Pfalz

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kongressteilnehmerinnen und -teilnehmer

der 18. Internationale Kongress Renovabis ist einmal mehr am Puls der Zeit. Mit dem Thema „Kirche – Medien – Öffentliche Meinung“ greifen Sie eine für Kirche und Gesellschaft gleichermaßen elementare Fragestellung auf.

„Dann sagte er zu ihnen: Geht hinaus in die ganze Welt, und verkündet das Evangelium allen Geschöpfen!“ Diese Aufforderung Jesu an seine Jünger wird uns im Markusevangelium überliefert. Kirche lebt also ganz wesentlich durch die Verkündung der Botschaft. Und das in Zeiten sozialer Netzwerke und der globalen Kommunikation in Echtzeit weit über die persönliche Ansprache hinaus.

Die Medien und Kommunikationsmöglichkeiten prägen unseren Alltag immer stärker und haben unser Verhalten bei der Information, der Wissensaneignung und der Kommunikation bereits deutlich verändert. Dem muss sich auch die Verkündigung des Glaubens anpassen: in der Form, der Sprache und sicher auch in den Inhalten.

Inwieweit können mit den klassischen Themen der Glaubensverkündigung die Menschen heute (noch) erreicht werden? Werden Antworten auf Fragen gegeben, die die Menschen bewegen? Sind die theologischen, liturgischen, kulturellen und katechetischen Begriffe und Ausdrucksweisen der Vergangenheit tatsächlich zeitgemäß oder auf dem Weg ins kommunikative Abseits? Das ist auch für eine Kirche im Wandel eine Wanderung auf einem zuweilen schmalen Grat.

Die Nutzung des Internets und der sozialen Netzwerke für die Glaubensverkündigung steht noch weitgehend am Anfang. Dabei macht es die Vielzahl und die Vielfältigkeit des Medienangebotes leicht und schwer zugleich, Menschen zu erreichen, die für Fragen des Glaubens

offen sind. Als 1959 Papst Johannes XXIII. die Notwendigkeit eines Konzils für die katholische Kirche begründete, sprach er von „aggiornamento“ – der Öffnung, der Anpassung der Kirche an die Verhältnisse der Zeit, um ihr den Dienst in der modernen Welt besser zu ermöglichen. Dieses Bemühen ist keine einmalige Aufgabe eines Konzils, sondern eine ständige Herausforderung, der sich die Verantwortlichen in allen christlichen Kirchen stellen müssen: Welche sind die Botschaften, die die Kirche heute den Menschen verkünden will? Welche Antworten können wir auf existenzielle Fragen geben, auf die Fragen, die die Menschen bewegen? Welche Themen aus der 2000-jährigen Tradition des Christentums sind heute noch von Bedeutung? In welchen Bildern, mit welchen Symbolen, über welche Medien können wir sie so vermitteln, dass sie die Menschen erreichen? Von inspirierenden und kreativen Antworten auf diese und viele weitere Fragen hängt schließlich nichts weniger ab als die Zukunft des Glaubens und der christlichen Gemeinschaft.

Ich wünsche Ihnen einen anregenden Austausch beim 18. Internationalen Kongress *Renovabis*, der die richtigen Wege im Zusammenwirken von Kirche und Gesellschaft aufzeigen möge.

Malu Dreyer

Grußwort des Präsidenten des Zentralkomitees der deutschen Katholiken

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte Teilnehmende am 18. Internationalen Kongress von Renovabis,

ich freue mich, dass sich Renovabis mit dem diesjährigen Thema des Kongresses einer grundlegenden Frage kirchlichen Handelns stellt, die durch die gravierenden medialen Veränderungen in den vergangenen beiden Jahrzehnten von hoher Aktualität ist.

Wir leben heute in einer digital vernetzten Gesellschaft. Die Nutzung des Internets gehört längst zum Alltag der meisten Menschen, es wird immer mehr zu einem integralen Bestandteil ihres Lebens. Eine Vielzahl neuer Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten stehen zur Verfügung, die weitreichende Teilhabechancen eröffnen. Mit den Potenzialen moderner Informations- und Kommunikationstechnologien sind zugleich aber auch Risiken, Gefahren und Grenzen verbunden.

Diese Situation fordert uns als Christinnen und Christen zur Gestaltung heraus. Einerseits politisch: Grundrechte müssen auch im Internet geachtet und geschützt, gerechte Teilhabe gewährleistet werden. Es ist wichtig, dass wir dieses Politikfeld verstärkt in den Blick nehmen und uns für eine gerechte Gestaltung des Netzes einsetzen. Andererseits aber auch in der Verkündigung des Glaubens: Vernetzung und Kommunikation gehören zu den Kernaufgaben der Kirche. Die neuen Medien bieten die Möglichkeit zum Austausch und zur Beteiligung vieler an der Gestaltung einer einladenden Kirche. Sie stellen aber auch neue Anforderungen an die Kirche und ihre Kommunikation.

Die katholische Kirche ist in der öffentlichen Darstellung und in der öffentlichen Wahrnehmung oftmals in der Defensive. Dafür gibt es hausgemachte Ursachen, dafür gibt es strukturelle Gründe, daran müssen wir als Kirche dringend etwas ändern. Wir müssen die Ursachen für

ein immer wieder negatives Erscheinungsbild ändern. Mein Vorschlag lautet: Mehr Offenheit, mehr Klarheit, mehr Transparenz in unserer Kirche. In der Freiheit des Geistes und des Wortes und mit Respekt vor dem anderen Menschen und seinen Positionen müssen wir beraten, diskutieren und auch kontrovers debattieren. Klar, kompetent und in einer sprachlich überzeugenden Weise, die die Menschen verstehen. Eine solche Gesprächskultur sollte Maßstab werden für alle unsere kirchlichen Debatten und damit auch für unser Auftreten in der Öffentlichkeit.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen für die bevorstehenden drei Tage ertrag- und erfahrungsreiche Diskussionen. Ich bin sicher, dass der Reichtum der europäischen Vielfalt und Erfahrungen, der auf dem Freisinger Domberg vertreten ist, fruchtbare neue Perspektiven aufzeigen wird.

Alois Glück

Grußwort des Präsidenten des Deutschen Bundestages

„Mit meinem Gott überspringe ich Mauern“ – mit dieser hoffnungsfrohen Bibelstelle aus Psalm 18 beginnt das Motto für das Jahresthema 2014 von Renovabis. Im Jubiläumsjahr der Überwindung der politischen Teilung Europas könnte es kaum einen passenderen Leitgedanken für die verdienstvolle Aktion der deutschen Katholiken geben.

„Gemeinsam für ein solidarisches Europa!“ – heißt es weiter im Jahresmotto. Die vergangenen Monate und Wochen zeigen, dass es sich bei diesen Worten nicht nur um Symbolik handelt – Ihre Botschaft ist nach wie vor aktuell. Denn Solidarität ist ein Schlüsselbegriff der zwischenmenschlichen und auch zwischenstaatlichen Existenz – das erlebten wir in einer einmaligen Intensität vor 25 Jahren, als *die* Mauer fiel, und es gilt auch heute – bei der Überwindung der Nachwirkungen der früheren Teilung wie bei der Lösung der neuen Konflikte unserer Tage. Medien und die öffentliche Meinung spielen in diesem Prozess eine bedeutende Rolle. „In dieser Welt können die Medien dazu verhelfen, dass wir uns einander näher fühlen, dass wir ein neues Gefühl für die Einheit der Menschheitsfamilie entwickeln, das uns zur Solidarität und zum ernsthaften Einsatz für ein würdigeres Leben drängt“, schreibt Papst Franziskus in seiner Botschaft zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel.

Wie wichtig Kommunikation ist, um Mauern zu überwinden – zwischen Menschen, politischen Systemen und Religionen –, hat in bemerkenswerter Art und Weise einer der wichtigsten Verfechter der Einheit Europas gezeigt – Johannes Paul II., der große Kommunikator und charismatische „Medienpapst“. In diesem Kontext ist das Thema des 18. Internationalen Kongresses von Renovabis besonders gut gewählt, zumal die Kirche von Beginn an als eine kommunizierende Gemeinschaft – nach innen wie nach außen – konzipiert ist – getreu dem Aussendungsauftrag: „Geht hinaus in alle Welt und verkündet das Evangelium allen Geschöpfen!“ (Mk 16,15). Die Arbeit von Renovabis ist für viele Menschen in 29 Ländern des ehemaligen Ostblocks ein konkretes Zeichen

der Solidarität und gleichzeitig eine lebendige gute Botschaft. In diesem Sinne wünsche ich Renovabis weiterhin viel Erfolg und dem Kongress einen fruchtbaren, anregenden Gedankenaustausch.

Prof. Dr. Norbert Lammert

Grußwort der Bundeskanzlerin der Bundesrepublik Deutschland

Vor 25 Jahren wurden in Europa Grenzen friedlich überwunden: Dank der gewaltfreien Revolution in Mittel- und Osteuropa und der Wiedervereinigung Deutschlands konnten Menschen zueinanderfinden und in Frieden und Freiheit leben.

Wie sehr wir Frieden und Freiheit stets aufs Neue schützen müssen, das sehen wir gegenwärtig zum Beispiel in der Ukraine. Unser Einsatz ist gefragt, wo Unrecht geschieht und Menschen Unterstützung benötigen. Von der Bedeutung, die Renovabis dabei für die Menschen in Mittel- und Osteuropa hat, konnte ich mich im Mai dieses Jahres auf dem 99. Deutschen Katholikentag in Regensburg auch persönlich überzeugen. Ich danke allen, die sich für Frieden einsetzen und Hilfe leisten.

Gerade wenn es darum geht, Missstände zu benennen und für Frieden, Freiheit und Gerechtigkeit einzutreten, ist die Stimme der Kirche und ihrer Hilfswerke von großer Bedeutung. Um gehört zu werden, braucht die Kirche auch die Medien. Sie informieren die Öffentlichkeit über das Weltgeschehen und auch die Positionen der Kirche dazu. Die Menschen bilden sich nicht zuletzt auf dieser Grundlage ihre Meinung. Verantwortliche werden zum Handeln aufgefordert.

Der Kirche kommt dabei doppelte Verantwortung zu. Zum einen ist sie als Träger verschiedener Medien einer objektiven und unvoreingenommenen Berichterstattung verpflichtet. Zum anderen wird das Bild, das die Medien von ihr und ihrem Wirken zeichnen, von ihr selbst maßgeblich mitgeprägt. Wie die Kirche von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird, beeinflusst auch die Arbeit der Hilfswerke, nicht zuletzt hinsichtlich der ideellen, aber auch der finanziellen Unterstützung durch die Menschen.

Der 18. Internationale Kongress Renovabis nimmt diese Thematik unter dem Motto „Kirche – Medien – Öffentliche Meinung“ in den Blick. Ich grüße alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer und wünsche wertvolle Impulse, viel Energie und Gottes Segen für die weitere Arbeit.

Dr. Angela Merkel

Grußwort des Bundesministers für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

„Renovabis faciem terrae“ – „Du wirst das Antlitz der Erde erneuern“. Der 104. Psalm, aus dem dieser Satz stammt, spricht nicht nur von Erneuerung, sondern auch von der Schönheit und dem Reichtum der Schöpfung Gottes. Beim Lesen dieses Psalms fragt man sich unweigerlich: Wie gehen wir mit diesem Reichtum um? Wenn wir ehrlich sind, müssen wir zugeben: Einen Großteil verschwenden wir und das, was übrig bleibt, verteilen wir auch noch ungerecht. Die Folgen davon sind Klimawandel, Flüchtlingsströme und immer noch fast eine Milliarde Menschen, die unterernährt sind und hungern. Deshalb brauchen wir heute dringender denn je eine „Erneuerung“ oder wie ich es nenne, einen Paradigmenwechsel zur Nachhaltigkeit und Solidarität. Renovabis leistet in diesem Kontext seit mehr als 20 Jahren einen wichtigen Beitrag insbesondere in Mittel- und Osteuropa.

Mit dem 18. Internationalen Kongress Renovabis 2014 thematisieren Sie zwei gesellschaftliche Institutionen, die diesen Paradigmenwechsel besonders unterstützen können – sozusagen zwei potenzielle „Erneuerungskräfte“: Kirche und Medien.

Die christlichen Kirchen sind seit über 50 Jahren wichtige Partner der deutschen Entwicklungspolitik. In Afrika tragen sie beispielsweise seit Langem zu ländlicher Entwicklung, besserer Bildung und einer besseren Gesundheitsversorgung bei. Religion ist in den meisten Partnerländern der deutschen Entwicklungszusammenarbeit die entscheidende Werte-Ressource. Religion hilft verstehen, verständigen und verändern! Religion beeinflusst die Weltsicht, den Lebensstil und das Engagement vieler Menschen und kann somit zu einem Umdenken beitragen – übrigens auch bei uns in Deutschland, wo wir erst langsam beginnen, unser Konsumverhalten und die Auswirkungen auf die Produktionsländer im globalen Süden zu hinterfragen.

Ähnliches gilt für freie Medien. Nicht erst seit dem Arabischen Frühling wissen wir, dass Meinungs- und Medienfreiheit Motor für gesellschaftliche Umbrüche sind und zu demokratischer Entwicklung beitragen können. Wir stellen immer wieder fest: Wo Information und Meinungen unterdrückt, manipuliert oder einseitig gelenkt werden, da werden meist auch andere Menschenrechte, wie zum Beispiel die Religionsfreiheit, verletzt. Wir setzen uns daher verstärkt für die Verwirklichung des Menschenrechts auf freie Meinungsäußerung und den freien Zugang zu Information in Entwicklungsländern ein.

Beide – Kirche und Medien – können allerdings auch destruktive Kräfte entfalten, wenn sie ihre eigentliche Aufgabe aus dem Blick verlieren. Dann verliert Kirche schon mal die Verbindung zum Lebensalltag der Menschen, und Medien vernachlässigen den Grundsatz einer ausgewogenen Berichterstattung. Ein konstruktives Verhältnis von Kirche und Medien – aber auch der Politik – kann dann erreicht werden, wenn wir uns stärker über die gemeinsamen Ziele austauschen, die uns Menschen verbinden.

Ich wünsche dem 18. Internationalen Kongress Renovabis gutes Gelingen und wichtige Impulse für die zukünftige Arbeit.

Dr. Gerd Müller

Grußwort des Präsidenten des Europäischen Parlaments

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kongressteilnehmerinnen und -teilnehmer,

Europa heißt für mich vor allem Verständigung. Denn der Kern der europäischen Integration liegt im Dialog zwischen den Menschen unseres Kontinents. Die künstliche Teilung Europas in Ost und West, die durch die Erweiterung der EU in den Jahren 2004 und 2007 ein Ende gefunden hat, wurde überwunden durch langsame Annäherung mit Hilfe von Austausch und Dialog. Diesen Prozess verdanken wir auch dem unermüdlichen Engagement zahlreicher Organisationen, gerade auch der Kirche, und vieler privater Akteure, die in den Jahren nach der Wende wertvolle Pionierarbeit für die Verständigung mit den Menschen in Ost- und Mitteleuropa geleistet haben. Mit Blick auf die aktuellen Ereignisse in der Ukraine kann die Bedeutung des Dialogs mit zivilgesellschaftlichen Akteuren außerhalb der EU gar nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Für diesen Dialog unabdingbar sind kritische Medien: Wir brauchen Qualitätsjournalismus, der Dinge hinterfragt, bewertet und uns differenziert informiert. Durch die zunehmende Digitalisierung ist eine neue mediale Dimension hinzugekommen. Sie hat die öffentliche Debatte beschleunigt und bietet dabei neben großen Chancen auch Risiken, wie die ungeprüfte Übernahme von Meldungen und bewusst lancierter Propaganda in den sozialen Medien, die teilweise eine gefährliche Eigendynamik entwickeln können.

Als Politiker bin ich täglich mit beiden Seiten der Medien konfrontiert: seriösem Journalismus, der Zusammenhänge erklärt und Entscheidungen kritisch auf die Finger schaut; aber auch Berichterstattung, der es oftmals an Sachlichkeit mangelt. Dass Sie diese Dynamik während Ihres Kongresses genauer beleuchten, halte ich für äußerst wichtig. Ich bin davon überzeugt, dass die Folgen der Digitalisierung, wie zum Beispiel

Veränderungen im Spannungsverhältnis zwischen Medien und Öffentlichkeit, noch lange ein zentrales Thema für die Menschen in Europa sein werden. Ich wünsche den Teilnehmern des 18. Internationalen Kongress Renovabis daher spannende und anregende Diskussionen.

Mit freundlichen Grüßen

Martin Schulz MdEP

Grußwort des Bayerischen Ministerpräsidenten

Ein wesentliches Element des Wirkens der Kirche ist die Verkündigung. Es geht darum, das Wort Gottes zu verbreiten und die daraus sich ergebenden Schlussfolgerungen und ethischen Normen den Gläubigen und der Welt zu vermitteln. Hatte die Kirche in früherer Zeit noch eine Art Monopol der Verbreitung von Informationen, steht sie spätestens mit dem Aufkommen der Zeitungen im Laufe des 19. Jahrhunderts und der elektronischen Massenmedien im 20. Jahrhundert in einem spannungsreichen Kooperations- und Konkurrenzverhältnis zu anderen Vermittlungsinstanzen. Die Kirche nutzt einerseits die Medien für ihre Zwecke, andererseits steht sie auch unter der kritischen Beobachtung der Journalisten, die man – gerade in einer Demokratie – gerne als die „vierte Staatsgewalt“ bezeichnet.

Heute prägen die Medien unsere Öffentlichkeit. In einer säkularen und pluralistischen Gesellschaft muss sich die Kirche mehr denn je als ein einzelner und keineswegs bestimmender Pol in der öffentlichen Debatte sehen. Das hat Folgen nicht nur für die Wahrnehmung der Kirche und ihre öffentliche Selbstdarstellung, sondern auch für ihr Selbstverständnis.

Die Freiheit der Presse ist für mich ein hohes Gut. Sie ist ein zentrales Element einer demokratischen Gesellschaft. Ebenso steht für mich außer Frage, dass unsere Kultur auf der Grundlage von christlichen Werten steht, die im Wesentlichen von der Kirche tradiert und interpretiert werden. Ich freue mich deshalb, dass sich der Kongress Renovabis in diesem Jahr zur Aufgabe gemacht hat, das breite Spannungsfeld zwischen Kirche und Medien, zwischen religiöser Verkündigung und öffentlicher Meinung auszuloten. Für mich geht es dabei auch darum zu erkunden, wie es der Kirche in Zukunft gelingen kann, in die gesellschaftlichen Debatten erfolgreich einzugreifen und ihre Kernbotschaften überzeugend zu vermitteln. Dahinter steht die Frage nach dem

Stellenwert der Kirche in der modernen Welt – eine Frage, die sich Kirche und Gesellschaft immer wieder stellen müssen.

Ich bin überzeugt, dass die Teilnehmer des Kongresses Renovabis dazu interessante Antworten entwickeln. Der Veranstaltung wünsche ich einen rundum gelungenen Verlauf.

Horst Seehofer

II. Referate und Podien



Kirche – Kommunikation – Öffentlichkeit

Medienethische Impulse für die Medienarbeit der Kirche¹

Einleitung und These

Die Einladung zu dieser Tagung formuliert sehr klar ein „einerseits/andererseits“: Einerseits nutzt die Kirche die Medien für ihre pastorale und soziale Arbeit, andererseits ist sie Gegenstand der medialen öffentlichen Kommunikation. Sie ist also einerseits Subjekt und Akteur medialer öffentlicher Kommunikation – sie macht etwas in den Medien – und andererseits Objekt und Gegenstand medialer öffentlicher Kommunikation – mit ihr geschieht etwas in den Medien. Die Aufgabe, die ich mir heute gestellt habe, besteht darin, zu diesen *zwei* Aspekten des Verhältnisses von Kirche und Medien noch einen *dritten* Aspekt hinzuzufügen: Die Kirche nutzt nicht nur *erstens* die Medien für eigene Zwecke und sie ist nicht nur *zweitens* Gegenstand der Berichterstattung, sondern sie nimmt als Kirche auch *drittens* in kritischer Weise Stellung zu der Verfassung der Medien in der modernen Gesellschaft. Analog zu ihrer Soziallehre, mit der die Kirche gesellschaftliche Gerechtigkeitsfragen behandelt, die sie selbst als Kirche nur indirekt etwas angehen, äußert sie sich zu medienethischen Fragen der Gesellschaft, auch und zunächst einmal unabhängig davon, dass sie selbst ein Akteur der Medienkommunikation und ein Objekt der Berichterstattung ist. Zu den beiden Aspekten des Verhältnisses von Medien und Kirche (also Kirche als Subjekt und Objekt medialer öffentlicher Kommunikation) tritt also drittens eine Reflexion der Kirche auf die Moral der Medien hinzu.

1 Vor dem Vortrag erläuterte der Moderator des Nachmittags, Prof. Dr. Michael Albus, den weiteren Verlauf des Programms, der aus aktuellem Anlass um eine Diskussionsrunde zur Lage in der Ukraine ergänzt wurde (dazu unten S. 99). Professor Filipović stellte sich im Anschluss daran selbst kurz vor: Er ist Professor für Medienethik an der Hochschule für Philosophie in München; dieser Lehrstuhl ist der einzige seiner Art im deutschsprachigen Raum.

Meine *These* ist nun, dass dieses Dreieck aus *erstens* kirchlicher Medienutzung (Subjekt-Dimension des Verhältnisses von Kirche und Medien), *zweitens* dem Gegenstand der Berichterstattung (Objekt-Dimension des Verhältnisses von Kirche und Medien) und *drittens* ihrer medienethischen Äußerungen (Reflexion auf die Moral der Medienkommunikation in der modernen Gesellschaft) in einem Zusammenhang gesehen werden muss. Kirchliche Medienarbeit und der Umgang mit der Berichterstattung über sie können von den eigenen kirchlichen medienethischen Aussagen profitieren und müssen sich auch inhaltlich von ihr leiten lassen. Das also ist meine Frage: Welche Schlüsse lassen sich aus diesem Dreieck für die Medienarbeit der Kirche ziehen?

Meinem Vortrag liegt damit ein zentraler Gedankengang zugrunde: Ich vertrete die These, dass die in den allgemeinen medienethischen Stellungnahmen der Kirche vertretenen Kriterien auch für die Kommunikation der Kirche selber gelten müssen. Wenn also die Kirche die Medien-Kommunikation der Gesellschaft kritisiert, dann legt sie dafür zum Beispiel das Kriterium der Wahrheit oder Wahrhaftigkeit und das Kriterium der Menschenwürde an und kritisiert damit bestimmte Zustände der Medien. Diese Kriterien, so möchte ich betonen, müssen dann im Umkehrschluss auch für die Medien-Kommunikation der Kirche selber gelten. Dieser Gedankengang entlarvt mich in diesem Fall als christlichen Sozialethiker. In der Sozialethik gibt es unter dem Stichwort „Sozialethik des kirchlichen Lebens“ einen exakt analogen Gedankengang: Die Sozialprinzipien, Personalität, Solidarität und Subsidiarität werden ja an die Gesellschaft angelegt. Damit werden Zustände sozialer Ungerechtigkeit der Gesellschaft kritisiert. Eine *Sozialethik des kirchlichen Lebens* vertritt dann die These, dass Personalität, Solidarität und Subsidiarität, wenn sie denn als Kriterien des menschlichen Zusammenlebens schlechthin Geltung haben, auch innerkirchlich gelten müssen.

Nun wird einem aber ziemlich schnell klar, dass hier einige Fallstricke liegen: Wenn zum Beispiel in der christlichen Sozialethik, die hier analog vorgeht, etwa unter dem Stichwort „Beteiligungsgerechtigkeit“ gleiche Beteiligungsmöglichkeiten für die Menschen eingefordert und

Diskriminierung verboten werden, dann führt das dazu, dass man mit diesem Kriterium nach innen zu einer gewissen Differenz kommt, denn im Innenraum der Kirche gibt es natürlich Probleme: In der Kirche sind bestimmte Positionen und Ämter etwa an das Geschlecht gebunden – eine Regelung, die man, fände man sie in der Gesellschaft vor, natürlich rundheraus ablehnen würde. Die Argumentation lautet gegen diese Selbstanwendung ethischer Kriterien katholisch-christlicher Ethik: Kirche ist doch aber ein anderer Fall! Es handelt sich, so wird vorgebracht, nicht um eine gesellschaftliche Institution wie jede andere auch, in ihr gelten andere Gesetze. Nun, das ist sicher wahr, aber stimmt das auch für spezifisch ethische Kriterien? Ist nicht das Kennzeichen einer ethischen Perspektive gerade ihre universale Geltung? Kann es in der Kirche überhaupt eine andere Gerechtigkeit geben als in der Gesellschaft?

Verlassen wir die christliche Sozialethik! Ich möchte diese Fragen hier am Beispiel der Medienethik testen. Die Kirche äußert sich seit dem Zweiten Vatikanischen Konzil immer wieder zu medienethischen Fragen. Wie ich finde, hat die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz – Bischof Fürst hat das eben betont – die Medienethik völlig zurecht zu einem ihrer Schwerpunkte gemacht. Das medienethische Engagement der Kirche wird als Teil ihres diakonischen Handelns in der Gesellschaft verstanden und interpretiert. Kirche hat in die Gesellschaft in positiver Weise hineinzuwirken. Als direkter Auftrag von Jesus Christus ist es Teil der kirchlichen Identität, Armut, Ungerechtigkeit und menschenunwürdige Zustände oder Zustände, die der personalen Verfasstheit des Menschen nicht gerecht werden, zu kritisieren. Diakonie ist wesentlicher Teil des Auftrages, die Frohe Botschaft weiterzugeben. Sie ist einer der Grundvollzüge der Kirche. Und heute sind die Veränderungen der Medienwelt (Stichwort „Digitalisierung“) tiefgreifend und umwälzend, alle gesellschaftlichen Prozesse durchdringend und verändernd, sodass Medienethik zu *dem* entscheidenden sozialetischen Feld wird. Dazu muss sich die Kirche in der Tat äußern.

Kriterien katholisch-christlicher Medienethik

Nehmen wir uns als Ausgangspunkt für die Frage, welche Kriterien kirchlicher Medienethik für die kirchliche Medienarbeit Impulse geben können, den jüngsten Text der deutschen katholischen Kirche zu den Medien vor: Es handelt sich um das medienethische Impulspapier „Virtualität und Inszenierung“, von einer Arbeitsgruppe der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz erstellt und 2011 von den deutschen Bischöfen publiziert.² Bischof Fürst war maßgeblicher Initiator und Begleiter dieses Papiers. Ziel war es darin unter anderem auch, die Kriterien des kirchlichen medienethischen Sprechens seit „Inter Mirifica“ (1963) bzw. „Communio et Progressio“ (1971) und weiteren Dokumenten im Hinblick auf die Internetkommunikation zu aktualisieren. Die Digitalisierung und die gesellschaftsweite Durchsetzung des Internets sind in der Tat die wichtigsten Punkte, die man medienethisch behandeln muss.

Der Text nennt *drei medienethische Kriterien*: die Wahrung der Persönlichkeit, die Authentizität der Bilder und die Ethik der Öffentlichkeit und der Demokratie. Ich gehe jeweils so vor, dass ich zunächst das Kriterium so beschreibe, wie es in dem kirchlichen Text vorkommt, und dann einige aktuelle Beispiele nenne, wie man damit aktuelle Medienentwicklungen beurteilen kann. Erst danach ziehe ich dann Schlüsse daraus für die kirchliche Medienarbeit.

Unter der Überschrift „Menschliche Kommunikation und Authentizität“ wird zunächst auf die moralische Qualität menschlicher Kommunikation schlechthin hingewiesen. Gedacht wird von einer bestimmten, christlichen Sichtweise des Menschen aus: Der Mensch wird als *Person* gesehen und das bedeutet im Blick auf unser Thema, dass die Persönlichkeit sich immer nur kommunikativ verwirklicht. Die menschliche Person ist Individuum und Sozialwesen, der Mensch ist zugleich frei und ver-

2 Virtualität und Inszenierung. Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft – Ein medienethisches Impulspapier“ (29. Juni 2011); der Text lässt sich herunterladen unter http://www.dbk-shop.de/media/files_public/sbxyhuhr/DBK_1235.pdf

wiesen. Beides hängt zusammen und das eine darf dem anderen nicht geopfert werden. Und dafür benötigt man eine entsprechende Kommunikation. „Menschsein verwirklicht sich kommunikativ“ (46) – so steht es in dem Text. Es geht also hier um die personale Würde des Menschen genauso wie um soziale Beziehungen, die dieser Personalität des Menschen entsprechen.

Eine solche personengerechte Gestalt unserer Medienwelt, in der Wert und Würde des Menschen nicht nur geachtet, sondern auch befördert werden, ist grundlegendes Kriterium christlicher Medienethik. Und wir erleben sicherlich, wie sehr unsere Medienwelt damit Probleme hat. Im Unterhaltungsbereich wären hier gewaltverherrlichende, diskriminierende und pornographische Inhalte zu nennen. Zwar sind die Jugendschutzgesetze und die Strukturen des Jugendschutzes wenigstens in Deutschland in Ordnung, aber die freie Verfügbarkeit von Gewaltfilmen und Pornographie kann das Bewusstsein und die Sensibilität für den Wert und die Würde der menschlichen Person bedrohen.

In der informationsbezogenen öffentlichen Kommunikation, also im Journalismus, erleben wir seit einigen Jahren eine gewisse Enthemmung in der Berichterstattung über die Verfehlungen von Personen des öffentlichen Lebens. Zwar war der Boulevard-Journalismus nie zimperlich mit den moralischen Verfehlungen dieses Personenkreises, aber die Schnelligkeit der Medien und die verschärfte Konkurrenzsituation auf dem Nachrichten- und Meinungsmarkt führt zu gleichförmiger Berichterstattung über verschiedene Medien hinweg und zu öffentlichen, von Medien angeheizten Erregungsspiralen, die, einmal losgegangen, gar nicht oder nur schwer wieder zu stoppen sind. Zum Teil – das hat man in der Berichterstattung über den Skiunfall Michael Schumachers gesehen – werden zur Gewinnung neuer Erkenntnisse sogar Verbrechen begangen. An dem ehemaligen Bundespräsidenten Wulff und an Bischof Tebartz van Elst kam es, ganz abgesehen von den Fehlern, die beide nach meinem Kenntnisstand begangen haben, zu Übertreibungen in der Berichterstattung. Aus christlicher Orientierung müsste man hier die Trennung von Werk und Person kritisch ins Spiel bringen: Kein Mensch darf für unmöglich oder gar unwert erklärt werden, weil er

einen Fehler begangen hat. Die Würde ist unantastbar, sie liegt theologisch gesprochen in der besonderen Hinwendung Gottes zu den Menschen als seinen freien Geschöpfen begründet und nicht in der Fehlerlosigkeit des Menschen.

Das zweite medienethische Kriterium in dem Text „Virtualität und Inszenierung“ wird im Schnittfeld von Ästhetik und Ethik entworfen. Der Text fordert „visuelle und sprachliche Diskretion“ (54) und mahnt damit ein rechtes Verständnis von Wahrheit und *Authentizität* der Nachrichten an. Der Text kritisiert, dass das Gezeigte, etwa Bilder vom Krieg, nur noch an Stelle der tatsächlichen Geschehnisse steht. Im Wunsch nach getreuer Abbildung der Geschehnisse der Welt produzieren die Medien bloß eine Kopie, die nicht mehr in der Lage ist, uns einen Sinn von dem zu vermitteln, was dort wirklich passiert. Die Differenz zwischen dem Bild und dem, was das Bild zeigt, verschwindet zunehmend. Die Medien rücken uns mit den Bildern immer mehr und enger auf die Pelle und lassen uns keine Freiheit, nach dem Wirklichen, nach der konkreten Realität des Humanen selber zu schauen.

Mit diesem Kriterium erwischt uns der Text in einer weltgesellschaftlichen Situation, die voll von Krieg, Tod und Leid ist. Und tatsächlich ist es wohl so, dass die Bilder, die uns in Sekundenschnelle aus Syrien, dem Irak, der Ukraine oder Palästina erreichen, zwar informieren, uns aber lähmen, weil wir die menschlichen Erfahrungen, die die Bilder *nicht* transportieren, sondern nur abbilden können, nicht recht erfassen können. Es sind nur Bilder – keine Nachrichten, nichts, was „Sinn“ macht. Zu fordern wäre statt Schnelligkeit eine sorgfältigere Auswahl von Bildern, die ihre Entstehungsbedingungen transparent machen und durch ihre ästhetische Gestaltung etwas auslassen, was uns dann überhaupt erst in Kontakt mit der Wirklichkeit bringt. Wir müssen uns selber einüben, Kompetenz erwerben und den Kindern und Jugendlichen vermitteln, die Bilder zu entschlüsseln und nicht nur darauf zu schauen, was sie abbilden, sondern was ihnen wohl an konkreter menschlicher Erfahrung zugrunde liegt. Aktuell sind wir erschüttert von den Videoaufnahmen der mutmaßlichen Enthauptung des amerikanischen Journalisten Steven Sotloff durch islamistische Terroristen: Nicht zuletzt sieht man

daran, wie durch zwar reale, aber grausame Bilder und Videos die Menschenwürde massiv verletzt wird.

Schließlich nennt das Papier ein drittes Kriterium, nämlich den *ethischen Begriff von Öffentlichkeit und Demokratie*. Im Kern liegt die Ethik der Demokratie in der aus dem personalen Verständnis des Menschen abgeleiteten Überzeugung, dass „Menschen fähig und in der Lage sind, ihre Verhältnisse in Freiheit und gemäß ihren Bedürfnissen gemeinsam zu gestalten“ (57). Im Letzten sind es also die Menschen selbst, die über die Regeln entscheiden, nach denen sie miteinander leben wollen. Die Macht liegt beim Volk. Diese Organisationsform der Politik benötigt notwendig eine politische Öffentlichkeit. Öffentliche Information und Argumentation sind die Bedingungen einer personengerechten Demokratie. Weil die Demokratie nicht auf Öffentlichkeit verzichten kann, fordert die Kirche in medienethischer Absicht von den Medien, dass sie diese Öffentlichkeit herstellen, dass sie informieren, dass der Journalismus die Mächtigen kontrolliert und Meinungsbildung ermöglicht. Eine freie Presse, ein freiheitliches, plurales Mediensystem ist die Bedingung für eine personengerechte Organisationsform des politischen und gesellschaftlichen Lebens.

Das medienethische Bekenntnis zur umfassenden Medienfreiheit und zu einer Medienöffentlichkeit wird heute, so denke ich, immer wichtiger. Das Internet ermöglicht zwar politische Beteiligung, gibt den Menschen die Mittel in die Hand, ihre Meinung kund zu tun und sich umfassend zu informieren. Das ist unbedingt positiv zu würdigen. Aber die aktuellen Erfahrungen zeigen doch ebenso, dass eine Öffentlichkeit auch bedroht werden kann von ungefilterter Meinung, Empörungstürmen und aggressiver Kommunikation in den Weiten des Internet. Zudem sind wir durch Algorithmen gefangen in Filterblasen, in denen wir nur das erfahren, was sowieso schon zu uns passt. Und wir erleben eine Wiedergeburt der politischen Propaganda: Politische Kräfte nutzen die sozialen Medien zur verdeckten Verbreitung von Inhalten zur Steuerung der öffentlichen Meinung. All das ist eine massive Bedrohung für die politische Öffentlichkeit.

Das Internet schafft Zugänge zum Raum der öffentlichen Kommunikation und kann so, wie etwa im „Arabischen Frühling“ oder in der Türkei zu sehen war, ein Mittel gegen ungerechte Herrschaft und Unterdrückung sein. Aber andererseits haben wir auch das Gefühl, dass die Öffentlichkeit als Aushandlungs- und Verständigungsraum sich selbst verschluckt. Wir merken, wie sehr wir auf den Qualitätsjournalismus angewiesen und wie wichtig professionelle Auswahl und Einordnung von Nachrichten sind. Der Journalismus kann uns helfen, aber er ist unheimlich teuer und die Digitalisierung hat dazu geführt, dass seine Finanzierung durch Anzeigen nicht mehr klappt. Hier sind alternative Finanzierungsmöglichkeiten, etwa über stiftungsfinanzierten Journalismus, zu überlegen und zu fordern.

Lassen Sie mich an dieser Stelle kurz zusammenfassen: Der Durchgang durch das medienethische Papier der Deutschen Bischofskonferenz hat mit den Kriterien Personenwürde, Diskretion der Bilder und Demokratie und Öffentlichkeit wichtige ethische Leitlinien für die mediale öffentliche Kommunikation zu Tage gefördert. Sie sind, wie die Überlegungen gezeigt haben, immer noch aktuell und müssen von der Kirche weiter und mit Nachdruck ins Spiel gebracht werden – zum Wohl der Menschen in dieser Welt.

Impulse für die kirchliche Medienarbeit

In einem weiteren Schritt möchte ich nun diese drei ethischen Kriterien für das Verhältnis von Medien und Kirche anwenden. Wir haben schon unterschieden zwischen dem kirchlichen Mediengebrauch für pastorale und soziale Zwecke Ziele einerseits und der Berichterstattung über die Kirche in der Öffentlichkeit andererseits.

Gehen wir der Reihe nach vor und beschäftigen uns zunächst mit dem *kirchlichen Mediengebrauch*. Zur Erfüllung ihres Verkündigungsauftrags hat die Kirche seit jeher Gebrauch von den Medien gemacht. Und man konnte wohl nie sagen, dass sie die Gesetze und Funktionsweisen dieser Medien ganz für sich alleine bestimmen konnte: Schon immer

waren und sind die Mittel der Kommunikation ganz eng verschränkt mit einer gesellschaftlichen und kulturellen Entwicklung, die auch und heute vorrangig außerhalb der Kirche stattfindet, etwa durch Politik und Verwaltung, Wissenschaft, Kunst – alle Bereiche gestalten die Regeln und die Funktionsweisen der Medien mit und verändern Medien durch ihre Nutzungsweisen. Die technischen Entwicklungen geben schließlich ebenfalls gewisse Gebrauchsmöglichkeiten vor. Wenn heute das Fernsehen oder Internetmagazine von der Kirche zur Verkündigung herangezogen werden, dann ist das also nicht so, als dass man hier jeweils ein Medium neu erfinden könnte. Im Gegenteil: Man ist vor die Herausforderung gestellt, die Möglichkeiten und Unmöglichkeiten zu lernen, und ist, wenn man diese Medien nutzen will, zu einem gewissen Maß gezwungen, sich ihren grundlegenden Regeln zu unterwerfen. Außerdem muss man sich bewusst sein, dass man in Konkurrenz mit anderen Medienangeboten steht, die alle um Aufmerksamkeit kämpfen. Möchte man nicht nur die sowieso kirchlich eng gebundenen Christinnen und Christen erreichen, sondern einen Kreis darüber hinaus, dann muss man konkurrenzfähig sein und das heißt oft genug: unterhaltend sein und ein professionelles Produkt anbieten. Aber auch dann bleibt sicherlich ein Spielraum für die Gestaltung dieser Formate – ein kleiner zwar, aber immerhin.

Wenn wir an die medienethischen Überlegungen anknüpfen, dann trifft für diesen Bereich des Medienhandelns der Kirche zunächst die Orientierung an der menschlichen Person zu. Der Impuls der Medienethik liegt sicher nicht darin, in den Medienangeboten der Kirche nicht gegen die Personenwürde zu verstoßen – das setze ich hier voraus und das ist soweit mir bekannt auch kein drängendes Thema. Es geht hier wohl vielmehr darum, positiv etwas für den Wert und die Würde der menschlichen Person zu tun. Meines Erachtens sind hier die Unterhaltungsformate besonders interessant: Vor allem über Erzählungen und Geschichten wird den Menschen etwas klar über Wert und Würde der menschlichen Person. Gerade die neuen Erzählformen des amerikanischen Fernsehens sind zurzeit außerordentlich erfolgreich. Und letztlich geht es in diesen Sendungen wie „Game of Thrones“, „Mad Men“ oder „Breaking Bad“ um Grundfragen des menschlichen Lebens, um Moral,

Lebenssinn und die Frage, um was es eigentlich im Leben geht – und um was nicht. Hier liegt ein Potenzial für die Kirchen, auch ihre Geschichten zu erzählen oder wenigstens zu bewirken und zu beeinflussen, dass etwas von den christlichen Vorstellungen über Humanität und Lebenssinn erzählt wird. Dieser riesige kulturelle Resonanzraum, in dem vor allem Fernseh- und Kinoerzählungen funktionieren, kann nicht kirchlich *besetzt* werden und das darf auch gar nicht das Ziel sein. Es geht darum, in diesen Raum die eigenen Geschichten einzuspeisen und darauf zu vertrauen, dass der Erfahrungsschatz christlicher Praxis ausstrahlt und einen Beitrag liefert.

Zudem kann hier auch das ethisch-ästhetische Kriterium herangezogen werden. Hier ging es ja in dem Text ethisch darum, nicht nur auf die Abbildungen zu vertrauen, sondern die Ebenen „dahinter“ mit zu bedenken. Es fällt nicht schwer, hier eine positive Funktion einer religiösen Perspektive zu sehen: Der Glaube, die Feiern des Glaubens und die Erfahrungen christlicher Lebenspraxis sind durchwirkt von einem eigenen Wirklichkeitsverständnis. Dies mag in der säkularen Kultur augenscheinlich fremd wirken, bei genauerem Hinsehen sieht man aber, wie wir zur *Deutung*, also für Sinnfragen und für Zielperspektiven nicht nur auf die empirischen, diesseitigen Fakten, sondern auch auf erweiterte Möglichkeitsräume, auf Verheißungen, umfassende Heilsideen und größere Ideen von Gerechtigkeit angewiesen sind. Jedenfalls ist der Hunger danach weithin sichtbar, nur wird er leider immer weniger von den Kirchen gestillt. Der medienethische Impuls für das Medienhandeln der Kirche liegt also in der Entgrenzung unserer innerweltlichen, auf Abbildungen konzentrierten Sichtweise. Der Beitrag des Medienhandelns der Kirche liegt darin, ein alternatives Wirklichkeitsverständnis ins Spiel zu bringen, und zwar ohne Lamenti, dass das ja nicht wahrgenommen wird, sondern geduldig, professionell, mit Geld in der Hand und auch mit der Ausbildung und Förderung von Kreativen im Bereich von Kultur und Kunst ebenso wie mit der kirchlichen Prämierung und Würdigung von Medienbeiträgen, die ein solches Wirklichkeitsverständnis transportieren.

Dieser Bereich des aktiven Medienhandelns der Kirche, also der Gebrauch der Medien für die Grundvollzüge der Kirche, im Wesentlichen also für die Verkündigung und den Dienst an der Welt und den Menschen befindet sich in einem teils schmerzhaften Prozess der Umstrukturierung. Das liegt nicht zuletzt auch an den Umwälzungen des Mediensystems überhaupt, die durch das Internet und die Digitalisierung ausgelöst worden sind. Die Presse hat es immer schwerer, die Informationsbeschaffung der Menschen ist extrem heterogen und hat sich auf Computer und vor allem das Smartphone verschoben. Hier neue Wege zu finden, ist sehr schwierig und es gelingt wohl kaum schon jetzt ein großer Wurf und eine endgültige Strategie; dafür ist es meines Erachtens zu früh. Wichtig ist es, dass man den Mut findet zu experimentieren. Verlage und Medienhäuser machen es zurzeit nicht anders; Erfolg haben die, die mutig und mit Risikobereitschaft Strategien testen, dabei auf mehreren Ebenen aktiv sind, neue Trends aufspüren und für eigene Zwecke weiterdenken. Medienbischöfe und alle anderen Beteiligten müssen jetzt nicht wie etwa Verlagschefs und Chefredakteure ein Praktikum im Silicon Valley machen, aber sie sollen auch nicht ihre Energien auf die sich quälend lange hinziehenden Abwicklungen ehemals erfolgreicher Kirchenzeitungen und Verlagshäuser vergeuden.

Damit komme ich zum zweiten Bereich im Verhältnis von Kirche und Medien: Die Kirche ist gerade in den letzten Jahren immer wieder *Thema in der öffentlichen Kommunikation*: Über die Kirche wird berichtet. Wie berichtet wird, das liegt zunächst einmal ganz banal an den üblichen Praktiken kritischer öffentlicher Berichterstattung. Hier finden wir guten und weniger guten Journalismus, hier finden wir den Boulevard- und den Qualitätsjournalismus, hier finden wir die ernsthaften Webportale und diejenigen, auf denen die Weltverschwörung propagiert wird. Sicher, alle wünschen sich nur guten und sachgemäßen Journalismus, aber die Welt sieht anders aus – nicht zuletzt deswegen, weil wir, also die Menschen, niveaulose Fernsehsendungen anschauen und Klatschblätter kaufen.

Politiker, Unternehmen und andere Organisationen leiden wie die Kirche und ihre Vertreter an den Schattenseiten der Medien und profitieren von einer sauberen und richtigen Berichterstattung. Aber – ist das wirklich richtig, leidet die Kirche nicht an einer *übermäßig* kritischen oder gar ungerechten Berichterstattung? In Zeiten kritischer Berichterstattung gibt es von kirchlicher Seite einen wiederkehrenden Reflex, nämlich den, eine harte Kampagne gegen die Kirche zu sehen. Es werden ungute Analogien mit dem Wort von der „Pogromstimmung“ gegen die Kirche gezogen und Medienkampagnen gesehen. Ohne Zweifel weht der Wind manchmal rau und wenn es etwas zu kritisieren gibt bei der Kirche, dann wird hart recherchiert und sicher auch zum Teil hart geschrieben. Einmal kann das an dem Kritikpunkt selber liegen: Die Missbrauchsfälle etwa gaben allen Anlass für eine kritische Berichterstattung. Und die Verschwendung und Verschleierung bei der Finanzierung von Bauten im Bistum Limburg etwa ist sicher auch ein Anlass für kritische Berichterstattung.

Ein verstärkender Aspekt tritt dann noch hinzu: Die Kirche tritt als hohe moralische Autorität auf und kritisiert an anderer Stelle Missbrauch und Verschwendung mit scharfen Worten. Sie wird dabei durchaus immer noch als moralische Autorität wahrgenommen, nicht zuletzt wegen der Stichhaltigkeit ihrer Argumente und wegen der humanen Interessen, mit denen die Kritik geäußert wird, die man der Kirche wohl auch weithin abnimmt. Und natürlich ist die moralische Verfehlung einer moralischen Autorität ein besonders geeigneter Anlass für eine Berichterstattung im Modus der Empörung. Die Fallhöhe ist medial interessant, hier kann ein Drama erzählt werden und das interessiert die Menschen. Der Empörungsmodus der Berichterstattung ist medienethisch zu kritisieren, hier wie in der allgemeinen Berichterstattung. Aber der Vorwurf einer unter verschiedenen Akteuren abgestimmten Medienkampagne trifft erstens meist nicht zu und wird zweitens, noch schlimmer, als Ablenkung und als Schuldabweisung interpretiert. Klar: Der Vorwurf einer Medienkampagne impliziert, dass es keinen realen Grund für die Kritik gibt, sondern böse Interessen die Kirche niederdrücken wollen und dafür die Medien missbrauchen. So jedenfalls, also mit diesem Argument einer Medienkampagne, kann man wohl klar

sagen, lässt sich eine negative Berichterstattung über die Kirche nicht stoppen, eher im Gegenteil.

Schließlich gibt die eigene kirchliche medienethische Perspektive auf die kritische Funktion der Öffentlichkeit den entscheidenden Hinweis auf den Umgang mit einer negativen Berichterstattung. Machtmissbrauch, Ungerechtigkeit und Irreführungen können durch eine kritische Öffentlichkeit in einem freien Mediensystem verhindert werden. Gesellschaftliche und politische Wahrheit, Legitimität und Publizität gehören in unserer Gesellschaft untrennbar zusammen und basieren auf der staatlich zu garantierenden Meinungs- und Informationsfreiheit. Wir brauchen in der modernen Gesellschaft Transparenz und Kritik durch den Journalismus. Wir brauchen das Prinzip Öffentlichkeit für unser gesellschaftliches und politisches Zusammenleben.

Ich erwarte vom Journalismus, dass er zum Beispiel Umweltsünden von Unternehmen recherchiert und publiziert, damit die Vergiftung ganzer Landstriche etwa in Afrika aufhört. Dass das betroffene Unternehmen in diesem Fall von Medienkampagne spricht, erscheint mir klar, ist aber durchschaubar. Gegenüber den neuen Machtbestrebungen des Staates – man denke an die NSA-Affäre und Ausspähung der Bevölkerung – und der neuen staatlichen Propaganda ist die einzige Hoffnung ein freier und potenter Journalismus, der die Dinge recherchiert und offen legt. Und gegenüber den vielen zivilgesellschaftlichen Akteuren, die in die Gesellschaft mit einem bestimmten Interesse geschickt hineinwirken, erwarte ich vom Journalismus eine kritische Aufmerksamkeit, die als Kontrolle wirkt. Und die Kirche ist nun mal heute ein zivilgesellschaftlicher Akteur neben anderen, ein sehr großer zwar mit einem vergleichsweise großen Rückhalt und natürlich einem anderem Selbstverständnis, aber die Kirche fällt mit der Gesellschaft eben nicht zusammen und daher wird sie auch beobachtet und kritisiert, und zwar *natürlich* nach den Regeln und Verfahren öffentlicher Kritik. Die Kirche kann nicht einerseits eine demokratische, menschenrechtsbasierte und freiheitliche Gesellschaftsordnung ethisch fordern, aber andererseits ihr wichtigstes Element, die kritische Öffentlichkeit auf der Basis der Meinungsfreiheit, ablehnen. Sie kann zwar ein eigenes, internes Ver-

ständnis etwa einer kirchlichen Öffentlichkeit pflegen und theologisch entfalten. Sie wird dies aber nicht als universales Modell der Gesellschaft fordern können.

So schmerzhaft ein Mediengewitter für die Kirche sein kann, so kann das *kein* Anlass für die Kirche sein, das eigene Bekenntnis für Pressefreiheit und demokratische Öffentlichkeit zu relativieren. Übertriebene und unfaire, zu sehr auf Empörung setzende Berichterstattung gegenüber der Kirche und anderen Personen und Organisationen ist sicher Anlass, medienethisch deutlich und energisch aufzutreten. Das darf aber keinesfalls als Strategie im Falle einer negativen Berichterstattung angewendet werden. In Zeiten der kritischen Berichterstattung ist die Kritik an den Medien strikt zu vermeiden. Salami-Taktik, Halbwahrheiten, untereinander unkoordinierte Äußerungen, maulfaule Dementis, gegenüber Journalisten ängstlich oder gar genervt auftretende Führungspersonen verschlimmern das Problem, verstärken die negative Berichterstattung und führen letztlich dazu, dass die Kirchenaustrittszahlen weiter ansteigen. Der Rückenwind, den ein medienattraktiver Papst der kirchlichen Kommunikation gerade gibt, würde auf diese Weise verfliegen. Diesen Rückenwind allerdings kann und sollte die Öffentlichkeitsarbeit der Kirche aufnehmen. Die kirchlichen Kommunikationsabteilungen dürfen keinesfalls unterbesetzt sein und sich im Tagesgeschäft, zumal in Krisenzeiten, aufreiben. Sie müssen zahlenmäßig und von ihrer Ausbildung her so besetzt sein, dass sie Strategien und kreative Möglichkeiten entwerfen und entwickeln können, das Bild der Kirche in die Öffentlichkeit zu transportieren und die Attraktivität des christlichen Glaubens im Raum von Kirche aufzuzeigen.

Einen letzten, weniger von einem medienethischen Statement der Kirche abgeleiteten Impuls für die Medienarbeit der Kirche möchte ich noch vorbringen: Kurienerzbischof Claudio Celli, Präsident des Päpstlichen Rates für die sozialen Kommunikationsmittel, hat auf der 13. Ordentlichen Vollversammlung der Bischofssynode (7.-28. Oktober 2012) über die Bedeutung der sozialen Netzwerke für die kirchliche Kommunikation gesprochen. Ich zitiere kurz: „Wir müssen anerkennen, dass die digitale Arena heute die Realität vieler Menschen ist, in der sie leben ...

Wir dürfen sie nicht mehr als ‚virtuellen‘ Raum betrachten, der irgendwie weniger wichtiger wäre als der ‚reale‘. Wenn die Kirche in diesem Raum nicht gegenwärtig ist, wenn die Gute Nachricht nicht auch ‚digital‘ verkündet wird, laufen wir Gefahr, viele Menschen zu verlieren, für die das die Welt ist, in der sie ‚leben‘: Hier ist das Forum, aus dem sie ihre Informationen und Nachrichten beziehen, ihre Meinungen bilden und zum Ausdruck bringen, sich in Debatten engagieren, in Dialog treten und nach Antworten auf ihre Fragen suchen. Die Kirche ist schon gegenwärtig im digitalen Raum, aber die nächste Herausforderung ist jene, unseren Kommunikationsstil zu verändern, um diese Gegenwart wirksam werden zu lassen.

Die neuen Medien sind wirklich eine offene Welt, frei, ‚auf Augenhöhe‘, sie anerkennen oder privilegieren nicht automatisch Beiträge von etablierten Autoritäten oder Institutionen. In einem solchen Umfeld ist Autorität kein Recht, sondern muss verdient werden. Das bedeutet, dass die kirchliche Hierarchie genauso wie die politische und gesellschaftliche neue Formen finden muss, um ihre eigene Kommunikation zu erarbeiten, damit ihr Beitrag in diesem Forum die angemessene Aufmerksamkeit erhält.“³

Es handelt sich meines Erachtens um einen bemerkenswerten Text, vor allem weil er erstens die „digitale Arena“ als echten und nicht als degenerativen Lebensraum vor allem jüngerer Menschen anerkennt, sondern weil er zweitens eine Veränderung des eigenen kirchlichen Kommunikationsstils anmahnt, der deutlich über eine bloße Veränderung der Kommunikationsstrategie hinausgeht. Heute wird nur noch der gehört, der in der Lage ist, horizontal zu kommunizieren. Politiker, Stars, Menschen in der Verwaltung, Professoren – alle sind heute über Twitter, Instagram oder Profile in sozialen Netzwerkseiten direkt ansprechbar, diskutieren mit den Leuten und erfahren auf diese Weise von den Dingen, die diese Menschen tatsächlich angeht, also was sie betrifft. Die horizontale Kommunikation ermöglicht Kontakt, macht ihn leicht und

3 Vgl. für Quellenangaben <http://geloggd.alexander-filipovic.de/2012/10/26/erzbischof-celli-zu-kirche-in-den-social-media/>

befördert einen echten Austausch. Der vertikale Stil setzt Barrieren, entzieht sich, macht sich nicht gemein und erschwert einen echten Austausch. Dieses neue horizontal angelegte Verständnis von Kommunikation prallt auf ein vornehmlich vertikal angelegtes Kommunikationsverständnis der Kirche. Wir haben mit Franziskus einen Papst, der mit all seinem Auftreten die Bereitschaft zu horizontaler Kommunikation signalisiert. Auch dieses Signal sollte die Kirche nutzen – um näher bei den Menschen zu sein, sich ihren Sorgen und Nöten auszusetzen und damit ihrem Auftrag besser zu entsprechen.

Schluss

Für diesen Kongress zum Verhältnis von Kirche und Medien habe ich in meinem Vortrag versucht, die medienethische Dimension hinzuzufügen: Kirche ist nicht nur Medienakteur und Gegenstand der Berichterstattung, sondern sie erkennt es als ihre Aufgabe, die Entwicklungen im Medienbereich als – Bischof Fürst hat es betont – Zeichen der Zeit zu sehen und im Licht des Evangeliums zu deuten, also sich medienethisch zu äußern – als diakonischen Dienst an der Gesellschaft. Auch damit ist sie nicht allein, auch andere Akteure tun dies. Nicht vergessen darf man, dass die medienethischen Kriterien auch das eigene Medienhandeln normieren: Regeln und gar Moral, die man von anderen einfordert, gelten zuerst für einen selber. Oft genug ist das Verhältnis von Medien und Öffentlichkeit eine Konfliktgeschichte, aber erstens kauft man sich das ein, wenn man die Institution der kritischen Öffentlichkeit gesellschaftlich für notwendig hält, und zweitens heißt das nicht, dass man der konkreten Gestalt dieser Medienöffentlichkeit unkritisch gegenüber stehen soll.

Kirche und Medien – Medien und Kirche

Mitwirkende: Aliaksandr Amialchenia, Vatikanstadt/Minsk
Prof. Dr. Alexander Filipović, München
Pater Bernd Hagenkord SJ, Vatikanstadt
Lidija Lacko Vidulić, Zagreb

Moderation: Prof. Dr. Michael Albus, Heidesheim

Prof. Dr. Michael Albus:

Meine Damen und Herren, lassen Sie uns beginnen. Ich mache das technisch so, dass ich jetzt nicht die einzelnen Teilnehmer am Podium vorstelle, sondern immer dann, wenn Sie sich melden, sagen Sie Ihren Namen und kurz etwas zu Ihrer Person.

Ich möchte gerne an eine Bemerkung von Professor Filipović anknüpfen. Es gibt eine Menge von interessanten Punkten in seinem Vortrag. Aber wir müssen das Ganze zuspitzen und nach vorne schauen. Er hat davon gesprochen, dass die Kirchen sich in den kulturellen Resonanzraum einklinken sollten, den es in den Medien gibt, um ihre Geschichten zu erzählen. Er sagte: „Dieser riesige kulturelle Resonanzraum, in dem vor allem Fernseh- und Kinoerzählungen funktionieren, kann nicht kirchlich besetzt werden und das darf auch gar nicht das Ziel sein. Es geht darum, in diesen Raum“ – das ist der entscheidende Satz – „die eigenen Geschichten einzuspeisen und darauf zu vertrauen, dass der Erfahrungsschatz christlicher Praxis ausstrahlt und einen Beitrag liefert.“ Das scheint mir ein wichtiger Satz zu sein, mit dem ich die Diskussion eröffnen möchte. Frau Lacko Vidulić, Sie arbeiten in einem säkularen Medium. Was ist Ihre Auffassung? Wie kann man dahin kommen, dass die christlichen Geschichten in die gängigen Medienerzählungen eingespist werden?

Lidija Lacko Vidulić:

Zuerst vielen Dank für die Einladung. Ich bin Lidija Lacko Vidulić, komme aus Kroatien und arbeite für den öffentlich rechtlichen Hörfunk, „Hrvatski Radio“; als Kulturjournalistin. Ich schätze es sehr, dass ich hier dabei sein darf, obwohl ich nicht für die Redaktion „Religion“ arbeite, denn gerade in meinem Land vermisse ich den Austausch zwischen verschiedenen Institutionen und Trägern der Gesellschaft.

Wenn man die Kirche oder überhaupt Glaubenserfahrungen in Kroatien stärker in die Medien einbringen möchte, muss man bedenken, dass wir zwar ein Mediengesetz haben, dieses aber Schwächen aufweist. An und für sich ist es nicht schlecht, es wird aber nicht konsequent umgesetzt. Man kann sagen, die Pressefreiheit ist eher deklarativ, denn leider gibt es keine seriösen Tageszeitungen, sondern eigentlich nur Boulevardblätter mit einem beschränkten Anteil seriöser Beiträge. Dies wirkt sich natürlich auf die Berichterstattung aus. Vor einiger Zeit gab es eine Umfrage unter Journalisten, und 90 Prozent sagten, sie spüren einen Druck zur Produktion von Mediensensationen. Wenn Journalisten unter diesem Druck arbeiten, berichten sie, wenn von kirchenbezogenen Themen die Rede ist, hauptsächlich über irgendwelche Affären der katholischen Kirche und bauschen diese möglichst stark auf. Für die Kirche ist es daher sehr schwer, ein objektives Bild von sich zu vermitteln. Ein weiteres Problem ist die mangelnde Spezialisierung: 52 Journalisten haben in dieser Umfrage gesagt, ihnen fehle oft das Fachwissen – mit anderen Worten, sie müssen von einem Thema zum anderen springen und können dann keine kompetenten und qualitativ hochwertigen Berichte liefern. Meist ist es so, dass die Medieneigentümer bestimmte Vorstellungen haben, die die Redakteure und Journalisten umsetzen müssen.

Die Journalisten sind auch deshalb in einer sehr schwierigen Lage, weil sie oft keine feste Anstellung haben. Sie können also kaum wirklich unabhängig eigene Themen für ihre Arbeit wählen, sondern stehen unter dem Druck, Mediensensationen zu produzieren. 86 Prozent der Journalisten spüren den Einfluss des Medieneigentümers und seiner geschäftlichen Umgebung, 72 Prozent der Journalisten erleben Einflussnahme



der politischen Eliten und 61 Prozent durch den Anzeigenmarkt. Man müsste also für bessere Rahmenbedingungen sorgen, damit gute, seriöse und vor allem unabhängige Medien entstehen.

Prof. Dr. Michael Albus:

Das sind ganz klare Sätze in der Beantwortung meiner Frage. Herr Amialchenia, wir bleiben zunächst im Bereich von Mittel- und Osteuropa. Wie sieht es bei Ihnen aus?

Aliaksandr Amialchenia:

Mein Name ist Aliaksandr Amialchenia, ich komme aus Weißrussland und arbeite seit 2010 bei Radio Vatikan in der weißrussischen Redaktion. Vorher war ich Leiter der Pressestelle der Weißrussischen Bischofskonferenz.

Erstens: Bei uns in Weißrussland und auch in Osteuropa überhaupt funktioniert im Moment meiner Einschätzung nach eine Art von Vorkonzils-Modell. Ich verstehe darunter eine Kommunikation, die nur von oben nach unten geht; das Subjekt, der Sender, ist die katholische Kirche bzw. sind die Bischöfe, sie sind aktiv – der Empfänger ist die Gesellschaft, auch die Medien, und sie sind passiv. Das Hauptproblem besteht darin, dass wir uns als Kirche in Weißrussland die Zuhörerschaft der Medien als noch zu schwach vorstellen. Anders gesagt: Wir wissen immer noch nicht, für wen und mit welchem Ziel wir berichten. Es sieht fast so aus, als ob wir uns innerhalb der kirchlichen Medien nur miteinander unterhalten.

Zweitens: Was wirklich sehr schade ist, was ich aber dennoch aussprechen muss, ist die Inkompetenz unserer Bischöfe und Priester gegen-

über den Medien. Wenn sie ein Interview geben, dann wird es fast immer eine Predigt, oft mit moralisierendem Unterton. Zum Glück sind wenigstens die Nachrichtensprecher vom Fach.

Drittens: Das Zusammenwirken der Geistlichen mit den Medien wird oft nicht als Arbeit für die Kirche empfunden, sondern eher als ein Akt des Gehorsams. In diesem Fall fehlt dann oft die persönliche Motivation. Daher braucht die katholische Kirche in Weißrussland und in Osteuropa überhaupt meiner Meinung nach zunächst einmal eine Medienstrategie, und diese Strategie müssen echte Experten entwickeln. Im Moment ist das aber sehr schwierig, denn es herrscht zwischen Bischöfen und Priestern auf der einen Seite und Medienexperten auf der anderen Seite ein großes Misstrauen.

Prof. Dr. Michael Albus:

Vielen Dank! Da sind schon ein paar kritische Geschichten hörbar geworden. Pater Hagenkord, nun vielleicht aus Ihrer Sicht noch eine Antwort. Vielleicht können Sie auch das, was gesagt worden ist, schon mit einbeziehen. Was muss Kirche tun, damit sie der Forderung, die im Referat von Professor Filipović geäußert wurde, um sich einzubringen, nachkommen kann? Wir haben gehört, dass es dazu Kompetenz braucht. Was braucht es noch?

Pater Bernd Hagenkord SJ:

Ich bin Pater Bernd Hagenkord und leite seit fünf Jahren die deutschsprachige Abteilung von Radio Vatikan, war vorher Jugendseelsorger und muss durchaus auch um das werben, was ich tue, denn heute kommuniziert man ganz anders als in der Zeit, in der ich herangewachsen bin. Das wäre auch mein Ansatzpunkt.

Als Journalist möchte ich mit einer negativen Geschichte anfangen, weil die sich so schön verkauft. Die letzte Runde in – nun, Kommunikationsdebakel will ich es nicht nennen, aber – den Kommunikationsschwierigkeiten der katholischen Kirche hier in Deutschland war diese

Kirchensteuernummer, das heißt, dass der Anteil der Kirchensteuer an der Kapitalertragssteuer künftig automatisch eingezogen wird. Das ist legitim und korrekt, aber verkauft und erzählt wurde die Geschichte so, als ob die katholische Kirche nicht darauf hinweist, sondern etwas erzwingt. Genau so wurde die Geschichte dann in den meisten Medien transportiert – und genau so liegt auch ein Kern von Wahrheit darin: Wir haben es noch nicht so wirklich im Blick, dass wir werben müssen. Die typische Antwort der katholischen Kirche ist die, alles auf ein Papier zu schreiben. Das Werben aber, das Dahin-gehen, wo eigentlich die Geschichten gelesen und gehört werden, und nicht nur darüber reden, sondern sich dem auch aussetzen und die Kontrolle darüber abgeben – darauf kommt es an. Papst Franziskus meint dasselbe, wenn er sagt, dass Reform und Revolution im Kopf anfängt und nicht in den Institutionen. Daran müssen wir arbeiten, um dorthin zu kommen: werben.

Prof. Dr. Michael Albus:

Also schlicht und einfach Werbung betreiben. Es wäre natürlich auch eine spannende Frage, wie die „Werbung“ aussehen könnte und welche Elemente sie haben müsste: das Einbringen von Lebensgeschichten, das Einbringen von kultureller Kompetenz und dergleichen mehr? Können Sie das noch ein bisschen verdeutlichen?

Pater Bernd Hagenkord SJ:

Gerne, und zwar aus meinem Arbeitsgebiet. Ich werde ja angefragt, wenn es um Papstgeschichten geht, und die lassen sich alle wunderbar erzählen. Gut, ich habe jetzt auch mit einem Papst zu tun, der das Arbeiten sehr leicht macht, aber das war auch bei seinem Vorgänger so. Sehr viele Interviews gibt es zum Prime-time-Radio, morgens früh zwischen halb sieben und neun Uhr. Allein um den Papstwechsel herum habe ich hunderte davon gegeben, und die Gesprächspartner sind alle heilfroh, wenn man eine Geschichte gut erzählen kann, sich also nicht auf Positionen versteift oder hundertmal Gesagtes oder zu Theologisches wiederholt. Man kann das lernen, das ist Handwerk, und man kann sich dem auch stellen, auch wenn es halb sieben Uhr morgens ist, es lohnt sich.

Geschichten kann man wirklich so übermitteln, auch über Menschen wie Benedikt XVI., der in Deutschland sehr schwer „zu verkaufen“ ist. Das geht.

Prof. Dr. Michael Albus:

Herr Amialchenia, Sie waren ziemlich kritisch, was die Kommunikationsrichtung betrifft. Haben Sie eine Vorstellung, wie sich das in Ihrer Gesellschaft ändern könnte? Was müsste seitens der Kirche geschehen, damit der Kontakt zu den Journalisten besser wird?

Aliaksandr Amialchenia:

Ich denke, dass meine Einschätzung realistisch ist. Entscheidend ist ein Mentalitätswechsel bei unseren Bischöfen und auch Priestern, weil wir ein Modell von Kirche haben, in dem der Bischof in der Diözese oder der Priester in der Pfarrei im Mittelpunkt steht. Ich sage, das ist nicht gut, aber auch nicht schlecht. Wie können wir nun den Mentalitätswechsel schaffen? Ich glaube, wir brauchen dafür die Experten, die eine richtige Medienstrategie entwickeln.

Prof. Dr. Michael Albus:

Sicher müsste auch die Journalistenausbildung verbessert werden. Herr Professor Filipović, bitte direkt dazu.

Prof. Dr. Alexander Filipović:

Ich glaube, man müsste sich auch noch mal darüber unterhalten, warum es vielen von uns als Kirchengliedern so schwer fällt, Geschichten zu erzählen. Es kann natürlich daran liegen, dass es an der Ausbildung mangelt. Die Theologinnen und Theologen, seien es Laien oder Priester, erhalten vielleicht nicht die richtige Ausbildung, um das, was sie tatsächlich glauben, in eine Geschichte packen können. Und es ist doch unser aller Erfahrung, dass es die Geschichten sind, die wir hören, und zwar besonders von den Menschen, denen wir etwas verdanken, die wir sym-

pathisch finden, die uns nahe sind – die bleiben bei uns hängen. Von dort haben wir auch unseren Glauben. Es sind die Geschichten, die uns unsere Eltern erzählt haben, als wir klein waren, oder die wir, wenn es gut gelaufen ist, im Raum der Kirche erfahren haben.

Damit bin ich bei dem für mich wesentlichen Punkt. Vielleicht können wir keine Geschichten mehr erzählen, weil wir keine Erfahrungen machen, die diesen Geschichten zugrunde liegen. Es gibt also so etwas wie eine Erfahrungsarmut im Raum von christlichem Glauben, die uns gewissermaßen lähmt und verhindert, andere Menschen für den Glauben zu begeistern. Ich will das jetzt auch nicht übersteigern und behaupten, es komme nur auf Geschichte und Erzählungen an, aber ich glaube, dass es ein ganz wichtiges und zentrales Element ist, wie man Medien für pastorale und soziale Arbeiten nutzen kann, nämlich zum Geschichtenerzählen. Und wenn man keine Erfahrungen macht, die diesen Geschichten zugrunde liegen, kann man auch nichts erzählen.

Prof. Dr. Michael Albus:

Wir wissen aus der Rezeptionsforschung ganz genau, dass die komplizierten Sachverhalte und Begriffe, wenn man sie kompliziert und komplex darstellt, nicht ankommen. Über Geschichten jedoch kommen sie an, man kann sie vermitteln. Frau Lacko Vidulić, was gehört Ihrer Meinung nach zur journalistischen Kompetenz?

Lidija Lacko Vidulić:

Also auf jeden Fall eine gute Ausbildung und Spezialisierung. Das heißt, dass man bestimmte Bereiche verfolgt, dass man bestens informiert ist und sich laufend weiter bildet. Selbstverständlich gehört dazu auch die Fähigkeit, Geschichten zu erzählen, also komplexe Zusammenhänge aus konkreten Erfahrungen und Stellungnahmen etwa von Interviewpartnern zu beziehen. Und natürlich ist auch eine ethische Kompetenz wichtig: Der Journalist muss hinter dem stehen, was er macht, mit seiner ganzen Persönlichkeit.

Prof. Dr. Michael Albus:

Herr Professor Filipović, Sie haben eben gesagt, einer der wichtigsten Punkte sei es, Geschichten zu erzählen. Welche weiteren wichtigen Punkte sind zu beachten, wenn die Medien etwas erfolgreich vermitteln wollen und sollen?

Prof. Dr. Alexander Filipović:

Das Erzählen von Geschichten bleibt, wenn es darum gehen soll, etwas von Humanität und von der Verbindung des Menschen zu Gott in die säkulare Gesellschaft einzubringen, die wirkungsvollste Methode. Eine andere Ebene ist der Informationsjournalismus, auf der es tatsächlich einfach um eine grundständige Information der Öffentlichkeit geht, was ja auch passiert. Soweit ich es verfolge, ist der Journalismus durchaus auf diesem „story-telling-trip“, das heißt, Journalisten versuchen, die Nachrichten, die sie vermitteln wollen, auch in Geschichten zu packen, sie personalisieren diese. Jetzt würde es eben darauf ankommen, auf welcher Ebene man diese Geschichten anlegt. Bei dem, was Pater Hagenkord erzählt, geht es eigentlich in die Richtung von populären Geschichten, also von Pop. Die Kirche müsste sozusagen das, was in diesem populären kulturellen Raum geschieht, erzählen. Dazu braucht man meines Erachtens die Erfahrungen eines Jugendseelsorgers oder Arbeiterpriesters. In diesen Bereichen, glaube ich, passieren wichtige Dinge.

Prof. Dr. Michael Albus:

Können Sie das an einem konkreten Beispiel deutlich machen? Ich mache dieselbe Erfahrung in der Arbeit mit Studierenden und musste mir ein völlig neues theologisches „Wörterbuch“ zurechtlegen.

Prof. Dr. Alexander Filipović:

Das Thema schlechthin liegt in allen großen Erzählungen vor: Schuld – Buße – Sühne. Da wird jemand schuldig, muss dann wieder reintegriert werden und so weiter und so weiter. Das finden Sie in jedem großen

Kinofilm und in Fernsehserien. Da kommen wir mit unserem Beichtvokabular nicht weit. Ich habe einmal eine Ethik-Magisterarbeit gelesen, in der es um „Star Trek“ ging und genau diese Thematik verarbeitet wurde. Man muss das nicht in jeder Predigt zitieren, aber die Vorstellungen, die sich daraus bilden, drücken sich in der Sprache aus, die wir dann in den Medien verwenden müssen.

Ich erzähle Ihnen dann auch eine Geschichte. Bei RTL ist jetzt gerade eine Fernsehsendung mit dem Titel „Adam sucht Eva“ angelaufen, „Adam looking for Eve“. Zuvor ist sie in den Niederlanden gelaufen – dann ahnen Sie vielleicht schon, worum es geht. Es ist eine „Nacktdating-Sendung“, das heißt, eine Frau und ein Mann werden auf eine Insel geschickt, müssen sich treffen und herausfinden, ob sie sich sympathisch sind. Beide Personen sind splitterfasernackt: Adam sucht Eva. Daran sieht man, was in dem Pop-Diskurs, so wie wir ihn jetzt mal nennen, mit den Grundideen „Adam“, „Eva“, „Nacktheit“, „Beziehung“, „Sich kennenlernen“ geschieht. Was macht den Menschen aus, ist es die Kleidung? Was bedeutet der Körper eigentlich für das Kennenlernen? Wenn jetzt ein Kirchenvertreter zu dieser Sendung etwas sagen soll, dann erhält man aller Voraussicht nach eine Moralpredigt nach dem Motto: „Das geht gar nicht, Nacktheit verdirbt unsere Sitten, alles geht den Bach runter.“ Ich glaube zwar nicht, dass mit dieser Darstellung Moral und Sitte verfallen, denn ich halte das Ganze für relativ harmlos, aber eine andere Geschichte wäre doch viel interessanter: Was verbinde ich denn mit Adam und Eva? Was verbinde ich mit einer Situation, in der sich zwei Menschen ohne irgendetwas, ohne teure Kleidung, ohne Gebäude, ohne Zivilisation begegnen? Dazu müssten wir doch als Christinnen und Christen etwas sagen können, oder? Also was ist es, das die Verbindung zwischen zwei Menschen eigentlich herstellt? Genau diese Geschichte würde ich gerne hören, von einer Theologin oder einem Theologen.

Lidija Lacko Vidulić:

Also ich würde nur sagen, dass es sehr schön wäre, wenn Herr Filipović einmal als Berater zur kroatischen katholischen Kirche käme.

Prof. Dr. Michael Albus:

Herr Amialchenia, wie wirkt diese Diskussion auf Sie? Sie kommen ja aus einem relativ rigiden Kommunikationsraum, was den kirchlichen Journalismus betrifft.

Aliaksandr Amialchenia:

Mein Kollege hat gesagt, dass wir ein bisschen populär sein müssen. Ich glaube, in Osteuropa hat die Kirche noch einen weiten Weg vor sich. Viele haben einfach Angst vor den Journalisten, auch Bischöfe und Priester. Wir müssen lernen, diese Angst zu überwinden. Wir sind im Moment im Osten noch auf einem total anderen Niveau. Wir lernen noch diese ganz grundlegenden Dinge, auch im Journalismus und selbst in der Kommunikation. Das gilt für die ganze Gesellschaft in Weißrussland, und darüber muss ich Ihnen ja nichts erzählen. Die Kirche dort befindet sich in einer ziemlich bequemen Lage, denn sie übt am Staat keine Kritik und wird umgekehrt daher auch nicht kritisiert. Für mich ist das alles, was hier gesagt wurde, sehr interessant, aber ich muss nochmal betonen: Wir sind in Weißrussland auf einem völlig anderen Niveau.

Prof. Dr. Michael Albus:

Professor Filipović, wir haben damit ganz deutlich ein Gefälle beschrieben – ein Ost-West-Gefälle oder West-Ost-Gefälle, je nachdem, aus welcher Perspektive man das sieht. Welche konkreten Punkte würden Sie vorschlagen, damit dieses Gefälle nicht so steil ist und allmählich abgeflacht werden kann?

Prof. Dr. Alexander Filipović:

Wenn man von kulturellen Resonanzräumen spricht, in denen Geschichten über den Glauben zirkulieren, dann muss man natürlich beachten, dass es unterschiedliche kulturelle Räume gibt. Ich würde tatsächlich sagen, ohne Ost- und Mitteleuropa genau zu kennen, dass sich die Räume im Hinblick auf Geschichten, die erzählt werden, unter-

scheiden. Da passiert es natürlich, dass Geschichten verstanden werden und andere nicht. Eine andere Ebene bezieht sich auf – und ich finde es interessant, dass es hier angesprochen worden ist – das Mediensystem, das sich ja in vielen dieser Länder als freies und demokratisches Mediensystem gerade erst entwickelt. So liegt dann tatsächlich eine ganz andere Situation vor, und da kann man vielleicht noch keine Geschichten erzählen, wie ich das jetzt gemeint habe. Dort ist die erste Ebene ein professionell und handwerklich gut gemachter Journalismus, und professionelle Journalistinnen und Journalisten müssten auch kirchlicherseits gefördert, ausgebildet, unterrichtet werden mit dem, was Kirche bedeuten kann und bedeutet. Parallel dazu muss man sehr klar für ein offenes und freies Mediensystem eintreten, damit es einen gebührenden Platz in einer freien Gesellschaft einnimmt.

Pater Bernd Hagenkord SJ:

Aber es sollte doch nicht zu sehr der Schwerpunkt „lernen“ herausgehoben werden! Mir ist das jetzt etwas zu positiv geworden, denn es liegt ja auch ein wenig Gefahr darin. Ich merke das auch, wenn ich über Papst Franziskus spreche. Der erzählbare Teil, die Nähe, das Lachen, der nach oben gestreckte Daumen: All diese ganzen positiven Sachen sind sofort da, die können auch die meisten Menschen, selbst die, die mit Kirche nichts am Hut haben, sofort identifizieren, das ist sofort erzählbar. Aber das ist ja nicht der ganze Papst oder nicht die ganze Kirche, sondern es gibt auch eine ganz prophetische Dimension, die uns eigentlich mächtig gegen den Strich gehen sollte – also arme Kirche für die Armen und so weiter und so weiter. Das ist dann komplett weg! Das lässt sich kaum erzählen bzw. wird in den Erzählungen ausgeblendet, und das ist die große Gefahr. Wir dürfen das eben nicht tun, weil es zur Erzählung dazugehört. Das ist unglaublich viel schwerer zu erzählen, weil man dann plötzlich aus dem gegebenen Interview zum Schluss weggeschnitten wird, denn es ist dann irgendwie zu anstrengend – es darf aber keinen Fall unter den Tisch fallen.

Prof. Dr. Michael Albus:

Nicht zu viel lernen, aber bitte doch ein wenig! Ich denke an die „prophetische Dimension.“ Diesen Begriff haben Sie gebraucht. Wenn ich vor Studierenden aller Fakultäten davon spreche, fragen sie, was das für ein Begriff ist. Die Allerwenigsten kennen ihn. Was ist darunter zu verstehen?

Pater Bernd Hagenkord SJ:

Ich meine damit schlichtweg, dass man nicht mit allem einverstanden sein und sich nicht anpassen muss. Dass es gewisse Dinge gibt, wo man aufstehen muss und „Nein“ sagt. Wenn dieser Papst zum hundertfünfzigtausendsten Mal sagt, er ist für den Schutz des ungeborenen und des alt werdenden Lebens – und das wiederholt er im wöchentlichen Rhythmus –, dann kommt es so nicht wirklich rüber, dass es Teil seiner Kernbotschaft ist! Oder dieser berühmte Satz „Diese Wirtschaft tötet“ – eigentlich müsste der uns richtig quer liegen. Eigentlich müssten wir wie viele Menschen in den USA richtig ärgerlich und zornig sein auf diesen Papst, weil er unserem Wirtschaftssystem, auf dem wir ja unseren Wohlstand aufbauen, so richtig einen Schlag versetzt. Aber das geschieht nicht; es fällt in der Erzählung irgendwie weg – und genau das meine ich damit.

Prof. Dr. Michael Albus:

Die prophetische Dimension hat auch Bischof Fürst angedeutet. Außerdem sprach er von Glaubwürdigkeit. Das Thema möchte ich ganz gerne noch ansprechen. Da besteht ein Gefälle. Auf der einen Seite, das weiß man auch unter Journalisten, ist es häufig so, dass die Kirche hohe moralische Forderungen an andere stellt, denen sie auf der anderen Seite aber selber kaum entspricht. Wie soll man mit so etwas umgehen? Wie kann man da vorankommen, Herr Filipović?

Prof. Dr. Alexander Filipović:

Letztlich geht es nur mit einem Aufräumen, mit einem eigenen Schuld- eingeständnis, einer Transparenz in die eigene Schuldigkeit. Dass man

die eigene Schuldigkeit, die in der Kirche natürlich vorkommt, thematisiert und nicht ausspart – das ist die Grundbedingung für eine authentische Kommunikation. Ich bin immer kritisch, was diesen Vorwurf der Doppelmoral angeht, denn wenn Doppelmoral das Allerschlimmste ist, dann kann niemand mehr eine moralische Forderung stellen; wir kennen ja Geschichten aus der Bibel, die genau diese Geschichte erzählen. Mit anderen Worten: Man kann selber an den moralischen Forderungen scheitern, die man an andere stellt. Aber dann muss man auch zugeben, dass man daran gescheitert ist, und muss es aufdecken, denn erst danach kann man auch authentisch und ethisch gehaltvoll kommunizieren.

Prof. Dr. Michael Albus:

Ich will einmal versuchen, langsam in die Schlussstrecke unserer Diskussion hineinzukommen. Nachdem, was wir bis jetzt diskutiert haben, stelle ich noch einmal die Frage, und zwar zugespitzt und verschärft: Was muss in den jeweiligen Feldern der journalistischen und kirchlichen Kompetenz geschehen? Was gehört auf eine Prioritätenliste, damit sich etwas zum Positiven verändert? Denn der Graben ist nach wie vor da. Das kann jede Journalistin und jeder Journalist bestätigen.

Lidija Lacko Vidulić:

Da fragen Sie mich jetzt, was ich persönlich machen kann. Es geht nicht darum, was die Priester und die Kirche machen müssten – der Staat müsste handeln. Ich persönlich denke, dass schon viel gewonnen ist, wenn ich nicht in das übliche Polarisierungsschema gerate. In der kroatischen Öffentlichkeit ist alles leider polarisiert, rechts oder links, nationalistisch oder jugo-nostalgisch, kirchenfreundlich oder kirchenfeindlich, sehr vereinfacht. Meine Aufgabe als Journalistin sehe ich darin, einfach offen zu sein und möglichst differenziert zu berichten. Vielleicht ist das nicht viel, aber unter kroatischen Verhältnissen schon eine ganze Menge, denn es gibt in der kroatischen Öffentlichkeit und den Medien nur wenige Orte, wo man sich wirklich austauschen kann, jenseits der erwähnten Polarisierung. Es ist sehr gut, wenn ich immerhin die Möglichkeit

habe, im öffentlich-rechtlichen Hörfunk Menschen in die Sendung einzuladen, die alternative Meinungen vertreten, quer zum gerade dominanten öffentlichen Diskurs; dies fehlt uns sonst weitgehend.

Prof. Dr. Michael Albus:

Vielen Dank! – Herr Amialchenia, Sie haben das Wort.

Aliaksandr Amialchenia:

Zwei Sachen sind nach meiner Meinung auf dieser Etappe wichtig: Die Kirche überwindet ihre Angst vor den Journalisten und ihre Angst vor den Medien. Außerdem müssen die Experten im Glauben verwurzelt sein.

Prof. Dr. Michael Albus:

Pater Hagenkord, was fällt Ihnen auf diese Frage konkret ein?

Pater Bernd Hagenkord SJ:

Zwei Dinge, die zusammenhängen. Vor drei Jahren habe ich begonnen, für den Sommer eine kleine Serie zu machen. Ich fahre eineinhalb Wochen durch ein abgegrenztes Gebiet und mache eine kleine Geschichte aus dem Alltag der Kirche. Es sind Geschichten, die sonst normalerweise überhaupt nicht erzählt werden, aber dadurch, dass es eine Reihe ist, gewissermaßen an einer Perlenschnur aufgezogen, kann man alles senden. Natürlich ist die Idee nicht sehr originell, aber wir haben es halt gemacht, weil sonst im August in Rom ja nicht so viel los ist. Also gab es jeden Tag eine Sendung, 30 Sendungen hintereinander. Ich habe das als Lernprozess bei mir selber erlebt und noch einmal die Neugierde in mir entdeckt, weil es nämlich, wie gesagt, Geschichten sind, auf die ich normalerweise nie gekommen wäre. Es sind Geschichten, wie Menschen ihren Glauben leben und wie das so mit der Kirche läuft, also nicht die großen Themen, sondern oft ganz einfache Dinge. Dieses Neugierig-werden, was eigentlich die Kirche ist – das habe ich erzählt, und darauf kommt es an. Warum? Weil – ich sage das jetzt ganz offen –

wir Deutschen ja zu wissen glauben, was Kirche ist. Das ist ein unglaubliches Schlachtfeld, aber alles sehr abstrakt. Stattdessen gilt es, konkrete Geschichten zu erzählen: Darauf kommt es an.

Das zweite ist – und da wird es dann ein bisschen abstrakter – die Ausbildung. Ich merke das in meiner eigenen Redaktion. Meine Redaktion sagt mir das immer, denn es soll Fortbildungen geben, um mehr zu erfahren und mehr zu lernen. Journalistenausbildung allein schon im kirchlichen Bereich ist wahnsinnig schwer. Wer weiß schon, was ein Apostolischer Protonotar ist? Das muss man alles erst einmal nachschlagen, aber von uns wird erwartet, dass wir das live und fehlerfrei in der Sendung erklären können. Ausbilden ist also ganz wichtig – journalistisch, kirchlich, theologisch, menschlich, und außerdem die Neugierde neu wecken. Letztlich sind das alles Bildungsfragen, und darauf kommt es an.

Prof. Dr. Michael Albus:

Ja, aber doch nicht nur, oder? – Herr Filipović, bitte Ihre Position.

Prof. Dr. Alexander Filipović:

Ich würde grundsätzlich sagen: mehr Medienethik. In diesen Bereich muss viel mehr investiert werden. Was steckt etwa hinter dem menschlichen Mediengebrauch an Sittlichkeit und Ethos? Wo gibt es Punkte, die wir kritisieren müssen? Alles das gehört meiner Meinung nach als wesentliches Element in den heutigen diakonischen Dienst der Kirche, egal ob jetzt in Ost-, Mittel- oder Westeuropa.

Dann hätte ich noch eine sehr konkrete Bitte: Ich möchte, dass beispielsweise jeder zweite Bischof twittert. Man muss diese horizontale Kommunikation zumindest einüben, es muss ja nicht gleich perfekt sein. Es gibt, glaube ich, in der Deutschen Bischofskonferenz nur drei Bischöfe, die twittern, und von denen macht es eigentlich nur einer gut – das ist viel zu wenig. Ich möchte sehen, wenn ein Bischof nach Afrika reist, mit wem er gesprochen hat, und möchte ein Bild davon



sehen. Diesem Twitterkanal folgen dann von heute auf morgen 20.000 Leute – das ist doch ein Kanal, den man nutzen muss, und es sollte auch möglich sein.

Prof. Dr. Michael Albus:

Unsere Diskussion war die Momentaufnahme einer Umbruchsituation, insofern die Feststellung einer kritischen Situation. Es bieten sich in dieser Zeit Möglichkeiten für neue Lösungen. Die Krise ist also nicht nur negativ zu sehen. Vielen Dank für die Offenheit und Kompetenz, die hier zutage getreten ist. Es tut immer gut, wenn man das als Journalist erfährt.

Aus aktuellem Anlass – die Krise in der Ukraine

Mitwirkende: Dr. Gerhard Albert, Freising
Dr. Sergii Bortnyk, Kiew
Bischof Stanislav Šyrokoradjuk OFM, Charkiw
Andrij Waskowycz, Kiew

Moderation: Prof. Dr. Michael Albus, Heidesheim

Prof. Dr. Michael Albus:

Wir haben aus aktuellem Anlass die Situation in der Ukraine, die uns ja alle sehr bewegt, als Expertendiskussion in das Programm mit aufgenommen. Ich möchte Sie darum bitten, dass Sie sich bei Ihrer ersten Wortmeldung selber vorstellen.

Ich bin in der letzten Woche ein paar Tage in der Ukraine gewesen, habe viele Gespräche geführt und auch vieles gesehen. Mein Eindruck ist, dass wir von dem Konflikt in der Ukraine im Grunde genommen nur Klischees erfahren und nicht zureichend wissen, was in diesem Land vor sich geht. Ich habe ganz viele neue Dinge gelernt, die ich vorher nicht gewusst habe und die uns auch kein Medium mitteilt. Das war dann auch ein Grund dafür, dass wir in unserer Zeitschrift OST-WEST. Europäische Perspektiven in diesem Jahr noch ein Themenheft zur Ukraine gestalten werden.²

1 Die Diskussionsrunde wurde aufgrund der dramatischen Entwicklungen in der Ukraine zusätzlich in das Programm des Kongresses aufgenommen.

2 Das Heft ist erschienen als Ausgabe 4/2014 mit dem Titel „Ukraine? – Ukraine!“, die Beiträge können unter <https://www.owep.de/ausgabe/2014-4> eingesehen werden.

Bei meinen Gesprächen in der Ukraine wurde auch immer wieder die Rolle der Medien angesprochen. Besonders in Erinnerung geblieben ist mir ein Mitarbeiter der Caritas, verantwortlich für die Versorgung der Binnenflüchtlinge, über deren Schicksal wir hier in Deutschland kaum etwas wissen. Er sagte zu mir: „Die Medien lügen professionell.“ Und dann zitierte er zu meinem großen Erstaunen Joseph Goebbels: „Je größer die Lüge, desto glaubwürdiger ist sie.“ Ich stelle an die Mitglieder auf dem Podium die Frage, wie sie die Rolle der Medien beurteilen. Vielleicht beginnen Sie, Herr Bortnyk?

Dr. Sergii Bortnyk:

Vielen Dank. Kurz zu meiner Person: Ich lebe seit Januar dieses Jahres in der Ukraine und bin Mitarbeiter des Außenamtes der Ukrainischen orthodoxen Kirche (des Moskauer Patriarchats) in Kiew. Vorher habe ich in Deutschland studiert und meine Dissertation abgeschlossen. Den „Euromajdan“ in Kiew habe ich z. T. selbst erlebt. Die Menschen auf diesem Platz haben oft gesagt oder gerufen, wenn sie Vertreter russischer Medien gesehen haben: „Sagen Sie bitte die Wahrheit!“ Wenn man in Kiew ist und die Situation mit eigenen Augen sieht und dann die Berichte in den russischen Medien verfolgt, dann erkennt man schon Unterschiede! Vor zehn Jahren habe ich auch schon erlebt, wie unterschiedlich die russischen Medien über bestimmte Dinge berichten. Informationen über die aktuelle Situation in der Ukraine bekomme ich durch meine Bekannten, zum Beispiel über Facebook, aber nicht durch die öffentlichen Medien Russlands oder der Ukraine. Das ist leider die Realität.

Prof. Dr. Michael Albus:

Danke! – Herr Bischof, schildern Sie bitte Ihre Sicht.

Bischof Stanislav Šyrokoradjuk OFM:

Viele kennen mich noch als Weihbischof in Kiew. Ich bin seit drei Monaten Bischof in Charkiw, habe aber den Majdan, die so genannte Revolu-

tion, in Kiew noch selbst miterlebt. Als Verantwortlicher für die römisch-katholische Caritas weiß ich auch um das Leid der Menschen in der Ukraine. Was die Medien angeht, herrscht ein ziemliches Durcheinander. Ich vertraue darauf, dass wir durch die katholischen Medien richtige Informationen erhalten. Bei den verschiedenen staatlichen Kanälen kann man ziemlich leicht unterscheiden, welche Kanäle objektive Informationen liefern und welche nicht – das gilt besonders für die russischen Sender. In der Ukraine, das möchte ich betonen, haben wir ziemlich gute Journalisten, gute Medien und sind zufrieden über die Informationspolitik.

Prof. Dr. Michael Albus:

Das war eine sehr klare Stellungnahme. – Herr Waskowycz, Ihre Meinung?

Andrij Waskowycz:

Ich bin der Präsident der griechisch-katholischen Caritas in der Ukraine und muss sagen, dass die Medien in der Ukraine im Zusammenhang mit dieser Krise eine außerordentliche Rolle spielen. Das gilt sowohl in der Ukraine als auch in Russland und auch für die westlichen Medien. Wir sprechen hier eigentlich von zwei Ebenen von Kriegen. Es geht um einen physischen Krieg, der auf dem Territorium der Ukraine stattfindet, um gewaltsame Auseinandersetzungen und Gefechte, und auch um einen Propagandakrieg. Wenn wir von genauen oder ungenauen Informationen sprechen, dann ist das das Eine. Hier geht es aber um ganz gezielt eingesetzte Propaganda, um die Menschen in ihrer Möglichkeit, die Dinge zu beurteilen, einzuschränken. Diese Propaganda wird als Mittel der Entmündigung der Menschen eingesetzt, damit sie nicht mehr in der Lage sind, richtige Entscheidungen zu fällen. Die Menschen werden gezielt falsch informiert, und das hat natürlich negative Auswirkungen nicht nur für das Land, dessen Propaganda die eigene Bevölkerung berieselt, sondern auch für das Nachbarland, in dem der Konflikt ausgetragen wird. Denn auf diese Propaganda muss man mit Kontrapropaganda antworten – und das ist das Problem.

Die Medien in der Ukraine, so wie ich sie heute erlebe, sind noch einigermaßen objektiv, versuchen, vielseitig zu sein, versuchen, die Dinge aus verschiedenen Perspektiven auszuleuchten. Das heißt, wir sehen und erleben in der ukrainischen Medienlandschaft keine staatlichen Einschränkungen. Was nun in der Ukraine passiert ist, geschah durch den Einfluss des russischen Fernsehens, das in die Ukraine gesendet und die Dinge und Realitäten in der Ukraine falsch dargestellt hat, sodass es notwendig wurde, es in einigen Gebieten abzuschalten. Ich hoffe, diese Auseinandersetzung der Medien führt dazu, dass die Menschen die Möglichkeit haben, sich kritisch mit den Ereignissen auseinanderzusetzen und sich öffnen zu können für das, was im Lande und in ganz Europa geschieht. Die einzige Möglichkeit besteht in der Informationsfreiheit.

Prof. Dr. Michael Albus:

Herr Bortnyk, Sie wollten direkt etwas dazu sagen.

Dr. Sergii Bortnyk:

Ich möchte das etwas erläutern. In der Ukraine ist eigentlich ukrainisch die Sprache der Bevölkerung, aber im Osten sprechen die Menschen meistens russisch und vertrauen deshalb auch den russischen Medien. Genau das ist der Kern des Problems. Außerdem gibt es noch ein Problem, und zwar, wenn wir über die Kirche sprechen, also die orthodoxe Kirche. Sie vertritt wie viele andere in Russland die Idee einer „russischen Welt“, also die Vorstellung, dass es eine russische Zivilisation gibt, deren Kern natürlich die russische Sprache und russische Kultur bilden. Es ist wichtig zu verstehen, dass das bereits länger existiert und die Menschen deswegen so leicht diese manipulierte Information akzeptieren.

Prof. Dr. Michael Albus:

Herr Dr. Albert, ich gehe mal davon aus, dass Sie weniger ukrainische Medien sehen, sondern eher die Medien in Deutschland verfolgen.

Andererseits verfügen Sie als Geschäftsführer von Renovabis über eine Menge Hintergrundwissen zur tatsächlichen Situation in der Ukraine. Was fällt Ihnen in der deutschen Medienlandschaft in der Berichterstattung zu diesem Konflikt auf?

Dr. Gerhard Albert:

Generell gilt ja für das, was wir hier diskutieren, das berühmte Diktum, dass in einem Krieg – und es handelt sich ja wenigstens zur Zeit um einen Krieg – das erste Opfer die Wahrheit ist. Und das lässt sich leider auf allen Seiten mit unterschiedlicher Intensität, das muss ich zugeben, beobachten. Deswegen ist der Rezipient von Nachrichten, die uns direkt oder indirekt erreichen, natürlich vorgewarnt. Aber ich möchte das nicht diskutieren, weil das sehr viel Detailkenntnis, die ich nicht mitbringe, erfordern würde.

Ein anderes Problem, das hierzulande glücklicherweise offen in den Medien diskutiert werden kann, ist die Frage, wie weit und in welchem Umfang auch immer unsere eigenen Medien beeinflusst werden. Ich habe vor Kurzem in einer der letzten Nummern der Zeitschrift „Osteuropa“ einen inhaltsreichen Artikel gelesen, der deskriptiv und ohne Polemik beschreibt, auf wie vielen verschiedenen Ebenen der russische Staat und die russische Führung seit Jahren Public Relations-Arbeit in Deutschland betreiben, vor allem gegenüber den Medien.³ Das ist ein Komplex, der bei uns am Anfang der Ukraine-Krise nicht beachtet wurde, aber zunehmend doch reflektiert wird, und zwar nicht in dem Sinne, dass ein anderer Staat nicht das Recht hätte, seine Sicht der Dinge der öffentlichen Meinung eines anderen Staates zu vermitteln, was ja in Ordnung ist – aber die Mittel und Wege, wie das geschieht, sollte man genau kennen. In diesem medialen Wettbewerb hat die Ukraine als Staat weitaus geringere Möglichkeiten, vorerst und vielleicht auch auf längere Zeit. Daher ist deutlich zu spüren, dass wenigstens anfänglich in der Berichterstattung in

3 Vgl. die Beiträge des Heftes 5-6/2014 der Zeitschrift „Osteuropa“ mit dem Themenschwerpunkt „Zerreißprobe Ukraine: Konflikt, Krise, Krieg“.



Deutschland ein gewisser Überhang an einer unkritischen Sicht der russischen Aktionen vorhanden war.

Prof. Dr. Michael Albus:

Das kann man durchaus emotionslos so sagen.

Dr. Gerhard Albert:

Inzwischen hat es sich eingependelt. Wir sind natürlich davon abhängig, wie objektiv die Informationen sind, die wir bekommen. Gott sei Dank haben wir ein Partnernetz, und zwar, wie ich betonen möchte, in allen wichtigen Kirchen in der Ukraine, in der römisch-katholischen, in der griechisch-katholischen und auch in den orthodoxen Kirchen, das es uns ermöglicht, authentische Informationen zu bekommen. Diesem Anliegen dient ja auch dieser Kongress und diese aktuelle Stunde, die wir heute eingeschaltet haben.

Prof. Dr. Michael Albus:

Ich mache jetzt einen Schnitt. Wir werden nicht weiter über die Rolle der Medien diskutieren, sondern konkret die Frage stellen, ob die Kirche konkrete Hilfe in dieser Situation leistet. Weil das alles hier nicht so bekannt ist, wäre es schön, wenn wir von zwei konkreten Beispielen erfahren würden, deren Dimension die Schwierigkeiten und die Notwendigkeit der Hilfe verdeutlichen. Herr Waskowycz, zuerst Sie, und dann Herr Bischof Šyrokoradjuk.

Andrij Waskowycz:

Ich glaube, es ist eine ganz große Herausforderung, vor der die ukrainische Gesellschaft, die Kirche und die Caritas stehen. Lassen Sie mich kurz Zahlen anführen, die die Dimension beschreiben, um die es heute geht. Nach Angaben vom 28. August dieses Jahres haben wir heute in der Ukraine 230.000 Binnenflüchtlinge, also 230.000 Menschen, die aus ihrer Heimat weggehen mussten, weil dort, wo sie leben, geschossen wird, weil dort Gefechte stattfinden, weil dort die Gebiete bombardiert werden, weil dort gewaltsame Auseinandersetzungen stattfinden. Wir haben weitere 200.000 Menschen, die vor diesen erschreckenden Geschehnissen ins Ausland geflohen sind. Wir haben fernerhin 3,9 Millionen Menschen, die weiterhin in den Gebieten leben, wo heute gewaltsame Auseinandersetzungen und Gefechte stattfinden. Diese Menschen befinden sich in einer unheimlich prekären Situation. Es fehlt an Wasser in großen Teilen dieser Gebiete, denn die Wasserversorgung ist zusammengebrochen; es fehlt an Lebensmitteln, weil diese nicht mehr in diese Gebiete hinein geliefert werden können. Die Stromversorgung ist unterbrochen, sodass die Lebensmittelläden, die noch beliefert werden können, keine Kühlaggregate haben, um die Nahrungsmittel, die nicht haltbar sind, haltbar zu machen.

Die Menschen sind, um es auf den Punkt zu bringen, teilweise verzweifelt und terrorisiert – und das ist nicht nur eine Frage der ideologischen Auseinandersetzung. Hier wurde gezielt ein System aufgebaut, das Terror auf der Straße beförderte. Waffen wurde verteilt, auch an das Subproletariat, das keine Perspektiven hatte, und man hat diesen Leuten gesagt: „Ihr könnt rauben, ihr könnt hier herrschen, damit Chaos entsteht.“ Das Ziel ist natürlich, die Situation zu destabilisieren und der Regierung in der ukrainischen Hauptstadt keine Möglichkeit zu geben, die Ordnung wieder herzustellen. So sieht die Situation aus, vor der wir stehen und auf die wir als Caritas und Kirche antworten müssen. Unsere Antwort lautet: Wir haben eine Struktur im Osten des Landes aufgebaut, die vor allen Dingen den Menschen helfen soll, die sich weiter in den umkämpften Gebieten befinden. Es geht darum, wie wir es vor dem Heranrücken des Winters gewährleisten können, dass die Menschen im Warmen sind, indem die Gebäude, die zerstört wurden,

wieder repariert werden. Die Flüchtlinge, die sich in der Westukraine befinden, werden dort von der Caritas versorgt; wir haben konkrete Programme, um diese Versorgung zu gewährleisten.

Prof. Dr. Michael Albus:
Herr Bischof, Ihre Sicht?

Bischof Stanislav Šyrokoradjuk OFM:

Eine gute Frage: Was tut die Kirche? Und noch eine Frage: Was soll die Kirche tun? Das ist sehr wichtig zu verstehen. Wir denken über globale Probleme. Aber die Kirche kann globale Probleme nicht lösen. Wir können nicht vergessen, dass die Kirche ihre eigenen Aufgaben hat, die sie erfüllen muss. So haben wir zum Beispiel auf der Krim okkupierte Territorien und Okkupanten, aber wir haben dort auch Kirchen und Gläubige. Die Kirche muss dienen, also sich um diese Menschen kümmern – das ist ihre Hauptaufgabe, auch wenn in diesen Territorien Krieg herrscht. Die Kirche fühlt mit allen mit, sie bringt die Menschen zum Gebet miteinander. Egal, von welcher Seite der Konflikt kommt, überall arbeiten unsere Priester, spenden Sakramente oder begleiten die Opfer und ihre Familien bei Beerdigungen. Verstehen Sie, was das Beerdigen in dieser Situation bedeutet? Junge Leute sind tot, und wer spendet Trost? Das ist unsere Hauptaufgabe: Wir sollen bei den Menschen sein, bei unserem Volk. Und wir beten für alle, dass es bald Frieden gibt.

Das Zweite, was Kirche natürlich tun kann und tun muss, das ist Caritas. Herr Waskowycz hat schon gesagt, wie viel möglich ist und was geschieht. Diese humanitäre Hilfe aus Deutschland, aus Polen, dank der Solidarität der Kirchen, die hilft uns wirklich viel. Für diese Solidarität bin ich sehr dankbar. In Charkiw haben wir schon über 120.000 Flüchtlinge. Im Moment organisieren wir noch Lebensmittel, das heißt einmal pro Tag eine warme Mahlzeit. Aber dann kommen auch Leute und fragen, ob es warme Schuhe und Kleidung gibt. Auch darum kümmert sich die Kirche und zwar für alle, egal ob katholisch oder nicht. Wir fragen

nicht, woher die Menschen kommen. Meine besondere Sorge gilt natürlich den Kindern. Heute gibt es leider viele Waisenkinder, und wir helfen den Familien, wo junge Väter gefallen sind. Im Mai haben wir über 40 Kinder von der Krim in unsere Erholungszentren aufgenommen, im Juni und Juli aus Donezk und Lugansk, im September werden weitere von Charkiw kommen. Es geht also immer um die Verbindung von Pastoral und Caritas – das ist es, was Kirche tun kann und tun muss.

Prof. Dr. Michael Albus:

Herr Bortnyk, Sie haben sich zu Wort gemeldet.

Dr. Sergii Bortnyk:

Natürlich sind diese Aufgaben offensichtlich und notwendig, aber ich sehe noch ein Problem. Wir haben eben über die Lüge gesprochen. Ich höre, dass die Menschen, die aus dieser Region im Osten der Ukraine kommen, oft indoktriniert sind. Sie glauben, die Menschen in Kiew und in der Westukraine seien „Faschisten“. Und das ist ein Problem: Sie bekommen zwar Hilfe, sind aber nicht eigentlich dankbar, sondern sagen eher: „Ihr müsst uns helfen.“ Ich vermute, dass sie unter einem Trauma leiden – obwohl sie Hilfe erhalten, bleiben sie unzufrieden und misstrauisch. Sie sind indoktriniert und glauben an Sachen, die gar nicht wahr sind. Es ist daher auch eine wichtige Aufgabe, dagegen anzukämpfen.

Andrij Waskowycz:

Ich halte das für ein ganz wichtiges Problem. Die Hilfeleistungen sollen nicht nur dazu dienen, die Menschen zu versorgen, sondern müssen mit einer bestimmten Haltung geschehen, mit einer Haltung, die darauf ausgerichtet ist, eine Versöhnung im Lande herzustellen. Das ist deswegen notwendig, weil Menschen, wie Sie sagen, indoktriniert sind, weil sie die Dinge falsch sehen. In der individuellen Begegnung mit den Menschen kann man ihnen nicht nur helfen, sondern man kann sie auch verändern. Und das ist eine ganz wichtige Haltung. Hier spielt die Hilfe,

die die Kirchen geben, die die Caritas gibt, eine ganz besondere Rolle. Denn sie geschieht nicht nur wie bei einer Nichtregierungsorganisation in organisierten Formen, sondern auch mit einer Haltung des Herzens: Wo wir helfen, wissen wir, warum wir helfen, denn es geschieht sozusagen aus einer christlichen Haltung heraus, wenn wir auf die Menschen zugehen. Die Kirche hat die Möglichkeit, die Antagonismen, die in der Gesellschaft bestehen, überwinden zu helfen. Sie hat die Möglichkeit, mit den Menschen ins Gespräch zu kommen, und da spielt auch das Verständnis der Kirchen untereinander eine wichtige Rolle. Der Dialog der Kirchen kann viel dazu beitragen, diesen Brandherd mitten in Europa zu löschen.

Danken möchte ich an dieser Stelle auch unseren internationalen Partnerorganisationen. Wir haben sehr viel Solidarität erfahren, damit wir Hilfe leisten können. Und noch einmal zu den Zahlen: Wir haben es mit einem Krieg zu tun, und das zeigt sich daran, dass wir bereits heute, nach wenigen Monaten dieses Krieges, 2.700 Todesopfer betrauern müssen. Wir haben über 7.000 Menschen in den Krankenhäusern, die durch diesen Krieg verletzt wurden. Die Caritas, die in diesem Bereich tätig ist, versorgt diese Menschen in den Krankenhäusern und bemüht sich um sie, dass sie wieder Mut schöpfen können. Es ist schon eine traurige Situation: Die Ukraine war ein friedliches Land, in der alle Konflikte bisher auch friedlich gelöst werden konnten. Und heute sehen wir überall diese Begräbnisse, wo Soldaten und andere Bewaffnete begraben werden, und wir sehen die trauernde Bevölkerung, die konfrontiert ist mit dieser schrecklichen Katastrophe.

Prof. Dr. Michael Albus:

Vielen Dank. Herr Albert, Sie haben sich gemeldet, danach Herr Bischof Šyrokoradjuk und Herr Bortnyk.

Dr. Gerhard Albert:

Ich möchte noch eine Ergänzung machen. Wir haben von 230.000 Binnenflüchtlingen, etwa einer Viertelmillion Menschen, gehört. Das UN-

Flüchtlingshilfswerk hat aber auch noch von einer anderen Viertelmillion gesprochen, nämlich von Flüchtlingen, die in die andere Richtung gegangen sind. Es steht uns, glaube ich, nicht an, hier über deren Motive zu richten; diese Menschen haben sich dorthin geflüchtet, wo sie glaubten, hingehen zu können. Auch Russland hat also jetzt ein Flüchtlingsproblem, über das natürlich weniger offen berichtet wird als über das in der Ukraine. Ich war Anfang Juli in Sankt Petersburg, und wir haben einen kurzen Besuch bei einer orthodoxen Gemeinde gemacht, aus der auch eine Kollegin, die hier im Saal sitzt, Frau Dr. Anna Briskina-Müller, hervorgegangen ist. Es handelt sich um die Gemeinde „St. Anastasia, die Kettenlöserin“; dort haben wir den Geistlichen, Erzpriester Alexander Stepanov, gesprochen. Damals fing das Problem zwar gerade erst an, er sprach allgemein über die Hintergründe des Konfliktes, deutete aber auch seine Besorgnis über die Flüchtlinge an. Ich bin davon überzeugt, dass die Kräfte in der russisch-orthodoxen Kirche, die sich aus christlichem Herzen dieser Menschen annehmen, auf ihre Weise etwas dazu beitragen können, dass auch dort Versöhnung an der Wurzel wieder geschieht. Deshalb glaube ich, dass wir auch in diese Richtung schauen sollten, obwohl wir im Augenblick darüber wenig wissen. Das wollte ich doch noch ergänzen.

Bischof Stanislav Šyrokoradjuk OFM:

Die Kirche muss stets die Wahrheit sagen, immer und überall. Aber es gibt im Moment viele widersprüchliche Aussagen, also eine Wahrheit in Lugansk, eine in Charkiw und so weiter. Die Ukraine hat früher keine inneren Konflikte gehabt, sondern nur Konflikte mit Russland – das müssen wir sagen, egal ob in Kiew oder in Lugansk. Ich kenne das Separatistengebiet, denn es gehört zu meiner Diözese Charkiw. Natürlich ist dort der russische Einfluss immer groß gewesen, aber es gab keine inneren Konflikte. Ich möchte noch etwas sagen: Ich habe Besuche in Krankenhäusern gemacht, in denen schwerverletzte junge Menschen lagen, von allen Konfessionen, und sie haben keinen Hass geäußert. Sie waren sehr ruhig, verhalten sich also wie Christen. Ähnliches habe ich auf Begräbnissen erlebt, wo die Familien ohne Hass waren. Ich hoffe, dass diese Haltung überwiegen wird, damit unsere Bevölkerung im Westen

und Osten der Ukraine zusammenbleibt. Dazu können auch die Kirchen beitragen.

Dr. Sergii Bortnyk:

Eigentlich wollte ich dasselbe sagen, aber noch mit Fakten untermauern. Vor einem Monat habe ich mit dem ukrainischen orthodoxen Bischof aus dem Gebiet von Lugansk gesprochen und ihn direkt gefragt: „Was schätzen Sie, wie viele Menschen, wie viele Ukrainer und wie viele Russen kämpfen auf der Seite der so genannten Opposition?“ Und er hat geantwortet: „Ich vermute, 20 Prozent sind Ukrainer und 80 Prozent sind russische Staatsangehörige.“ Auch das ist ein wichtiger Teil der Wahrheit – es handelt sich also nicht um einen inneren Konflikt der Ukraine, vielmehr ist die Mehrheit dieser Menschen, die im Osten kämpfen, aus Russland gekommen. Das ist auch ein Aspekt der Wahrheit, den ich erwähnen wollte.

Prof. Dr. Michael Albus:

Herr Bischof, Herr Waskowycz: Sie schildern die konkrete aktuelle Hilfe. Ich glaube aber, dass es, wenn der Konflikt dauerhaft gelöst werden soll, noch eine Hilfe vonseiten der Kirche geben muss: eine Art Friedensarbeit bis in die Schulen hinein, damit künftige Generationen in anderen Kategorien denken lernen und ein Krieg wie der jetzige sich nicht mehr wiederholen kann. Haben Sie das auch im Blick? Ich denke an eine Hilfe, die nicht nur im Moment geleistet wird, sondern an eine Hilfe, die eine Struktur zeigt und auf eine mittel- bis langfristige Zukunft gerichtet ist.

Bischof Stanislav Šyrokoradjuk OFM:

Was Kinder und Jugendliche betrifft, kann ich ein schönes Beispiel nennen: Wir haben in unserem Zentrum über 3.000 Kinder pro Jahr, und diese Kinder kommen aus verschiedenen Regionen der Ukraine. Sie leben zusammen, sie beten zusammen und bleiben große Freunde, egal ob sie aus der Krim, aus Donezk, Lugansk oder Charkiw kommen. Ähnliches gilt auch für Jugendliche. Wir planen weitere Programme

dieser Art und haben dafür auch viele Freiwillige, die uns helfen. Die große Partnerschaft mit Renovabis ist dabei sehr wichtig. Die ganz großen Probleme lösen wir damit sicher nicht, aber die Programme gehen in diese Richtung und das macht mir Hoffnung für die Zukunft.

Andrij Waskowycz:

Ich glaube, wenn wir uns diesen Konflikt in der Ukraine anschauen, fehlt eigentlich das Grundmuster. Was in der Ukraine in den letzten Monaten oder im letzten dreiviertel Jahr geschehen ist, das war eine Revolution, die sozusagen einen Umbruch in der Gesellschaft auf der Grundlage neuer Werte herbeiführen wollte, zugleich einen Bruch mit der alten sowjetischen Tradition. Und was waren das für Werte? Das waren die Werte der Solidarität, die Prinzipien der Subsidiarität, die Prinzipien des Gemeinwohls, alles Werte und Prinzipien, die in krassem Gegensatz zu den Prinzipien der alten Sowjetunion gestanden hatten, die ein zentralistisches Wesen war, ein totalitaristischer Staat, der zentral alles geleitet und gesteuert und der die Menschen auf ideologische Prinzipien ausgerichtet hatte, auf materialistisch-ideologische Prinzipien, in denen sie sozusagen funktionieren sollten. Was geschah in der Ukraine? Die Leute wollten neue Prinzipien, die sie mit europäischen Prinzipien identifizierten und die eine andere Gesellschaftsstruktur vorsahen, wo die Menschen frei denken konnten, frei handeln konnten und aktiv sein konnten. Und hier kam nun plötzlich der Zusammenstoß mit einem anderen Konzept, einem Konzept, das in Russland nach und nach eingeführt worden ist und das auch in den Gebieten, die stark durch russische Propaganda geprägt werden, zum Prinzip erhoben worden ist. Genau das war und ist die Auseinandersetzung, die wir heute sehen – eine Auseinandersetzung zwischen den Kräften der Vergangenheit, die auf den Prinzipien des alten Sowjetsystems basieren, also mit einem zentralistischen, ja despotischen Staat auf der einen Seite und den Prinzipien eines Systems, das aufgebaut ist auf demokratischen Werten, auf den Werten der Solidarität und Subsidiarität auf der anderen Seite. Diese Auseinandersetzung ist nicht nur eine innerukrainische oder nur osteuropäische Auseinandersetzung, es ist vielmehr eine globale Auseinandersetzung. Man sieht genau, dass hier ein Staat ver-

sucht, die Agenda der Welt zu verändern und Prinzipien durchzusetzen, die auf Gewalt aufgebaut sind und darauf zielen, das Recht des Stärkeren durchzusetzen. Ich bin davon überzeugt, dass das die falschen Prinzipien sind, und genau dagegen kämpft das ukrainische Volk.

Prof. Dr. Michael Albus:

Herr Bortnyk hat sich noch gemeldet. Ich möchte dann noch zu einem anderen Aspekt kommen.

Dr. Sergii Bortnyk:

Natürlich bin ich einverstanden mit dem, was gesagt worden ist, aber man muss noch etwas begreifen. Was hier gesagt wurde, stimmt nicht so genau. Warum? In der Westukraine gibt es viele kleinere Unternehmen, in der Ostukraine hingegen große Betriebe, in denen 1.000 oder sogar 10.000 Menschen arbeiten. Dort können sich die Menschen kaum so frei äußern wie in den kleinen Betrieben. Das ist auch ein Grund für die unterschiedliche Mentalität zwischen der Westukraine und der Ostukraine – es ist also nicht nur eine Frage, die mit der sowjetischen Vergangenheit zu tun hat, sondern es geht auch um diese Realität des ökonomischen Lebens.

Prof. Dr. Michael Albus:

Vielen Dank! – Ich möchte daran erinnern, dass wir uns auf dem Renovabis-Kongress befinden. Renovabis engagiert sich in der Ukraine seit vielen Jahren. Daher möchte ich – gegen Ende dieser kurzen Diskussion – Herrn Albert fragen: Was tut, in Kenntnis der unterschiedlichen Aspekte, die eben genannt worden sind, Renovabis ganz konkret? Wie ist Ihre Strategie des Helfens?

Dr. Gerhard Albert:

Ich darf sagen, dass wir, seitdem Renovabis existiert, also seit 21 Jahren, an der Seite der kirchlichen Partner in der Ukraine stehen, und ich be-

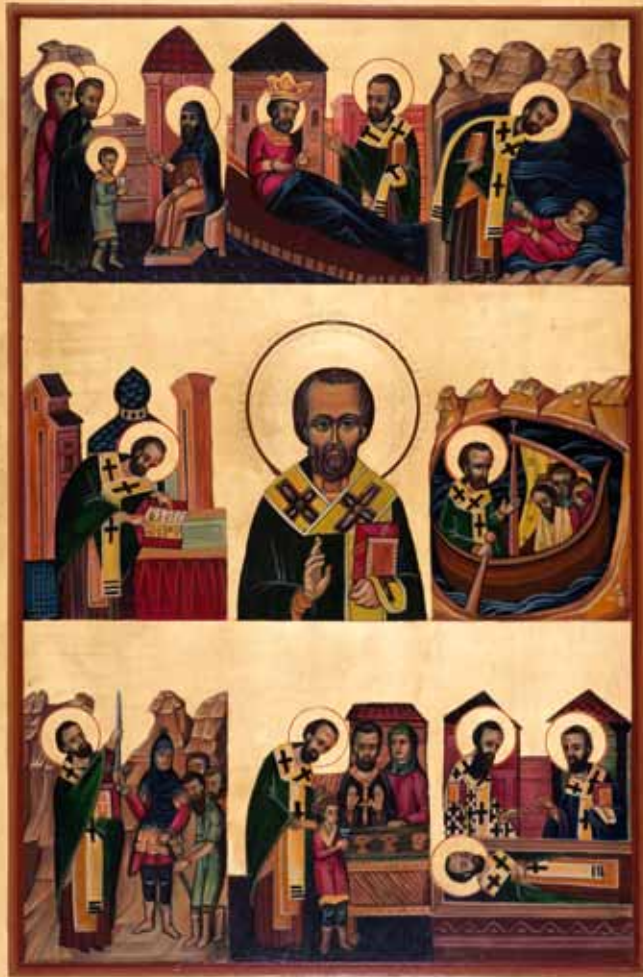
tone: in allen Kirchen, also in der griechisch-katholischen, der römisch-katholischen, auch in der orthodoxen Kirche des Moskauer Patriarchats. Wir werden an der Seite der Partner bleiben, das kann ich zusage, solange es unsere Möglichkeiten erlauben und solange auch die Spender in Deutschland diese Verpflichtung fühlen. Und wir werden alles in unserer Kraft Stehende tun, diesen Weg mit den Kirchen weiter zu gehen. Vorhin war bei Herrn Waskowycz die Rede von der Revolution, von der Abkehr von den alten Werten und der Hinkehr zu den neuen – das hat man auf dem Majdan in Kiew ja gespürt und zu recht die „Revolution der Würde“ genannt. Aber wenn, wie wir alle hoffen, das, was die Ukraine zur Zeit erlebt, der Krieg und die Gewalt einmal überwunden sein werden, dann wird die eigentliche Aufgabe erst beginnen. Die Themen sind sehr deutlich durch den Willen der Menschen gesetzt, aber sie müssen weiter verfolgt werden. Es geht darum, an vielen Stellen Bildungsarbeit zu leisten, und ich denke, dafür sind die Kirchen inzwischen befähigt, da sie sich selbst diese Agenda gegeben haben, zum Beispiel durch den Aufbau der katholischen Universität in Lwiw, durch den Aufbau eines katholischen Schulwesens und den Aufbau eines breiten Netzes der Erwachsenenbildung in den Eparchien und Diözesen.

All diese Projekte hat Renovabis schon über Jahre unterstützt und ich glaube, es ist wichtig, dass wir das jetzt weiter tun. Es kommt auf die Kontinuität an. Die Flüchtlingshilfe, die Tragödie dieser vielen Menschen, wird natürlich in der nächsten Zeit ganz entscheidend die große Herausforderung sein. Wir setzen unsere Hoffnung in erster Linie auf die Arbeitsteilung der kirchlichen Werke, auf das europäische Caritas-Netzwerk für die Grundhilfe und die unmittelbare Hilfe. Aber wir sind auch offen für Projekte in der flankierenden Hilfe für die Flüchtlinge, etwa in Projekten der Arbeit mit traumatisierten Menschen, was in der Ukraine in der nächsten Zeit erst richtig spürbar wird. Bei den Projekten arbeiten wir mit bewährten Partnern zusammen, für die wir unsere Hand ins Feuer legen können. Von der Caritas war viel die Rede. Mit beiden Caritas-Organisationen, für die sowohl Bischof Stanislav als auch Andrij Waskowycz stehen, haben wir viele große Projekte auch in Bereichen, die jetzt erst so richtig in den Blick gekommen sind. Die

Arbeit mit Behinderten, die Gefängnisseelsorge – alles wichtige Themen, die im Moment natürlich etwas hinter der unmittelbaren Bedrohung zurückzutreten scheinen, aber doch wichtig bleiben. Und schließlich die Versöhnung: Die leiblichen und mehr noch die seelischen Wunden, die den Menschen zur Zeit geschlagen werden, sind furchtbar, aber wie wir alle hoffen, werden eines Tages die Waffen schweigen und dann wird es darum gehen, einen Frieden in Gerechtigkeit aufzubauen und die Gesprächswege, die die Kirchen untereinander nicht abreißen lassen dürfen, weiter zu nutzen, um daran zu arbeiten. Und auch hier wollen wir helfen, soweit wir das können.

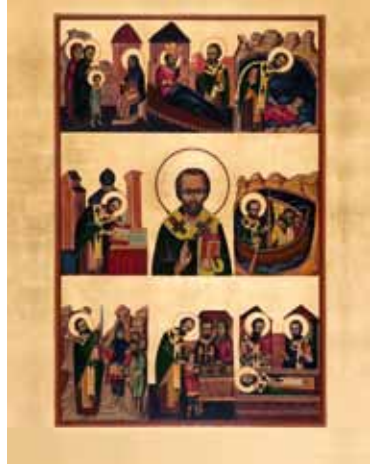
Prof. Dr. Michael Albus:

Vielen Dank! – Wir haben eine ganze Menge gehört, auch an konkreten Details. Wir haben auch Untertöne und Zwischentöne vernommen. Es ist wichtig, dass von einer Institution wie Renovabis noch ein Schub mehr an Informationen für Journalistinnen und Journalisten über die Lage in der Ukraine kommt. Das ist wichtig, wenn Journalisten zutreffend und kompetent berichten wollen und sollen. Danke für Ihr Interesse!



Die neue Nikolaus-Ikone der Solidaritätsaktion Renovabis

*Weihe der Nikolaus-Ikone von
Renovabis am 4. September 2014
im Rahmen der morgentlichen Feier
der Göttlichen Liturgie*



*Chor des Collegiums
Orientale aus Eichstätt*





Kongress- impressionen



Dr. Gerhard Albert, Freising

Einführung in den zweiten Kongresstag

Ganz herzlich darf ich Sie im Namen aller Veranstalter zum zweiten Kongresstag begrüßen. In Rückblick auf den gestrigen Eröffnungstag bleiben sicher einige Themen in Erinnerung. Einige Stichworte möchte ich noch einmal nennen, damit wir sie in die Aussprachen und Diskussionen des zweiten Tages hinein nehmen können:

In das eigentliche Kongressthema hat uns gestern Herr Professor Filipović mit seinem Eröffnungsvortrag eingeführt. Er hat aufgezeigt, welche Herausforderungen und Möglichkeiten für die Kirche bestehen, in dem Kommunikationsraum, den die Medien bieten, ihre Botschaft anzubieten. Chancen, Hindernisse, Herausforderungen, Lernprozesse wurden von ihm aufgezeigt. Hier wie in allem sozialetischen Sprechen der Kirche sind die Begriffe „Authentizität“ und „Glaubwürdigkeit“ ganz zentrale Aspekte. Das medienethische Sprechen nicht nur, aber gerade auch der Kirche hat sich immer an der menschlichen Person zu orientieren. Dies sei, so Professor Filipović, geradezu auch das Proprium, das die Kirche in den medienethischen Diskurs einbringen könnte. Auf dieser Grundlage kann und darf sie der konkreten Gestalt der Medienöffentlichkeit nicht unkritisch gegenüberstehen. Viele Anregungen, die uns gegeben wurden, sind dann in die nachfolgende Podiumsdiskussion eingeflossen, in deren Mittelpunkt die Situation der kirchlichen Medien und der Medienlandschaft insgesamt in verschiedenen Ländern und Teilen Europas stand.

Wir haben danach noch eine außerordentliche aktuelle Stunde zur Lage in der Ukraine eingefügt. Diese war notwendig und wichtig; so ist es uns jedenfalls von allen Beteiligten zurückgemeldet worden.



Heute werden nun die Überlegungen des Hauptthemas fortgeführt. Dazu möchte ich gleich die Moderatorin des Vormittags begrüßen, Frau Sofie Jannusch. Sie wird sich und ihre Tätigkeit kurz selbst vorstellen.

Sofie Jannusch:

Auch ich begrüße Sie ganz herzlich. Ich arbeite für das „Catholic Media Council“ mit Sitz in Aachen, abgekürzt CAMECO; so finden Sie auch unsere Internetseite „www.CAMECO.org“ mit näheren Informationen darüber, was wir tun. Kurz gesagt sind wir eine auf Medienfragen und Kommunikation spezialisierte Beratungsorganisation, in Deutschland als eingetragener Verein organisiert; international sagt man Nichtregierungsorganisation dazu. Ich bin verantwortlich für die Abteilung „Mittel-, Osteuropa und Zentralasien“ und stehe deswegen auch in sehr engem Kontakt mit Renovabis. Einerseits beraten wir die Hilfswerke, also die Geldgeber, bei konkreten Projekten in ihrer Projektpolitik und führen Evaluierungen durch. Wir beraten aber auch Partner in den Ländern selbst. Unter den Gästen auf diesem Kongress sind viele, die schon mit mir gearbeitet haben. Meistens geht es darum, existierende Medien zu analysieren, um festzustellen, was man verbessern kann, und neue Strategien zu entwickeln.

Renovabis hat heute für den Vormittag drei Länderstudien angesetzt. Wir werden nun Kurzreferate hören, die sich mit verschiedenen Aspekten kirchlicher und religiöser Kommunikation in Deutschland, Russland und Polen beschäftigen, und danach darüber diskutieren.

Dr. Christian Klenk, Eichstätt¹

Die kirchliche Medienlandschaft in Deutschland

Das Themengebiet „Religion und Kirche“ erfährt in der Öffentlichkeit in den vergangenen Jahren verstärkt Aufmerksamkeit.

Kürzlich entdeckte ich auf einer Reise in Italien die Zeitschrift „Il Mio Papa“, ein Magazin, das sich alleine Papst Franziskus widmet; es erscheint alle vierzehn Tage in einer Millionen-Auflage. Vergleichbares gibt es in Deutschland nicht, denn so weit reicht die Papst-Euphorie hierzulande nicht², aber auch hier ist Religion in den Medien ein großes Thema und das lässt sich auch mit Studien belegen. So ist gerade eine Untersuchung der Universität Dresden erschienen, die die Berichterstattung über kirchliche und religiöse Themen in den beiden größten überregionalen Zeitungen, der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ und der „Süddeutschen Zeitung“ zwischen 1993 und 2009 analysiert hat. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass der Umfang der Berichterstattung im Zeitraum der Untersuchung deutlich erkennbar zugenommen hat.³ Noch signifikanter zeigt sich das, wenn man die Berichterstattung im Fernsehen anschaut. Seit 2005 hat vor allem die katholische Kirche als Gegenstand der Berichterstattung deutlich an Bedeutung gewonnen. Die Anzahl der Beiträge in den TV-Nachrichten ist



1 Zur Person: Dr. Christian Klenk hat 2013 an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt über das Thema „Zustand und Zukunft katholischer Medien. Prämissen, Probleme, Prognosen“ promoviert und zählt zu den besten Kennern katholischer Medien in Deutschland. Seit dem 1. Dezember 2014 ist er Leiter der Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Zu erwähnen ist außerdem seine Tätigkeit als Redakteur der Zeitschrift „communicatio socialis“.

2 Der Panini-Verlag publizierte 2016 einen deutschen Ableger von „Il Mio Papa“ mit dem Titel „Mein Papst“ in einer Auflage von 250.000 Exemplaren. Der Titel wurde jedoch nach fünf Ausgaben mangels Nachfrage wieder eingestellt.

3 Anna-Maria Schielicke: Rückkehr der Religion in den öffentlichen Raum? Kirche und Religion in der deutschen Tagespresse von 1993 bis 2009. Wiesbaden 2014.

geradezu explodiert.⁴ Die Spitzen, die man erkennen kann, lassen sich leicht mit Schlagworten wie „Papst Benedikt“, „Papst Franziskus“, „Missbrauchsskandal“ oder „Bischof Tebartz-van Elst“ erklären. Es stellt sich nun die Frage, ob sich dieser Zuwachs von Interesse am Thema „Religion und Kirche“ auch auf die konfessionellen Medien auswirkt. Sind also katholische Zeitungen stärker gefragt? Werden auch die kirchlichen Rundfunksendungen mehr rezipiert? Wie sieht es eigentlich hierzulande mit den katholischen Medien aus? Ehe ich diesen Fragen nachgehe, möchte ich etwas vorausschicken, nämlich zunächst definieren, was katholische Medien eigentlich sind.

Zum Begriff „katholische Medien“

Als katholische Medien betrachte ich jene Angebote, deren Katholizität offen ausgewiesen oder erkennbar ist. Offen ausgewiesen heißt, dass sich ein Medium katholisch nennt, zum Beispiel im Untertitel, oder dass es an eine katholische Einrichtung gebunden ist. Erkennbar ist ein katholisches Medium zum Beispiel, weil es sich schwerpunktmäßig mit Themen aus der katholischen Kirche befasst. Solche katholischen Medien gibt es in Deutschland seit fast 200 Jahren. Im Jahr 1821 erschien die erste Zeitschrift, die man als dezidiert katholisch bezeichnen kann. Sie trug auch passender Weise den Namen „Der Katholik“. Über den Aufstieg der Massenpresse in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bis zur Machtübernahme der Nationalsozialisten hat sich dann eine große Anzahl von katholischen Printmedien entwickelt. Eine Statistik von 1931 zählt 430 Tageszeitungen im Deutschen Reich, die man als katholisch einordnen kann. Die katholischen Zeitschriften kamen damals auf eine Auflage von 10 Millionen Exemplaren.⁵ Ich werde Sie jetzt nicht weiter mit Pressegeschichte langweilen, möchte aber darauf

4 Vgl. auch Christian Klenk: Franziskus – der Medienstar. Im ersten Jahr seines Pontifikats berichten Journalisten viel und durchweg positiv – wie lange noch? In: *Communicatio Socialis* 47 (2014) H. 1, S. 72-93, hier S. 79.

5 Vgl. Karl d'Ester: *Katholische Zeitschriften und ihre Leser*. In: Johann Wilhelm Naumann (Hrsg.): *Die Presse und der Katholik. Anklage und Rechtfertigung. Handbuch für Vortrag und Unterricht*. Wiesbaden 1932, S. 262ff.

hinweisen, dass katholische Zeitungen zunächst einmal nicht von der Kirche, also zum Beispiel von einer Diözese, herausgegeben wurden, sondern dass es damals katholische Männer – seltener Frauen – waren, die aus innerer Überzeugung heraus eine solche Publikation ins Leben gerufen haben. „Kirchlich“ waren diese Publikationen noch nicht.

Ein kirchliches Medium hat nach meiner Definition eine unmittelbare Bindung an eine kirchliche Institution oder Amtsperson, also etwa an einen Bischof als Herausgeber bzw. an eine Diözese als Eigentümerin. Wenn man den Begriff „Kirche“ weit fasst, dann gehören dazu auch die Medien von Orden, Verbänden, Hilfswerken usw. Der Begriff „konfessionelle Medien“ würde dann auch Medien der evangelischen Kirche oder der Freikirchen einschließen. Die Bistumszeitungen als typisches Beispiel für die kirchlichen Medien entstanden übrigens erst während der Herrschaft der Nationalsozialisten, die sämtliche Presse erst gleich- und dann ausschaltete. Damals wurde der Kirche jedoch gestattet, in jeder Diözese ein amtliches Diözesanblatt zu publizieren. Nach dem Zweiten Weltkrieg ist von den Besatzungsmächten das Prinzip „eine Diözese – eine Zeitung“ verfestigt worden. Weil allerdings nach dem Zweiten Weltkrieg von den Alliierten zunächst nur Tageszeitungen zugelassen wurden, konnte die katholische Presse nach Aufhebung des Lizenzzwangs mit der Gründung der Bundesrepublik Deutschland nicht mehr an ihre alten Erfolge aus der Weimarer Zeit anknüpfen. Der Markt der Tagespresse war von den früher zugelassenen Lizenzzeitungen im Wesentlichen besetzt. Das ist – neben dem allgemeinen Bedeutungsverlust der Partei- und Gesinnungspresse – auch der Hauptgrund, weshalb die katholischen Tageszeitungen heute in Deutschland praktisch keine Rolle mehr spielen. Es gibt nur noch die 1948 gegründete „Tagespost“, die dreimal wöchentlich erscheint, allerdings nie ein großes Publikum erreichen konnte; derzeit liegt die Auflage etwa bei 10.000 Exemplaren.

Printmedien

Die Unterscheidung zwischen kirchlichen und katholischen Medien will ich am Beispiel der *Printmedien* veranschaulichen. Da sieht es jetzt sehr unübersichtlich aus, weshalb ich ein bisschen Ordnung hineinbringen möchte. Es handelt sich dabei nur um exemplarische Beispiele für den jeweiligen Typus:

- *Bistumszeitungen*: Diese werden vom Bischof, vom bischöflichen Stuhl oder von einem Bistumsverlag herausgegeben, wie etwa der „Tag des Herrn“ in den neuen Bundesländern oder hier vor Ort die „Münchner Kirchenzeitung“.
- *Mitteilungsblätter*: Es handelt sich um die amtlichen Verlautbarungen der Diözesen speziell für kirchliche Mitarbeiter.
- *Zeitschriften von Institutionen und Verbänden*: Das ist eine sehr große Gruppe. Beispielsweise geben allein die Ordensgemeinschaften in Deutschland 70 Zeitschriften mit einer Gesamtauflage von 1,5 Millionen Exemplaren heraus.⁶ Diese sind sehr unterschiedlich, was das Erscheinungsintervall, die Verbreitung und die Machart angeht. Manche sind Fachzeitschriften, wie etwa die „Stimmen der Zeit“, die wahrscheinlich renommierteste Ordensfachzeitschrift. Ansonsten berichten diese Zeitschriften vor allem über das Ordensleben und über die Arbeit in Missions- und Entwicklungsländern. Manche dieser Zeitschriften erscheinen kostenpflichtig im Abonnement, andere werden gegen Spende abgegeben. Letztlich dienen sie immer der Werbung für den jeweiligen Orden und dessen Arbeit. Eine ähnliche Funktion haben Mitgliederzeitschriften von Verbänden wie dem Kolpingwerk oder der Katholischen Frauengemeinschaft (kfd); deren Zeitschrift „frau und mutter“ ist mit einer Auflage von 750.000 Exemplaren der mit Abstand größte katholische Priesstitel in Deutschland.⁷

6 Vgl. Der Markt der Ordens- und Missionspresse. Ergebnisse einer Vollerhebung in Deutschland. In: Ordenskorrespondenz 54 (2013), H. 2, S. 193-206. Anfang 2016 betrug die Gesamtauflage laut Aktualisierung der Statistik durch den Verfasser noch rund 1,25 Millionen Exemplare.

7 Aktuelle Ergänzung: Anfang 2016 betrug die Auflage nur noch rund 450.000 Exemplare.

- *Publikationen von Hilfswerken und Caritas*: Dazu gehört zum Beispiel „OST-WEST. Europäische Perspektiven“, herausgegeben von Renovabis und dem Zentralkomitee der deutschen Katholiken.
- *Unabhängige, katholisch geprägte Titel*: Dazu zählt zum Beispiel die schon erwähnte „Tagespost“. Weiterhin gibt es eine Reihe von Wochenzeitschriften, zum Beispiel „Christ in der Gegenwart“; diese Zeitschrift hat eine sehr stabile Auflage von ungefähr 30.000 Exemplaren. Erwähnen möchte ich außerdem „Publik Forum“, ein Spezialfall, denn es handelt sich um eine ökumenische Zeitschrift, die alle 14 Tage von einem Verein herausgegeben wird, übrigens auch mit einer recht stabilen Auflage in ähnlicher Größenordnung wie die „Tagespost“. Schließlich gibt es eine Reihe von Fachzeitschriften wie die „Herder Korrespondenz“.

Seitens der Verlage ist bereits viel unternommen worden, um die Zeitungen attraktiver zu gestalten und somit auch jüngere Leser zu gewinnen. Dies brachte allerdings kaum den erhofften Erfolg, denn letztlich können die Zeitungen gegen drei Entwicklungen kaum etwas ausrichten: erstens die rückläufige Zahl der Katholiken, zweitens die nachlassende Kirchenbindung, erkennbar auch am Gottesdienstbesuch, und drittens der allgemeine Medienwandel – jüngere Leute greifen seltener zu gedruckten Medien und lassen sich nicht durch Abonnements binden. Wenn man diese drei Faktoren zusammen bedenkt, ist es kein Wunder, dass die Auflage der Bistumspresse zurückgehen muss.

Obgleich dieser Verlust alle Zeitungen betrifft, gibt es doch zwischen den einzelnen Diözesen Unterschiede und somit auch einige Zeitungen mit überdurchschnittlich hoher Marktdurchdringung. Es handelt sich hierbei um Titel, die in der katholischen Bevölkerung besser vertreten sind, etwa der „Tag des Herrn“ in den ostdeutschen Diözesen, bei dem auf 100 Katholiken fünf Exemplare kommen. Im Gegensatz dazu kommt im Bistum Limburg lediglich ein Exemplar auf 100 Katholiken. Das Bistum Essen reagierte auf die rückläufigen Abonnentenzahlen und stellte die Bistumszeitung „Das RuhrWort“ zugunsten einer Verteilzeitschrift komplett ein, woraufhin eine private Initiative „Das Neue RuhrWort“ gründete, um das Modell „Bistumszeitung“

weiterzuführen. Ob dieser Titel erfolgreich wird, bleibt abzuwarten. Ein weiterer Grund für die rückläufigen Leserzahlen ist darin zu suchen, dass die Leserschaft der Bistumszeitungen immer älter wird; inzwischen sind 55 Prozent der Leserschaft 70 Jahre und älter. Man kann sich vorstellen, dass sich dieser Prozess in der Zukunft eher noch beschleunigen wird, da nicht ausreichend jüngere Leser nachwachsen und ältere wegsterben.

Obwohl das Angebot an Printtiteln in Deutschland sehr vielfältig ist und allein der katholische Medienverband fast 70 Zeitschriftenverlage als Mitglieder zählt, ist das Gesamtbild doch ziemlich kleinteilig geliedert. Meines Erachtens gibt es unter den deutschen Printmedien kein katholisches Leitmedium, das über ausreichend journalistisches Profil und Reichweite verfügt, um sich im gesellschaftlichen Diskurs mit katholischer Stimme vernehmbar einzumischen. Anders gesagt: Eine katholische Wochenzeitung oder -zeitschrift, die mit säkularen Titeln wie „Stern“, „Focus“, „Spiegel“ oder ähnlichen auch nur ansatzweise in einer Liga spielen würde, ist nicht vorhanden. Bis 2010 gab es die Wochenzeitung „Rheinischer Merkur“, die 1946 als christlich-wertkonservative Zeitung gegründet wurde und an deren Verlag sich die katholischen Diözesen ab 1971 wirtschaftlich beteiligten. Vom Profil her war der „Rheinische Merkur“ eine Wochenzeitung mit vornehmlich politisch-gesellschaftlicher Berichterstattung. In den 1990er Jahren lag die Auflage bei mehr als 100.000 Exemplaren, danach brach sie aber deutlich ein. Mit zahlreichen Freiexemplaren und Subventionen in Millionenhöhe versuchte die Bischofskonferenz noch eine Weile, die Auflage künstlich hochzuhalten, bis die Bischöfe 2010 entschieden, das Blatt einzustellen, da die hohen Ausgaben nicht mehr in Relation zur Reichweite standen. Ersatzweise gibt es heute eine sechsseitige Beilage namens „Christ und Welt“, die auf dem alten Format basiert und der Wochenzeitung „DIE ZEIT“ beigelegt wird. Um sie jedoch zu beziehen, muss man sie eigens gegen einen Zusatz-Obolus abonnieren. „DIE ZEIT“ hat eine Auflage von ca. einer halben Million Exemplaren, die Beilage „Christ und Welt“ nach meinem letzten Kenntnisstand bedauerlicherweise nur um die 15.000 Exemplare, obwohl die Beilage journalistisch sehr gut gemacht ist und in Bezug auf Kirchen- und Religionsthemen sowie gesellschafts-

politische oder ethische Fragestellungen bei einer größeren Verbreitung durchaus das Zeug zum Leitmedium hätte.

Die größte Reichweite unter den kirchlichen Medienangeboten überhaupt haben ausgerechnet die unscheinbarsten Publikationen, nämlich die *Pfarrbriefe*. Aus einer repräsentativen Befragung weiß man, dass zwei Drittel der Katholiken diese Mitteilungsblätter regelmäßig oder zumindest ab und zu lesen. Kein anderes kirchliches Medium erreicht so viele Menschen. Eine zu Beginn des Jahres durchgeführte Studie ergab, dass die Pfarrbriefe zusammen auf eine Auflage von rund 6,6 bis 7,5 Millionen Exemplaren kommen.⁸ Die Gründe für diesen Erfolg sind vor allem die lokalen Themen, die dort behandelt werden – die Menschen interessieren sich eben in erster Linie für das, was direkt vor ihrer Haustüre und, in diesem Fall, in ihrer Kirchengemeinde passiert. Meist werden die Pfarrbriefe von Ehrenamtlichen in die Briefkästen aller Pfarrmitglieder verteilt und erreichen somit eine große „Haushaltsabdeckung“. Daraus folgt die Frage, ob es nicht sinnvoller wäre, wenn alle Kirchenmitglieder regelmäßig, unaufgefordert und analog zu Kundenzeitschriften von Unternehmen eine Zeitschrift oder eine Art Mitgliedermagazin für Katholiken bekämen, ohne dass sie diese eigens bestellen müssten. Beispielsweise schickt der größte deutsche Automobilclub ADAC einmal im Monat seinen Mitgliedern die Zeitschrift „ADAC-Motorwelt“, die europaweit mit 14 Millionen Exemplaren das auflagenstärkste Printmedium dieser Art ist. In diesem Fall wird die Publikation teilweise durch Mitgliederbeiträge des Verbandes finanziert. Hier wird also viel Geld in die Hand genommen, aber trotzdem tun dies auch viele andere Unternehmen, wie zum Beispiel die Deutsche Bahn, die Luftansa oder die Apotheken („Apotheken Umschau“).

Warum sollte es nicht auch ein Magazin der katholischen Kirche geben? Es gibt bereits erste Versuche in diese Richtung, wie beispielsweise das Magazin „Bene“ des Bistums Essen, das sechs Mal pro Jahr an

8 Vgl. Christian Klenk, Thomas Rinklake: Mitgliedermagazine mit Millionenaufage. Eine bundesweite Umfrage liefert erstmals umfangreiche Daten zum Basismedium Pfarrbrief. In: *Communicatio Socialis* 47 (2014), H. 2, S. 229-243.

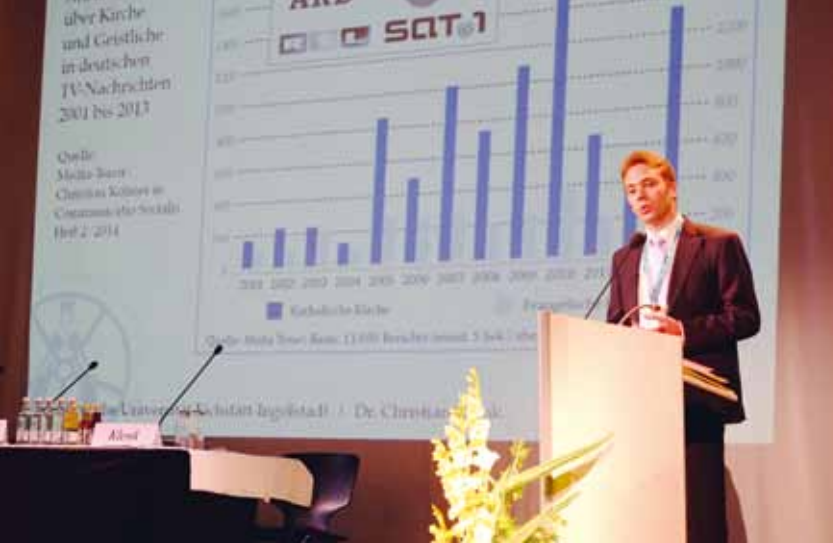
alle Haushalte im Bistum versandt wird und eine Auflage von 400.000 Exemplaren hat. Im Bistum Hildesheim wurde die Zeitschrift „Yes“ zunächst sechs Mal pro Jahr für die Katholiken in Braunschweig produziert, dann wurde die Verbreitung testweise auf das ganze Bistum ausgedehnt (und die Zeitschrift Ende 2015 vollständig eingestellt). Auch andere Diözesen haben Konzepte für Mitglieder Magazine in der Schublade, untersuchen den Markt und gestalten Probenummern. In diesem Bereich herrscht Bewegung. Eine alternative Möglichkeit: Die evangelische Kirche bestückt einige große überregionale Zeitungen monatlich mit dem Magazin „Chrismon“ als Beilage mit einer Auflage von 1,6 Millionen Exemplaren.

Rundfunk

Zeitlich betrachtet entfällt der Großteil des Medienkonsums nach wie vor auf den *Rundfunk*, also auf Radio und Fernsehen. Im Schnitt verbringen die Nutzer dreieinhalb Stunden täglich vor dem Fernseher und hören drei Stunden täglich Radio, wobei Radiohören häufig als Parallelnutzung neben anderen Tätigkeiten stattfindet. Selbstverständlich ist es deshalb auch wichtig, dass die Kirche im Rundfunk vertreten ist. Die Kirche gehört zu den Hörfunk-Pionieren, denn als das neue Medium gerade erfunden war, ging 1931 „Radio Vatikan“ auf Sendung.

Die Rundfunkordnung in Deutschland sorgt mit drei Mechanismen dafür, dass kirchlich-religiöse Inhalte im Programm vorkommen:

- Erstens sind vor allem im *öffentlich-rechtlichen Rundfunk* die Programmierer dazu verpflichtet, eine Vielfalt von Meinungen in ihrem Programm zu berücksichtigen; dazu zählen auch weltanschauliche Themen und Akteure. Religiöses darf also nicht einfach ausgeblendet werden. Wie umfangreich und in welcher Weise diese Berichterstattung der Redaktion über Kirche und Religion dann stattfindet, ist natürlich nicht in einem Gesetz festgelegt, sondern die Entscheidung der Redaktion.



- Damit gewährleistet ist, dass im Rundfunk alle relevanten gesellschaftlichen Kräfte angemessen berücksichtigt werden, gibt es zweitens Aufsichtsgremien für die öffentlich-rechtlichen und privaten Sender, die sich aus Vertretern gesellschaftlicher Gruppierungen zusammensetzen; in ihnen sind mit einem Zehntel der Sitze auch die katholische, die evangelische Kirche und andere Religionsgemeinschaften vertreten.
- Drittens sind die Kirchen mit eigenen Sendungen im Programm vertreten, da sie in Deutschland ein besonderes Privileg innehaben: Sie dürfen zum Zwecke der Verkündigung eigenverantwortlich produzierte Beiträge in den öffentlich-rechtlichen und auch in den privaten Sendern ausstrahlen. Das so genannte Drittsendungsrecht räumt der Kirche ein Programmfenster ein, innerhalb dessen sie dann ihre eigene Sendung ausstrahlt. Um wieviel Sendezeit es sich hierbei handelt und zu welcher Uhrzeit diese Sendung ausgestrahlt wird, muss jeweils im Einzelnen zwischen Sender und Kirche ausgehandelt werden.

Festzuhalten ist also, dass die Kirche sowohl durch die Berichterstattung der Redaktionen im Rundfunk vertreten ist, die dazu angehalten sind, auch über kirchliche Themen zu berichten, als auch durch eigene Sendungen, die sie aufgrund des Drittsendungsrechts ausstrahlen darf.

Die bekannteste *Verkündigungssendung* in Deutschland ist das „Wort zum Sonntag“, die vierminütige Ansprache eines kirchlichen Vertreters zu einem aktuellen Thema, die seit 60 Jahren samstagsabends in der ARD, dem ersten Fernsehprogramm, ausgestrahlt wird. Je nachdem, welche Sendung davor lief oder im Anschluss laufen wird, liegt die Zuschauerzahl bei ungefähr eins bis drei Millionen Menschen. Zudem wird jeden Sonntag abwechselnd in ARD und ZDF ein sehr hochwertig produzierter Gottesdienst, im Wechsel katholisch und evangelisch, übertragen, den jeweils eine halbe bis eine Million Zuschauer ansehen. Rechnet man dies hoch, so entspricht diese Zahl ungefähr der Anzahl der Gottesdienstbesucher in den drei größten Diözesen Deutschlands am gleichen Tag. Die Verkündigungsformate in den Privatsendern, wie beispielsweise der ein-minütige Bibelclip auf RTL, in dem jeweils ein Satz aus der Bibel in Bezug auf das aktuelle Tagesgeschehen gesetzt wird, oder weitere Formate auf SAT.1, sind zwar sehr kurz und knapp gehalten, haben aber aufgrund der Bekanntheit dieser Sender ebenso hohe Zuschauerzahlen.

Das Recht auf Verkündigung haben die Kirchen selbstverständlich auch im *Hörfunk*. Eine Erhebung von 2012 hat ergeben, dass 42 öffentlich-rechtliche Hörfunkanbieter regelmäßig Verkündigungssendungen ausstrahlen. Pro Woche wurden so bundesweit in der Summe allein 14,5 Stunden Kurzverkündigungen gesendet und beispielsweise als „Worte zum Tag“ am frühen Morgen oder am späten Abend ins Programm eingebaut. Hinzu kommt noch die Übertragung von Gottesdiensten in den Hörfunkprogrammen jeder Landesrundfunkanstalt, die es in dieser Form bei den Privatradios nicht gibt. Ihnen liefern kleinere Radioteams in den Bistümern journalistische Einzelbeiträge oder auch bereits fertig produzierte Magazin-Sendungen. Bundesweit sind die Kirchen – inklusive der gespielten Musik – mit mehr als 100 Stunden pro Woche im Privatfunk vertreten. Anders als die öffentlich-rechtlichen Sender haben kommerzielle Anbieter in der Regel keine eigenen Redaktionen oder spezialisierte Redakteure, die sich speziell um Kirchenthemen kümmern; daher sind sie auch froh darüber, dass die Kirchen die Berichterstattung über religiöse Fragen oder Kirchenthemen selbst übernehmen. Ohne diese Zulieferung zu vielen Programmen gäbe es keinerlei Kirchen- und Religionsthemen.

Seit Mitte der 1980er Jahre gibt es in Deutschland den *privaten Rundfunk*, der für die Kirchen durch Betreiben eigener Sender (oder die Beteiligung an Stationen) eine weitere Form der kirchlichen Radioarbeit darstellt. Ein erfolgreiches Modell stellt das Kölner „domradio“ dar. Seit dem Jahr 2000 wird das Programm des „domradio“ in der Region Köln über UKW als Vollprogramm verbreitet und zudem als Web-Radio angeboten. Nun versucht auch das Erzbistum München und Freising, mithilfe einer DAB-Frequenz ein digitales Radioprogramm zu produzieren. Neben diesen kirchlich-institutionellen Programmen gibt es seit 1996 auch den unabhängigen katholischen Radiosender „Horeb“, der zur Radio Maria-Weltfamilie gehört und aus Spenden von seinen Hörerinnen und Hörern finanziert wird.

Trotz regionaler Erfolge, wie beispielsweise der des „domradio“, erreichen katholische Sender, wenn man die gesamte Bundesrepublik Deutschland betrachtet, nicht die breite Masse, wie es für die Verkündigungssendungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und im privaten kommerziellen Rundfunk gilt. Gemäß einer Umfrage von 2009 hören ein Prozent der Katholiken häufiger und sechs Prozent zumindest gelegentlich besagte katholische Radiosender. Meines Erachtens steht deshalb der katholische Rundfunk – also: eigene Radiosender der Kirche – für die Kür. Diese Variante ist in der Regel eher finanzstarken Bistümern, wie beispielsweise dem Erzbistum Köln, vorbehalten. Aufgrund der größeren Reichweite sollte der eigentliche Schwerpunkt der Radioarbeit auf den Verkündigungssendungen im öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk liegen.

Auch im Fernsehen gibt es unabhängige katholische Initiativen, wie z. B. das Eternal World Television Network (EWTN) oder K-TV, die durch Spenden finanziert werden. Am Sender Bibel-TV halten die katholische und die evangelische Kirche indirekt über Produktionsfirmen Anteile. Unter den deutschen Bischöfen gab es vor einigen Jahren die Diskussion darüber, ob in Deutschland ein katholischer Fernsehsender etabliert werden soll. Dieses Vorhaben wurde dann aber letztlich fallen gelassen, weil es zu teuer geworden wäre, ein Programm zu produzieren, das den Ansprüchen der Zielgruppe genügt hätte,

damit es überhaupt ernst genommen worden wäre. Hierbei gilt es zu berücksichtigen, dass wir heute in Deutschland mit all den digitalen Sendern ein so umfangreiches Fernsehangebot haben, dass ein katholischer Sender beispielsweise auf Programmplatz 50 kaum noch wahrgenommen werden würde.

Kirche im Internet

An eigenen Angeboten im Internet kommen die Kirchen selbstverständlich nicht vorbei. So gut wie alle Institutionen, selbst viele Pfarreien und Seelsorgeeinheiten, haben heute eigene Seiten im Internet. Kirchliche Internetseiten bleiben jedoch vorerst Angebote, die von jenen Menschen gefunden werden, die aus eigenem Antrieb heraus nach Informationen suchen. Bei einer repräsentativen Befragung von 2009 gab nur ein Prozent der Katholiken an, dass sie kirchliche Internetangebote regelmäßig nutzen, weitere zehn Prozent zumindest von Zeit zu Zeit. Ich denke, dass diese Werte inzwischen etwas angestiegen sind, aber noch immer ist es so, dass kirchliche Internetangebote in Bezug auf die Reichweite weit hinter Rundfunksendungen zurückliegen. Bei einer Repräsentativbefragung aus dem Jahr 2014 gab ein Fünftel der Christen an, kirchliche Webseiten zu konsultieren, wenn sie sich über kirchliche oder religiöse Themen informieren wollen. Die Hälfte gab an, sich per Internetrecherche mithilfe von „Google“ oder anderen Suchmaschinen zu orientieren, und ein Drittel gab an, sich über Religiöses im Netz überhaupt nicht zu informieren.

Man unterscheidet im kirchlichen Bereich bei Internetseiten zwischen institutionell-gebundenen und katholisch-unabhängigen Angeboten. Das institutionell-gebundene Portal „katholisch.de“ versteht sich als *das* zentrale Schaufenster der deutschen katholischen Kirche im Internet, das 2012 umfassend neu gestaltet wurde; die deutschen Bistümer bezuschussen dieses Portal jährlich gemeinsam mit 1,8 Millionen Euro. Mitte des Jahres 2013 hatte das Portal im Schnitt ca. 350.000 Besuche im Monat. Diese Zahl entspricht ungefähr dem Besucheraufkommen auf der Website einer kleineren Regionalzeitung. Da solche Internetange-

bote in der Regel Pull-Angebote sind, ist es wichtig, dass vonseiten des Nutzers Interesse besteht, sich diese Information aktiv zu beschaffen und die Seite entsprechend aufzurufen. Oft handelt es sich hierbei jedoch um Menschen, die ohnehin bereits enger mit der Kirche verbunden sind. Zu ergänzen wäre hier noch, dass Diskussionen und Kommentare, also die direkte Publikation der eigenen Meinung, im Bereich der Nutzung sozialer Netzwerke eine Neuentwicklung im Internet darstellen und davon häufig Gebrauch gemacht wird. In diesen Foren wird zum Teil auch sehr heftig diskutiert, und leider musste man feststellen, dass mitunter Katholiken, die sich als besonders katholisch verstehen, hier auch zu manch unchristlichen Vokabeln greifen.

Ein weiteres Medien aus dem umfangreichen Angebot der katholischen Kirche, die ich exemplarisch vorstellen möchte, ist die „Katholische Nachrichtenagentur“ (KNA). Diese richtet sich nicht direkt an die Gläubigen, sondern ist, wie andere Agenturen auch, ein Dienstleister für Medien; sie liefert Berichte, Bilder, Videos und Originaltöne für Rundfunk, Printmedien und das Internet. Die Redaktionen entscheiden dann wiederum selbstständig, was sie davon veröffentlichen. Die KNA beliefert neben den kirchlichen Medien rund 60 Tageszeitungen und 25 Rundfunksender in Deutschland, und wenn man die gesamte Auflage und die Einschaltquoten zusammennimmt, hat kein anderes Medienangebot im kirchlichen Bereich eine vergleichbare Reichweite.⁹ Deshalb ist die KNA zweifellos ein wichtiges Standbein des gesamten Medienkonzerts.

Resümee

Die kirchlichen Printmedien verlieren derzeit stark an Auflage und erreichen in der Regel nur noch die treuesten Mitglieder; an dieser Entwicklung wird sich meiner Meinung nach nichts Grundlegendes mehr ändern. Die betroffenen Titel bereits jetzt gänzlich aufzugeben, wäre

⁹ Vgl. Christian Klenk: „Objektiv, aber nicht neutral! Die Katholische Nachrichtenagentur gibt es seit 60 Jahren – die Herausforderungen für die Zukunft sind gewaltig.“ In: *Communicatio Socialis* 45 (2012), H. 4, S. 347-372.

meines Erachtens jedoch zu früh, denn knapp eine halbe Million Exemplare im Bereich der Bistumszeitungen sind schließlich nicht zu vernachlässigen. Man sollte also eher versuchen, durch Kooperation und Zusammenarbeit Kräfte zusammenzulegen, zu bündeln und anschließend frei werdende Ressourcen in neue Aktivitäten zu investieren. Mit großem Interesse sind in diesem Zusammenhang Versuche mit *Mitgliederzeitschriften* zu beobachten, wobei man selbstverständlich diskutieren muss, ob sich dieses finanzielle Engagement lohnt und ob solche Zeitschriften auch tatsächlich von den Empfängern gelesen werden. Pfarrbriefe als eine wichtige Säule kirchlicher Kommunikation müssen weiterhin gefördert und dürfen nicht gering geschätzt werden. Dies gilt auch für Verkündigungssendungen: Sie haben eine sehr hohe Reichweite und erreichen auch passive Mitglieder oder sogar Nicht-Kirchenmitglieder. Der katholische Rundfunk ist, wenn er finanziell erschwinglich bleibt, grundsätzlich eine gute Sache, jedoch werden ihn viele Bistümer aufgrund mangelnder Ressourcen nicht etablieren können. Die katholische Nachrichtenagentur KNA bildet einen wichtigen Zulieferer für kirchliche und katholische Medien und ist somit eine tragende Säule aller Medienaktivitäten.

Summa summarum: Man wird in Zukunft auf einen Medienmix setzen und noch stärker als bisher kirchenfernere Mitglieder in den Blick nehmen müssen, die durch die jetzigen Angebote kaum erreicht werden.

Dr. Anna Briskina-Müller, Halle¹

Die kirchliche Medienlandschaft in Russland

Am 4. September 1943 lud Stalin drei Bischöfe zu sich ein: den Verweser des Patriarchenamtes, Metropolit Sergij (Stragorodskij), Metropolit Alexij (Simanskij) von Leningrad und Metropolit Nikolaj (Jaruschewitsch) von Kiew und Galizien, Exarch der ganzen Ukraine. Es waren beinahe die einzigen Bischöfe, die noch nicht im Lager saßen oder erschossen worden waren. Stalin lobte die „patriotische Rolle“ der Kirche im Krieg und erkundigte sich – betont wohlwollend – nach den Bedürfnissen der Kirche. Infolge dieser Begegnung konnte nur wenige Tage später das Bischofskonzil unter Teilnahme von 19 Bischöfen einberufen werden, wofür die Bischöfe aus den Straflagern mit Militärflugzeugen nach Moskau geflogen wurden. Stalin sprach sich für die Öffnung von kirchlichen Hochschulen sowie für eine kirchliche Zeitschrift aus. Als die Ursache für diese – für die Kirche völlig unerwartete – Wende wird der Druck der Alliierten auf Stalin im Zusammenhang mit der baldigen Konferenz von Teheran (28. November – 1. Dezember 1943) gesehen.



1 Einige Daten zur Referentin: Dr. theol. Anna Briskina-Müller stammt aus Sankt Petersburg, hat orthodoxe Theologie studiert, war 1995/96 die St. Petersburger Korrespondentin für die katholische Nachrichtenagentur „Blagovest.info“ und 1995/96 freie Mitarbeiterin im Orthodoxen Institut für Missiologie, Ökumene und neue religiöse Bewegungen in Sankt Petersburg. 1996-2005 folgte ein Ergänzungs- und Promotionsstudium an der evangelisch-theologischen Fakultät in Heidelberg. 2004-2014 war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Theologischen Fakultät der Universität Halle-Wittenberg, 2010-2014 zugleich wissenschaftliche Mitarbeiterin am DFG-Projekt „Russisch-Deutsches Theologisches Wörterbuch“ an der Theologischen Fakultät der Humboldt-Universität zu Berlin. Seit 2014 ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Theologischen Fakultät in Halle mit einem eigenen DFG-Projekt über Paisij Welitschkowskij (1722-1794).

Ex nihilo begann also der Journalismus der Russischen Orthodoxen Kirche (ROK) sein neues Leben. Von einem redenswerten Neubeginn² lässt sich aber erst seit der Mitte und dem Ende der 1990er Jahre reden; wichtige Neuentwicklungen gab es schließlich in den 2000er Jahren. Der kirchliche Journalismus ist in Russland somit erst ca. 15 Jahre alt. Bis Ende der 1980er Jahre hatte die Kirche zwei Zeitschriften: das „Žurnal Moskovskoj Patriarchii“ (Zeitschrift der Moskauer Patriarchie³) und seit 1960 die „Bogoslovskie trudy“ (Arbeiten zur Theologie). Eine wirkliche *Informationsarbeit* war nicht möglich.

Das Bild änderte sich in den 1990er Jahren schlagartig: Es entstanden tausende orthodoxe Printmedien, Webseiten, eine Reihe von Radio- und TV-Kanälen. Die journalistische Arbeit verlief und verläuft jetzt auf drei Ebenen: auf der gesamtkirchlichen, eparchialen und unabhängigen.

Die *gesamtkirchliche Ebene* ist die der Kirchenverwaltung, die aus einer Reihe von so genannten synodalen Abteilungen besteht. Bis 2009 lag die Informationsarbeit der ROK in der Kompetenz von mehreren Abteilungen, v. a. der „*Moskauer Patriarchie*“, dem „*Kirchlichen Außenamt*“ und der „*Abteilung für das Verlagswesen*“. Die *Moskauer Patriarchie* richtete schon 1997 eine Webseite (www.patriarchia.ru) ein, die sich als „die offizielle Webseite der ROK“ beschrieb. 2005 entstand innerhalb der Patriarchie der Pressedienst des Patriarchen. Dieser informierte über alles, was die Kirche in der Öffentlichkeit tut. Hier gibt es offizielle Stellungnahmen, Dokumente, historische Auskünfte, Rezensionen, Nachrichten, Fotos, Videos usw. Zur Kompetenz des Kirchlichen Außenamtes gehörten folgende Printmedien: die für die Bischöfe gedachte monatliche Zeitschrift „*Informacionnyj bjulleten' OVCS MP*“ (Informationsbulletin des Kirchlichen Außenamtes) und die seit

2 Für einen vollständigeren Überblick über den orthodoxen Journalismus in Russland in den Jahren 1988-2008 siehe Anna Briskina-Müller: Zum Zustand der orthodoxen Massenmedien im heutigen Russland. In: Ostkirchliche Studien 58 (2009), S. 168-181, und Religion und Gesellschaft in Ost und West 10 (2011), S. 12-15.

3 Um möglichen Verwechslungen entgegenzuwirken, möchte ich hier auf den Unterschied zwischen dem „Moskauer Patriarchat“ und der „Moskauer Patriarchie“ hinweisen: Das „Moskauer Patriarchat“ bedeutet die gesamte ROK, die „Moskauer Patriarchie“ hingegen nur die synodale Abteilung, die für die Angelegenheiten des Patriarchen zuständig ist.

1991 erscheinende Quartalsschrift „Cerkov' i vremja“ (Kirche und Zeit). Das Außenamt pflegte eine eigene Webseite (www.mospat.ru), die sich ebenso als „die offizielle Webseite des Moskauer Patriarchats“ bezeichnete. Die Abteilung für das Verlagswesen (Izdatel'skij Sovet) (www.rop.ru) war für die zentralen Druckorgane der Kirche wie das schon erwähnte „Žurnal Moskovskoj Patriarchii“ (Zeitschrift der Moskauer Patriarchie) (www.jmp.ru) zuständig, die seit 1989 bestehende Zeitschrift „Cerkovnyj vestnik“ (Kirchenbote) (www.e-vestnik.ru) und die akademisch angelegten „Bogoslovskie trudy“ (Arbeiten zur Theologie).⁴ Seit 2011 erscheint „Cerkovnyj vesnik“ nur noch im Internet und teilt seine Webseite mit der Zeitschrift der Moskauer Patriarchie.

Offizielle Dokumente zur Informationsarbeit und -politik

Die offizielle Sicht der Kirche zur Informationsarbeit findet sich in den „Grundlagen der Sozialdoktrin“ (2000) im Paragraphen über die „Kirche und die weltlichen Massenmedien“⁵; als ein offizieller Kommentar dazu kann der Vortrag des damaligen Metropoliten und heutigen Patriarchen Kyrill über „Die orthodoxe Einheit und das orthodoxe Zeugnis in der heutigen Welt“ auf dem Bischofskonzil am 24. Juni 2008⁶ dienen. Es fällt sofort auf, dass unter der Informationsarbeit sowohl 2000 als auch 2008 entweder die Beleuchtung des Kirchenlebens durch kirchliche Journalisten *nach außen* oder die Beleuchtung des Kirchenlebens durch *kirchenfremde* Journalisten verstanden wird. Ein kirchlicher Journalismus wird hier mit der Öffentlichkeitsarbeit gleichgesetzt.

Die „SINFO“ – die synodale Abteilung für die Informationsarbeit

4 Im Rahmen dieser Abteilung wurde der *Internetkatalog der orthodoxen Massenmedien* (www.ormedia.ru) erstellt.

5 Veröffentlicht auf der offiziellen Webseite der ROK: <http://www.mospat.ru/index.php?mid=195>. Auf Deutsch: Die Grundlagen der Sozialdoktrin der Russischen Orthodoxen Kirche. Deutsche Übersetzung und Kommentar. Hrsg. von Josef Thesing. Sankt Augustin 2001.

6 Abschnitt „Die Information und das Zeugnis“. Das gesamte Dokument ist auf der offiziellen Webseite der ROK veröffentlicht (<http://www.patriarchia.ru/db/text/427253.html>).

Die ersten 20 Jahre ihrer Freiheit verfügte die Kirche allerdings über keine für ihre Informationsarbeit verantwortliche Abteilung. 2009 entstand die *synodale Abteilung für die Informationsarbeit* (russ. „Sinodal’nyj informacionnyj otdel“; SINFO). Den Äußerungen des Vorsitzenden dieser Abteilung, Vladimir Legojda, lässt sich entnehmen, dass die SINFO dazu da ist, das Bild der Kirche in der Gesellschaft zu rechtzurücken und die bereits existenten orthodoxen Medien zu zentralisieren. Faktisch kümmert sich die SINFO nur um ersteres: Ihre Hauptaufgabe besteht heute nicht darin, über die ROK zu *informieren*, sondern diese so positiv wie nur möglich zu *präsentieren*. Die Pflege der offiziellen Webseite der ROK bzw. jener der Pressestelle des Patriarchen (www.patriarchia.ru) befindet sich nun in der Kompetenz der SINFO. Seit 2011 verleiht sie den Zensur-Vermerk „Empfehlung der SINFO“ (russ.: grif) an orthodoxe Massenmedien. Bisher wurde er jedoch wohl nur einer bis zwei Zeitungen aufgrund rechtsextremistischer Inhalte verwehrt. Die SINFO initiierte außerdem die Einrichtung eines orthodoxen Video-Kanals auf „YouTube“ (<http://www.youtube.com/user/russianchurch>). Faktisch dient dieser jedoch als eine Art Video-Chronik für Auftritte der drei bekanntesten Kirchensprecher der ROK: des Patriarchen, des Vorsitzenden des kirchlichen Außenamtes, Metropolit Hilarion (Alfeyev), und des Beauftragten der ROK für die Öffentlichkeitsarbeit, Erzpriester Vsevolod Chaplin.⁷ In die Verantwortung von SINFO ging auch das alle zwei Jahre stattfindende Festival der orthodoxen Massenmedien „Glaube und Wort“ über.

Radio und TV

Die ROK verfügt über keine eigenen zentralen Radio- oder TV-Kanäle, es handelt sich vielmehr um einzelne Programme und Sendungen auf den zentralen, regionalen und privaten Radio- und TV-Kanälen. Im Folgenden dazu einige Beispiele:

7 Aktuelle Ergänzung: Erzpriester Vsevolod Chaplin wurde im Dezember 2015 entlassen. Seine Funktionen übernahm Vladimir Legojda.

- Seit 1991 gibt es auf den zentralen staatlichen Kanälen Fernsehübertragungen von Gottesdiensten zu Weihnachten und Ostern sowie Reportagen zu einzelnen wichtigen Ereignissen aus dem Kirchenleben.
- Einen hohen Bekanntheitsgrad hat das vom derzeitigen Patriarchen Kyrill 1994 konzipierte und jeden Samstag ausgestrahlte 15-minütige Programm „Slovo pastyrja“ (Das Hirtenwort)⁸. Seinerzeit war dieses Programm eine echte Revolution sowohl für Zuschauer, die atheistisch erzogen waren, als auch für die Kirche, die an ihr Nischendasein gewohnt war. Programminhalte sind Predigten, Gespräche über den Glauben und die Kirchengeschichte, Stellungnahmen zu aktuellen kirchlichen Geschehnissen sowie die Beantwortung von Zuschauerfragen.⁹
- Der Kanal „Vesti-24“ bietet seit 2009 das wöchentliche 25-minütige Programm „Cerkov‘ i mir“ (Kirche und Welt) mit Metropolit Hilarion (Alfeyev) an.¹⁰ Zunächst war es lediglich zur Beantwortung von Zuschauerfragen konzipiert. Heute hat jedes Programm ein eigenes Thema und verläuft im Format einer Vorlesung oder einer Talk-Show. Das sehr breite Spektrum umfasst beispielsweise Themen wie „massenhafte Konversionen amerikanischer Protestanten zur Orthodoxie“, das Verhältnis zwischen Kirche und Staat in Russland, die Bekämpfung von Alkoholismus, Kirchenspaltungen und Häresien, Stile der Kirchenmusik, die Geschichte einzelner Ikonen, das Gnadenfeuer in der Grabeskirche, Mission, Kirchengerecht, das Verhältnis zwischen Mann und Frau, die Glaubenslehre, Jesus Christus in Filmen und vieles mehr. Gäste von Metropolit Hilarion sind u. a. Historiker, Literatur- und Kunstwissenschaftler, muslimische Theologen, Komponisten, Politologen, Rabbiner und Diplomaten. Obwohl es auch wei-

8 „Slovo pastyrja“ (Das Hirtenwort) wird auf dem „1. Kanal“ ausgestrahlt. Eine Sammlung von „Hirtenworten“ ist 2005 als Buch erschienen und wurde mittlerweile auch ins Deutsche übersetzt: Metropolit Kyrill: Das Hirtenwort. Gott und der Mensch. Zur Geschichte unserer Erlösung. Gespräch über den Orthodoxen Glauben. Landsberg am Lech 2007.

9 Vgl. auch Pressedienst des Patriarchen über das 20-jährige Jubiläum des Programms: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3651905.html> (21. Mai 2014).

10 Siehe auch das Archiv auf der Webseite des TV-Kanals „Vesti“ <http://vera.vesti.ru/> oder auf der Webseite von Metropolit Hilarion: <http://hilarion.ru/media/churchworld>.

tere Beispiele gäbe, gilt zusammenfassend: Die Kirche besitzt keinen eigenen TV-Kanal, jedoch gab es einige Versuche im Internet.

- Ein – zumindest technisch – gelungenes Beispiel dafür ist der *Internet-TV-Kanal* „Sojuz“ (www.tv-soyuz.ru), der ursprünglich nur für die Ekaterinburger Eparchie gedacht war. Hier gibt es reine Informationsprogramme, Evangeliumslektüre, aber auch kulturwissenschaftlich konzipierte Programme. „Sojuz“ hat eine sehr große Zuschauerschaft und spiegelt gut die medialen Bedürfnisse eines durchschnittlichen Orthodoxen sowie dessen Vorstellung vom Wesen und Sein der Kirche wider.¹¹
- Ein weiterer Internet-TV-Kanal ist der 2005 entstandene „Spas“, der einzelne feste Programme, Reportagen über die caritative Arbeit der Kirche, Talk-Shows und zahlreiche Dokumentarfilme anbietet.

Die zuletzt genannten TV-Kanäle sind allerdings streng genommen nicht gesamtkirchlich, da sie nicht von der Kirchenleitung ins Leben gerufen wurden. Durch ihre Zusammenarbeit mit den bekanntesten Vertretern der ROK sowie dadurch, dass sie in der ROK breit bekannt und im Netz leicht zugänglich sind, haben sie aber zweifelsohne eine gesamtkirchliche Bedeutung.

Die eparchialen Massenmedien

Dem „durchschnittlichen“ Orthodoxen begegnen die örtlichen Massenmedien überwiegend in Gestalt von Zeitungen, seltener von Zeitschriften. Diese enthalten offizielle eparchiale Nachrichten, Rubriken zum Katechismus und häufig auch zur Geschichte der Region; manche Zeitungen beinhalten auch eine Seite für Kinder. Viele Gemeinden drucken Gemeindeblätter, und auch in den Klöstern gibt es immer wieder eigene Printmedien. Fast alle Eparchien, Klöster, Bruderschaften und viele Gemeinden haben eigene, manchmal auch fremdsprachige Internetseiten.

¹¹ Allerdings ironisieren orthodoxe Journalisten in Moskau über den auffällig provinziellen Stil des Kanals, so z. B. Xenia Lučenko: Čto takoe pravoslavnye SMI, 14.06.2012 (<http://www.pravmir.ru/chto-takoe-pravoslavnye-smi/>).

Unter diesen gehört die Webseite des Moskauer Sretenskij-Kloster¹² „www.pravoslavie.ru“ zu den viel besuchten. Chefredakteur der Seite ist Archimandrit Tichon (Schewkunow), auch als „Beichtvater des Präsidenten“ bekannt, was er selbst weder bejaht noch verneint, und zugleich Verantwortlicher Sekretär der Kultur-Kommission der ROK.¹³ Außer den für ein Kloster üblichen Materialien gibt es hier eine interaktive Rubrik mit Fragen und Antworten, sehr viele geschichtliche und kirchengeschichtliche Texte, Interviews und vieles mehr. Sehr bekannt ist auch die Rubrik „Der orthodoxe Kalender“, ein hagiographisch-liturgischer Kommentar für jeden Tag.

Hie und da stößt man auf einen eparchialen Radiosender oder auf einzelne Radioprogramme im Rahmen des regionalen Radiosenders. Ein Beispiel hierfür ist das offizielle Radio der Sankt Petersburger Eparchie „Grad Petrow“ (Die Stadt Petri), das seit dem Jahr 2000 existiert. Faktisch stellt es die Fortsetzung des Radios russischer orthodoxer Emigranten in Frankreich „Voix de l’Orthodoxie“ („Die Stimme der Orthodoxie“) auf russischem Boden dar: „Grad Petrow“ übernahm sowohl das Konzept als auch die Stilistik von „Voix de l’Orthodoxie“: Beispielsweise verzichtet er auf jegliche Polemik gegenüber anderen christlichen Konfessionen und sieht seine Aufgabe vielmehr darin, eine christliche Perspektive auf allgemeinmenschliche Themen anzubieten. Hier gibt es Programme über Literatur, Geschichte, Musik, einiges für Kinder, vieles zur Familien- und Erziehungsproblematik, die größtenteils ein hohes Niveau aufweisen.

In einigen Eparchien gibt es eigene TV-Programme im regionalen Fernsehen. In der Eparchie von Ekaterinburg arbeitet beispielsweise ein ganzes Medienunternehmen.¹⁴ Ein Problem für sich stellen die Kader

12 „Sretenskij“ von „Sretenje“; wörtl. „Kloster zu Ehren des Festes Begegnung des Herrn“ (am 2./15. Februar).

13 Mehr zu Schewkunow vgl. in meinem Aufsatz: Das neue „neue Rom“: eine byzantinische Idee auf dem russischen Boden. Einige Beobachtungen zum Fortschreiben ihrer Geschichte. In: Orthodoxie im Dialog: Historische und aktuelle Perspektiven. Festschrift für Heinz Ohme zum 65. Geburtstag. Hrsg. von R. Flogaus und J. Wasmuth. Berlin, Boston 2015, S. 311-336.

14 Dieses Unternehmen gibt mehrere Zeitungen und eine wöchentliche Zeitschrift heraus, verfügt über eine eigene Druckerei, eine Informationsagentur, einen Verlag, ein Internet-Portal, ein täglich-

dar bzw. die Tatsache, dass eparchiale Massenmedien, einschließlich der Pressedienste, sehr häufig von willkürlich ausgewählten Menschen gemacht werden, die nicht einmal minimale Vorstellungen vom Journalismus haben.¹⁵ Ein weiteres Problem besteht in den Finanzen: Eparchiale Massenmedien werden oft nicht von der Eparchie, sondern über Spenden finanziert. Dies liegt wiederum am dritten Problem: Den meisten Bischöfen fehlt ein Interesse an – welcher auch immer – Informationsarbeit, sowohl der Kirche insgesamt als auch einer konkreten Eparchie.

Zur Charakteristik der offiziellen Massenmedien

Sowohl die gesamtkirchlichen als auch die örtlichen eparchialen Massenmedien sind ihrem offiziellen Status verpflichtet. Die Inhalte bleiben konsequent auf kirchliche und religiöse Inhalte beschränkt, der Stil ist oft gutmütig oder belehrend. Gesellschaftliche Fragen werden selten angesprochen, politische sehr selten, eine wirkliche Diskussion findet nicht statt. Die offiziellen orthodoxen Massenmedien spiegeln natürlich die offizielle Sicht der ROK wider: Die Kirche sei nur für das Seelenheil zuständig; das Seelenheil wird dabei fast immer im Sinne der *persönlichen* Frömmigkeit, selten im Sinne einer christlichen Verantwortung für die Schöpfung und deshalb auch kaum für die Gesellschaft verstanden. Ein immer noch häufig anzutreffender roter Faden, der in letzter Zeit noch deutlicher wurde, ist die Tendenz zu einer Selbstabgrenzung gegenüber den „Feinden“ und auch das Motiv deren Bekämpfung: Früher waren das Diskussionen z. B. über den „Einbruch“ der römisch-katholischen Kirche auf das „kanonische Territorium“ der ROK, jetzt ist es der gesamte „Westen“, der seine christlichen Wurzeln vergessen oder sogar verraten habe. Zugleich, eventuell als

ches TV-Programm „Die eparchialen Nachrichten“, einen (in Russland den ersten) orthodoxen regionalen *TV-Kanal* „Sojuz“ (Die Union) und einen Radiokanal „Voskresenie“ (Auferstehung). Der Radiokanal „Voskresenie“ (www.orthodox.etel.ru/radio.htm) arbeitet ebenfalls 24 Stunden am Tag und zeichnet sich dadurch aus, dass die Leitung des Kanals sich bereit erklärt, die Zeit auch den anderen christlichen Konfessionen, Juden und Muslimen zur Verfügung zu stellen.

15 Elena Žosul: Kadry rešajut vse, 26.09.2012 (<http://www.pravmir.ru/elena-zhosul-kadry-reshayut-vse-1/>). Vgl. auch „Metodičeskie ukazanija po organizacii raboty eparchial'noj press-služby“ (<http://p2.patriarchia.ru/2010/12/28/1233317544/metodichka.pdf>).

ein Gegentrend, zeichnete sich aber – insbesondere in den letzten fünf Jahren – auch die Tendenz ab, möglichst viel „Kultur“ und neuerdings auch „Psychologie“ (z. B. Kindererziehung, Ehe, Generationenproblematik) zu bieten. Diese „Kultur“-Tendenz ist zwar missionarisch sinnvoll, das Ganze hinterlässt aber den Beigeschmack einer Flucht vor der dramatischen Problematik des Alltags.

Die unabhängigen orthodoxen Massenmedien

Die Unabhängigkeit dieser Massenmedien besteht darin, dass sie unabhängig von der Kirchenleitung, also „von unten“, initiiert wurden. Sie spiegeln persönliche Vorstellungen, Überzeugungen und den Geschmack der jeweiligen Gruppe von Christen bzw. der jeweiligen innerkirchlichen „Subkultur“ wider, die das Projekt ins Leben rief.

Auf der Ebene der unabhängigen Massenmedien wird die gesamte Bandbreite angeboten: Sowohl radikal fundamentalistische als auch offenere, ökumenisch gestimmte und kulturorientierte Medien. Als Beispiel kann die Tätigkeit der Moskauer fundamentalistischen Bruderschaft „Radonež“ mit ihren Printmedien und ihrem landesweit zu empfangenden Radiosender genannt werden, der von Außenstehenden häufig für das offizielle Radio der ROK gehalten wird, sodass dessen fundamentalistischer Schatten auch auf die gesamte Kirche fällt. Die Massenmedien dieses Segments¹⁶ sind durch einen auffällig plakativen Stil, kriegerischen Patriotismus, Antiökumenismus, Antireformismus, häufig Stalinismus sowie durch eine unermüdliche Suche nach einem Feind gezeichnet. Dennoch gibt es auch nüchternere Massenmedien. Im Printsektor ist die Zeitschrift „Foma“ (Thomas, www.foma.ru) am bekanntesten, deren Konzept von der Moskauer orthodoxen Journalis-

16 Der Fundamentalismus von „Radonež“ verblasst jedoch vor dem Hintergrund solch ultrafundamentalistischer Erscheinungen mit rechtsextremistischem Beigeschmack wie der Sankt Petersburger „Russkaja linija“ (www.rusk.ru) und „Russkaja narodnaja linija“ (Die russische Volkslinie) (www.ruskline.ru). In Sankt Petersburg gibt es seit 20 Jahren die Zeitung „Das orthodoxe Sankt Petersburg“, die von Außenstehenden für die offizielle eparchiale Zeitung gehalten wird, mit der offiziellen Kirche aber nichts zu tun hat.

tin Xenia Lučenko als „Orthodoxy light“ bezeichnet wurde.¹⁷ „Foma“ veröffentlicht Interviews mit Stars, druckt ihre großformatigen Porträts auf dem Titelblatt und bewegt sich thematisch im Bereich persönlicher frommer Erlebnisse, Filme oder Bücher. Kommentare zu aktuellen gesellschaftlichen und politischen Ereignissen sind selten. Die Zeitschrift liefert zudem ein gutes Beispiel dafür, wie eng diese unabhängige Ebene mit der offiziellen verflochten ist – denn der Chefredakteur von „Foma“, Vladimir Legojda, ist zugleich der Vorsitzende der SINFO, der synodalen Abteilung für die Informationsarbeit, und somit Mitglied des Synods der ROK.

Einen vergleichbaren Status hatte auch die diakonische Zeitschrift „Neskučnyj sad“, die sich aus einer kleinen und unscheinbaren katechetisch-diakonischen Krankenhaus-Gemeindezeitung in eine sozial und politisch deutlich positionierte Zeitschrift mit einem professionellen journalistischen Team verwandelt hat (www.nsad.ru). Der geistliche Betreuer und Ideengeber der Zeitschrift, Erzpriester Arkadij Schaatow, wurde 2010 zum Vorsitzenden der synodalen Abteilung für Wohltätigkeit und soziale Arbeit der ROK gewählt und bald darauf zum Bischof (mit Namen Pantelejmon) geweiht. Die Zeitschrift „Neskučnyj sad“ floss in den Jahren 2013 und 2014 in die offizielle Webseite der synodalen Abteilung für Wohltätigkeit „Miloserdie.ru“ (Barmherzigkeit) ein. Das hoch professionelle Journalisten-Team, das für „Neskučnyj sad“ arbeitete, blieb erhalten. So stellt die heutige offizielle Webseite der synodalen Abteilung für Wohltätigkeit der ROK „miloserdie.ru“ (www.miloserdie.ru) ein einst unabhängiges, von unten entstandenes Projekt einer Gruppe von Christen dar.

Mitte bis Ende der 2000er-Jahre wurde die Internetbühne von einer Reihe unabhängiger Projekte betreten, die nie eine Printversion herausgegeben hatten, z. B. das ökumenisch und akademisch orientierte Portal für Theologen „Bogoslov.ru“ (Der Theologe) oder der neue pro-

¹⁷ Xenia Lučenko, Cto takoe pravoslavnyye SMI (vgl. Anm. 11, oben S. 140).

fessionelle orthodoxe Kinderkanal „Radost’ moja“ (Meine Freude¹⁸) (www.radostmoya.ru).

In diesem Segment wird die Webseite „Pravoslavie i mir“ (Orthodoxie und die Welt) (www.pravmir.ru) am häufigsten besucht. Sie entstand 2004 als eine Gemeinde-Webseite. „Pravmir.ru“ stellt keine Internetzeitung im herkömmlichen Sinne dar, sondern ist eher eine Medienplattform. Hier gibt es – außer Artikeln und Kolumnen einzelner Autoren – Befragungen, Reportagen, Videoseminare und -diskussionen. „Pravmir.ru“ hat zwei sehr lebendige Anhänge: eine Frauenwebseite (www.matrony.ru), die von der Entstehung eines orthodoxen Frauenjournalismus zeugt, und eine Webseite für und über Behinderte (www.neinvalid.ru). Das Gesamtkonzept von „Pravmir“ lässt sich als ein Versuch beschreiben, allgemeinemenschliche Themen und aktuelle Geschehnisse aus christlicher Perspektive zu reflektieren. „Pravmir“ ist heute eventuell die einzige orthodoxe Webseite, deren Autoren sich hie und da recht oppositionelle Kommentare zur politischen Situation erlauben.

Zur Charakteristik der unabhängigen Massenmedien

Das Auffälligste an den unabhängigen Massenmedien ist der Umstand, dass ihr wirklicher Status nicht immer eindeutig ist, da ihre Initiatoren, Chefredakteure und Autoren oft geweihte Priester oder Angestellte der Kirchenverwaltung sind. In ihrer journalistischen Absicht unterscheiden sie sich von den offiziellen kirchlichen Massenmedien oft deutlich: Während die synodalen Medien tendenziell um die Propagierung gewisser Ideen oder auch eines gewissen Bildes der ROK besorgt sind, also Öffentlichkeits- bzw. PR-Arbeit betreiben, gibt es unter den unabhängigen Massenmedien einige, die einen aufrichtigen Informationsaustausch und unabhängige Tagesreflexion anstreben.

18 Der Titel enthält eine Anspielung auf einen der beliebtesten russischen Heiligen, Serafim von Sarov. Mit seinem berühmten „Radost’ moja, Christos voskrese!“ („Meine Freude, Christus ist auferstanden!“) hat er seine Besucher begrüßt.

Zum Gesamtbild

Ein bleibendes – allerdings nicht typisch russisch-orthodoxes – Problem besteht in der Frage nach der eigentlichen Aufgabe des christlichen Journalismus: Worüber soll der christliche Journalismus informieren, was soll er analysieren? Die christliche Botschaft? Das wären dann eventuell katechetische Arbeit und Mission. Die „Meinung der Kirche“? Das wäre Öffentlichkeitsarbeit. In Russland gibt es diesbezüglich immerhin gewisse Entwicklungen: Sehr wenige Massenmedien nahmen davon Abstand, nur zu katechisieren, oder nur PR-Arbeit zu betreiben, und gingen dazu über, in ihrer Themenwahl nicht nur das „Kirchliche“, sondern auch Tages- sowie allgemein menschliche Themen – aus christlicher Perspektive – zu beleuchten. In diese Richtung arbeiten z.B. „Pravmir.ru“, „Miloserdie.ru“ und das Sankt Petersburger eparchiale Radio „Grad Petrow“.

Der heutige orthodoxe Journalismus lässt sich jedoch insgesamt eher als ein PR-Journalismus qualifizieren. Eine Überschneidung des Journalismus mit der Öffentlichkeitsarbeit ist selbstverständlich nicht das Problem allein der ROK und wird z.B. auch in Deutschland diskutiert. Das für die ROK Typische besteht darin, dass man zumeist nicht einmal von einer Überschneidung reden kann: Die gesamte Informationsarbeit der offiziellen Massenmedien der ROK ist strenggenommen überhaupt kein Journalismus, sondern lediglich PR-Arbeit.

Der klassische Journalismus steht und fällt mit der Primärquelle der Information, die gesucht, gewonnen und gepflegt werden muss; sie bildet den Gegenstand des journalistischen Stolzes. Die Information wird an verschiedene Informationsagenturen verkauft und kann unterschiedliche Interpretationen erfahren. Dieses Szenario funktioniert natürlich nie einwandfrei, in den heutigen Massenmedien der ROK fehlt es jedoch so gut wie vollständig: Hier benötigt man im Grunde genommen weder Informationsquelle noch objektive Berichterstattung noch wirkliche Analyse. Die SINFO beschreibt ihre Hauptauf-

gabe z. B. als „Lieferung der Meinung der Kirche in die Öffentlichkeit“.¹⁹ Ein so verstandener Journalismus informiert nicht und trägt nicht zur freien Meinungsbildung bei, sondern zwingt zur Meinungsübernahme. Die Information hat hier die Funktion einer bloßen Veranschaulichung einer im Voraus vorgegebenen Position. Von einer Reihe von orthodoxen Journalisten selbst wird diese Art von Journalismus als *Propaganda* empfunden und mittlerweile auch öffentlich so genannt.²⁰ Viele orthodoxe Massenmedien in Russland sind heute nicht selten antiwestlich, anti-ökumenisch, chauvinistisch („patriotisch“, wie es offiziell heißt) und triumphalistisch gefärbt. Die Mehrheit jener, die im Bereich des russisch-orthodoxen Journalismus arbeiten, geht außerdem bewusst oder unbewusst davon aus, dass das eigentliche Ziel die Mission ist. Dies reduziert den Themenkreis und behindert den Informations- und Meinungsaustausch.

Eines der zentralen Kriterien der journalistischen Arbeit heute ist zu meist die Loyalität gegenüber der Kirchenleitung, die ihrerseits dem Staat gegenüber einen ausgesprochen hohen Grad an Loyalität entgegenbringt. Über Themen, die von diesen beiden Seiten nicht abgesegnet sind, wird nicht gesprochen. Loyalität setzt zudem einen starken Grad an *Selbstzensur* voraus, was somit jegliche denkerische und kreative Entwicklung der Journalisten verhindert. Deshalb werden Inhalte kaum analysiert und keine wirklichen Diskussionen zu innerkirchlichen, geschweige denn gesellschaftlichen Problemen geführt. So erlaubt die heutige journalistische Produktion der ROK es immer noch zu wenig, sich über das reale Kirchenleben zu informieren oder eine wirklich christliche Sicht auf die teilweise ziemlich dramatische Problematik des Tagesgeschehens kennenzulernen.

19 Vgl. z. B. in „Foma“ vom 15.06.2011: „Vladimir Legojda: „Ničego ne bojus“!: Intervju predsedatelja Sinodal'nogo informacionnogo otdela i glavnogo redaktora žurnala „Foma“ portalu „Pravoslavie i mir““ (<http://foma.ru/vladimir-legojda-nichego-ne-boyus.html>).

20 Vgl. z. B. Sergej Čapnin: Propoved' i poklonenije v informacionnom obščestve (prorok Iona i put' volchvov). Doklad na konferencii „Christianstvo-Pravoslavie i sredstva informacii v sovremenom mire“, 12.-14.05.2014, Thessaloniki (http://chapnin.ru/articles/media_jonah/). Siehe auch Xenia Lučenko: Čto takoe pravoslavnyje SMI (oben 140, Anm. 11).

Nach der Wende verstand man unter dem „kirchlichen Journalismus“ fast ausschließlich den weltlichen Journalismus, der sich auf die kirchliche Thematik („auf die Religion“, wie es damals hieß) spezialisierte. Der Journalismus der Kirche bestand hingegen im Abdrucken patristischer Zitate und frommer Texte vom Beginn des 20. Jahrhunderts. Heute besteht sein Problem nicht mehr in unzureichenden Kenntnissen der (weltlichen) Journalisten in Bezug auf die kirchliche Thematik und nicht mehr so sehr in der Unfähigkeit der kirchlichen Journalisten, über die Kirche adäquat zu informieren, sondern vielmehr im Fehlen eines Konzepts für den kirchlichen Journalismus als solchen, was sicherlich, wie gesagt, nicht das Problem der ROK allein ist. Bei all seinen konzeptuellen Schwierigkeiten, der Zensur inner- und außerhalb der russischen Kirche und dem damit verbundenen Mangel an gesellschaftlich relevanten Fragestellungen und Diskussionen lässt sich dem orthodoxen kirchlichen Journalismus in Russland heute nichtsdestotrotz ein großes Potenzial bescheinigen, das sich aus den Entwicklungen der letzten 25 Jahren, die ex nihilo starteten, abliest.



Marek Zajac, Warschau¹

Anmerkungen zur kirchlichen Medienlandschaft in Polen

Bevor ich über die katholischen Medien in Polen spreche, möchte ich einige wichtige Fragen stellen, deren Antworten ich noch nicht kenne. Ich hoffe aber, dass dies nach unserem Kongress der Fall sein wird. Ich beginne zunächst mit einer alten Anekdote: 1796/97 erobert der junge französische General Napoleon Bonaparte Norditalien und spricht mit einem Kardinal, der aus Rom gekommen ist. Napoleon sagt: „Der Papst und die römische Kirche müssen sich mir unterordnen.“ Der Kardinal antwortet ganz ruhig: „Die römische Kirche und der Papst dienen Christus, wir sind unabhängig von dieser Welt. Herr General, es tut mir leid, aber das ist nicht möglich.“ Napoleon nimmt eine antike Vase, zerbricht diese und sagt: „Ihr wolltet es so: Ich zerstöre die römische Kirche.“ Erneut antwortet der Kardinal sehr ruhig: „Herr General, wir selbst arbeiten seit 17 Jahrhunderten ohne Erfolg daran.“ Für unser Thema ist dies sehr wichtig. Wir müssen im Kopf behalten, dass langweilige und schlechte katholische Medien die Verkündigung der Frohen Botschaft eher stören, die guten Medien hingegen eher hilfreich sind.

Betrachtet man die Lage der katholischen Kirche in Polen, so lässt sich feststellen, dass der Anteil derjenigen, die jeden Sonntag in die Kirche gehen, seit 1980 auf 40 Prozent gesunken ist. Aus der Perspektive anderer Länder sieht dies nicht schlecht aus, die Tendenz ist jedoch bedenklich. Die Anzahl derer, die zur Kommunion gehen – und in Polen geht dies nicht ohne Beichte – stieg im Gegensatz dazu auf ungefähr 16 Pro-

1 Marek Zajac stellte sich eingangs kurz selbst vor. Er studierte in Krakau Journalismus und Kommunikationswissenschaften und war zwischen 2000 und 2007 Mitglied der Redaktion der katholischen Wochenzeitung „Tygodnik Powszechny“, für die er bis heute Beiträge liefert. Danach begann eine breitgefächerte Tätigkeit in verschiedenen polnischen Medien, u. a. als Redakteur für das polnische Fernsehen (TVP).

zent an und verdoppelte sich gegenüber dem Jahr 1980. Folgende Tendenz wird sichtbar: Diejenigen, die in der Kirche bleiben, glauben tiefer und sind sich bewusster, dass sie Christen und Katholiken sind.²

Mehr als 90 Prozent der Menschen in Polen bezeichnen sich selbst als Katholiken, doch nur 81 Prozent glauben an Gott. Dies zeigt etwas Wichtiges: Polen ist bestimmt eine getaufte katholische Nation, jedoch nicht immer eine gläubige. Des Weiteren – und das ist ein großes Problem für die Kirche – glauben in Polen lediglich 47 Prozent der Menschen an eine Auferstehung. Dies zeigt, dass fast die Hälfte aller getauften Katholiken oberflächlich oder überhaupt nicht glaubt. Auferstehung ist die Basis unseres Glaubens, denn ohne sie sind die Kirche und ihre Lehre völlig sinnlos.

Hier setzt nun die Frage nach den kirchlichen Medien ein. Meine These lautet: Die katholischen Medien in Polen sind nicht so stark, wie sie sein könnten. Zunächst muss aber geklärt werden, was die katholischen Medien in Polen überhaupt sind. In diesem Bereich forsche ich und suche entsprechende Antworten, die sich unter anderem in zahlreichen unterschiedlichen Dossiers finden lassen. Es gibt in Polen ca. 300 katholische Zeitungen und Magazine mit einer Auflage von insgesamt 2 Millionen Exemplaren, 50 Radiosender und 120 Verlage. Im letzten Jahr wurden mehr als 2.500 kirchliche Publikationen veröffentlicht. Wir haben zudem eine katholische Nachrichtenagentur und zwei Fernsehanstalten. Die Sache ist jedoch komplizierter: Bereits während meines Journalistik-Studiums vor vielen Jahren an der Jagiellonen-Universität in Krakau lernte ich, dass die Sache viel verwickelter ist, denn in der Welt gibt es drei Arten von Medien:

- Kommerzielle Medien, deren Ziel es selbstverständlich ist, Gewinne durch den Verkauf von Zeitungen und Werbeanzeigen zu erzielen.

² Vgl. zum Folgenden auch Marek Zajac: Eine Generation sucht neue Wege. Jugend und Religion in Polen. In: OST-WEST. Europäische Perspektiven 17 (2016), H. 2, S. 98-106.

- Öffentliche Medien, deren Aufgabe sehr häufig in Gesetzen verankert ist. Hierzu zählen in Polen das öffentlich-rechtliche Fernsehen und Radio.
- Zudem gibt es so genannte Non-Profit-Medien, die den Zielen und der Botschaft anderer Organisationen, wie zum Beispiel der Kirche, dienen.

Schwierig ist in Polen, dass es zwei überregionale Fernsehsender gibt, die man als katholisch einstuft: einerseits den Sender „Trwam“ (zu Deutsch bedeutet dies in etwa „Ich-halte-fest-Fernsehen“) und Religia-TV. Zwar gehört „Trwam“ einer Stiftung, die mit dem berühmt-berühmten Redemptoristen-Pater *Tadeusz Rydzyk* verbunden ist; Religia-TV als Kommerz-Sender wiederum gehört einer großen Firma, ITI (International Trading and Investments Holdings SA, Luxemburg), Direktor ist der Priester *Kazimierz Sowa*.³ Doch keiner der beiden Sender ist an die institutionelle Kirche gebunden, die somit in diesem Bereich keine Kontrolle hat. Sie gestalten jedoch das Image der Kirche, des Katholizismus und des Glaubens in der Bevölkerung und der Gesellschaft.

Das wahre Gesicht der Kirche in der Öffentlichkeit gleicht leider manchmal eher einer Karikatur oder sogar einer hässlichen Fratze – und das, obwohl viele Menschen die Kirche, den Glauben, das Christentum und die Frohe Botschaft durch die katholischen Medien erfahren. Für viele Menschen ist dies auch in Polen der einzige Kontakt zu Kirche und Glaube. Doch ich möchte die Sache noch verkomplizieren und Ihnen einen jungen Mann vorstellen. Er heißt *Piotr Żyłka*, wurde 1986 geboren, ist weder Theologe noch Priester, aber sehr erfolgreich im Bereich der katholischen Medien.⁴ Eines seiner Projekte ist FaceBóg. Im Polnischen ergibt sich ironischerweise hier ein Wortspiel, da „Gott“ bei uns „Bóg“ heißt. Interessant ist die große Anzahl derer, die ihm gegenüber Sympathien bekunden und in Facebook „likes“ vergeben. In die-

3 Anmerkung der Redaktion: Im Zuge von Einsparungsmaßnahmen hat die ITI-Gruppe im Dezember 2014 bekanntgegeben, sich von nicht mehr rentablen Sendern zu trennen. Davon war auch Religia-TV betroffen; der Fernsehsender stellte am 31. Januar 2015 seinen Betrieb ein.

4 <http://zylka.blog.deon.pl/>

sem Fall sind es 153.297, von denen mindestens ein Drittel dieser jungen Leute aktiv sind. Meine Damen und Herren, Brüder und Schwestern, dies ist eine gigantische digitale Kathedrale. Piotr hält seine „Predigt“ jeden Tag vor 50.000 jungen Menschen. Haben Sie in Freising, Krakau, Mailand, Lemberg, Madrid oder anderswo an einem Tag jemals so viele junge Leute in einer Kirche gesehen? Obwohl es keine klassischen Predigten, sondern eher Kurztexte (so genannte Memos), Grafiken und kurze Filme sind, ist dies für viele junge Leute der wichtigste Kontakt mit der katholischen Lehre, dem katholischen Glauben und der katholischen Kirche. Ein von Piotr entworfener Becher zeigt auf einer Seite den Satz „Sag Gott nicht, dass du ein großes Problem hast“; auf der anderen „Sag deinem Problem, dass du einen großen Gott hast“.

Dies ist „Biblia pauperum“, also die Bibel der einfachen Leute des 21. Jahrhunderts. Im Mittelalter lernten die Menschen, die zumeist Analphabeten waren, über die Glasfenster der Kirchen Gott, die Kirche und die Bibel kennen – heute geschieht dies bei den jungen Leuten vor allem beim Kaffeetrinken. Man braucht dazu nicht viel Geld, sondern lediglich gute Ideen und natürlich einen Willen. Gewiss ist dies die Zukunft, und wie Sie merken, spielt sich das alles außerhalb der kirchlichen Kontrolle ab, ist also ohne Imprimatur. Wie bereits erwähnt, ist Piotr Żyłka kein begabter Theologe oder Priester und dennoch macht er eine fantastische Arbeit. Hierbei handelt es sich um etwas Neues und Revolutionäres, also nicht um Pfarrbriefe oder Zeitungen, die nach Hause geschickt werden. Es geschieht ohne jegliche Kontrolle und bringt meines Erachtens wie jede Revolution Chancen und Gefahren mit sich.

Glücklicherweise hat die Kirche bisher viele Revolutionen überlebt, aber dennoch ist es unsere Aufgabe, etwas Neues aus dieser digitalen Revolution zu machen. Die „digitale Kirche“ hat beispielsweise keine Sakramente, die ja die Basis unseres Glaubens sind. Bestimmt ist es noch ein langer, steiler und schwieriger Weg von der „digitalen Kathedrale“ zur „Offline-Kirche“, der dennoch eine sehr große Chance für uns beinhaltet. Deshalb frage ich Sie, verehrte Bischöfe, Priester, aktive Laien und Chefredakteure: Sind wir auf diese Revolution vorbereitet?

Bereiten wir uns nicht eher auf die Vergangenheit statt auf die Zukunft vor? Herr Klenk hat uns sehr wichtige Statistiken erläutert, die zeigen, welche Bereiche der katholischen Medien allmählich aussterben. Ich frage daher: Gibt sich unsere Kirche nicht häufig der Kapitulation hin? Gibt sie nicht allzu oft Geld für veraltete Projekte aus? Diesen Fragen müssen wir uns in Zukunft stellen. Ich arbeite für die Presse, die ich sehr liebe und die auf jeden Fall weiterleben wird – jedoch weiß ich nicht, in welcher Form. Wir sprechen viel zu selten von Menschen wie Piotr Żyłka und ähnlichen Projekten. Doch genau das ist meiner Meinung nach die Zukunft einer Kirche, die ansonsten abzusterben droht.

Eine weitere wichtige Frage lautet: Was unterscheidet die katholischen Medien von anderen Medien? In Polen werde ich sehr häufig als *katholischer* Publizist vorgestellt, was ich ehrlich gesagt hasse, da diese Spezifizierung eigentlich sinnlos ist. Stellen Sie sich eine Fernsehsendung vor, in der der Moderator sagt: „Heute sind bei uns drei berühmte Kommentatoren zu Gast, ein jüdischer, ein katholischer, und einer ist nichtgläubig.“ Ein weiteres Beispiel für diese Problematik ist der Verkauf von meinungsbildenden katholischen Wochenzeitungen in Polen. In Bezug auf die Auflage (über 140.000) und entsprechende Verkaufszahlen befindet sich die vom Erzbischof von Katowice herausgegebene Zeitung „Gość Niedzielny“ (Sonntagsgast) an erster Stelle. Auf dem nächsten Platz findet sich die linksliberale Wochenzeitung „Polityka“ (Politik), mit einer Auflage von etwas mehr als 120.000. Das sieht zwar grundsätzlich nicht schlecht aus, doch „Gość Niedzielny“ wird vom so genannten *Mainstream* nicht als seriös angesehen. Es herrscht das Klischee vor, dass alles Katholische nicht seriös sei, daher wird beispielsweise „Gość Niedzielny“ sehr selten zitiert. Für alle Medienschaffenden ist zudem Folgendes wichtig: In „Gość Niedzielny“ gibt es sehr wenig Werbung, obwohl das Blatt von der Auflage her ziemlich erfolgreich ist. Vor ein paar Jahren führte ich ein Interview mit Chefredakteur Pater Marek Gancarczyk, in dem er diesen Zustand kritisierte und meinte, man könne vertrauenswürdige Produkte durchaus bewerben. Warum also gibt es keine Werbung? Ich führte ihn ein wenig aufs Glatt Eis, indem ich ihn fragte, ob er beispielsweise Fußpflege-Produkte einer sehr bekannten Firma bewerben würde. Und die Antwort lautete:

„Selbstverständlich ja, denn das wäre etwas Gutes für unsere Leser und für unsere Zeitung.“ Dann fragte ich, ob er wüsste, dass der Hersteller dieser Produkte ebenso Kondome herstellt, und er erwiderte: „Es tut mir leid, dies habe ich nicht gewusst – in diesem Fall bestimmt nicht.“ Die wichtigste Frage ist also, in welchem Sinne wir als katholische Medien Teil des ganzen medialen Universums sind, wo wir außerhalb stehen und wo wir uns von anderen unterscheiden. Wir wollen zwar professionell sein und hohe Standards erfüllen, aber was unterscheidet uns von anderen Medien? Für mich ist dies seit vielen Jahren eine wichtige Frage.

In der gesamten demokratischen Welt stellen die Medien die so genannte „Vierte Gewalt“ dar und kontrollieren in diesem Sinne die drei anderen Gewalten, was auch als große gesellschaftliche Funktion gesehen werden kann. Meines Erachtens haben auch die katholischen Medien diese Funktion. Die Frage ist aber, ob sie lediglich der Kirche dienen oder sie auch kontrollieren. Anders gefragt: Wie viel Meinungsfreiheit, die die Basis aller Medienaktivitäten darstellt, gibt es innerhalb der katholischen Medien? Hierbei sollten wir aber auch auf unsere Verpflichtung achten, in gewissem Maße loyal zu sein. Für so genannte „katholische“ Journalisten stellen sich in konkreten Fällen dann häufig sehr schwierige Fragen.

Ich möchte Ihnen dazu zwei Beispiele aus Polen aufzeigen: 2011 stellte man *Pater Adam Boniecki*, dem Senior-Chefredakteur des in der Geschichte Polens und der polnischen katholischen Kirche angesehenen „Tygodnik Powszechny“ (Allgemeines Wochenblatt) in einem Interview im Privatfernsehen die Frage, ob aus katholischer Perspektive im polnischen Parlament das Kreuz hängen solle oder nicht. Er antwortete: „Aus katholischer Perspektive ist es egal und somit nicht wichtig, ob es dort hängt oder nicht.“ Im Anschluss an dieses Interview durfte er nicht mehr in den Medien auftreten und muss bis heute schweigen; die einzige Möglichkeit für ihn besteht weiterhin darin, für den „Tygodnik Powszechny“ zu schreiben. Ich möchte über diesen Fall nicht urteilen, sondern lediglich ein Beispiel aufzeigen. Mein zweites Beispiel stellte in Polen über viele Monate hinweg eine große Affäre dar. *Pfarrer Wojciech*

Lemański führte einen Blog und kritisierte während seiner zahlreichen Medienauftritte sehr scharf die Kirche, obwohl sein Erzbischof es ihm ausdrücklich verboten hatte. Die beiden gerieten in einen noch tieferen Konflikt, sodass er schließlich im letzten Monat suspendiert wurde. Ohne persönlich ein Urteil fällen zu wollen, machten sie meines Erachtens beide Fehler. Alles in allem hinterfragen diese Beispiele, wie viel Meinungsfreiheit die katholischen Medien tatsächlich haben. Damit ist auch die andere wichtige Frage verbunden, wie offen man Andersdenkenden gegenüber in den katholischen Medien sein kann.

Aus dem Bereich der katholischen Medien-Aktivitäten in Polen muss natürlich der sehr bekannte, aber auch recht umstrittene Redemptoristenpater *Tadeusz Rydzyk* erwähnt werden, den ich schon im Zusammenhang mit dem Fernsehsender „Trwam“ erwähnt habe. Er hat viele Anhänger, auch unter Bischöfen, aber auch viele Kritiker, und hat ein regelrechtes mediales Imperium aufgebaut, darunter mit „Radio Maryja“ den fünftgrößten Radiosender in Polen mit über einer Million Zuhörern. Außerdem leitet er die einzige katholische Tageszeitung in Polen, „Nasz Dziennik“ (Unsere Zeitung), deren Auflage und Verkaufszahlen ein Geheimnis sind, deren Bedeutung auf dem Markt jedoch groß ist, und eben den Sender „Trwam“. Zudem hat er sogar eine „Hochschule für Sozial- und Medienkultur“ in Toruń begründet. In der polnischen Kirche bildet dies fast so etwas wie einen „Staat im Staate“. Letztes Jahr entdeckten dann zwei Journalisten der „Gazeta Wyborcza“ etwas Interessantes. In fast allen Radiosendern gibt es Verzögerungen bei den Sendungen. Aus technischen Gründen sind ca. fünf Sekunden völlig im Rahmen, aber „Radio Maryja“ baute ein anderes System mit Verzögerungen von 12 Sekunden ein. Anrufe von Hörern werden auf diese Weise kategorisiert, beispielsweise in Freunde, Kritiker, Gegner und Feinde. Um unerwünschte Anrufer zu filtern und um zu verhindern, dass diese auf Sendung gehen, braucht der Sender zusätzliche sieben Sekunden. Ich möchte dies nicht beurteilen, sicher ist aber, dass „Radio Maryja“ als katholisches Medium auf diese Weise die totale Kontrolle gewinnt und sich Provokateure, Dummheiten und Probleme vom Hals schafft, sodass alles nett und gefällig bleibt. Ist das wirklich ein guter Weg für die Kirche, möchten wir lediglich die bereits Über-

zeugten überzeugen, möchten wir wirklich nur die Tiefgläubigen stärken und andere einfach an der Seite stehen lassen, möchten wir also die Gesunden heilen?

Noch ein kurzes Beispiel: Im polnischen öffentlichen Fernsehen gibt es das Sonntagsmagazin „Zwischen Erde und Himmel“, in dem ich als Moderator tätig bin und das beispielsweise letztes Wochenende 620.000 Zuschauer hatte. Das ist ein gutes Ergebnis, doch im Winter haben wir sogar mehr als eine Million. Wir liefern unter anderem Informationen aus der Kirche und sprechen von kirchlichen Projekten, doch für unsere Zuschauer, und dies zeigen alle Untersuchungen, ist die Diskussion am wichtigsten. Darin geht es dann natürlich auch um heikle Fragen, wie zum Beispiel Bioethik, In-vitro-Fertilisation oder um die Finanzen der Kirche. In jeder Sendung sind jeweils vier Gäste anwesend, von denen einer keinen kirchlichen Hintergrund hat und somit eine andere Meinung bzw. Perspektive einbringt. Umfragen ergaben, dass die Zuschauer dies durchaus wünschen, weil sie im Rahmen einer Diskussion mit Argumenten und Gegenargumenten erfahren, was die Kirche lehrt. Unter unseren Zuschauern gibt es viele Leute, die nicht tiefgläubig sind, die aber dennoch unser Programm jeden Sonntag ansehen. Deshalb meine ich: Ein bisschen Pluralismus in den katholischen Medien stört wirklich nicht, sondern hilft eher.

Ich komme nun zu meiner letzten Frage und zu einer Aufgabe für uns Christen: Wie kann man in den katholischen Medien „neue Fische fangen“, also neue Kirchenmitglieder gewinnen? Vor ein paar Jahren gab eine katholische Wochenzeitung in Polen eine Umfrage, vor allem unter jungen Leuten, in Auftrag, und wollte unter anderem wissen, welche Assoziation die Befragten mit den katholischen Medien verbinden. Meist lauteten die Antworten: veraltet, langweilig und einseitig. Hier muss man natürlich bedenken, dass sich die Antworten auch auf das Wort „katholisch“ bezogen haben. Was sollen wir nun also machen, vielleicht sogar kapitulieren oder doch eine neue Formel finden? Ich glaube, wir sollten *dynamisch, interessant* und *auf keinen Fall einseitig* sein. Eine Umfrage aus diesem Jahr zeigte zudem, dass drei Millionen Menschen in Polen, das heißt 14 Prozent aller polnischen Internetnut-

zer, die katholischen Internetseiten besuchen. Der durchschnittliche Internetnutzer liest täglich lediglich bis zu fünf Seiten, und hierbei ist bloßes Suchen nicht inbegriffen. Am häufigsten besucht er ihm bereits bekannte Seiten, mit denen er sich vollkommen identifizieren kann. Insofern ist dies keine gute Nachricht, da die Leute im Internet das suchen, was sie kennen, gerne haben und womit sie einverstanden sind. Nichtsdestotrotz ist dies für uns als Kirche eine sehr wichtige Information, denn 99 Prozent der Internetnutzer in Polen, die sich nicht als religiös bezeichnen, lesen keine religiösen Seiten.

Einen großen Erfolg der polnischen katholischen Medien möchte ich allerdings unbedingt festhalten: die Internetseite www.deon.pl, die von den Jesuiten in Krakau betreut wird. Sie hatte im März dieses Jahres rund eine Million „unique users“, von denen viele relativ jung waren. Auf der Seite gibt es offene Diskussionen, moderne Projekte und viel Freiheit für die Nutzer. Es gibt dort nicht nur Informationen aus dem kirchlichen Leben, sondern u. a. ebenso aus Politik, Wirtschaft und aus dem Bereich des Lifestyles. In diesem Netz kann man also dann wahrlich „Fische fangen“. Im heute Nachmittag folgenden Arbeitskreis „Journalistischer Standard versus Verkündigung in den kirchlichen Medien“, den ich Ihnen empfehle, wird der mit DEON verbundene Pater Dariusz Piórkowski SJ aus Krakau diese Strategie aufzeigen.⁵

All dies zeigt, dass es Lösungen gibt und man nicht kapitulieren muss. Hierzu müssen wir in die Zukunft und nicht in die Vergangenheit blicken. Gestern sah ich an einer Wand des Freisinger Rathauses den Satz „Rat nach der Tat kommt zu spät“ geschrieben. Nicht morgen, sondern heute müssen wir diese wichtigsten Fragen für die Kirche, für das Christentum und auch für die katholischen Medien beantworten, sonst könnte es leider ein bisschen zu spät sein.

⁵ Vgl. dazu unten S. 233-236.

Diskussion zu den Vorträgen von Dr. Christian Klenk, Dr. Anna Briskina- Müller und Marek Zajac:

Moderation: Sofie Jannusch, Aachen

Anwalte des Publikums: Růžena Kavková, Litoměřice
Thomas Müller-Boehr, Freising

Sofie Jannusch:

Gerade der letzte Beitrag zur Situation in Polen hat, wenn ich das so sagen darf, voll ins Schwarze getroffen. Ich habe daher auch nicht eingegriffen, auch wenn wir jetzt leider nur noch wenig Zeit zur Diskussion haben. Dennoch möchte ich, ehe wir Fragen aus dem Publikum behandeln, Sie hier neben mir bitten, Fragen an die Kollegin bzw. die Kollegen zu stellen, wenn Ihnen das eine oder andere besonders wichtig erscheint.

Marek Zajac:

Darf ich gleich eine Frage an Frau Briskina-Müller richten, in Ergänzung zur Diskussion gestern Nachmittag über die Ukraine. Wie verhalten sich die orthodoxen Medien in Russland in diesen Monaten, was schreiben sie über den Konflikt in der Ukraine?

Dr. Anna Briskina-Müller:

Es dürfte aus meinem Überblick klar geworden sein, dass man sich in den orthodoxen Medien grundsätzlich zurückhält und die aktuellen Nachrichten in einem relativ unverfänglichen Format liefert, wie beispielsweise die Meldung, dass eine Kirche von einer Bombe getroffen worden ist, wobei die Ursachen fast gänzlich ausgeblendet werden. Das heißt, sowohl die offiziellen als auch die eher nüchternen privaten Anbieter der russisch-orthodoxen Massenmedien äußern sich weder

pro noch contra, weil die Ukraine kirchenrechtlich immer noch zum Moskauer Patriarchat gehört. Man will also keine zusätzlichen Probleme schaffen, obwohl man natürlich nicht verschweigen kann, dass etwas passiert ist, sonst sähe es konfus aus. Also berichtet man lediglich, dass eine Kirche getroffen wurde, was aber keine Information und erst recht keine Analyse darstellt. Meinungen werden beispielsweise auf der Webseite „Orthodoxie und Welt“ (www.pravmir.ru) zugelassen, da sie eine unabhängige Plattform darstellt und dort Meinungen pro und contra dargelegt werden können. Es passiert aber auch manchmal, dass die eine oder andere Meinung zunächst dort publiziert und kurz danach wieder entfernt wird, weil auch diese Anbieter natürlich sehr eng mit der Kirche zusammenarbeiten und somit taktvoll bleiben müssen.

Ich schließe gleich auch eine Bemerkung an. Mich hat sehr überrascht, dass mein deutscher Kollege Dr. Christian Klenk nichts von den eventuellen inhaltlichen Spannungen innerhalb der deutschen kirchlichen Medienlandschaft gesagt hat – mein polnischer Kollege Marek Zajac hat ja empfohlen, dass ein wenig Pluralismus nicht schaden würde. Es tröstete mich gewissermaßen natürlich zu hören, dass es auch in anderen Ländern Probleme gibt und nicht nur uns Orthodoxen, sondern auch den Katholiken ein wenig Vielfalt nicht schaden würde.

Dr. Christian Klenk:

Ich bin sehr dankbar, dass Sie auch diese inhaltlichen Punkte angebracht haben, und gebe zu, dass mein Beitrag sehr stark die Strukturen dargestellt hat, weniger die übergreifende Linie. Natürlich habe ich aber in allen drei Vorträgen gemerkt, dass die gleichen Probleme in den verschiedenen Ländern wiederkehren. So lauten die Fragen: Was sind katholische Medien? Ist das Journalismus, PR oder irgendetwas dazwischen? Dies kann man auch nicht ganz eindeutig beantworten, sondern man muss es von Titel zu Titel sehen. Es gibt Tendenzen, dass journalistische Redaktionen in Pressestellen integriert werden, dann ist es eher ein Schritt hin zu mehr PR; es gibt aber auch erfreuliche Entwicklungen, dass beispielsweise die von mir erwähnte Beilage „Christ und Welt“ einen sehr meinungsfreudigen Journalismus anbietet, Pro- und

Contra-Diskussionen zulässt und Vertreter verschiedenster Richtungen zu Wort kommen lässt. Man kann dies jedoch nicht gänzlich schwarz oder weiß sehen, sondern muss jeden Titel einzeln betrachten.

Ich fand es sehr gut, in den Vorträgen zu hören, dass in Russland und Polen Ähnliches wie bei uns in Deutschland diskutiert wird. Auch haben mir die Beispiele meiner Kollegen gut gefallen, wie beispielsweise jene über die sozialen Netzwerke. Natürlich nutzen in Deutschland auch Institutionen Facebook, aber noch viel mehr von Erfolg gekrönt wäre es, wenn Personen, wie beispielsweise Ordensleute, dahinterstehen würden. In dieser Größenordnung, wie Sie es uns aus Polen gezeigt haben, ist mir in Deutschland nichts bekannt. Deutschland könnte hier noch Einiges daraus lernen.

Marek Zajac:

Häufig habe ich seitens der Kirche gehört, dass man die neuen Technologien dort erst noch erlernen müsse. In der digitalen Welt ist aber vor allem Glaubwürdigkeit wichtig, sodass hier der vorhin erwähnte junge Mann Piotr Żyłka für die jungen Leute und Nutzer, die nicht gläubig sind, im ersten Schritt – und ich betone: nur im ersten Schritt – glaubwürdiger ist als ein Bischof. Ich kritisiere die Bischöfe deshalb nicht, denn ich selbst fühle mich in dieser digitalen Welt sehr alt und kann mich von der Glaubwürdigkeit her nicht mit Piotr Żyłka, der 1986 geboren wurde, vergleichen. Des Weiteren sind Technologien letztlich nur Mittel – im Internet geht es jedoch darüber hinaus um Content, um Inhalt. Deshalb sind manche Projekte erfolgreich, andere jedoch nicht.

Růžena Kavková:

Aus dem Publikum liegt folgende Frage vor: Wie kann ein katholisches Medium heute die allgemeine Spannweite zwischen konservativ und liberal, wie sie in der katholischen Kirche vorherrscht, glaubhaft abdecken?

Dr. Christian Klenk:

Meines Erachtens sollten bei dem Streit um die Sache die verschiedenen Positionen auch in den katholischen Medien abgebildet werden, denn das ist grundsätzlich eine wertvolle Angelegenheit. In Deutschland beobachte ich, dass die Diskussion, sobald wirklich um schwierige Themen gerungen wird, oftmals entgleist und nicht mehr sachlich geführt wird. Auf der persönlichen Ebene wird dann häufig einfach eine Konfrontationshaltung eingenommen.

Sofie Jannusch:

Ist nicht das Problem dieser Konfrontationshaltung, also des Versuchs, sich mit der eigenen Richtung durchzusetzen, auch eine Grundlage der so genannten unabhängigen katholischen und orthodoxen Medien, wie Sie es schilderten? Starten dann nicht bestimmte Gruppen oder Einzelpersonen, um sich entsprechend durchzusetzen, einfach eine neue Initiative und versuchen, ihre eigenen Jünger um sich zu scharen? Frau Dr. Briskina-Müller, kennen Sie das aus Russland, und kennen wir das aus Deutschland, Herr Klenk?

Dr. Anna Briskina-Müller:

Die unabhängigen Medien entstanden oder entstehen in der Tat nach dem Schema, dass eine gewisse Subkultur – oder eine Gruppe aus dieser – meint, irgendetwas unternehmen zu müssen, sei es caritative Arbeit, ein Engagement in der Ausbildung oder eben in den Medien. Da die Initiatoren innerhalb ihrer Subkultur arbeiten, bedienen sie schließlich wieder sich selbst und bleiben unter sich. Dieser Tatsache sind sie sich sehr oft bewusst, wissen aber nicht, wie sie da herauskommen sollen. Das heißt, gewisse Medien werden nur von gewissen Gruppen gelesen, denn die gesamte Bandbreite von liberal bis fundamentalistisch kann wahrscheinlich unmöglich von einem einzigen Medium abgebildet werden. Ich beobachte heute in Russland, dass man im eigenen Milieu bleibt. Nur wenige Medien wagen es, auch die Gegenseite zu Wort kommen zu lassen, und riskieren dabei natürlich Vorwürfe aus

dem eigenen Lager, Verräter zu sein, irgendetwas Falsches publiziert oder das Lager gewechselt zu haben.

Dr. Christian Klenk:

Auch in Deutschland kann man dies beobachten. Gerade gewisse Kreise im fundamental-katholischen Bereich haben durch das Internet die Möglichkeit, sich eigene Medien und Kanäle zu schaffen, weil sie sich nicht adäquat repräsentiert fühlen oder ihre Meinung in den institutionellen Medien und in den davor schon existierenden unabhängigen katholischen Medien überhaupt nicht platziert werden würde. Ich empfinde es auch zunächst einmal als legitim, dass sich verschiedene Ansichten finden und entsprechende Medien produzieren, denn es handelt sich hierbei ja um Meinungsfreiheit. Schwierig wird es dann, wenn das Ganze formal und inhaltlich entgleitet. Beispielsweise gab es in Deutschland bis Dezember 2012 ein Portal namens



„kreuz.net“, das in die Schlagzeilen kam, weil es in die kriminelle Schiene abgerutscht ist, sich antisemitisch äußerte, mit Verleumdungen arbeitete und Personen persönlich anging. Nicht umsonst platzierte man damals den Server dieser Seite in Übersee und sorgte auch durch Anonymität dafür, dass man an die Verantwortlichen nicht heran kam. Obwohl es diese Seite nicht mehr gibt, existieren dennoch weiterhin solche Meinungen und Stimmen, die sich nun aber eben auf andere Seiten verteilt haben oder in Kommentarspalten und in den sozialen Netzwerken äußern. In den Kommentarbereichen finden dann manchmal auch ziemlich heftige Diskussionen statt.

Dr. Anna Briskina-Müller:

Der Unterschied zwischen Polen, Deutschland und Russland besteht heute natürlich darin, dass in Russland mittlerweile eine immense Zen-

sur herrscht und es – auch juristisch gesehen – bestimmte Regeln und Gesetze gibt, die es unmöglich machen, dies oder jenes zur Sprache zu bringen. Über diese Gesetze und die daraus folgenden Verbote in Bezug auf die russischen Medien werden wir heute noch Ausführlicheres im Arbeitskreis „Freiheit der Presse und ihre Gefährdung“ erfahren.¹ Die orthodoxen Massenmedien sind hiervon natürlich unmittelbar betroffen.

Thomas Müller-Boehr:

Bezug nehmend auf das Stichwort „Internet und pastorale kirchliche Entwicklungen“ geht es in vielen Publikumsfragen um die Aspekte: Wie bewerten und verorten Sie die Perspektiven von Online-Medien oder sozialen Netzwerken im Zusammenhang mit kirchlicher Verkündigung? Es wurden auch Beispiele wie Online-Exerzitien und Internet-Kirche genannt; wie bewerten Sie die Perspektiven dieser Medien? Welche Auswirkungen hat die Nutzung von Online-Medien auf das kirchliche Selbstverständnis, also das Verhältnis von virtuellen Medien und physischer Erscheinungsweise von Kirche?

Sofie Jannusch:

Hierzu hatten Sie, Herr Zajac, ja bereits etwas gesagt. Darf ich Sie dennoch bitten, ein bis zwei Sätze zu ergänzen?

Marek Zajac:

An erster Stelle steht das Evangelium. Jesus lehrte statt in der Synagoge eher auf den Straßen, Märkten und auf dem Berg. Somit hielt er seine wichtigste Predigt auch nicht in der Synagoge, sondern auf dem Berg. Hier zeigt uns eben das Internet, wie wir im übertragenen Sinne die Fische fangen sollen. Die Internet-Seite der Polnischen Bischofskonferenz ist sehr wichtig, und dank Pater Józef Kloch ist sie auch sehr gut. Es ist jedoch wirklich sehr schwierig, mithilfe der Seite der Bischofskon-

¹ Vgl. dazu unten S. 237-239.

ferenz Fische zu fangen, da sie kein Netz im christlichen Sinn ist. Wir sollten unsere Reichweite vergrößern, indem wir diese Straßen, Märkte und Berge im Internet ausfindig machen. Wie ich bereits gesagt habe, ist der Weg von einer Online-Kirche zur Offline-Kirche, die natürlich wichtiger und besser ist, nicht einfach und auch ein langer, schwieriger und steiler Pfad. Vielleicht bin ich ja bereits altmodisch, aber meiner Meinung nach entsteht die reine und authentische Gemeinschaft eher in der Realität als in der Virtualität, was sich auch in der Tatsache zeigt, dass es Sakramente wie die Beichte nur offline gibt. Das Internet ist für mich also lediglich Mittel zum Zweck, wenn es darum geht, Fische zu fangen.

Růžena Kavková:

Mir liegen noch folgende Fragen vor: In Deutschland hat man oft den Eindruck, dass in den Medien im Allgemeinen und insbesondere in den Printmedien nicht objektiv, sondern eher polemisch und negativ über die Kirchen berichtet wird. Wie ist die Berichterstattung über die Kirchen in Russlands Medien und in denen anderer Länder, und wie reagieren die Kirchen in diesen Ländern darauf?

Dr. Anna Briskina-Müller:

Noch bis vor kurzem stand die Kirche in Russland im negativen Sinn absolut im Mittelpunkt des medialen Interesses, wobei auch positiv gemeinte Bilder der Kirche offensichtlich mit Interesse verfolgt wurden, was man zum Beispiel an den erstaunlich hohen Einschaltquoten des Patriarchen sah. Aber nichtsdestotrotz sprach der Patriarch von einem Informationskrieg, den die Mediengesellschaft der Kirche erklärt habe. In welchem Zusammenhang er aber von einem solchen Informationskrieg gesprochen hat, muss man natürlich jeweils einzeln sehen, denn an diesem vermeintlichen Informationskrieg waren einige Kirchenmänner bei weitem nicht unschuldig. Das heißt, die Berichterstattung über die Kirche ist tendenziell negativ, das Interesse an ihr ist aber groß. Hinter diesem tendenziell negativen Interesse steht in Wirklichkeit vermutlich oft etwas eher Positives: Obwohl die Kirche ständig „entlarvt“

wird, bestätigt es mir die Vermutung, dass die nicht-kirchliche Mediengesellschaft dadurch jedes Mal signalisiert, dass die Kirche nicht ihrer eigenen Verkündigung entspricht. Für die Kirche selbst und für die Verkündigung spielt die anti-kirchliche Mediengesellschaft mittlerweile eine ganz große Rolle, selbst wenn man ihre Tätigkeit in der Kirchenleitung als Informationskrieg bezeichnet.

Sofie Jannusch:

Leider müssen wir schon zum Ende kommen. Ich kann mich nur noch einmal ganz herzlich bei Ihnen allen bedanken. Das waren – und ich denke, Sie alle im Saal stimmen mir zu – tolle, interessante und engagierte Vorträge. Wir sind dann schon sehr gespannt auf die Fortsetzung der Diskussionen in den Arbeitskreisen am Nachmittag.

Dr. Gerhard Albert, Freising

Einführung in den dritten Kongresstag

Im Namen von Renovabis darf ich Sie ganz herzlich zum dritten und leider schon letzten Kongresstag heute Morgen hier im Asamsaal begrüßen. Gestatten Sie mir kurz den Blick zurückzulenken auf den gestrigen Tag. Er hat uns einen Blick in die Breite und Vielfalt der kirchlichen Medienlandschaft in verschiedenen Teilen Europas ermöglicht und dabei Herausforderungen, Veränderungen und Chancen aufgezeigt. Die Arbeitskreise am Nachmittag und der „Markt der Möglichkeiten“ gestern Abend, den wir in dieser Form zum ersten Mal veranstaltet haben, ermöglichten intensive Gespräche darüber, wo Chancen, aber auch Grenzen der Verkündigung der christlichen Botschaft in dieser vielfältigen Situation liegen. Deutlich wurde aber auch, dass dabei insbesondere die neuen Medien eine Realität geschaffen haben, in der Orientierung erst erarbeitet werden muss, wenn das überhaupt so leicht möglich ist.

Diese Fragen und auch Antworten, die dazu möglicherweise auf dem Kongress schon gefunden wurden, sollen heute am letzten Kongresstag in zwei Schritten gebündelt werden. Zunächst wird dies in einem längeren Impuls erfolgen, den uns Dr. Andreas Püttmann geben wird; daran schließt eine Podiumsdiskussion an, die Frau Michaela Pilters moderieren wird. Beide darf ich bereits jetzt herzlich begrüßen.

Dr. Andreas Püttmann studierte Politikwissenschaft, Geschichte und Staatsrecht in Bonn und Paris. Nach Stationen als Redakteur beim WDR-Hörfunk, beim „Rheinischen Merkur“ und als Referent für die Konrad-Adenauer-Stiftung ist er seit einigen Jahren als freiberuflicher Publizist tätig. Von ihm stammen zahlreiche Veröffentlichungen zu politischen und ethischen Grundsatzfragen und gesellschaftlichen Diskussionen speziell über die Werte im öffentlichen Leben und eben auch zu Fragen der Medien, insbesondere im Rahmen der christlichen Publizistik.

Dr. Andreas Püttmann, Bonn

Wie können wir heute unsere christlichen Themen zur Sprache bringen?

Schwierige Voraussetzungen: Vertrauensschwund und Glaubenskrise der Kirche

Wie können wir heute unsere christlichen Themen zur Sprache bringen? Die erste, fundamentale Antwort lautet: indem wir vertrauenswürdig sind, Redlichkeit, Gewissenhaftigkeit, Menschenfreundlichkeit ausstrahlen. Denn der Glaube ist im Wesentlichen Vertrauenssache. Bei einer Umfrage 2012 bekundete jedoch nur jeder Fünfte in Deutschland, der katholischen Kirche zu vertrauen. Der evangelischen Kirche sprachen nicht sehr viel mehr das Vertrauen aus (29 Prozent).¹ Ernüchternd ist auch der Befund des Bertelsmann-Religionsmonitors: Während Christen anderen Menschen mit überdurchschnittlichem Vertrauen begegnen – auch Konfessionslosen vertrauen sie mehr als die Konfessionslosen selbst –, liegt das Vertrauen in religiöse Menschen (49 Prozent) deutlich unter dem Niveau des allgemeinen zwischenmenschlichen Vertrauens (63 Prozent); „Selbst die Hochreligiösen haben mehr Vertrauen in andere Menschen allgemein (75 Prozent) als in religiöse Personen (69 Prozent).“²

Auch in den osteuropäischen Ländern entwickelte sich das Vertrauen in die Kirchen weniger positiv, als diese sich das nach dem Zusammen-



1 Auf die Frage von TNS Infratest: „Wie groß ist Ihr Vertrauen in die katholische Kirche?“ wählten auf einer Skala von 1 (gar kein Vertrauen) bis 7 (großes Vertrauen) nur drei Prozent der Befragten die Höchststufe 7, fünf Prozent die Stufe 6 und zehn Prozent die Stufe 5, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/274382/umfrage/vertrauen-in-die-katholische-kirche/>

2 Detlef Pollack/Olaf Müller: Religionsmonitor. Religiosität und Zusammenhalt in Deutschland. Hrsg. von der Bertelsmann-Stiftung. Gütersloh 2013, S. 50 f.

bruch des Kommunismus erhofften.³ Zwar gab es zwischen 1990 und 2008 beachtliche Vertrauensgewinne in Serbien (plus 22 Prozent), Rumänien (plus 14 Prozent), der Slowakei und der Ukraine (plus 12 Prozent), doch auch erheblichen Vertrauensschwund, vor allem in Ostdeutschland (minus 23 Prozent), Polen (minus 20 Prozent), Ungarn (minus 13 Prozent) und Tschechien (minus 10 Prozent). Das Vertrauen von Zweidrittelmehrheiten genossen die Kirchen 2008 in Rumänien, Litauen, der Ukraine, Moldawien und Russland; dagegen sprachen ihnen in folgenden Ländern nur Minderheiten das Vertrauen aus: Tschechien, Ostdeutschland (je 21 Prozent), Bulgarien (41 Prozent), Ungarn (43 Prozent) und Estland (47 Prozent).

Bei der Konfessionszugehörigkeit und der religiösen Selbsteinschätzung ist zwar in den orthodoxen Ländern sowie im Baltikum ein deutlicher Aufschwung zu konstatieren. Doch bejaht dort nur eine Minderheit die christliche Vorstellung vom persönlichen Gott. Sie erreicht lediglich in der Ukraine (55 Prozent), in Polen und Albanien (je 52 Prozent) eine Mehrheit.⁴ Wie im Westen nehmen Formen des Glaubens an eine unpersönliche überirdische Macht zu. Zwar scheint ein Glaubensbekenntnis in nicht wenigen postkommunistischen Gesellschaften wieder en vogue zu sein – die Frage jedoch, ob es sich hierbei um die Herausbildung eines nachhaltigen und umfassenden kulturellen Systems, um eine umfassende kollektive, kognitive Neuorientierung oder doch nur um eine oberflächliche Modeerscheinung bzw. eine neue Form von political correctness handelt, bleibt vorerst noch weitgehend offen. In vielen Fällen entbehrt das Bekenntnis zu den eigenen konfessionellen Wurzeln einer substanziellen theologischen Grundlage, bleiben die Glaubenssysteme diffus und in sich inkonsistent.⁵ Die gewachsene öffentliche Relevanz der Religion spiegelt sich nur zum Teil in individuellem Glauben und noch weniger in kirchlicher Praxis wider. In Polen, Kroatien und Litauen sowie den meisten orthodoxen Ländern bezeichnen sich wohl auch deshalb so viele Menschen

3 Siehe Olaf Müller: Religiöser Wandel in Ostmittel- und Osteuropa. Ein vergleichender Abriss der Entwicklung seit 1989/90. In: Theologisch-praktische Quartalschrift 162 (2014), S. 227-237, hier S. 229.

4 Ebd., S. 232.

5 Ebd., S. 235.

als religiös, weil man „sich als ‚guter‘ Bürger des Landes (bzw. Angehöriger der entsprechenden Ethnie) zur eigenen Kirche zu bekennen“ hat.⁶

Besonders ausgeprägt ist diese „Deprivatisierung“ der Religion in Russland: Der Glaube an Gott nahm zwischen 1990 und 2008 um 36 Prozent zu (auf 71), die Konfessionszugehörigkeit um 30 (auf 64), die religiöse Selbstdefinition um 20 (auf 76); die Kirchengangshäufigkeit wuchs aber nur um 9 auf 15 Prozent an, und nicht einmal jeder Fünfte in Russland glaubt an einen persönlichen Gott (18 Prozent). Je konkreter und persönlicher die Frage, desto mehr verflüchtigt sich der Eindruck einer wirklichen religiösen Erhebung des Volkes auf breiter Front. Vielmehr scheint das Christentum zu einer Art nationaler Zivilreligion in Nachfolge des Marxismus-Leninismus geworden zu sein. Dazu passt dann auch ein die Menschenrechte und das Völkerrecht mit Füßen tretender, notorisch lügender Präsident, der sich beim Anzünden von Kerzen in einer Kirche („für die leidenden Menschen in Neurussland“) filmen lässt.

Vertrauen beruht nicht nur auf moralischen Einschätzungen, sondern kann auch im Sinne einer Kompetenzvermutung verstanden werden. Im Mai 2011 gefragt: „Von wem gehen heute die wichtigsten Impulse für die Gestaltung unserer Zukunft aus, wer hat die besten Ideen und Vorstellungen?“⁷, verwiesen die Deutschen unter 18 zur Auswahl stehenden Gruppen und Institutionen die Kirchen auf die letzten Plätze: 4 Prozent erwarten wichtige Impulse von der katholischen, 2 Prozent von den protestantischen Kirchen. Weit relevanter erscheinen ihnen hier Ingenieure und Techniker (53 Prozent), Naturwissenschaftler (51 Prozent), Universitäten (47 Prozent), junge Leute (43 Prozent), Umweltschützer (40 Prozent), Sozialwissenschaftler (38 Prozent), Bürgerbewegungen (36 Prozent), Unternehmer (34 Prozent), Parteien, Politiker (32 Prozent), Journalisten (26 Prozent), Gewerkschaften (18 Prozent) und Schriftsteller (17 Prozent). Bemerkenswert ist, dass die sich ihrer „Weltoffenheit“ und „Einmischung“ in gesellschaftliche Debatten rühmende evangelische Kirche davon überhaupt nicht profitiert. Sie gilt als noch irrelevanter als die katholische Kirche – und schrumpfte seit 1950 von 43 auf 23

6 Ebd., S. 237.

7 Allensbacher Archiv: IfD-Umfrage 10071.

Millionen, von denen noch 900.000 (4 Prozent) sonntags die ca. 20.000 Gottesdienste besuchen: im Durchschnitt 45 pro Kirchenschiff.

Der von der Mitgliederzahl her bisher stabilere Katholizismus erlebte seit 1960 einen dramatischen Rückgang des Gottesdienstbesuchs von fast 12 Millionen auf jetzt wohl 2,6.⁸ Recht positive Urteile über den zuletzt besuchten Gottesdienst lassen vermuten, dass hier primär kein Angebots-, sondern ein Nachfrageproblem besteht. Nur noch etwa 46 Prozent der Bevölkerung betrachten sich, unabhängig vom Kirchengang, als „religiös“, darunter nur einer von sieben Konfessionslosen.⁹ Dass die Austretenden nur „ihr Glaubensleben privatisiert haben, um es vor der Institution zu schützen“, wie ein Theologen-Memorandum 2011 behauptete¹⁰, hält der empirischen Überprüfung nicht stand.

Die Kirchenkrise ist im Kern eine Glaubenskrise. Die Zustimmung zu allen zentralen Glaubensinhalten des Christentums ist seit 1986 weit unter den Prozentsatz der Kirchenmitglieder gesunken: „dass Jesus Christus der Sohn Gottes ist“ von 56 auf 46 Prozent, „dass Gott die Welt geschaffen hat“ von 47 auf 35, „die Dreifaltigkeit, dass Gott Vater, Sohn und Heiliger Geist ist“ von 39 auf 32, „die Auferstehung der Toten“ von 38 auf 30, „das jüngste Gericht“ von 29 auf 21 Prozent.¹¹ Als einen Zuwachs an Rationalität wird man diesen Befund kaum deuten können, denn abergläubische Vorstellungen (vierblättriges Kleeblatt, Sternschnuppen, Schornsteinfeger, schwarze Katze über den Weg) sind heute verbreiteter als 1973; auch heidnische Glaubensvorstellungen von „vielen Göttern, die alle ihren eigenen Bereich haben“ (10 Prozent)

8 Ostdeutsche wurden erst ab 1990 einbezogen, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/2637/umfrage/anzahl-der-katholischen-gottesdienstbesucher-seit-1950/>

9 <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/158772/umfrage/religiositaet-der-deutschen/>; Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen 4053, 5096, 7076, 10097.

10 <http://www.memorandum-freiheit.de>

11 Die Allensbacher Fragestellung lautet: „Die Menschen sind in Fragen der Religion, in Glaubensdingen ganz verschieden. Wir möchten gern einmal erfahren, woran heute Menschen glauben. Könnten Sie bitte einmal diese Karten durchsehen und mir alles nennen, an das Sie persönlich glauben?“

oder einer „Seelenwanderung, „dass meine Seele nach dem Tod durch die Welt irrt“ (20 Prozent), befinden sich im Aufschwung.¹²

Eine Trendwende zur Revitalisierung des europäischen Christentums ist nicht in Sicht. Von den unter 30-jährigen Deutschen betrachten laut Allensbach noch 15 Prozent die religiöse Erziehung als „sehr wichtig für Kinder“: Fallen die Eltern der kommenden Generation bei der Weitergabe des Glaubens also weitgehend aus, rückt die religiöse Unterweisung mehr in den Aufgabenbereich von Gemeinden, individuellen Meinungsführern in sozialen Netzwerken und Medien sowie – soweit noch vorhanden – des konfessionellen Religionsunterrichts.

Noch dramatischer als in Glaubensfragen schwindet der katholischen Kirche die Gefolgschaft bei einigen ethischen Themen: Mit ihrer „Haltung zur Abtreibung“ waren beim letzten „Trendmonitor religiöse Kommunikation“ nur noch 28 Prozent der Katholiken in Deutschland einverstanden, mit dem „Umgang mit Homosexuellen in der Kirche“ nur 17 Prozent; bei der Sexualmoral allgemein waren es 13 Prozent und bei der Empfängnisverhütung 9 Prozent. Ähnlich das Meinungsbild in Fragen der Kirchenordnung: Mit der Rolle der Frau in der Kirche erklärten sich 18 Prozent einverstanden, mit dem Zölibat 13 Prozent und mit dem Umgang mit kircheninternen Kritikern 16 Prozent.¹³

Erklärungsbedürftig ist nach alledem nicht, warum so viele, sondern warum so wenige Leute aus der Kirche austreten. Jedenfalls lebt die Institution gesellschaftlich, politisch und staatskirchenrechtlich weit über ihre substanziellen Verhältnisse: geistlich ausgezehrt, finanziell noch satt, organisatorisch überbläht.

12 Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen 4079, 10079.

13 MDG-Trendmonitor Religiöse Kommunikation 2010, Kommentarband I: Erkenntnisse zur Situation von Kirche und Glaube sowie zur Nutzung medialer und personaler Informations- und Kommunikationsangebote der Kirche im Überblick. München 2010, S. 65.

Sozialpsychologische Voraussetzungen kirchlicher Kommunikation

Eine Organisation mit etwa 23 Millionen Mitgliedern wie die katholische Kirche in Deutschland (zusammen mit der evangelischen fast 60 Prozent der Gesellschaft) müsste eigentlich vor allem auf die Macht persönlicher Kommunikation setzen können, um ihre Themen effektiv zur Sprache zu bringen. Zumal wenn zur Masse die Klasse kommt: Eine Analyse des Bertelsmann-Religionsmonitors 2008 betont, „dass religiöse Inhalte einen strukturierenden Einfluss auf das gesamte Erleben und Verhalten eines Individuums ausüben“, dass sogar häufig „gesellschaftliche Diskurse in einer religiösen Semantik geführt werden und eine religiöse Signatur tragen“; dies mache die Gruppe der Hochreligiösen „auch soziologisch und politologisch höchst bedeutsam“; bereit, ihre „Überzeugungen in die öffentliche Diskussion einzubringen“, seien sie ein „nicht zu unterschätzender sozialer Faktor“.¹⁴

Damit wären die habituellen Voraussetzungen christlicher Meinungsführerschaft auch in einer nicht mehr mehrheitlich christlichen Gesellschaft durchaus gegeben. Sie scheinen allerdings kaum noch mit der Bereitschaft zur Weitergabe von Glaubensinhalten einher zu gehen. Einerseits aus Bekenntnisunfähigkeit, weil man den eigenen Glauben kaum noch buchstabieren kann; sodann aus Bekenntnisunwilligkeit, weil man Teile davon selbst nicht glaubt oder Mission grundsätzlich für überholt hält, vor allem aber aus Bekenntnisfurcht in einer Gesellschaft, in der sich nur noch jeder Zehnte bekennt als „gläubiges Mitglied meiner Kirche, fühle ich mich ihr eng verbunden“.¹⁵

Das Schwinden der Bekenntnisbereitschaft entspricht Elisabeth Noelle-Neumanns Theorie der „Schweigespirale“:¹⁶ Danach wollen Menschen sich nicht isolieren, beobachten ständig ihre Umwelt und regis-

14 Stefan Huber: Aufbau und strukturierende Prinzipien des Religionsmonitors. In: Bertelsmann-Stiftung, Religionsmonitor 2008. Gütersloh 2007, S. 19-29, hier S. 28, 25.

15 MDG-Trendmonitor 2010, I, S. 39.

16 Elisabeth Noelle-Neumann: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. München 1980.

trieren aufs Feinste, welche Werte, Meinungen und Verhaltensweisen zu- und welche abnehmen. Wer den Eindruck hat, dass seine Einstellung an Boden verliert, verfällt zunehmend in Schweigen: Anhänger der (vermeintlichen oder tatsächlichen) Mehrheitsmeinung bekommen „Oberwasser“ und exponieren sich umso ungehemmter – mit dem Ergebnis, dass sie schließlich sogar noch stärker erscheinen, als sie tatsächlich sind.

Hans Conrad Zander hat zwei christliche Reaktionen auf die prekäre Minderheitensituation diagnostiziert: Fremdbetrachtet und fremdbewertet durch eine selbstbewusste Mehrheit unterliege die Minderheit „den Gesetzen des Zerrspiegels“ und wirke auch auf sich selber notwendig komisch“, „Je tiefer wir absinken in die kognitive Minorität, desto mehr gerät unsere Kirche in eine spastische Bewegung. Angstvoll starrend auf das, was die Welt, was die kognitive Mehrheit von ihr hält, versucht sie abwechselnd, sich in ihre abseitig und komisch gewordene Identität trotzig einzubunkern, dann wieder versucht sie, ihrer Komik zu entfliehen, indem sie sich, mit enormem theologischem Wortgeklengel, ‚liberalisiert‘.“¹⁷ Beides führt aber eher zu einer Verschärfung des Problems.

Das religiös-kirchliche Profil der Journalisten

Durch Massenmedien könnten Christen bis zu einem gewissen Grade das Versiegen der individuellen Bekenntnisbereitschaft kompensieren. Allerdings sind die Journalisten eine überdurchschnittlich areligiöse, kirchenferne Berufsgruppe.¹⁸ So können einen manche mediale Kommentierungen kirchlicher Angelegenheiten an die Definition erinnern:

17 Hans Conrad Zander: Zehn Argumente für den Zölibat. Ein Schwarzbuch. Düsseldorf ³1997, S. 147-150.

18 In US-Studien kam der „secular outlook“ (Robert Lichter/Stanley Rothmann) der Medienelite einer ansonsten sehr religiösen US-Bevölkerung zum Vorschein. In Deutschland ergab eine Befragung von 578 Journalisten 1992 „mehr durch einen Zufall“ (Hans Mathias Kepplinger), dass ein Drittel aus der Kirche ausgetreten war, wobei der Anteil der Konfessionslosen unter der „68er“-Generation (Jahrgänge 1936 bis 1950) mit über 40 Prozent deutlich größer als unter den Älteren und den Jüngeren ausfiel. Von den Hörfunk- und Fernsehjournalisten waren etwas mehr

„Öffentliche Meinung ist das Geräusch, das entsteht, wenn die Leute mit ihren Brettern vorm Kopf durcheinander rennen.“ Da wird, um mit ein paar harmlosen Schlampereien anzufangen, im WDR aus einem Kapitelsamt ein „Kapitalsamt“; in der ARD aus Erzbischof Lefèbvre ein Kardinal und aus einem Händedruck von Papst Benedikt mit Wolfgang Thierse eine „ökumenische Begegnung“. Eine Kölner Boulevardzeitung klärt ihre Leser darüber auf, dass Geschlechtsverkehr aus katholischer Sicht nur zur Familiengründung diene und Homosexuelle nicht zum „Abendmahl“ zugelassen seien. Der „Kölner Stadtanzeiger“ giftet gegen „selbst ernannte ‚Lebensschützer‘“; (die) „zölibatäre Priesterkaste“ und „Abgründe des katholisch-klerikalen Komplexes“, seine „Abgebrühtheit, Lebensferne und Weltfremdheit“. Die „Prunksucht“ eines „Protzbischofs“ wird dadurch augenfällig gemacht, dass er in der Liturgie eine goldene Monstranz mit dem Allerheiligsten hochhebt. Eine ZDF-Moderatorin nennt die in den Dom einziehenden deutschen katholischen Bischöfe eine „freudlose Männergesellschaft“ und die „Heute“-Nachrichten klären uns darüber auf, dass der „erkonservative Hardliner“ Bischof Gerhard Ludwig Müller nach Rom an die Spitze der Nachfolgeorganisation der Inquisition berufen worden sei. Da fordert die „Frankfurter Rundschau“, dass der Papst zur Odenwaldschule Stellung beziehen müsse, während eine Talkshow-Redakteurin bei einer Politikergeburtstagsfeier die Katze aus dem Sack lässt: Der Missbrauchsskandal gebe „uns endlich die Gelegenheit, die katholische Kirche mal richtig fertig zu machen“. Wenig später sind laut Allensbach 47 Prozent der Bundesbürger überzeugt, dass Kindesmissbrauch unter katholischen Priestern „weit verbreitet“ sei.

Kein Wunder, dass das auf eigenen Erfahrungen beruhende „Nahbild“ von Kirche immer freundlicher ausfällt als das Medien-vermittelte Fernbild. Vielen Kollegen ist offenbar nicht klar, dass man sich über Kirchenthemen ebenso sachkundig machen muss wie über Rentenversicherungsfragen, Eurobonds oder die Abseitsregel im Fußball und dass

ausgetreten als von ihren Printmedien-Kollegen, unter den Mitarbeitern des Politikressorts deutlich mehr als in den Regional- und Lokalressorts.

es vom Gebot der journalistischen Fairness keine Ausnahme gibt, wenn es um die Kirche geht.

Das weltanschauliche Profil der Medienmacher spiegelt sich deutlich in ihren politischen Präferenzen: Eine Umfrage unter deutschen Politikjournalisten im November 2009 ergab: Von den 63 Prozent, die sich einer Partei nahestehend erklärten, standen 27 Prozent den Grünen nahe, 16 Prozent der SPD, 9 Prozent der Union, 7 Prozent der FDP und 4 Prozent der Linken, also nur zu einem Viertel jenen Parteien, in deren Fraktionen und Wählerschaft der Christenanteil am höchsten ist.¹⁹

Fragwürdig ist auch die kirchliche Loyalität und Bekenntnisbereitschaft katholischer Journalisten: Eine Eichstätter Befragung²⁰ von 180 Mitgliedern der Gesellschaft Katholischer Publizisten ergab, dass nicht einmal jeder Fünfte (19 Prozent) auch katholische Glaubensinhalte vermitteln will. Selbst die bei kircheneigenen Medien Beschäftigten verstehen sich nicht als Botschafter Christi oder Beauftragte ihrer Kirche. Bei der Evangelisation, so die Studie, „besteht ein gravierender Unterschied zwischen den Erwartungen der katholischen Kirche und dem Aufgabenverständnis der katholischen Journalisten“. Aber nicht diese seien zu kritisieren, sondern die Erwartungshaltung der Kirche, weil sie „diesbezüglich einem katholischen Journalisten zu viel zumutet“ und „die Bedeutung eines guten Journalismus“ verkenne, „der nichts mehr mit tendenziöser Berichterstattung gemein haben darf“. Dabei ist die Kirche doch anerkanntermaßen ein Tendenzbetrieb. Ihre eigenen Medien aber nicht?

Als 2013 eine Gruppe katholischer Journalisten um Peter Seewald als Beitrag zum „Jahr des Glaubens“ das mit Spendengeldern finanzierte, journalistisch hoch professionell gemachte „Credo“-Magazin²¹ in Millionenaufgabe in drei großen Print-Leitmedien auf den Markt brachte,

19 <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/163740/umfrage/parteipraeferenz-von-politikjournalisten-in-deutschland>

20 Nicole Stroth: Missionieren oder informieren? Das Selbstverständnis katholischer Journalisten in Deutschland. In: *Communicatio Socialis* 40 (2007), H. 4, S. 335-349, hier S. 246.

21 <http://www.credomagazin.de/>

rümpften katholische Medienfunktionäre und viele katholische Journalisten nur die Nase: Das bringe nichts, sei theologisch und kirchenpolitisch zu unausgewogen, nicht „repräsentativ“. Ob es authentisch katholisch war oder nicht, spielte offenbar keine Rolle.

Zustand und Einfluss katholischer Medien

Die Auflage der Kirchenzeitungen deutscher Bistümer hat eine Talfahrt von 2,4 Millionen (1963) auf bald nur noch eine halbe Million hinter sich. Alle Anstrengungen, den rasanten Schwund durch zeitgemäßere Layouts, partielle Veränderungen der redaktionellen Inhalte oder Vertriebsmaßnahmen zu stoppen, blieben angesichts der Erosion kirchlicher Bindungen vergeblich. Ein Faktor dürfte sein, dass nur vier Prozent der Katholiken sich ihrem Bistum „eng“ verbunden fühlen, zusammen mit den „mittel verbundenen“ ist es nur für ein Fünftel der Katholiken eine relevante Bezugsgröße.²² Nur 9 Prozent der Katholiken äußern großes Interesse an Nachrichten „aus dem Leben des Bistums, der Diözese“, hingegen an „Stellungnahmen und Aussagen von Papst und Vatikan“ 14 Prozent und an „dem, was in der Kirchengemeinde passiert“ 25 Prozent.²³ Zudem findet die „Rolle des Papstes“ in der Kirche bei den deutschen Katholiken seit 1999 stark wachsende Zustimmung: Sie stieg bis 2009 von 29 auf 49 Prozent²⁴, unter Papst Franziskus vermutlich noch weiter. Das Bistum ist im Zeitalter der Globalisierung zwischen der örtlich nahen Pfarrgemeinde und der medial nahen Weltkirche in eine Art „Sandwich“-Position geraten, ungefähr so interessant wie ein Landtag zwischen Stadtrat und Bundestag.

Während die Bistumszeitungen für kirchennahe, ältere Katholiken ein wichtiges Medium geblieben sind, weisen die schwächeren Urteilstwerte der Jüngeren und Kirchenfernen auf äußerst begrenzte Akquisitionschancen hin. Die traditionellen Kirchenzeitungen sind also ein Auslauf-

22 MDG-Trendmonitor 2010, Kommentarband II: Einzeldarstellungen der Mediengattungen, S. 8.

23 MDG-Trendmonitor 2010, I, S. 118.

24 Ebd., S. 65.

modell. Bei einer Fortsetzung des Verlusts von 35.000 Exemplaren pro Jahr dürfte „es die Mediengattung Bistumspresse rein mathematisch in etwa 15 Jahren nicht mehr geben; die Auflage wäre bei null angelangt“.²⁵ Eine Thematisierungsfunktion in die säkulare Gesellschaft hinein nehmen sie praktisch nicht wahr.

Ein publizistisches Flaggschiff von politischer Relevanz, welches es auch mal in die nationale oder internationale Presseschau schaffte wie „La Croix“ aus Frankreich, hat der deutsche Katholizismus seit dem Untergang des subventionierten, von 100.000 auf zuletzt 35.000 Abonnenten geschrumpften „Rheinischen Merkur“ nicht. Das sechsseitige ökumenische Nachfolgeprodukt „Christ und Welt“ in der ZEIT erscheint laut Verlag (2014) mit rund 16.000 Exemplaren. Als ökumenisch-liberales Pendant zur katholisch-konservativen „Tagespost“; deren Auflage sich in zwanzig Jahren auf 10.000 halbierte, lässt es gelegentlich auch konservative Autoren zu Wort kommen. Ansonsten findet ein Dialog zwischen den verschiedenen Strömungen in der katholischen Presse kaum statt. Sollte eines Tages eine bundesweite katholische Wochenzeitung mit Diözesanbeilagen die Bistumszeitungen ersetzen, so müsste sie eine gewisse Bandbreite katholischer Stimmen integrieren, was aus heutiger Sicht allerdings illusionär anmutet.

Mit Abstand die größte Leser-Reichweite haben die Pfarrbriefe mit 31 Prozent häufigen und 33 Prozent gelegentlichen Lesern – spätestens an Weihnachten, wo auch die Zahl der Gottesdienstbesucher gegen den Trend stabil bis wachsend ist. Eine gesellschaftliche Thematisierungsfunktion hat der Pfarrbrief bestenfalls im Lokalen; Glaubensvermittlung kann dort bislang nur wenig stattfinden, Organisatorisches dominiert. Das muss nicht so bleiben. Bistums- oder deutschlandweite Bestandteile erscheinen durchaus realisierbar.

Die beiden spendenfinanzierten katholischen Fernsehsender EWTN und K-TV erreichen ein schmales Segment frommer Katholi-

25 Christian Klenk: Zustand und Zukunft katholischer Medien. Prämissen, Probleme, Prognosen (Religion – Medien – Kommunikation, Bd. 6). Berlin 2013, S. 113.

ken. Gleiches gilt für das eng am kirchlichen Lehramt ausgerichtete Radio Horeb, das – dank jährlich etwa 3 bis 4 Millionen Euro Spenden – über 30 hauptamtliche Mitarbeiter beschäftigt und für das Jahr 2011 insgesamt 715.000 Podcast-Zugriffe angibt. Diese Sender befestigen ein kirchentreues Kernpublikum im Glauben und leisten seelsorgliche Hilfe, insbesondere für Alte und Kranke. In die säkulare Gesellschaft wirken auch sie – trotz einzelner Bekehrungszeugnisse – wohl wenig hinein. Vom theologisch, kirchenpolitisch und „lebensweltlich“ breiter aufgestellten Kölner domradio mit 6.000 bis 7.000 Online-Zugriffen pro Tag und geschätzten rund 100.000 regelmäßigen Hörern ist dies eher zu vermuten.

Im Internet haben das kirchenoffizielle „katholisch.de“ und das konservativ positionierte „kath.net“ nach eigenen Angaben jeweils mehr als 30.000 Besucher pro Monat, mit Ausreißern nach oben. Im Normalfall erreicht ein katholisches Internetportal am Tag weniger Leser als die Ludwigsburger Kreiszeitung, und die Nutzerzahl von „evangelisch.de“ bewegt sich quantitativ in der Größenordnung des westfälischen Tennisverbandes.²⁶

Die Online-Angebote der Bistumszeitungen stoßen bisher nur auf sehr geringe Resonanz. Von den 17 Prozent aller Katholiken, die sich überhaupt im Internet schon über kirchliche oder religiöse Themen informiert haben, war nur jeder vierte bereits auf den Internetseiten der Kirchenzeitung, davon nur 2 Prozent schon „häufiger“, 8 Prozent „gelegentlich“ und 15 Prozent „selten“. Der Hälfte aller katholischen Nutzer religiöser Online-Angebote war der Internetauftritt völlig unbekannt.

Neben den großen Portalen gibt es im Internet ungefähr 5.000 katholische Einzelpräsenzen, darunter die meist kirchlich hoch identifizierten frommen katholischen Blogger. Die größte Gesamtreichweite haben die Auftritte von Pfarreien. Katholiken suchen im Internet religiös vor allem (zu jeweils 14-16 Prozent) nach Lebenshilfe, Antworten auf Sinn-

²⁶ Ebd., S. 306.

fragen und Informationen über andere Religionen; Papstnachrichten machen 10, Bistumsnachrichten 5 Prozent der Nachfrage aus.

Etwa 4,5 Millionen Katholiken sollen bei Facebook unterwegs sein mit meist 100 bis 200 „Freunden“; damit wären sie überdurchschnittlich vernetzt. 15 Prozent der Priester sind mindestens einmal pro Woche in sozialen Netzwerken aktiv. Einzelne geistliche Persönlichkeiten haben mehr „Follower“ als kirchliche Institutionen, etwa Bruder Paulus Terwitte oder Pater Wallner (ca. 5.000). Allerdings sticht bei der religiösen Kommunikation im Netz die Dynamik des Islam hervor: Während rund die Hälfte der Muslime im Netz auch Religiöses zur Sprache bringen, tun dies insgesamt nur 13 Prozent der Befragten aller Glaubensrichtungen.²⁷

Fazit: Schlagfertig aufgestellt für ein gesellschaftliches *Agenda setting* erscheinen die katholischen Medien heute nicht. Insbesondere im Zeitungsbereich wird es ohne eine stärkere Bündelung und Konzentration der Kräfte und die Überwindung innerkirchlicher Lagermentalität sowie diözesanen Schrebergartendenkens keine in die Gesellschaft ausstrahlende Wirkung mehr geben. Derzeit vermögen die kircheneigenen Medien die Schweigespirale in der personalen Kommunikation von Glaubens Themen kaum zu kompensieren. Letztlich kommt es in der zunehmenden Diasporasituation wohl mehr auf das Engagement gut vernetzter gläubiger „Einzelkämpfer“ an, die als christliche Kristallisationspunkte in sozialen Netzwerken, Online-Publikationen, in Debattenrunden des Fernsehens und als Redakteure bei säkularen Medien wirken.

Kommunikation durch Gläubige in säkularen Medien

Den zweiten Rang nach dem Pfarrbrief unter allen religiösen Informationsquellen deutscher Katholiken haben nach einer Allensbacher Umfrage²⁸ mit 45 Prozent „Berichte über Kirchen- und Glaubens-

²⁷ Ebd., S. 316 ff.

²⁸ MDG-Trendmonitor 2010, I, S. 87 f.

fragen in Tageszeitungen und Zeitschriften wie Spiegel, DIE ZEIT, FAZ, BILD oder einer regionalen Tageszeitung“: Die Kirche muss also großes Interesse daran haben, in diesen Medien durch professionell hoch qualifizierte Gläubige präsent zu sein, sowohl in den Redaktionen, die die „Blattpolitik“ bestimmen, als auch durch freie Mitarbeiter, die attraktive Angebote machen. Die Idee, schon bei der Journalistenausbildung anzusetzen, welcher die 1968 gegründete Katholische Journalistenschule (ifp) in München sowie das Journalistikstudium in Eichstätt ihre Existenz verdanken, ist also richtig – jedenfalls dann, wenn die passenden Bewerber aufgenommen und die geeigneten Ausbilder durch die richtige Leitung engagiert werden. Eine Absolventenbefragung²⁹ ergab allerdings: Nur 14 Prozent bezeichnen sich als „gläubiges Mitglied meiner Kirche, fühle mich der Kirche eng verbunden“, weniger als unter allen Katholiken (17 Prozent). 63 Prozent fühlen sich zwar verbunden, stehen der Kirche aber „in vielen Dingen kritisch gegenüber“ (alle: 37 Prozent). 16 Prozent fühlen sich „als Christ, aber die Kirche bedeutet mir nicht viel“ (alle: 32 Prozent). Nur 17 Prozent wollen Glaubenthemen in den Medien platzieren und nur neun Prozent zur Vermittlung katholischer Glaubenslehre beitragen. Dabei ist „der katholische Glaube eine wichtige Voraussetzung für die Zulassung der Stipendiaten am ifp“:³⁰

Sonstige religiös-kirchliche Informationsquellen deutscher Katholiken

„Pfarrserien im Fernsehen“, etwa die beliebte „Um Himmels willen“ mit den Nonnen von Kloster Kaltental, liegen mit 12 Prozent häufigen und 32 Prozent gelegentlichen Nutzern hinter dem Pfarrbrief und der Berichterstattung säkularer Printmedien auf Rang drei der Wahrnehmung religiös-kirchlicher Inhalte. Man sollte ihre Thematisierungsfunktion nicht gering schätzen. Hier werden Grundvollzüge des Glaubens und

29 Befunde zitiert aus Isabelle Modler: Die studienbegleitende Journalistenausbildung am ifp. Eine Absolventenbefragung. In: *Communicatio Socialis* 44 (2011), H. 3, S. 283-295.

30 Ebd., S. 286 f.

moralische Richtlinien einem Millionenpublikum unterhaltsam und Sympathie weckend vermittelt.

Auf Rang vier folgt die Bibel (43 Prozent zumindest gelegentliche Nutzer), auf fünf das „Wort zum Sonntag im Fernsehen“ (41 Prozent), auf sechs und sieben gleichauf „Gespräche mit Pfarrern, anderen Seelsorgern oder Aktiven in der Kirchengemeinde“ sowie „Nachrichten und Reportagen aus der kirchlichen Welt im Fernsehen“ (40 Prozent). „Bücher, die sich mit Glauben und Religion beschäftigen“ (37 Prozent) folgen auf Rang acht, „Gottesdienstübertragungen im Fernsehen“ (36 Prozent) auf neun, „Worte für den Tag im Radio“ (31 Prozent) auf zehn. Erst auf Rang elf kommt die Bistumszeitung mit angeblich 11 Prozent häufigen und 18 Prozent gelegentlichen Lesern. „Zeitschriften, die sich viel mit Glauben und Kirche beschäftigen“ rangieren hinter zwei Radio-Sendeformaten auf Platz 14 mit 4 Prozent häufigen und 16 Prozent gelegentlichen Lesern, „Wochenzeitungen“ (3 Prozent häufig, 13 Prozent ab und zu) hinter Gottesdiensten im Radio auf Platz 16. Auf dem vorletzten Rang (17) folgen kirchliche Internetangebote, die Ende 2009 nur einer von hundert Katholiken häufig nutzte, jeder zehnte sporadisch – allerdings mit steigender Tendenz. Auf den letzten Rang kamen kirchliche Radiosender wie „Radio Vatikan“, „domradio“ und „Radio Horeb“ mit 1 Prozent häufigen und 6 Prozent sporadischen Nutzern. Wenn man bedenkt, wie viel das in absoluten Zahlen immer noch ist (240.000 plus x), wird man sich jedoch hüten, die christlichen Radios als eine *Quantité négligeable* zu betrachten.

Habituelle Voraussetzungen öffentlicher Wirksamkeit

Auch eine kleiner werdende gesellschaftliche Gruppe kann bei hoher Motivation und überzeugendem Auftritt überdurchschnittlich viel Einfluss nehmen. Dafür ist christliches „Networking“ gefragt. Eine „Schweigespирale“ lässt sich umso leichter durchbrechen, je mehr geistige und emotionale Unterstützung durch Mitstreiter der Einzelne hat. Die gegenseitige Ermutigung beginnt im Kleinen, zum Beispiel mit ermutigendem Zuspruch für gelungene Artikel, Interviews oder Leser-

briefe, mit mehr Sichtbarkeit von Christen im Alltag, sei es durch den Fisch oder das Kreuz auf der Heckklappe des Autos, sei es durch ein um den Hals getragenes oder am Haus angebrachtes religiöses Symbol, nicht zuletzt durch den Habit geistlicher Männer und Frauen. Es darf keine christliche „Mimikry“ in der säkularisierten Gesellschaft geben.

Gegenseitige Ermutigung, Eintracht und Networking meinen aber nicht, sich privat und/oder beruflich nur unter seinesgleichen zu bewegen und gegenseitig in Einheitsmeinungen sogar jenseits der verbindlichen Lehre zu bestätigen. Wer (fast) nur im Biotop der eigenen Gesinnungsgemeinschaft lebt, droht nicht weniger dumm und unangemessen selbstbewusst zu werden als Vertreter bequemer Mehrheitsmeinungen.³¹ Denn in einem minoritären, homogenen Gesinnungsmilieu beträgt die erlebte Mehrheit ja sogar meist 100 Prozent. Christliches Zeugnis braucht neben persönlicher Integrität auch geistige Offenheit, differenzierte Wirklichkeitswahrnehmung, Versetzung in die Position anderer, präzises Denken und Sprechen ohne ressentimentgeladene Vergröberungen. Um andere zu überzeugen – Bevölkerung wie gesellschaftliche Eliten –, bedarf es einer lebensnahen Intelligenz, die dem Gesinnungseifer Zügel anlegt und zu konstruktiven Vorschlägen befähigt.

Christlicher Glaube im Gespräch mit Journalisten³²

Die Berufs- und Arbeitsbedingungen machen den Journalisten zu einem tendenziell extrovertierten, ruhelosen Menschen. In ständiger Beobachtung und kritischer Reflexion der äußeren Welt verhaftet, ist er naturgemäß am Neuen, Aktuellen, Außergewöhnlichen, Gegen-den-Strich-Gekämmten und (visuell) Darstellbaren stärker interessiert als am Herkömmlichen, Unveränderlichen, Immergültigen und Unzeigbaren. Dies hat eine kognitive und eine psychologische Konsequenz: Die

31 Hierzu meine Milieukritik: Die Moralpächter: Sexualfixiert und selbstherrlich: Vom Elend des konservativ-christlichen Wertediskurses. Ein Sittenbild, <http://www.christundwelt.de/detail/artikel/die-moralpaechter/>

32 Ausführlicher in Andreas Püttmann: Gesellschaft ohne Gott. Risiken und Nebenwirkungen der Entchristlichung Deutschlands. Asslar 42013, S. 257-265.

Kirche genügt mit ihren zentralen Botschaften solchen Aufmerksamkeitsregeln der Medienmacher oft nicht. Und dem Journalisten verstellt das ständige „Außerhalb-seiner-selbst-leben“ in der Oberflächlichkeit des Tagesgeschehens Möglichkeiten der Verinnerlichung, durch die das Geistige und Geistliche fassbar wird.

Wie sollte die Kirche, wie können einzelne Christen dann Fragen des Glaubens gegenüber Journalisten thematisieren? Religion ist für sie nach den vorliegenden Studien überwiegend eine ethische Haltung. Das Christentum wird wegen seiner ethischen Motivationskraft geschätzt. Mit seiner spirituell-transzendenten Dimension, also dem Wesenskern von Kirche, vermögen die Medienmacher weniger anzufangen. So kommt Unverständnis für kirchliche Riten, Strukturen und Lebensformen nicht überraschend. Anknüpfungspunkte für Wertschätzung und gemeinsame Initiativen ergeben sich, wo Christen, dem Rollenverständnis deutscher Journalisten selbst entsprechend, als „Anwälte der Benachteiligten“, „engagiert für Werte und Ideale“ und als „Kritiker an Missständen“ wahrgenommen werden. Dies sollte allerdings nicht als Ermunterung zu politisierendem Gesinnungsdilettantismus verstanden werden: „Wir Journalisten mögen Zyniker sein, aber so dumm sind wir nicht, dass uns Inkompetenz nicht auffiele. Wir, die wir die Nöte der Welt täglich unmittelbar erleben, haben keinen Bedarf für Pfarrer, die von der Kanzel mitteilen, was wir selbst viel besser – und korrekter – formulieren können. Wir haben keinen Bedarf für klerikale Lösungsangebote auf Stammtischniveau“, ermahnte Uwe Simon-Netto seine evangelische Kirche.

Zwei Drittel der Journalisten erklären sich in Glaubensfragen als „Skeptiker“. Für viele ist „die Theodizee-Problematik, also die Frage, wie ein allgütiger und allmächtiger Gott Elend, Leid, Zerstörung, Ungerechtigkeit usw. zulassen kann, nahezu quälend. Und dies nicht von ungefähr: Haben doch gerade Journalisten mehr als andere Berufsgruppen ... mit diesem Elend, dem kollektiven wie dem individuellen, unmittelbar zu tun“ (Josef Gottschlich). Vor einer Antwort auf diese schwierige Frage darf sich die Kirche nicht drücken. Die undifferenzierte Theologie vom „lieben Gott“ und die Verkennung einer Metaphysik des Bösen dürfte das Plausibilitätsproblem für die Kirche hier

verschärft haben. Insofern hat Papst Franziskus guten Grund, wieder häufiger vom „Teufel“ zu sprechen, als dies im Diskurs westlicher Theologie in den letzten Jahrzehnten üblich war.

Es gehört zur journalistischen Natur, alles kritisch zu hinterfragen, sich mit vorgestanzten Worthülsen nicht zufriedenzugeben, nach Begründungen zu verlangen, Widersprüche aufzudecken und Verborgenes ans Licht zu bringen. Insofern ist der Journalist als Typ „anti-autoritär“. Wer ihm autoritativ statt argumentativ begegnet, hat schon verloren. Eine Kirche, die ihren Glauben auf den „Logos“ zurückführt, sollte keine Probleme haben, ihre Lehrsätze zu begründen. Und wenn sie den Menschen als fehlbares, der Erlösung bedürftiges „Wesen im Widerspruch“ begreift, sollte sie keine Scheu vor der Transparenz auch gegenüber der Unvollkommenheit in den eigenen Reihen haben.

Journalistisches Interesse richtet sich auf das Konkrete: Fakten, Ereignisse, Bilder, Personen. Die Darstellungsform in Medien ist überwiegend induktiv: vom Individuellen zum Allgemeinen. „Grau, treuer Freund, ist alle Theorie, und grün des Lebens goldner Baum“ (Goethe, Faust). Gesucht sind authentische Zeugen, Erzähler und Streiter für markante Positionen. Gesprächspartner, die so schlecht greifbar sind „wie ein Stück Seife in der Badewanne“ (Carl Weiß), die niemanden verärgern wollen und stets die Konkordienformeln der Betulichen vor sich her tragen, werden sich schwerlich Respekt und Aufmerksamkeit verschaffen. Sie werden allenfalls weniger angegriffen. Aber das darf der Kirche nicht reichen.

Die Christen sollten unkonventionelle Formen der Glaubensverkündigung ausprobieren und ausweiten: Chat-Foren mit christlichen Persönlichkeiten, Twittern, geistlich betreute Urlaubsangebote, Großveranstaltungen wie die „Weltjugendtage“ oder Eucharistische Kongresse, vielleicht auch mal originell gemachte Werbespots: Im US-Bundesstaat Arizona erzielte die Diözese Phoenix 2008 danach einen signifikanten Anstieg der wöchentlichen Gottesdienstbesucherzahlen (plus 12 Prozent). Solche Wege der Evangelisation kommen den Aufmerksamkeitsregeln der Medien entgegen, ohne eine inhaltliche Anbiederung an den

Zeitgeist zu erzwingen. Wer für eine „Geh-hin-Kirche“ eintritt, sollte auch mehr Mut haben, kirchenfremde Medien als Kanzel zu nutzen und sich den bohrenden Fragen einer unbequemen Talk-Runde zu stellen.

Zudem müssten Dialog- und Informationsangebote für Journalisten auf allen Ebenen der Kirche geschaffen werden. Bildungswerke und Akademien könnten „Alphabetisierungskurse“ für nichtchristliche, aber wissbegierige Medienmacher anbieten, die erkannt haben, dass sie ohne ein „Grundwissen Christentum“ in Europa nur als kulturell Halbgebildete leben und arbeiten können. Seit 1990 treffen sich jährlich „Mönche und Publizisten“ in der Abtei Königsmünster in Meschede, um aus ihrem je eigenen Lebensstil und Erfahrungshorizont heraus über spirituelle und gesellschaftliche Fragen nachzudenken. Ein konfessionsloser Journalist wurde dabei zu einem einfühlsamen Film über das Kloster inspiriert. Das sagt viel über die Faszination glaubwürdig gelebten Christentums und die Anziehungskraft des „ganz anderen“ bei einer Berufsgruppe, welche die Neugier zu ihren Grundtugenden zählt.

Journalisten weisen eine starke „ingroup-orientation“ auf, sie orientieren sich stark an ihresgleichen. Die Konsequenzen sind gelegentlich als „Rudeljournalismus“ beklagt worden. Je mehr Christen sich also unter den Kollegen finden – vornehmlich solche, die als frohe Glaubenszeugen leben –, desto eher können Ressentiments und Vorurteile durchbrochen werden. Die Kirche hat daher allen Grund, junge Menschen zu diesem lebensnahen und abwechslungsreichen, kreativen und verantwortungsvollen Beruf zu ermuntern.

Themenspezifische Hindernisse und Ressourcen

Für die Frage, wie alle kommunikativen Akteure der Kirche, vom „einfachen Gläubigen“ über den Kirchenmitarbeiter, den christlichen Politiker und Journalisten bis hin zum Bischof, christliche Themen besser zur Sprache bringen können, gibt es keine Patentantworten. „Jedem steht das am besten, was ihm am natürlichsten ist“, meinte Cicero, und so vielfältig wird dann auch ein christliches Zeugnis in der säkularisierten Ge-

sellschaft ausfallen müssen. In einer Zeit, in der Doktrinen weniger Faszination ausüben als authentische Personen, sollte man sich eines Wortes Papst Pauls VI. erinnern: „Der heutige Mensch hört lieber auf Zeugen als auf Gelehrte, und wenn er auf Gelehrte hört, dann deshalb, weil sie Zeugen sind“ (Evangelii Nuntiandi 41).

Ein beachtlicher Stolperstein ist für viele Menschen die strenge katholische Sexualmoral. Hier wäre es heute wichtig, nicht so sehr deduktiv und abstrakt von einer bestimmten Ordnungsidee her zu argumentieren, sondern von menschlichen Erfahrungen, Ursehnsüchten, Verletzungsrisiken und einem Schutzinteresse in längerfristiger Sicht. Normen haben Dienstcharakter. Wenn die Kirche den Schatz ihrer anthropologischen Weisheit bewahren und als moralische Autorität noch gehört werden will, sollte sie die christliche Sexualethik den Menschen mehr als eine Kunst des gelingenden Lebens erschließen statt als System von Geboten und Verboten, dem man sich unterordnen muss, um gottgefällig und ein respektables Kirchenmitglied zu sein. Ethik und Empathie sind dabei untrennbar. Im Streit um die Wiederverheiratung Geschiedener kann so auch der Blick auf die Lage des verlassenen Ehepartners geweitet werden. Die Reaktion auf die missratene EKD-„Orientierungshilfe“ zur Familie, die von großen Teilen der interessierten Öffentlichkeit als Verrat am Treue-Ideal empfunden wurde, zeigt, dass von der Kirche mitnichten bloß eine Absegnung des „anythings goes“ erwartet wird. Sie soll weiterhin dazu ermutigen, nach den Sternen der Vollkommenheit (Mt 5,48) zu greifen und sich in Widrigkeiten des erbsündigen Alltags nach der Decke zu strecken. Bei „krückstockschwingenden Sittlichkeitsaposteln“³³ wird man eine Wegweisung zum „Leben in Fülle“ hingegen nicht vermuten. Der christliche Moraldiskurs mag nicht das Zentrum der Glaubenswahrheiten betreffen. Aber seine Qualität hat missionarische Relevanz. Dort, wo zunächst die Kompetenz der Humanwissenschaften gefragt ist, wie etwa beim Umgang mit Homosexuellen, sollte man sich nicht voreilig auf einfache Antworten versteifen. Die Kirche hat schon in mancher Hinsicht ihre Morallehre und seelsorgliche Praxis modifiziert, etwa

33 Jan Roß: Die Verteidigung des Menschen. Warum Gott gebraucht wird. Berlin 2012, S. 195.

beim Umgang mit unehelichen Kindern, ledigen Müttern oder „Selbstmördern“, ja selbst bei der Rolle der Sexualität in der Ehe. Das „Instrumentum Laboris“ zur Bischofssynode im Vatikan über die Familie betont denn auch mit dem Zweiten Vatikanischen Konzil, dass die „apostolische Überlieferung in der Kirche unter dem Beistand des Heiligen Geistes einen Fortschritt kennt“ (Dei Verbum 8).

In vielen bioethischen Fragen gibt es Anknüpfungspunkte beim ökologisch sensibilisierten Zeitgeist. Vorbildlich war Papst Benedikt XVI. mit seiner Berliner Bundestagsrede, bei der er vom geschärften Umweltbewusstsein zur „Humanökologie“ kam. Papst Franziskus machte mit seiner innigen Umarmung schwerstbehinderter Kinder auf dem Petersplatz klar, dass es hier mindestens so sehr auf Gesten und Taten wie auf Worte ankommt. Überhaupt ist der trittsicherste Grund christlicher Verkündigung die Caritas – umfassend verstanden wie in Benedikts XVI. Enzyklika „Deus caritas est“.

Geradezu offene Türen rennt die Kirche dort ein, wo sie sich für die Familien einsetzt. Dabei darf aber nicht der Eindruck entstehen, dass es hier wieder in erster Linie um die rechte Ordnung ginge und nicht um die Werte der Geborgenheit und der Sicherheit, die Tugenden der Liebe, der Vergebung, der Rücksicht und der Treue. Ganz fatal wäre der Eindruck, über einen christlichen Familismus geriete die Wertschätzung und Sorge für Alleinstehende, speziell die Einsamen in unseren anonymen Großstädten, ins Hintertreffen.

Die wichtigsten Vertrauensressourcen der Kirche sind ihre Leistungen im Erziehungs-, Bildungs- und Sozialwesen sowie in der internationalen Zusammenarbeit. Gerade weil die „Hauskirche Familie“ als christliche Sozialisationsinstanz heute weitgehend ausfällt, müssen der fast allseits akzeptierte Religionsunterricht und die kirchlichen Schulen, aber auch ihre Hochschulen und Akademien zur Visitenkarte und Bastion katholischen Christentums werden. Das Renommee der Kirche als Kulturträgerin und Instanz der Wertorientierung ist weiterhin hoch. Zugleich übt sie hier eine hohe Anziehungskraft auf Intellektuelle, politische Eliten und andere gesellschaftliche Meinungsführer aus.

Wenn es im Evangelium heißt „An ihren Früchten werdet ihr sie erkennen“, dann ist es keine Profanierung und Verzweckung des Glaubens, wenn man ihn auf seine Früchte im Leben hin untersucht und auch als individuelle Glücksquelle und soziale Kraft vorstellt – übrigens auch ex negativo als Damm gegen die Selbstzerstörung. Dies geht natürlich am besten durch individuelle Zeugnisse, aber auch durch die Verbreitung von Erkenntnissen der empirischen Psychologie und Sozialforschung. Benedikt XVI. spricht in „Caritas in veritate“ nicht nur von der Wahrheit, sondern ausdrücklich von der „Nützlichkeit“ des Christentums. Mit diesem „Pfund“ aus Utilitarismus-Phobie nicht zu wuchern, wäre ein großer Fehler, zumal das Unbehagen gegenüber gesellschaftlichen Dekadenzerscheinungen laut Umfragen größer ist, als man es aus der öffentlichen Kommunikation schließen könnte.

Dabei muss allerdings immer klar bleiben, dass es segensreiche diesseitige Wirkungen des Glaubens ohne seinen metaphysischen Kern auf Dauer nicht gibt. Dass die Offenheit der Menschen für die Existenz „irgendeiner überirdischen Macht“ (53 Prozent) oder dafür, „dass es Schutzengel gibt“ (54 Prozent) und „Wunder“ (51 Prozent), seit den 1980er Jahren zugenommen hat, zeigt, dass Materialismus und Empirismus die Glaubensfähigkeit, den Sinn für das Übernatürliche und das Unerklärliche nicht zerstört haben. Es gilt daher, auch die „jenseitigen“ Aspekte des christlichen Glaubens unerschrocken zu thematisieren. Noch wichtiger ist es, von persönlichen Erfahrungen der Wirklichkeit Gottes zu berichten. Solche Erfahrungen mögen selten und nicht immer eindeutig sein. Aber sie kommen vor. Wenn die Gläubigen kommunikativ nicht als „Zahnräder“ wirken, dann läuft die Maschinerie kirchlicher Massenkommunikation „auf Volldampf im Leerlauf“. Vergessen wir in der Dauerdebatte über „Kirche und Medien“ also nicht, dass das wichtigste Medium für die Weitergabe des Glaubens und das Voranbringen christlicher Themen in der Gesellschaft der vom Geist erfüllte einzelne „Freund Gottes“ ist, der „Christus als Gewand angezogen“ hat (Gal 3,27).

Chancen und Risiken der (neuen) Medien

Teilnehmer: Ingo Brüggjenjürgen, Köln
Dr. Christiane Florin, Bonn
Dr. Andreas Püttmann, Bonn
Dainius Radzevičius, Vilnius

Moderation: Dipl.-Theol. Michaela Pilters, Mainz

Anwältinnen des Publikums: Claudia Gawrich, Freising
Violeta Kyoseva, Burgas

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Mein Name ist Michaela Pilters und ich leite seit 1985 die katholische Hälfte der Doppelredaktion „Kirche und Leben“ im ZDF. Auch ich habe meine journalistische Ausbildung am Institut zur Förderung Publizistischen Nachwuchses absolviert und in München Theologie studiert. Seit vielen Jahren bin ich zudem Mitglied in der Gesellschaft Katholischer Publizisten und zur Zeit auch deren Vorsitzende.

Heute sind mit mir auf dem Podium Herr Dainius Radzevičius, der in Litauen geboren wurde und Vorsitzender des litauischen Journalistenverbandes ist, und Ingo Brüggjenjürgen, der Chefredakteur des „domradians“ – an ihn ein besonderer Dank, weil er kurzfristig für Herrn Werner D’Inka eingesprungen ist, der leider kurzfristig absagen musste. Zudem ist Frau Dr. Christiane Florin hier bei uns, die Politikwissenschaft studierte, Redaktionsleiterin der Beilage „Christ und Welt“ der Wochenzeitung „DIE ZEIT“ und Lehrbeauftragte an der Universität Bonn mit dem Fachgebiet Medienpolitik und Medienkultur ist, und Herr Dr. Andreas Püttmann, der bereits vorgestellt wurde. Rechts neben mir sitzen

unsere beiden Anwältinnen des Publikums, Frau Claudia Gawrich und Violeta Kyoseva, die Ihre Fragen bündeln und vortragen werden, die Sie auf die weißen Zettel in Ihrer Tagungsmappe schreiben und den Renovabis-Mitarbeitern hier im Saal aushändigen können.

Unser Thema „Chancen und Risiken der (neuen) Medien“ ist freilich ein sehr weiter Begriff, und man könnte unter anderem über Fluch und Segen des Internets diskutieren, doch werden wir unsere Diskussion auf die Tagungsthematik einschränken. Ich möchte Sie als Teilnehmer unseres Podiums – und allesamt Journalisten mit längerer Berufserfahrung – in der ersten Vorstellungsrunde zunächst fragen, wie sich Ihr journalistischer Alltag durch die Entwicklung der Medien, und somit auch durch die neuen Medien, verändert hat.

Dainius Radzevičius:

Für mich persönlich gibt es in Bezug auf alte und neue Medien nur einen einzigen Unterschied. Die älteren Medien, in denen ich als Journalist tätig war, wie beispielsweise Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen und Radio, wurden normalerweise als Medien verkauft. Die neuen Medien verkaufen jedoch Menschen, Journalisten oder einfach einen neuen Inhalt. Facebook und andere populäre sozial Netzwerke stellen ein neues Tätigkeitsfeld für Journalisten dar und gewährleisten auf einfache Weise Unabhängigkeit. Als ich als Journalist bei einer Tageszeitung tätig war, war alles anders, und das Monopol in diesem Bereich stellte für mich und meine Kollegen immer ein großes Problem dar, da es stets Streit mit Verlegern oder Chefredakteuren gab. Für mich ist zur Zeit wirklich neu, dass Zuschauer und Leser nicht mehr nur Zuschauer und Leser sind, sondern in gewisser Weise auch Verleger, indem sie im Rahmen eines kleinen Netzes zahlreiche Freunde haben. In diesem Sinne sind auch Nutzer sozialer Netzwerke Journalisten und müssen deren Regeln beachten. Das einzige Problem besteht für mich und meine Kollegen darin, dass die Mehrheit der Bevölkerung sowohl die alten als auch die neuen Medien meist zur Kommunikation nutzen. Facebook nutzen diese „Verleger“ also normalerweise nur, um Fotos und insbesondere Selfies zu präsentieren.



Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Frau Dr. Florin und Herr Brüggenjürgen, wie hat sich Ihr journalistischer Alltag in den letzten Jahren verändert?

Ingo Brüggenjürgen:

Mein journalistischer Alltag hat sich ganz rapide verändert, sodass ich darüber grau geworden bin. Gründe hierfür sind Veränderungen der technischen Medien und insbesondere das enorme Tempo. Als ich früher bei der Schülerzeitung bzw. im Lokaljournalismus arbeitete, ging es ein wenig gemächlicher zu, und spätestens um 17.00 Uhr, als der Bote ankam, war die Zeitung abgeschlossen. Das heißt, alles was man bis dahin geschrieben hatte, floss in diese Ausgabe mit ein. Danach ging man an den Kühlschrank, und es folgte ein gemütlicher Abend. Dies hat sich rapide verändert, denn heute ist das Tempo ein ganz entscheidender Faktor in der Berichterstattung. Wenn ich beispielsweise morgens meinen Rechner starte, habe ich angesichts der Berge an E-Mails immer das Gefühl, im Urlaub gewesen zu sein. Früher bekam man drei bis vier Briefe, die man öffnete, las und erst einmal weglegte, da man wusste, dass man zur Beantwortung ausreichend Zeit hatte. Wenn man heute auf eine E-Mail nicht bis Mittag reagiert, wird bereits während des Mittagessens nachgehakt. Insofern herrscht eine enorme Schnelligkeit, die einem enorm viel abverlangt. Eigentlich wäre mir eine umgekehrte Entwicklung lieber gewesen. Positiv ist jedoch, dass heute das Tempo

und die technischen Möglichkeiten vieles ermöglichen, was früher nicht machbar und somit undenkbar war. Unser „domradio.de“ liefert mittlerweile das komplette „rundum-sorglos-Paket“ von Audio-Angeboten über Video-Angebote bis zu Live-Übertragungen in Bild und Ton aus dem Kölner Dom. Man muss sich erst einmal dieses Wandels bewusst werden: Wenn früher ein Gottesdienst aus dem Dom übertragen wurde, war eine ganze Woche vorher der Dom mehr oder weniger lahmgelegt. Es wurden riesige Bühnen und Lichttechnik aufgebaut, und riesige LKW standen auf dem Vorplatz. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern ist dies bisweilen heute noch so, da deren Bildqualität noch besser ist. Für unsere Zuschauer ist eine etwas geringere Bildqualität jedoch gut genug, da sie einfach bei dem Gottesdienst dabei sein und am religiösen Geschehen teilnehmen wollen. Unser Multimediasender „domradio.de“ bemüht sich, mit relativ kleiner Technik ein sehr vielfältiges Angebot auf die Beine zu stellen. Wenn man aber eine Vielzahl von Formaten (wie beispielsweise Texte, Töne, Bilder, Facebook- und Twitter-Angebote) anbieten will, muss man jedes Produkt immer wieder veredeln. Analog zur Schweinezucht wird heutzutage mittlerweile nahezu alles vermarktet, sodass zum Beispiel aus einem Interview mit einem Bischof verschiedene Komponenten für die verschiedenen Kanäle extrahiert werden. Trotz der Erleichterungen der Technik muss jeder Kanal individuell bespielt werden, das erfordert sehr viel Engagement.

Hier komme ich zu einem weiteren Problem, das auch technisch nicht zu lösen ist. Wir als Kirche kommen mit unserer Schriftreligion ja aus einer Print-Tradition und sind in der neuen Medienwelt meiner Ansicht nach überhaupt noch nicht angekommen. Es gibt in diesem Bereich so rasante Veränderungen, die uns immer wieder schwerfallen. Kirchliche Verantwortliche können meine Arbeit vielfach kaum bewerten, weil sie gar nicht wissen, wie aufwändig es teilweise ist, die einzelnen Produkte halbwegs professionell zusammenzustellen. In der Regel lesen sie die Meldungen erst, wenn es in der Kirchenzeitung oder einer großen Zeitung steht, aber alles andere spielt für sie mehr oder weniger kaum eine Rolle. Oder wenn bei mir zuhause die Zeitung nicht mehr kommt oder das Radio nicht mehr funktioniert, so merken das meine Frau und ich, wohingegen unsere drei Kinder überhaupt nichts bemerken. Wenn

aber das Internet nicht funktioniert, rufen sie mich sofort an, und es klingt so, als wenn es keinen Strom, kein Wasser oder kein Brot mehr gäbe, also als ob es dringend lebensnotwendig wäre. Als Vater spreche ich heute nur noch eine harte Strafe aus, wenn ich statt eines Fernsehverbotes ein Handy- oder Internetverbot erteile, was aber dann häufig in einer Katastrophe endet.

Dr. Christiane Florin:

Positiv ist zunächst einmal, dass wir durch das Internet die Möglichkeit haben, schnell zu reagieren, mit Menschen in Kontakt zu kommen, mit denen man früher keinen Kontakt hatte, und Einblicke in Länder zu gewinnen, in die man früher keinen Einblick hatte. Meiner Meinung nach ist nicht alles schneller und oberflächlicher geworden, denn wenn man weiß, wo man suchen muss, hat man heute eine ganz andere Recherchetiefe als vor zwanzig Jahren. Für uns Journalisten ist es aber schwierig, psychisch zu verdauen, dass wir im übertragenen Sinne nicht mehr Papst sind. Es gibt auch keine Literatur-, Musik- und Politikpäpste mehr, seit beispielsweise Peter Scholl-Latour tot ist. Wir Journalisten vermitteln den Leuten nicht mehr das Gefühl, wir könnten ihnen glaubwürdig die Welt erklären. Das hat damit zu tun, dass heutzutage jeder Journalist sein und stundenlang erarbeitete Leitartikel innerhalb von Sekunden vernichtend kommentieren kann. Dies bewirkt bei uns Journalisten eine gewisse Betroffenheit in Bezug auf die eigene Autorität und das Selbstwertgefühl.

Gerade auch an meinen Studenten merke ich, dass sie bereits nicht mehr Hobbyjournalismus, wie zum Beispiel eine Buchkritik bei Amazon, von professionellem Journalismus unterscheiden können. Hier muss ich mich immer wieder selbst besinnen und mich fragen, was ich eigentlich gelernt habe, warum ich eigentlich glaube, Profi zu sein und warum die Leute das, was wir als Profijournalisten schreiben, eigentlich lesen sollten. Woran sollen Studenten von heute die Unterschiede zwischen einem schnell dahingeschriebenen Facebook-Kommentar, der häufig auch noch mehr Likes hat, und professionellen Kommentaren erkennen? Die wenigsten von uns würden es wagen, in eine Restaurant-

küche zu gehen und zu sagen: „Ich mach das jetzt hier; die Gäste können doch einmal essen, was ich als Hobbykoch kochen werde.“ Im Journalismus geschieht dies jedoch zunehmend, und Autorität und Anerkennung dieses Berufs werden aus Besserwisseri massiv untergraben. Zudem beobachte ich neben den demokratischen Wesenszügen des Internets des Öfteren den Missstand, dass viele Nutzer das Kommentieren als eine Art Befreiung eines Triebstaus ansehen und plötzlich äußern, was sie jahrzehntelang zurückgehalten haben. Früher geschah dies nicht so häufig, da man Meinungen in Leserbriefen kanalisieren musste. Zudem wird im Internet kaum zugehört, sodass der Kommentar des einen lediglich von einem anderen kommentiert wird, aber man kaum aufeinander eingeht. Viele versuchen einfach, loszuwerden, was sie sich schon immer so gedacht haben und was sie jahrzehntelang nicht loswerden konnten.

Speziell für uns als Wochenzeitung, wo man sich manchmal noch einen zweiten Blick und einen Moment des Innehaltens leisten kann, hat sich die Tugend des Zuhörens noch einmal als eine Qualität und als etwas Besonderes herausgestellt. Wir machen eben seltener die schnellen schmutzigen Interviews, sondern eher das Gespräch, beispielsweise zu Glaubensfragen, bei dem man versucht, in die Tiefe zu gehen, dem Gegenüber zuzuhören und nicht zu glauben, Journalismus bestehe nur darin, die eigene Meinung loszuwerden. Formate wie Reportagen und erzählte Geschichten sind viel wichtiger geworden, allein auch deshalb, damit wir unsere Existenz und unsere Ausbildung rechtfertigen können. Allerdings ertappe ich mich dann auch dabei zu kontrollieren, wie viele Likes eingehen oder ob der eigene Artikel schon zu den meistgelesenen zählt. Wer behauptet, er würde das nicht machen, der lügt. Jeder von uns macht das, und es hat auch Einfluss auf die eigene Arbeit, und nicht nur in einem kulturpessimistischen Sinne. Es mag sein, dass Katzenvideos die meisten Likes bekommen und die größte Resonanz bei den Usern erzeugen, aber auch gut erzählte, glaubwürdige und redliche Geschichten finden ihr Publikum, etwa ein Porträt eines interessanten Menschen, der etwas zu sagen und erlebt hat. Vor einigen Wochen veröffentlichten wir ein Porträt der in Pakistan lebenden Ärztin Ruth Pfau, das in diesem Jahr die meistgelesene Geschichte der Internetpräsenz

von „Christ und Welt“ wurde. Ganz so schlecht, wie wir das Internetpublikum immer machen, ist es also gar nicht, und eigentlich nehmen wir die Herausforderung ganz gerne an.

Dr. Andreas Püttmann:

Zunächst muss ich anmerken, dass ich in einer etwas anderen Situation bin als die Kolleginnen und Kollegen, weil ich bei keinem Medium arbeite, in keiner Redaktion tätig bin und somit morgens nicht die Aufgabe habe, eine bestimmte Leistung zu einem bestimmten Thema erbringen zu müssen. Ich kann mir also den Luxus leisten, etwas mehr Distanz zum Tagesaktuellen zu haben. Allerdings nehme auch ich die Situation breiter wahr als früher. Die Dauerpräsenz der Medienmeldungen von morgens bis abends hat sich in meinem Alltag deutlich erhöht, und ca. die Hälfte der für mich relevanten Publikationen beziehe ich aus dem Internet, wo ich auch schneller und tagesaktuell reagieren kann. Auch für freie Publizisten hat sich vermutlich die Freiheit vergrößert, weil man aufgrund der Vielzahl von Publikationsmöglichkeiten im Internet fast nie mit einem Thema im Niemandsland landen wird. Es kann schlimmstenfalls ein kleineres Forum sein, wo man sich äußern kann. Für Journalisten gibt es keine Gate-Keeper-Funktionen mehr wie früher, als man partout in ein Printmedium hineinkommen musste und es bis zum Erscheinen eine Vorlaufzeit gab. Heute kann man schneller und flexibler reagieren und kommt eigentlich immer zum Zuge. Die Kontaktmöglichkeiten zu den Lesern und auch Hörern haben sich vermehrt und ich nehme eine höhere Emotionalität wahr. Zumindest hat es in der Tat eine emotionale Qualität, wenn ich in einem Internet-Forum einer besonders gläubigen Kollegin über mich lese, ich sei ein Verdunkler der Kirche Jesu Christi oder ein Brandstifter. Ich habe persönlich festgestellt, dass sich gerade im Bereich des christlichen oder katholischen Internets durch Anonymität und Schnelligkeit auch die emotionale Temperatur verändert hat. In diesem Sinne ist mir die „Pathologie der Religion“, von der Josef Ratzinger sprach, im Vergleich zu der Zeit vor fünf bis zehn Jahren deutlicher geworden.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Aufgrund von Rückmeldeprotokollen kann ich aus meiner Sicht sehr gut bestätigen, dass sich die emotionalen Reaktionen bei den Zuschauern verstärkt haben. Alles ist sehr viel emotionaler und manchmal auch beleidigender geworden, sachliche Rückmeldungen haben deutlich abgenommen. Daher müssen wir moderierte Foren haben, auch weil man nicht mehr alle Meinungsäußerungen dem kompletten Leservolk zumuten kann. Insofern ist die Anonymität des Internets ein Schlüssel, der tatsächlich den Emotionen Tür und Tor öffnet, und auf jeden Fall eine Entwicklung, die man noch einmal betrachten muss.

Frau Dr. Florin hat gerade davon gesprochen, dass wir im Journalismus nicht mehr die Päpste seien, und die Frage aufgeworfen, wo eigentlich die Grenze zwischen Hobby- und Profijournalisten verläuft, die tatsächlich ein bisschen verschwommen zu sein scheint, was auch etwas mit Vertrauen zu tun hat, womit ich beim ersten Punkt des Referates von Herrn Dr. Püttmann angelangt bin. Er sagte, wenn wir unsere Themen in die Öffentlichkeit bringen wollen, dann gilt es für die Kirche, vertrauenswürdig zu sein, was natürlich auch besonders für den Journalismus und die Journalisten gilt. Frau Dr. Florin, darf ich Sie bitten, ein wenig auszuführen, wie heute unter diesen Bedingungen Qualitätsjournalismus entsteht?

Dr. Christiane Florin:

Ich werde häufig gebeten, in den Medien Vorträge über die Kirche zu halten, in denen ich immer ganz offen sage, dass das Ansehen der Kirche, genau wie das der Journalisten, schon seit Jahrzehnten im Keller ist. Allerdings hinkt der Vergleich etwas, denn das, was Journalisten produzieren, nimmt immer mehr Zeit des Tages in Anspruch. Die Leute nutzen ja Medien, obwohl sie ihnen offenkundig nicht vertrauen und Journalisten für dubiose Gestalten halten, denen sie nicht einmal einen Gebrauchtwagen abkaufen würden. Dennoch nutzen sie das, was Journalisten produzieren, inzwischen nahezu 24 Stunden am Tag. Mit der Kirche verbringen Menschen nicht immer mehr Zeit. Sie kann Vertrauen und Glaubwürdigkeit nicht schaffen, wenn sie immerzu nur sagt, sie müsse Vertrauen zurückgewinnen.

In meinem Fall kann ich als vertrauensbildende Maßnahme zunächst einmal versuchen, meine Leser nicht zu enttäuschen. Zudem kann ich andere Meinungen äußern als die, die ich bei der Mehrheit der Leser vermute, allerdings muss ich die Leser mitnehmen, sodass sie nicht den Eindruck einer schlampigen Recherche haben. Es darf auch nicht der Eindruck entstehen, dass nur eine Seite zu Wort kommt. Wenn mir meine Leser das zurückmelden, so ändere ich auch etwas. Diese Erfahrung machen andere Medien aber genauso. Analog zur Kirche sind die Leser der großen überregionalen Tageszeitungen ja ebenso eine Art Gemeinde, die nicht enttäuscht werden will. Vielleicht verbindet uns auch das mit der Kirche: Herr Dr. Püttmann hat ja bereits von glaubwürdigem Leben und glaubwürdiger Arbeit gesprochen und diese besteht nicht darin, jedem Trend schnell hinterherzulaufen und jede Pseudo-Debatte mitzumachen, sondern sich Nachdenklichkeit zu leisten. Ich glaube auch deshalb noch an das Produkt, weil es sich zu einer Art Luxusprodukt entwickelt, also etwas, das man sich gönnt. Die Digital- bzw. audiovisuellen Medien stellen dann eine Art Häppchen dar, wohingegen man sich vielleicht einmal pro Woche als etwas Besonderes die Printprodukte gönnt. Und auch bei den letztgenannten spürt man die hohe Erwartung derer, die diese Medien überhaupt noch nutzen und noch Zeit und Geld dafür opfern. Diese Erwartung darf ich also nicht enttäuschen.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Herr Brüggjenjürgen, hat das domradio per se einen Vertrauensvorschuss?

Ingo Brüggjenjürgen:

Ich hoffe, aber mit dem Vertrauen ist es so eine Sache, denn man muss es sich hart erarbeiten, und zudem ist es im Nu verspielt. Fragen Sie hierzu einmal den Bischof von Limburg. Es gibt viele, die ihm bis zum Schluss vertrauten, wovon er lange profitierte. Wer aber einmal den Untersuchungsbericht seines Falls von vorne bis hinten durchgelesen hat, der weiß, dass dieses Vertrauen in vielen Dingen nicht gerechtfertigt war. Es sind vielfach kleine Dinge, die darüber entscheiden, ob unsere kirchlichen Funktionsträger Vertrauen erhalten oder nicht.

Beispielhaft möchte ich Ihnen von einem Gottesdienst am Dreikönigstag mit Kardinal Joachim Meisner im Kölner Dom erzählen, an dem viele Jugendliche und Kinder mit ihren Dreikönigskostümen nebst Kronen teilnahmen. Am Ende tat der Kardinal, wie so oft, etwas Richtiges, indem er vor dem Segen vor den Altar trat, um die große Distanz zu überbrücken und um den Kindern ganz nah zu sein. Dann sagte er, er könne von Kindern und Jugendlichen viel lernen, denn sie gingen bei Wind und Wetter zu Fuß und klopfen an die Türen der Gläubigen, um die Botschaft zu verkünden und für Kinder und Bedürftige in aller Welt zu sammeln. Er hatte diese jungen Menschen wirklich an seinen Lippen hängen, als er ihnen für ihre Arbeit einen großen Segen mitgab. Und dann passierte es: Er zog feierlich aus dem Dom aus und hatte gerade noch erzählt, dass es doch so beispielhaft sei, sich bei Wind und Wetter zu Fuß aufzumachen, als er direkt vor dem Dom von seinem Fahrer abgeholt wurde. Allen Kindern und Jugendlichen, die das sahen, konnte man an den Gesichtern ablesen, dass sie sich nicht richtig ernst genommen fühlten. Ich weiß, dass dies Kleinigkeiten sind, und ich weiß, dass der Kardinal bestimmt wichtige Termine hatte, aber auch solche kleinen Gesten sind heutzutage sehr wichtig. Gerade Kinder und Jugendliche hinterfragen alles, da wir sie schließlich auch dazu erziehen. Somit wären sie die besten Journalisten. Meines Erachtens tun wir uns gerade als Kirche oft sehr schwer mit der Glaubwürdigkeit und der Sprache, mit der wir versuchen, sie zu vermitteln. Die Kirche hat vielfach immer noch eine Sprache, die heute überhaupt nicht mehr verstanden wird. Wie soll man also glaubwürdig die Botschaft verkünden, wenn man nicht mehr verstanden wird?

Ein weiteres Beispiel: Sehen Sie sich einmal Firm-Mappen an, die unsere Jugendlichen zur Vorbereitung auf ihre Firmung bekommen. Diese dicken Mappen sind zwar pädagogisch hervorragend aufbereitet, aber eben nur in der Papierform. Passender und cooler wären für die Jugendlichen ein USB-Stick, eine Internet- oder Facebook-Seite. Insofern glaube ich, dass wir uns mehr bemühen müssen, unsere wunderbare Botschaft glaubwürdig in die heutige Zeit hineinzusprechen, und dazu gehört eben, dass wir glaubwürdige Zeugen sind und eine Sprache sprechen, die draußen verstanden wird. Aus meiner 25-jährigen Erfahrung

an der Schnittstelle zwischen Journalismus und Kirche heraus tut sich die Kirche immer noch wahnsinnig schwer und wundert sich, wenn die Leute bei dem Begriff „Matthäus“ eher an den Fußballer als an den Evangelisten denken.

Dr. Christiane Florin:

Das liegt aber doch auch an der Haltung, die die Kirche – wenn ich mal so pauschal reden darf – zur Öffentlichkeit hat. Wenn ich in die Öffentlichkeit trete, dann muss ich Lust daran haben, mich einer Debatte zu stellen. Wenn ich den Kopf zum Fenster raushalte, muss ich damit rechnen, dass Leute mit Eiern werfen, das ist einfach so. Und diese Lust und auch das Bedürfnis, sich erklären zu wollen oder zu müssen: Sie müssen eben heute mehr erklären! Sie können nicht einfach nur auf Gehorsam setzen! Dieses Bedürfnis sehe ich bei vielen Vertretern der Kirche überhaupt nicht, im Gegenteil: Ich habe selten so viel Angst in Interviews erlebt wie bei kirchlichen Würdenträgern. Es ist so eine eigenartige Mischung aus Selbstherrlichkeit und fehlender Selbstvergewisserung – ein Mangel an Selbstbewusstsein nach dem Motto: „Die Inhalte, die ich hier habe, kann ich ja sowieso keinem mehr verkaufen; egal, ob ich das jetzt modern oder altmodisch ausdrücke – mir fehlt das innere Bedürfnis, mich mit der Öffentlichkeit auseinanderzusetzen.“ Und das kann ihnen auch kein Medientraining beibringen, sondern es muss ihnen selbst ein Anliegen sein und ist keine Frage von Medientrainings.

Ingo Brüggjenjürgen:

Ja, ich kann das unterstützen. Angst ist das größte Problem. Selbst wenn wir beim domradio.de – Träger ist das Erzbistum Köln – Fragen haben, ist die Reaktion „am liebsten schriftlich, drei Wochen vorher, und jetzt haben wir sowieso keine Zeit“. Wir bekommen eher Minister als Weihbischöfe ans Mikrofon.

Dr. Christiane Florin:

Man sieht es ja jetzt im Blick auf das Papier von Bischof Bonny aus Belgien.¹ Wenn man da versucht, darauf von Bischöfen eine schnelle Antwort auf die schlichte Frage zu bekommen: „Hat der Bischof recht?“ – ja, das ist eigentlich keine unanständige Frage – da wünsche ich Ihnen viel Vergnügen bei der Recherche. Wir bleiben jedenfalls jetzt noch drei Tage dran. Ich bin gespannt, wie viele Antworten wir aus kirchlichen Kreisen bekommen. Vermutlich werden wir eine andere Geschichte machen müssen, um dann im Nachhinein Beschwerden zu erhalten, dass das Thema nicht vorgekommen ist. Das halte ich dann immer für eine besondere Pointe.

Michaela Pilters:

Auch ich kann dies aus eigener Erfahrung bestätigen, denn wir bekommen in unserer Redaktion so viele Körbe und Absagen, dass man ein großes Korbwarengeschäft aufmachen könnte. Die meisten aktuellen Journalisten aus dem politischen Bereich können es überhaupt nicht verstehen, dass man bestimmte Antworten nicht bekommt, weil jeder Politiker weiß, dass es die Hauptsache ist, dass er zitiert wird, egal wie. Im kirchlichen Bereich ist das aber längst nicht so.

Laut Herrn Dr. Püttmann vertrauen in Litauen noch zwei Drittel der Menschen der Kirche. Herr Radzevičius, was machen die litauischen Kirchenvertreter besser?

Dainius Radzevičius:

Ich schätze, dass sich die Situation in Litauen in Wirklichkeit nicht so gut darstellt und ein bisschen anders ist, denn in Bezug auf die Vertrauensfrage antworten ganz viele Menschen genau das Gegenteil von dem,

¹ Hintergrund der Anspielung ist die Denkschrift des Bischofs von Antwerpen, Johan Bonny, vom 1. September 2014 im Vorfeld der Bischofssynode über Ehe und Familie; er setzte sich darin kritisch mit dem kirchlichen Lehramt zu dem genannten Themenkomplex auseinander. Vgl. zum Ganzen <http://www.wir-sind-kirche.at/meinungen/bischof-bonny-stellt-paepstliche-weisungensfrage>; <http://www.katholisch.de/aktuelles/aktuelle-artikel/nicht-entscheiden-nur-beraten>; <http://www.christundwelt.de/detail/artikel/stark-wie-bonny/>.

was sie denken, um ihr Privatleben und ihre persönliche Meinung zu schützen. Deswegen treten in diesem Land auch ganz viele Menschen in Facebook anonym auf. Wenn die Menschen in Litauen über wichtige Themen diskutieren, so geschieht dies in der Regel anonym. Das heißt, sie möchten sich persönlich schonen. Die Menschen dort brauchen Journalisten, die ihre Freunde sind, und die so denken wie sie selbst, das heißt, niemand braucht Journalisten, die verschiedene Geschichten und Meinungen erzählen. Wenn Journalisten verschiedene Meinungen erzählen, sagen die Leute, sie seien keine echten Journalisten, also erzählen sie nur eine Wahrheit, und zwar die Wahrheit, der die Leute trauen oder die ihnen selbst gefällt.

Viele Menschen behaupten in Gesprächen über Medien, dass es keine interessanten Print-Medien zu lesen gäbe. Ich wies sie daraufhin immer auf die über 800 litauischen Print-Medien hin und fragte sie, welche sie denn lesen würden. Die Antwort lautete meist: „Keine, da sie uninteressant sind und keiner liest.“ In Diskussionen über Medienpolitik oder Journalismus bekommt man normalerweise auf die Frage nach der bevorzugten Nachrichtenquelle die Antwort: „Ich kenne einige Journalisten, die ich mag und denen ich zuhöre, da sie gut sind.“ Aber was heißt schon „guter Journalist“? Vielleicht ist er interessant, kennt viele Menschen, ist in der Kommunikation sehr aktiv, sodass er Verschiedenes bezeugen kann. Objektiv mag er gut oder schlecht sein, so ist er doch Zeuge und mein Freund, was aber nur zwei Argumente sind. Viele Menschen sehen Kirchen als einen Ort der Geistlichkeit und der Kontemplation, oder sie besuchen einfach gerne die Gebäude. Wenn dann auch noch der jeweilige Priester vertrauenswürdig ist, dann vertrauen sie der Kirche im Allgemeinen. Ich schätze, auch bei Journalisten ist es ähnlich kompliziert, weil sie, genau wie Priester auch, keine Päpste mehr sind, und das heißt, auch keine Autoritäten mehr.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Herr Dr. Püttmann, Ihr erster Punkt, dass es eher erklärungsbedürftig sei, warum so wenige Menschen aus der Kirche austreten, ist natürlich

ein provokanter Satz. Basiert Ihre Aussage lediglich auf Statistiken oder kann man sie auch als Prognose verstehen?

Dr. Andreas Püttmann:

Statistiken zeigen, dass weit weniger Glaube und Kirchenverbundenheit besteht als Konfessionszugehörigkeit. Wenn sich 20 Prozent der deutschen Protestanten und 14 Prozent der Katholiken weder der Kirche verbunden erklären noch sich als Christen fühlen, fragt man sich natürlich, warum sie noch in der Kirche sind. Ich glaube, es gibt diesbezüglich drei unterschiedliche Motive. Oskar Lafontaine von der Partei „Die Linke“ sagte einmal in einer Talkshow, dass er eigentlich Agnostiker sei, aber die Kirchen für ihn immer noch eine Bastion gegen den rasanten Werteverfall seien. Dies würde ich als Vernunft-Christentum bezeichnen, das sicherlich ein Pfund ist, mit dem die Kirche noch immer wuchern kann. Die Bevölkerung ist mehrheitlich der Meinung, dass Deutschland und Europa sehr stark christlich geprägt sind und sich der Glaube positiv auf die Moral auswirkt. Deshalb haben beispielsweise kirchliche Schulen ein besseres Image als staatliche. Ein weiteres traditionelles Motiv ist die Tatsache, dass die eigene Familie schon immer katholisch oder evangelisch war und man zum Beispiel der gläubigen Großmutter einen Kirchenaustritt nicht antun könne. Kirche hat also eine traditionelle Funktion. Und dann gibt es natürlich diejenigen, die zwar nicht an Gott glauben, aber sich in einer Art Kalkül nicht gänzlich von ihm lossagen wollen, auch weil sie sich nicht sicher sind, ob sie nicht doch nach dem Tod des Gegenteils belehrt werden. Sich gegen Gott zu entscheiden und nach dem Tod festzustellen, es gibt ihn doch, wäre natürlich wesentlich unvoreilhafter, als mit der Hypothese „Gott“ zu leben und nachher festzustellen, es gibt ihn gar nicht – dann hat man immer noch besser, nämlich mit einer Hoffnung gelebt. Die Angst vor einer Totaldistanzierung von Glaube und Kirche ist in der Bevölkerung noch groß. Daran kann die Kirche anknüpfen.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Wie sollte sie das tun?

Dr. Andreas Püttmann:

Wie ich bereits im letzten Teil meines Impulses sagte, müssten einige Themen, die besonders von der Kirche entfremden, in einer anderen Tonart angesprochen werden. Als Journalist möchte ich jedoch gar nicht so sehr kritisch auf die Bischöfe und die Amtskirche blicken, sondern auf uns selbst, indem ich die Frage aufwerfe, was denn eigentlich ein glaubwürdiger katholischer Journalismus ist. Ich finde es zum Beispiel wichtig, dass man, genau wie Thomas von Aquin, bei einer Argumentation immer die Gegenargumente mit einbaut, sodass die Leute merken, dass man sich über das Einerseits und Andererseits Gedanken gemacht hat, dass man nicht den ganzen Artikel oder Leitkommentar nach einem Strickmuster immer in die gleiche Richtung gestaltet, keine doppelten Maßstäbe anwendet und auch Argumente der Gegner mit aufnimmt. Also nicht wie ein gewisser katholischer Internetchefredakteur, der einen Bischof trotz seiner Verschwendung und Lüge bis zum letzten Moment verteidigt – und einen anderen, liberalen Bischof kritisiert, weil er in Köln eine Wohnung mit 150 m² beziehen will. Sein Journalismus ist von einem Freund-Feind-Denken geprägt und wendet deshalb zweierlei Maßstäbe an, die dem konservativen Bischof alles verzeihen und den liberalen Bischof streng in die Pflicht nehmen – das schafft natürlich kein Vertrauen. Drittens müssen wir als katholische Journalisten natürlich auch unsere Fehler zugeben können. Gerade in Bezug auf das Bekenntnis, sich gerirt zu haben, hat das Christentum eine besondere Qualität, indem wir uns unserer Fehlbarkeit bewusst sind. Und viertens: Die Menschenfreundlichkeit muss immer durchschimmern. Das heißt, selbst wenn wir kritisch und scharf argumentieren, muss irgendwie deutlich werden, dass wir keine Zyniker sind und nicht immer nur destruktiv sein wollen, sondern dass es uns im Grunde genommen um die Ausübung einer Schutzfunktion geht. Wenn die Menschen diese vier Punkte wahrnehmen würden, hätten sie meines Erachtens mehr Vertrauen in den katholischen Journalismus.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Meiner Meinung nach dürfen sich katholischer Journalismus und Journalismus allgemein nicht so stark unterscheiden, denn gewisse Prinzi-

prien, wie beispielsweise das von Frau Dr. Florin bereits erwähnte „auditur et altera pars“ sollte einfach jeder Journalist haben.

Dr. Andreas Püttmann:

Damit ich nicht missverstanden werde: Ich habe gestern im Arbeitskreis² bereits die vier Medienfunktionen erwähnt: Information, Meinungsbildung, Kontrolle und ein Agenda Setting. Sie werden von einem christlichen Journalisten genauso wahrgenommen wie von einem säkularen Journalisten. Wir dürfen uns auch nicht vor der Frage drücken, was den Unterschied ausmacht. Meines Erachtens muss beim katholischen Journalismus auch noch das „sentire cum ecclesia“ dazugehören. Ich finde durchaus, dass man als Kontrollinstanz die Kirche kritisch begleiten und trotzdem lieben kann. In gewissem Sinne kann man sich so gleichzeitig als „Missionar“ und kleines Rädchen in der Evangelisierung verstehen und gleichzeitig „Spürhund“ nach Missständen sein, denn häufig wird das journalistische Selbstverständnis ja antipodisch mit diesen beiden Begriffen beschrieben. Deswegen kritisierte ich die Tatsache, dass die Absolventen einer katholischen Journalistenschule offensichtlich zu 70 bis 80 Prozent überhaupt nicht mehr den Impuls verspüren, auch Glaubenthemen zu platzieren – warum eigentlich nicht?

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Frau Dr. Florin, Sie haben wie ich eine katholische Journalistenschule absolviert. Muss man als katholischer Journalist, auch wenn man nicht in einem Ressort Kirche tätig ist, trotzdem sagen können, dass man Glaube vermitteln will? Muss also zum journalistischen Selbstverständnis eines katholischen Journalisten in einer Politikredaktion auch das Selbstverständnis gehören, Glaube vermitteln zu wollen?

² Vgl. dazu unten S. 235f.

Dr. Christiane Florin:

In einer Politikredaktion können Sie der Kirche nicht den Verkündigungsauftrag abnehmen. Viele Dinge, die Dr. Püttmann genannt hat, sind ja journalistisch gesehen auch nicht spezifisch katholisch oder christlich, sondern generelle Prinzipien des deutschen Presserates und schlichte, professionelle journalistische Grundsätze, die weder von katholischen noch von anderen Journalisten stets eingehalten werden. Für mich ist es also erst einmal wichtig, dass professionaler Journalismus gemacht wird. Wenn man daraufhin die Medien-Szene analysiert, wird man feststellen, dass katholischer Journalismus oftmals mit einem gnadenlosen Positivismus verwechselt wird, der der bösen Welt entgegengesetzt wird. In ihm sind die Leute dann eben nur gut, und es wird beispielsweise nur die gute Ordensfrau dargestellt. Wenn ich solch eine Geschichte zu Ende gelesen habe, bin ich völlig erschlagen von so viel „Gutheit“; und ich habe das Gefühl, dass es auch einfach nicht ehrlich ist.

Was uns aber hoffentlich unterscheidet, ist, dass wir bezüglich ethischer Themen eine andere Sensibilität haben. Aktuell gibt es in Deutschland die Debatte um die Sterbehilfe bzw. den assistierten Suizid. Hier glaube ich dann doch, dass sich ein christlicher Journalist in seinen Kommentaren, Reportagen und Berichten von einem nichtchristlichen Journalisten, der einen anderen Wertehorizont hat, unterscheidet, aber eigentlich nur dort, denn in erster Linie geht es um professionellen Journalismus. Das würde ich stets auch all denen klarmachen, die von katholischen Journalisten oder solchen, die eine katholische Journalistenschule absolviert haben, Gehorsam erwarten, denn das ist nicht so. Somit stimme ich zwar der Loyalität und einem liebevollen Auge auf die Kirche zu, doch das bewahrt einen nicht davor, manchmal voller Polemik zu schreiben und manchmal, gerade weil man die Kirche liebt, kritischer zu sein als die vielen anderen Journalisten, die ihr entweder völlig gleichgültig oder in blindem Gehorsam gegenüberstehen.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Herr Brüggjenjürgen, das „domradio“ ist bekanntlich dem katholischen Journalismus verpflichtet. Wo würden Sie die Grenze zwischen Katechese, Glaubensvermittlung und Journalismus ziehen?

Ingo Brüggjenjürgen:

Zunächst einmal würde ich alles, was meine Vorrednerin gesagt hat, unterschreiben. Ich glaube, das gilt auch stellvertretend für andere domradio.de-Redakteure und -Kollegen und ich kann es auch an meiner eigenen Vita festmachen. Ich wollte immer schon gerne Journalist werden und vielleicht wäre ich auch Priester geworden, wenn ich den Ruf deutlicher gehört und mir ein Leben ohne Familie hätte vorstellen können. Trotzdem verspürte ich einen inneren Drang, die Frohe Botschaft weiterzugeben, weil ich sie für mich selber als Heilsbotschaft empfinde, und dazu beizutragen, dass die Welt am Ende ein ganz kleines bisschen besser wird. Insofern studierte ich dann Theologie und Kommunikationswissenschaften in dem Bewusstsein, dass es nicht schädlich sein kann, wenn man auf der einen Seite im Glauben verwurzelt ist, und auf der anderen Seite aber die Mechanismen der Medien kennt. In jedem Fall muss das Handwerkszeug gelernt sein, darüber hinaus kann ich, wie es bereits Frau Dr. Florin erwähnte, in Kommentaren Zeugnis ablegen. Ich erwarte von jedem Christen, egal, welche Rolle in der Gesellschaft er innehat, dass man ihm ungeachtet der Professionalität seines Handwerks anmerkt, dass er als Christ unterwegs ist. Ich möchte in seinem Antlitz das Antlitz Gottes erkennen, ihn als einen Zeugen wahrnehmen und sehen, dass die Freude der Frohen Botschaft ihn durch dieses Leben führt. Insofern gilt dieser Anspruch nicht nur Journalisten gegenüber, sondern letztendlich uns allen.

Ein weiterer Punkt, der mir eben im Vortrag von Herrn Dr. Püttmann gefehlt hat, ist, dass ich einen gewissen Anspruch nicht nur an Journalisten, sondern an alle Verantwortungsträger in der Kirche habe. Gerade in unserer heutigen Mediengesellschaft und im Informations- und Medienzeitalter kommt ihnen eine besondere Rolle zu. Am besten funktionieren die Geschichten von Medienleuten, wenn sie genau

an diesen Personen festgemacht werden. Als Experte bin ich bei den Vollversammlungen der Deutschen Bischofskonferenz jedes Mal froh, wenn ich einen Großteil der Bischöfe kenne. Aber man muss sich fragen, wer in der breiten Öffentlichkeit überhaupt noch in Erscheinung tritt und überhaupt irgendeine Position besetzt. Natürlich haben wir für jedes Anliegen eine Kommission, wie beispielsweise für gesellschaftliche Fragen, für Jugend- oder Frauenfragen, aber wissen Sie auch, wer der Jugendbischof der Deutschen Bischofskonferenz ist, kennen Sie, nur als Beispiel, eine Aussage des Paderborner Erzbischofs, oder wissen Sie, wie er heißt und wofür er steht? Ganz entscheidend ist für mich, dass wenn wir in dieser Mediengesellschaft Zeuge sein wollen, wir auch Leute haben, die bereit sind, für eine bestimmte Position immer wieder in die Bütt zu steigen und sich stark zu machen. Medien lieben Gesichter und lebende Zeugen, an die sie sich klammern können, doch gerade hier sieht es meiner Meinung nach sehr schlecht aus. Insofern tut es mir dann manchmal weh, wenn für andere Institution die großen Redner ohne Wenn und Aber in die Manege steigen, um eine Botschaft zu verkünden, die in meinen Augen vielleicht gut und richtig ist, aber noch lange nicht mit der Frohen Botschaft konkurrieren kann.

Dr. Christiane Florin:

Das hat aber doch auch mit innerkirchlichen Mechanismen zu tun. Sie können hier eben nicht als Einzelperson sprechen und sagen, was Sie denken, sondern hier ist ganz viel vorauseilender Gehorsam dabei, so dass es auch zu besagter Angst in Interviews kommt. Als ich früher im Kulturressort arbeitete, war mir gar nicht klar, welche Flügelkämpfe innerhalb der katholischen Kirche toben, und dass beispielsweise die einen Angst haben, nicht mehr als Linke anerkannt zu werden, weil sie einmal nicht den Papst kritisiert haben, und andere vielleicht Angst haben, nicht mehr im konservativen Milieu anerkannt zu sein, weil sie kein gutes Wort über den Papst gesagt haben, sondern einfach gar nichts. Welches Bild geben wir ab, wenn wir schon untereinander so zerstritten sind? Häufig wird auch über Detailfragen gestritten, die kein Mensch außerhalb der Kirche versteht. Dies lässt dann auch geist-

lich aufgeschlossene Menschen davor zurückschrecken, als Katholik etwas öffentlich zu sagen, weil sie immer damit rechnen müssen, dass ihnen irgendjemand vor den Kopf stößt und behauptet, sie seien gar kein richtiger Katholik und dürften hier gar nicht im Namen der Katholiken sprechen. Ich glaube, man muss hierbei ein bisschen früher ansetzen als nur zu sagen, dass es keine Persönlichkeiten gibt, sondern man muss sich fragen, warum es sie nicht gibt. Es gibt meiner Meinung nach immer noch zu viel Angst, etwas Falsches zu sagen.

Ingo Brüggjenjürgen:

Hier muss ich Einspruch erheben, denn als Christ bin ich letztendlich nicht irgendeiner Institution gegenüber verantwortlich ...

Dr. Christiane Florin:

Das empfinden viele aber offenbar so.

Ingo Brüggjenjürgen:

... sondern meinem eigenen Gewissen, und ich muss auch nicht für jede Frage stets nach Rom schielen. Bischöfe haben große Autorität und können viel bewirken, deshalb erwarte ich von ihnen ein wenig mehr Mut. Ich war zum Beispiel fünf Jahre für den Fernsehsender RTL sozusagen als Schnittstelle zwischen Deutscher Bischofskonferenz und diesem erfolgreichen privaten Sender unterwegs. RTL wollte eine Kampagne für mehr Freundlichkeit gegenüber unseren ausländischen Mitbürgern starten, und es war extrem schwierig, jemanden innerhalb der Bischofskonferenz dazu zu bringen, diesen einen Satz zu sagen „Ausländer sind hier willkommen!“ Keiner fühlte sich zuständig und viele hatten Angst. Hier appelliere ich an jeden einzelnen, mehr Mut zu einem Bekenntnis zu haben. Da Christen allerorts diese Orientierung brauchen, bedarf es Menschen, die mutig voranmarschieren. Dieser Mut fehlt mir in unserer Kirche zwar, aber ich würde es nicht an der Institution festmachen, weil ich der Meinung bin, dass unsere Botschaft uns eine grenzenlose Freiheit gibt. Selbst Papst Franziskus zeigt im

Vatikan gegenwärtig, wie man diese Freiheit der Kinder Gottes nutzen kann – aber man muss es einfach nur tun!

Dr. Christiane Florin:

Warum gibt es keinen deutschen Franziskus, und warum wird diese Steilvorlage nicht verwandelt? Warum schreibt sich in Deutschland keiner das Thema Gerechtigkeit auf die Fahne? Dass es eine solche Persönlichkeit nicht gibt, hat meines Erachtens auch mit Strukturen zu tun und nicht nur mit dem Mangel an einzelnen Persönlichkeiten. Die meisten Vertreter der Kirche kommen einfach nie in Positionen, wo sie offen reden dürften. Der Text des Bischofs aus Belgien³ ist deshalb so interessant, weil hier endlich einmal jemand aus seiner persönlichen Sicht und natürlich als frommer Christenmensch offen seine Meinung schreibt und es ihm völlig egal ist, ob es durch das Kirchenrecht oder die Glaubenskongregation gedeckt ist. Aber um an diesem Punkt anzukommen, muss man ganz viel Souveränität aufbringen.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Herr Radzevičius, ist diese Angst der katholischen Würdenträger, sich öffentlich zu äußern, auch bei Ihnen in Litauen vorhanden?

Dainius Radzevičius:

Ja, aber es ist äußerst seltsam, denn in Litauen betreiben ganz viele Menschen, einschließlich der Katholiken, eine sehr aktive Kommunikation und sprechen auch über den katholischen Journalismus. Dies alleine ist in meinen Augen zwar nicht alarmierend, aber doch ungewöhnlich, weil die Balance zwischen Journalisten und Katholiken immer eine ziemlich komplizierte Sache ist. Als guter Katholik ist man dann als Journalist problematisch, als „normaler“ Journalist wiederum kein guter Katholik. Es herrscht stets ein Konflikt, weil die journalistische Gesellschaft immer ein Problem mit Themen hat, die Journalisten ein

³ Vgl. dazu oben S. 200 mit Fußnote 1.

bisschen subjektiv machen. Wieviel Subjektivität ist also erlaubt? Die Frage lautet immer, ob du mein Freund bist, denn wenn du ein guter Journalist und Katholik bist, erscheinst du mir wie ein Papst, was meiner Meinung nach zu viel ist für einen Menschen. Viele Menschen haben nämlich das Gefühl, sie könnten nicht auf allen Gebieten gut sein. Wenn in der litauischen katholischen Gesellschaft über wichtige Themen gesprochen wird, beginnt es meist mit den so genannten katholischen Werten, die aber als Aussagen einer Institution betrachtet werden und nicht persönliche Meinungen von Menschen, und insbesondere Katholiken widerspiegeln. Diese Diskussionen sind in der Regel nicht gerade freundlich und meist nicht öffentlich. Mich kostet es in Besprechungen auch immer viel Mut, meine persönliche Meinung zu äußern. Auch katholische Journalisten fangen normalerweise als Journalisten mit dem schönen Schein des Äußerlichen an.

Ingo Brüggjenjürgen:

Ich habe das selbst erlebt, denn als ich Theologiestudent war, wurde ich von den Medienleuten wegen des Papstes, der Kirche und Ähnlichem angegriffen, wohingegen es bei den Kommunikationswissenschaftlern genau umgekehrt war. Meine Erklärung im Nachhinein war folgende: Theologen sind der Ansicht, sie hätten die Wahrheit gepachtet und möchten diese natürlich auch verkünden, und Journalisten sind immer bemüht, die Wahrheit zu finden, doch wenn die Nähe zu groß ist, erzeugt es zuweilen Reibungen.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Ich denke, man darf diesbezüglich aber auch nicht zu defensiv sein, denn fast alle Journalisten haben doch Wertüberzeugungen, und nicht alleine die katholischen Journalisten haben bestimmte Ideen im Kopf. Es sollte also nicht den katholischen Journalisten brandmarken, dass er Knecht einer Ideologie ist, sondern wir wissen doch auch aus der Journalistenforschung, dass viele Journalisten ihre Werteüberzeugung in ihre Arbeit einfließen lassen. Es kommt nicht darauf an, dass man keine Überzeugung hat, aber man muss so viel Selbstdisziplin haben, dass

man die professionellen Berufsmaßstäbe deswegen nicht verletzt. Deshalb kann ich auch ein Journalist sein, der seine Kirche mit ganzem Herzen liebt, aber trotzdem die schärfste Kritik an einem Bischof formuliert. Man muss nur in die Kirchengeschichte blicken, um zu sehen, welche Päpste und Bischöfe es gab, und sogar Heilige kritisierten sie. Dem Klischee, der katholische Journalismus sei nur ein Knecht seiner Kirche, der nicht zur Kritik fähig ist, würde ich jedenfalls offensiv begegnen.

Dainius Radzevičius:

Aber das ist nicht nur ein Klischee, und in Litauen gibt es hierzu viele Beispiele. Jene Journalisten, die sich als katholisch bezeichnen und kaum Kritik an der Kirche oder an Bischöfen üben, kritisieren normalerweise den anderen Teil.

Dr. Christiane Florin:

Ehrlich gesagt empfinde ich dieses Spannungsfeld zwischen „guten“ Katholiken und Journalisten überhaupt nicht als ein großes Problem, vielleicht auch deshalb, weil ich weder eine gute Katholikin noch eine gute Journalistin bin. Was aber schon auffällt, ist die Tatsache, dass wir innerhalb der katholischen Kirche nicht geübt sind, damit eine öffentliche Diskussion auszuhalten. Zudem haben wir kaum eine innerkatholische Öffentlichkeit, die diesen Namen verdient, stattdessen gibt es viele Nischen, in denen sich Katholiken jedweder Gesinnung permanent bestätigen. Es dringt aber in keine Nische in irgendeiner Weise Luft hinein, da nie die Tür geöffnet wird. Bei Anfragen zu einem Text höre ich häufig: „Wenn der bei Ihnen schreibt, dann schreibe ich nicht für Sie.“ Es ist unglaublich schwer, den Forumscharakter für ein Medium herzustellen, weil wir uns alle in Kämpfe und Schützengräben zurückgezogen haben. Das ist aber sicherlich nicht das Wesen von Öffentlichkeit, denn sie bedeutet, es auszuhalten, wenn jemand eine andere Ansicht hat, und alleine deshalb ist der andere kein schlechter Katholik. Ich muss jemanden akzeptieren, wenn er argumentiert, und muss Verständnis für seine Position aufbringen, ohne dass ich damit einverstanden bin. Im politi-

schen gesellschaftlichen Diskurs ist dies jahrzehntlang so gewachsen, aber die katholische Kirche hat es bis heute nicht gelernt. Deshalb wirkt der Dialogprozess bei Veranstaltungen unglaublich künstlich, wenn die Leute ihre Thesen und Forderungen auf Flipcharts schreiben, sie abfotografieren und dann per E-Mail versenden. Debatte funktioniert jedoch nicht auf diese Weise, sondern nur wenn sie frei ist. Zwar kann sie wertgebunden sein, aber in jedem Fall muss sie frei sein. Solange man argumentiert, darf man nicht verletzend oder volksverhetzend sein oder Ressentiments gegenüber anderen haben. Jeder muss sagen können, was ihm oder ihr ein Anliegen ist. Daran müssen wir meines Erachtens noch sehr stark arbeiten, und sowohl wir Journalisten als auch die kirchlichen Hierarchien haben hier eine Mitverantwortung.

Claudia Gawrich:

Mir liegt die folgende interessante Frage aus dem Publikum vor, die die Situation der Medien und der Kirche in Verbindung bringt: Haben die Printmedien und die Kirche nicht in gewisser Weise das gleiche Problem, nämlich eine Furcht vor dem sich Festlegen und vor eindeutigen und angreifbaren Aussagen?

Ingo Brüggjenjürgen:

Etwas, das man schwarz auf weiß vorlegen kann, ist natürlich immer ein starkes Argument. Das würde ich aber heutzutage nicht allein auf Printmedien beziehen, denn in nahezu allen elektronischen Medien sind Äußerungen heute nachhaltig, denn die Medienlandschaft hat sich so verändert, dass, egal auf welcher Podiumsdiskussion man sich äußert, man damit rechnen muss, dass irgendjemand mitschneidet, fotografiert oder filmt und dies nachher im Internet veröffentlicht. Früher brauchte man es schwarz auf weiß, aber heutzutage kann man von jeder Seite wieder etwas vorgehalten bekommen, der Punkt ist aber, ob man dann Angst vor dieser Wahrheit hat. Hier knüpfe ich an die Aussage von Frau Dr. Florin an, die gerade gesagt hat, dass die Kirche diesen Streit nicht aushält und dass wir als gute Katholiken vielleicht auch manchmal durchaus unterschiedliche Wahrheiten haben können. Über Fragen im

Umgang mit Wiederverheirateten oder die Stellung der Frau lässt sich meines Erachtens vortrefflich streiten, ohne dass man sich gegenseitig absprechen muss, dass man nicht mehr zur Kirche gehört. Es fehlt diesbezüglich an guten Beispielen auf allen Ebenen, denn es klappt weder in der Pfarrgemeinde noch unter den Bischöfen. Was die Glaubwürdigkeit anbetrifft, müssen wir noch viel lernen, denn wenn man im Geiste Gottes unterwegs ist, kann man sich über die Wege vortrefflich streiten, wie bereits die Beispiele der Apostel zeigten.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Das Thema „shit storm“ zeigt aber exemplarisch, dass die Internetkultur ja genau auch diese Angst fördert. Wenn man etwas unbedacht äußert, kann es heute tatsächlich passieren, dass daraus im Internet Empörungswellen entstehen. Ich glaube zwar, dass man diese dann auch aushalten muss, aber die Angst davor scheint mir doch gegeben zu sein.

Ingo Brüggjenjürgen:

Aber da sehe ich gerade eine Chance als Christ, denn ich lebe doch in dem Bewusstsein, dass ich nur einen Richter habe, und das gibt mir doch eine fundamentale Unabhängigkeit meinen Mitmenschen gegenüber. Dies klingt womöglich jetzt ein wenig idealistisch, und in der Realität ist es oft anders, weil man auch ganz und gar Mensch ist. Jesus zeigte uns, dass er die Welt überwunden hat, somit sollten wir keine Angst haben. Dieses Bild müsste ein Erkennungsmerkmal eines christlichen Journalismus sein. Mit Bedauern stimme ich den beiden zu, dass Tapferkeit zwar nicht immer eine Kardinaltugend ist, dass man sie aber beherzigen und sich wirklich innerlich unabhängig fühlen sollte. Auf diese Weise prallt dann vielleicht auch einmal ein „shit storm“ an einem ab, genau wie auch eine Zeitung nicht Angst vor ihrem eigenen Publikum haben darf.

Violeta Kyoseva:

Wäre es in Bezug auf die dargestellten Situationen eine Möglichkeit, unsere Bischöfe eine journalistische Ausbildung absolvieren zu lassen? Zudem bittet der Fragende um mehr Ratschläge für katholische Journalisten, Geistliche und Laien.

Dr. Andreas Püttmann:

Meines Erachtens müssten nicht alle deutschen Bischöfe eine journalistische Ausbildung durchlaufen, doch es wäre sicherlich sinnvoll, wenn es einige Bischöfe gäbe, die die Gesetzmäßigkeiten der Medien kennen und sich entsprechend in der Medienwelt bewegen können. Angesichts der Ängstlichkeit mancher wäre es gut, diese speziell ausgebildeten Bischöfe dann stellvertretend für alle anderen vor die Öffentlichkeit treten zu lassen. Ich glaube, dass nicht jeder alles können muss, aber gerade in der heutigen Medienlandschaft ist es wichtig, Kommunikationsexperten zu haben. Zudem müssen wir noch ein wenig darauf achten, dass Hierarchie nicht zu Trägheit führt.

Dainius Radzevičius:

Wenn wir über Journalismus sprechen, sollte jedoch auch Medienkompetenz eine Pflicht sein, denn schlecht kommunizierende Bischöfe sind sehr problematisch.

Dr. Christiane Florin:

Aber man kann eben nur gut in Kommunikation sein, wenn einem das Herz überläuft, wenn man das Gefühl hat, man habe etwas Interessantes zu sagen, und wenn man glaubt, dass es jemanden interessieren könnte. Im Gegenzug wäre man dann auch bereit, dem Gegenüber zuzuhören, doch daran fehlt es häufig. Wenn ich beispielsweise Pressemitteilungen von katholischen Laienorganisationen erhalte, dann frage ich mich sehr oft, ob sich die Autoren diese einmal selbst vorgelesen haben. Oft sind die Texte dann wie folgt betitelt: „Im Heute lieben, hoffen und glauben, im Gestern die Zukunft suchen und alles mit dem lebendigen

Jesus gestalten.“ Bereits dieser Infinitiv ist für mich oft schon ein Grund, solche Texte einfach beiseite zu legen. Der schlichte, erstaunlich oft aber nicht praktizierte Grundsatz, sich den eigenen Text einmal selbst vorzulesen und zu überlegen, wie dieser auf andere wirkt, wäre der Anfang jeder professionellen Medienarbeit. Des Weiteren sollte man eher über Menschen sprechen und nicht über Fälle, sonst ist es für Journalisten uninteressant, denn vor allem Geschichten haben in den Medien eine Chance. Ein drittes Beispiel: Vor einigen Wochen wurde nach langer Arbeit von einer gewaltigen Kommission ein ökumenisches Sozialpapier veröffentlicht, das kein Mensch zur Kenntnis nahm. Der Grund dafür war nicht ein Desinteresse seitens der Journalisten gegenüber der Kirche, sondern eher die Langeweile, die das Dokument durchzog. Wenn ich etwas sage, dann sollte es schon Ecken und Kanten haben und sich von dem abheben, was andere schreiben.

Es stimmt also überhaupt nicht, dass einem niemand zuhört, wenn man die Wahrheit oder irgendetwas Entschiedenes sagt, ganz im Gegenteil. Man hat viel mehr Zuhörer, wenn es nicht glattgeschliffen ist, sondern Ecken und Kanten hat. Das Problem ist nicht, dass wir die Wahrheit nicht ertragen oder lieben, sondern die Unauffälligkeit der Kirche, und dass sich so wahnsinnig viele unauffällige Gestalten irgendwie zu Wort melden. Als Journalist weiß ich dann oft gar nicht, was ich meinen Lesern oder Hörern mitteilen soll. Über die Themen „Familie“ und „Gerechtigkeit“ hören wir seitens der Kirche eher wenig Interessantes, aber als der Papst sagte, dass unser Wirtschaftssystem tötet, hörten alle hin und diskutierten darüber, ob er recht hat oder nicht. Eigentlich ist es ganz einfach.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Das hat auch mit dem System des Journalismus zu tun, und die Publikumsfrage thematisierte ja auch das, was jeder Einzelne können soll oder lernen muss. Medienkompetenz gilt nicht nur für Bischöfe, sondern für jeden, wobei es wichtig ist, die Gesetze der Medien zu verstehen. Im Normalfall interessiert die Menschen eben nur das Außergewöhnliche, woraus dann stets ein Vorwurf gegenüber uns Journalisten resultiert, dass wir uns immer nur mit dem Ungewöhnlichen beschäftigen.

Frau Dr. Florin, Sie haben vorhin die Frage angesprochen, ob die Kirche noch eine Thematisierungsfunktion hat und wo die Fragen sind, die die Kirche in die Gesellschaft einbringen und so ihre Aufmerksamkeit wecken kann. Könnten Sie dies bitte noch einmal etwas näher ausführen?

Dr. Christiane Florin:

Wenn man sich den Zeitschriftenmarkt anschaut, sieht man, dass er noch nicht ganz tot ist, sondern es entstehen viele neue Titel, von denen einige auch sehr erfolgreich sind. In einer Zeitschrift namens „Flow“ habe ich kürzlich folgenden Tipp gelesen: „Gehe in den Wald, setze dich unter einen Baum und höre den Geräuschen des Waldes zu. Danach horchst du in dich hinein“. Man kann dies zwar als lustig, esoterisch oder etwas hilflos abtun, jedoch gibt es anscheinend einen Bedarf, Menschen etwas über ein gelingendes Leben zu erzählen und ihnen entsprechende Hilfe zu geben. Dieses „Gefühlssegment“ wird von der Kirche kaum bedient. Vielleicht hat es damit zu tun, dass die Kirche immer die gesamte Glaubenslehre unterbringen möchte. Es gibt viele Menschen, die nicht nur an das Materielle, das Zählbare und das Messbare glauben, sondern die noch darauf hoffen, dass da etwas anderes ist. Sie anzusprechen, ist sicher nicht so leicht, zumal, wenn man von einer großen Institution kommt, Wenn sich beispielsweise während des „Worts zum Sonntag“ sogar ein Priester Eiswasser aus einem Eimer über den Kopf schüttet und sagt, dass Jesus es auch so gemacht hätte, stehe ich ein wenig hilflos davor und denke, dass Jesus wahrscheinlich auch Eiswasser in Eiswein verwandelt hätte, aber das kann es natürlich nicht sein.

Die ganze positive Gefühlswelt der Religion, wie beispielsweise das Heimatgefühl und die Gewissheit, wo man hingehört, oder das Bedürfnis, etwas Gutes tun zu wollen, auch einmal auszuschöpfen, ist ein ganz anderer Gedanke, als immer nur zu prüfen, ob es auch katholisch ist, was die Kirche dazu sagt, oder ob es auch richtig ist und ein Papst es auch schon so gesagt hat. Für die heutige Gesellschaft ist dies irrelevant, aber eben auch ein großes Potenzial und ein ungehobener Schatz.

Ingo Brüggenjürgen:

Ich glaube, zu diesem Gefühl kommt noch eine Besinnung auf die christliche Botschaft hinzu, die radikal neu und anders vorgelebt und gepredigt wurde und wahrscheinlich deshalb so erfolgreich war. Mit Blick auf die heutigen Stellungnahmen unserer Bischöfe zu den Themen Krieg und Frieden muss man eben auch unterscheiden zwischen „Auge um Auge“ und dem „erneuten Hinhalten der Wange“. Einerseits ist alles wohl abgewogen, aber auf der anderen Seite gibt es diese Bedenken, doch das könnte jeder Realpolitiker sagen. Ich wünsche mir von uns allen, also nicht nur von unseren Bischöfen, dass wir ein Stück weit mehr die Botschaft auch in den Mittelpunkt stellen, obwohl sie schwierig zu leben ist. Wir haben wunderbare Papiere, in denen wir immer wieder festhalten, wie schön das alles im Medienbereich sein könnte, von „Communicatio socialis“ bis „Aetatis novae“⁴. Aber so wie bei den Zehn Geboten oder der Bergpredigt besteht die Schwierigkeit im Umsetzen und Leben. Doch überall, wo es gelingt und wo es Menschen gibt, die mutig aufstehen und wirklich auch einmal gegen den Strom Farbe bekennen, sind wir Journalisten ganz automatisch anwesend, weil wir neugierig sind und solche Menschen suchen. Wenn wir sie finden, können wir auch anderen Mut machen, indem wir die Botschaft ein Stück weit aus ihrer Weichspülpackung herausholen und einfach einmal an ihre Radikalität denken. Nicht zuletzt ist Jesus Christus gerade deshalb am Kreuz gestorben, weil diese Botschaft aneckte. Meines Erachtens müssen wir alle, unabhängig von der jeweiligen Hierarchiestufe, dort breiter präsent sein und uns mutiger auf die Radikalität der Botschaft berufen.

Dr. Andreas Püttmann:

Die evangelische Kirche in Deutschland veröffentlichte vor kurzem eine Mitgliederstudie, in der die Befragten religiöse Themen definieren sollten. Interessant war, dass ganz oben nicht etwa Frieden, Bewahrung

4 Anspielung auf die Pastoralinstruktion „Aetatis novae“ vom 22. Februar 1992; der Text ist in englischer Sprache abrufbar unter http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_en.html

der Schöpfung oder Gerechtigkeit standen, sondern Tod, Geburt, Sinn des Lebens, Schuld und Vergebung, also in gewisser Weise radikale existenzielle Themen, denen sich die Kirche meines Erachtens wieder stärker stellen muss. In meinem Vortrag habe ich versucht, dies anhand persönlicher Beispiele darzustellen. Dieser Schatz an Heiligen, den die katholische Kirche hat – und im Grunde hat ihn auch die evangelische Kirche, obwohl sie Persönlichkeiten wie etwa Dietrich Bonhoeffer nicht Heilige nennt – kann Menschen noch heute beeindrucken, so wie es das Bibelwort „Keiner hat die größere Liebe, als wenn er sein Leben hingibt für seine Freunde“ vor Augen führt. Diese Zeugnisse gehen unter die Haut, insofern muss man gar nicht groß theoretisieren, sondern lediglich den Schatz heben, der mit eindrucksvollen christlichen Biographien bereits vorhanden ist. Ich würde mich hier also wirklich meinen beiden Vorrednern anschließen und sagen, dass existenzielle Sinnfragen wieder stärker in den Mittelpunkt gestellt werden müssen. Man sollte nicht immer das sagen, was alle anderen auch bereits gesagt haben, sondern Mut zur Unangepasstheit haben.

Dainius Radzevičius:

Ich schätze, dass viele Menschen bereits sehr viel über die Kirche und Gott gelesen haben und fast alles wissen. Für Priester und Journalisten ist es weniger wichtig zu wissen, was die Leute gelesen haben und was geschrieben wurde, sondern eher mithilfe der neuen Medien zu erfahren, wie die Menschen aussehen, die darüber sprechen. Früher waren immer der Text und die Leute wichtiger, doch zur Zeit ist mir wichtiger, wie sie es selbst sehen. Durch die neuen Medien hat sich das ziemlich radikal verändert.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Mir fielen im Vortrag von Herrn Dr. Püttmann die Stichworte „Bekennnisunfähigkeit, -unwilligkeit und -furcht“ auf. Wo kommen die bereits erwähnten Zeugen, die wir brauchen, her, und wo sind die glaubwürdigen Menschen, die durch das Erzählen dieser Geschichten andere überzeugen könnten?

Dr. Christiane Florin:

Das ist doch wie in der Kindererziehung, wo man auch auf die Kraft des Vorbildes vertrauen kann. Es nützt nichts, meine Kinder zum Lesen zu motivieren, wenn ich selber nicht lese, und es nützt auch nichts, auf die „böse“ Umwelt zu schimpfen, die den Kindern keine Anreize zum Lesen bietet. Ich zucke bei dem Wort „Bekenntnis“ trotzdem immer zusammen, denn auch wenn es das alles gibt und wenn es stimmt, fällt mir auf, dass es natürlich eine Bekenntnisfurcht gibt, doch auf der anderen Seite gibt es geradezu auch einen Bekenntniszwang. Wenn man nun also noch nicht das Zeichen der Nazarener in seinem Facebook-Profil hat, ist das in einem bestimmten Milieu gleichbedeutend damit, dass einem das Schicksal der Verfolgten und getöteten Christen im Irak vollkommen egal ist. Dies löst bei mir wiederum Ablehnung aus.

Wir müssen, eventuell in einer moderneren Form, bekennen können, wenn uns das Herz überläuft. Mittlerweile erscheinen viele Texte in der Ich-Perspektive, denn man muss heute sehr persönlich sprechen, um auch gelesen zu werden. Diese persönliche Form wird beglaubigt durch das eigene Leben. Ich selbst glaube noch an die Kraft guter Inhalte und einzelner Persönlichkeiten, die sich ja auch durch die gesamte Kirchengeschichte ziehen. Wir erinnern uns nicht mehr an die Bischöfe einer bestimmten Epoche, sehr wohl jedoch an einzelne Persönlichkeiten. Auf diese Weise funktioniert es auch heute noch, und es geht wahrscheinlich sogar besser in den digitalen Medien als noch zu Zeiten sehr autoritärer Chefredakteure.

Dr. Andreas Püttmann:

Meine Idee des Bekenntnisses war auch nicht so vordergründig gemeint, und im Übrigen nicht nur als ein verbales. Gemäß dem Wort des heiligen Franziskus „Lasst uns mehr durch unser Leben predigen als mit Worten“ ist es mir wichtig, sich auch „backstage“, also in den informellen Redaktionsgesprächen, mit seiner christlichen oder kirchlichen Identität nicht verstecken zu müssen. Als Student war ich eine Weile in einer Redaktion des Westdeutschen Rundfunks in Köln tätig,

in der außer mir niemand zur Kirche ging. Auch wenn man anders ist als die anderen, kann man doch im Rahmen von Gesprächen sowohl die Atmosphäre als auch die Kommunikation über Kirche verändern. Es geht also nicht nur darum, welche Inhalte man in die Öffentlichkeit transportiert, sondern es ist auch wichtig, dass ich mich hinter den Kulissen als Christ bekenne und einen bestimmten Habitus habe –, umso mehr als Journalisten eine starke Ingroup-Orientierung haben und sich sehr an ihresgleichen orientieren. Papst Franziskus ist auch deswegen so erfolgreich, weil er tut, was er sagt, und weil man ihm die Menschenfreundlichkeit geradezu ansieht. Dann steht das Bekenntnis nicht so vordergründig da.

Dipl.-Theol. Michaela Pilters:

Das ist dann auch eine Möglichkeit bei den neuen Medien heute. In seiner diesjährigen Botschaft zum „Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel“⁵ schreibt Papst Franziskus: „Christliches Zeugnis gibt man nicht dadurch, dass man die Menschen mit religiösen Botschaften bombardiert, sondern durch den Willen, sich selbst den anderen zu schenken, durch die Bereitschaft, sich mit Geduld und Respekt auf ihre Fragen und Zweifel einzulassen auf dem Weg der Suche nach der Wahrheit und nach dem Sinn der menschlichen Existenz.“ Diese Worte zitierte Franziskus aus der letztjährigen Botschaft Papst Benedikts XVI. zu diesem Welttag. Und damit beende ich unsere Podiumsdiskussion, danke allen Teilnehmenden, wünsche Ihnen noch einen schönen Resttag und übergebe das Wort an Pater Stefan Dartmann, der diesen Kongress beschließen wird.

5 Die Botschaft von Papst Franziskus zum 48. Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel vom 24. Januar 2014 trug den Titel „Kommunikation im Dienst einer authentischen Kultur der Begegnung“; der Text ist in deutscher Sprache abrufbar unter http://w2.vatican.va/content/francesco/de/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

**III. Berichte
aus den Arbeitskreisen
und vom
„Markt der Möglichkeiten“**

Katholische Medien in der Slowakei und Polen zwischen Katholizität und Pluralismus

Referenten: Prof. Dr. Andrzej Draguła, Szczecin
Marek Zajac, Warschau
Dr. Josef Žuffa, Bratislava

Moderation: Dr. Jörg Basten, Freising

Seit 25 Jahren können sich die Kirchen in einem bis dahin nie gekannten Spektrum von Medien öffentlich zu Wort melden. Wie wirkt sich dies auf das gesellschaftliche und kirchliche Leben aus? Dieser Frage gingen *Prof. Dr. Andrzej Draguła*, Theologe und Publizist, *Marek Zajac*, polnischer TV-Journalist, und *Dr. Jozef Žuffa*, Leiter des Pastoraltheologischen Lehrstuhls an der Universität Trnava und Mitarbeiter von TV Lux, in regem Austausch mit ca. 40 Teilnehmerinnen und Teilnehmern nach. Das Medienteam der Koinonia „Johannes der Täufer“ aus Košice zeigte einige Clips zur Veranschaulichung moderner Medienarbeit.

Ausgehend von Umfrageergebnissen lässt sich behaupten, dass die katholische Kirche in Polen und der Slowakei noch immer eine bedeutende gesellschaftliche Position einnimmt, auch wenn die Zahl der Gottesdienstbesucher oder die Zustimmung zu der einen oder anderen lehramtlichen Äußerung abnimmt. Das Spektrum katholischer Medien ist breit gefächert und reicht von traditionellen Bistumszeitungen über Ordensorgane in Print und Funk bis hin zu neuen digitalen Medien im Bereich der Jugendarbeit. Dass hierbei der Informationsfluss immer schwieriger zu kanalisieren ist, wurde deutlich am Beispiel eines Priesters, der in einer Talkshow mit dem Handy seinen Bischof anrief, um die Antwort auf die ihm gestellten Fragen abzustimmen.

Inhaltlich ist die Lage schwieriger zu umreißen. Oftmals lassen sich komplizierte theologische und kirchliche Inhalte nur vage und unscharf in den für heutige Menschen angepassten Aufnahmeformaten wiedergeben. Hier warben die Vertreter des Fernsehens (Zajač und Žuffa) für kluge Abwägungen. Professor Draguła berichtete über das Problem der Blasphemie im Spannungsfeld zwischen Meinungsfreiheit und Schutz religiöser Gefühle. Hier eine angemessene Haltung zu finden, bleibe eine Aufgabe für die Zukunft. Im Ganzen müsse der Kommunikationsstil allerdings dialogischer mit anderen Gruppen werden, wie am Themenfeld Ehe und Familie gezeigt wurde; zu stark seien die Stimmen anderer Interessenvertreter zu diesen Themen, als dass man sie einfach ignorieren könne. Auch der Fall des slowakischen Erzbischof Bezák¹ zeige, wie sehr sich eine Diskussion verselbständige und so auch der Kirche schaden könne.

Professor Draguła sprach auch von einer neuen apologetischen Theologie, die mehr Geschichten über das Leben erzähle als Moral verkündige. Mut, Kreativität und ein missionarischer Geist seien gefordert bei der Nutzung neuer Medien, so die einhellige Meinung bei der anschließenden Diskussion. Wo allerdings die Grenzen lägen und worin nicht zu unterschlagende Inhalte bestünden, wurde unter Bezug auf die beiden TV-Clips der Koinonia „Johannes der Täufer“ ziemlich kontrovers diskutiert.

Dr. Jörg Basten, Freising

1 Erzbischof Róbert Bezák CSsR, seit 2009 Oberhirte der Erzdiözese Trnava, wurde am 1. Juli 2012 von Papst Benedikt XVI. ohne offizielle Begründung des Amtes enthoben. Vermutlich waren Unregelmäßigkeiten in der Finanzverwaltung der Erzdiözese die Ursache, die allerdings eher sein Vorgänger als er selbst zu verantworten hat. In der Slowakei kam es mehrfach zu Protesten gegen die Amtsenthebung. Erzbischof Bezák hält sich z. Zt. in einem Kloster in Italien auf; es mehren sich Gerüchte über eine mögliche Rehabilitierung durch Papst Franziskus.

„Heutzutage würde Paulus bloggen!“ Glaubenskommunikation im Internet

Referenten: Franziska Holzfurtner, München
Ignác Mucha, Prag
Pater Gregor Waclawiak OFM^{Cap}, Nieder-Roden

Moderation: Dr. Norbert Kebekus, Freiburg

Der Moderator eröffnete den Arbeitskreis mit der Feststellung, das Internet als allgemeiner Kommunikationsraum sei heute immer mehr bestimmend. Dieser Raum sei nicht hierarchisch strukturiert; d.h. auch die Kirche als Institution kann dort in den Glauben oder sie selbst betreffenden Fragen kein Monopol mehr für sich beanspruchen. Kommunikation im Internet ist wesentlich personaler als frühere Formen; um erfolgreich zu sein, müssen die dort agierenden Personen auch selbst glaubwürdig sein. Der Blog ist wiederum ein besonderes Genre der Netzkommunikation, der eigenen Regeln unterliegt und Anforderungen unterworfen ist: Er muss flexibel, aktuell, interaktiv sein. Deshalb muss er auch mit einer Kommentarfunktion versehen sein.

Der Vergleich des Profils des katholischen Bloggers von heute mit dem kommunikatorischen Wirken des Apostels Paulus ist interessant. Dieses zeichnete sich etwa durch Leidenschaft für Gott, Missionseifer, Kritik an kirchlichen, gerade auch liturgischen Missständen aus. Einiges davon findet sich in der katholischen Bloggerszene wieder; auch hier sind viele – wie Paulus – Spätbekehrte und Konvertiten. „Romtreue“ und ausgeprägte Kreativität verbinden sich dort häufig. Sie sind untereinander gut vernetzt, aber weit weniger mit anderen Blogger-Communities, was eigentlich schade sei.

Franziska Holzfurtner (München) stellte ihre Erfahrungen als Bloggerin zur Diskussion. Sie ist seit etwa einem Jahr aktiv (erster Artikel „Kleine Typologie des Atheisten“ in leicht satirischer Darstellung). Es gelte, ungewöhnliche Perspektiven einzunehmen (in ihrem Fall aus ihrer akademischen Beschäftigung mit der vergleichenden Religionswissenschaft heraus); natürlich müsse man gut schreiben können; am Thema müsse man „dranbleiben“. Ausführlich berichtete Frau Holzfurtner auf entsprechende Nachfrage hin, wie mit destruktiven Teilnehmern des Bloggesprächs umzugehen sei. Facebook ist ihrer Erfahrung nach nicht der Ort für religiöse Artikel. Die Frage bleibe, ob man allein unter den Katholiken über den harten Kern von 10 Prozent hinaus weitere Internet-Nutzer erreiche.

Pater Gregor Wacławiak OFM Cap, polnischer Kapuzinerpater, der zurzeit in der Gemeindepastoral im Bistum Mainz tätig ist, berichtete zunächst von seinen Erfahrungen als Blogger (URL: kapucyn.home.pl/grzewac/). Seiner Meinung nach braucht es die Kommunikation mit den Leserinnen und Lesern, z. B. über die Kommentarfunktion, als eine Art „Resonanzboden“ für einen Blog. Zudem stellte er seine Dissertation zum Thema „Seelsorge im Internet“ vor. Ausgehend von der Leitfrage „Gibt es Gott im Internet“ untersuchte er u. a. Glaubenskommunikation in Chats (vor allem den Kirchenchat bei funcity.de). Dabei lässt sich feststellen, dass alle wesentlichen kirchlichen Grundvollzüge – Martyria, Diakonia, Liturgia und Koinonia – im Internet realisiert sind (Liturgia in Form von gemeinsamen Gebeten und Wortgottesdiensten). Die Ausgangsfrage „Gibt es Gott im Internet“ eröffnete im Arbeitskreis eine rege Diskussion.

Mag. Ignác Mucha vom Pastoralamt der Erzdiözese Prag präsentierte schließlich das Internetportal vira.cz („vira“ bedeutet „Glauben“). Die Plattform der Glaubensinformation und -kommunikation, die Herr Mucha seit dem Online-Start 1998 leitet, ist das bestbesuchte religiöse Web-Angebot in Tschechien. In ansprechendem, frischem Layout befassen sich zahlreiche Webseiten sowohl mit existenziellen Fragen als auch mit Alltagsthemen. Zudem werden biblische Kurzmeditationen veröffentlicht. Mittlerweile gibt es unter verschiedenen Subdomains

Tochterportale zu speziellen Themen (etwa zum Thema „Maria“ sowie Angebote für pastorale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter). Zunehmend gewinnen die anlassbezogene Seelsorge und die Glaubenskommunikation per Mail an Bedeutung. Getragen wird das Angebot von wenigen hauptberuflich Mitarbeitenden (2,5 Stellen) und einer ganzen Reihe von ehrenamtlich Engagierten.

In der anschließenden Diskussion brachten die Teilnehmenden zahlreiche Erfahrungen mit ein, die belegen, wie wichtig das Internet für das Gespräch über den Glauben ist.

Dr. Gerhard Albert, Freising
Dr. Norbert Kebekus, Freiburg

Bilder mit Botschaften: Fotos in der Öffentlichkeitsarbeit

Referenten: Rolf Bauerdick, Dülmen
Angelika Kamlage, Leonberg

Moderation: Daniela Schulz, Freising

Die Moderatorin begrüßte die Teilnehmer und stellte zunächst Angelika Kamlage vor, professionelle Fotografin und Exerzitenbegleiterin aus dem Bistum Rottenburg-Stuttgart, deren Beruf es ist, Glaubensaussagen in Bildform umzusetzen. Rolf Bauerdick hingegen bringt als Journalist und Fotograf durch seine Publikationen und Bilder osteuropäische Sozialthemen in die deutschen Medien. Anschließend stellten sich die weiteren Teilnehmer des Workshops vor und erläuterten ihre Motivation für die Teilnahme. Vielfach wurde der Wunsch geäußert, durch den Workshop Ideen und Richtlinien für den eigenen Umgang mit Fotos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit zu erhalten.

Präsentation von Angelika Kamlage

Angelika Kamlages Beitrag stand unter dem Motto „Geschichten erzählen durch Bilder“. Bei der Entscheidung für ein bestimmtes Bild als Medium müsse der Fotograf sich zuerst auf das Thema einstimmen und die Frage stellen, welche Emotionen er mit dem Bild auslösen wolle. Dabei sei jedes Detail von Bedeutung, und je nach Perspektive des Betrachters könne die Aussage des Bildes sich auch ändern. Wichtig sei aber in der Öffentlichkeitsarbeit, immer zu versuchen, das Geschehene konkret zu machen. Für Flyer und Schaukästen – von Anwesenden vor-

gebrachte Beispiele – gelte es, die Neugier zu wecken, da es keine perfekte Botschaft gebe und Unverständnis oft eine erste Folge sei. Die Expertin machte deutlich, dass der erste Schritt zu einem guten Bild die innere Beteiligung des Fotografen an dem Dargestellten sei.

Im Anschluss an den Vortrag wurden Fragen zur besten Abbildetechnik und zur Problematik der Persönlichkeitsrechte beim Fotografieren von Projekten der Hilfswerke gestellt. Oft sei es nämlich schwierig, die rechtlich erforderliche Erlaubnis der abgebildeten Personen zu erlangen. Anschließend entstand eine Diskussion über die moralische Dimension des Einsatzes besonders mitleiderregender Bilder in der Öffentlichkeitsarbeit in der Absicht, die Geberlaune von Spendern anzuregen.

Präsentation von Rolf Bauerdick

Rolf Bauerdick begann seinen Vortrag mit der Feststellung „Die Würde des Menschen ist unantastbar“ und stellte die These auf, dass ein Bild dem darauf abgebildeten Menschen seine Würde nicht nehmen könne. Diese Aussage habe jedoch Tücken. Rolf Bauerdick zeigte das Foto von Sharbat Gula von 1985 und das der 19-jährigen Afghanin Aisha, der der Ehemann Nase und Ohren abgeschnitten hatte. Dann zeigte Rolf Bauerdick die Entwicklung der Porträtfotografie anhand von drei Techniken auf: von der nach Ständen typisierenden Fotografie August Sanders, welche die soziale Position des Einzelnen und sein menschliches Sein gleichsetzt, über die individualisierenden Darstellungen Walter Scheels, in denen Wesen und Erscheinung eins werden, zu Katharina Bosse, die Menschen in ihren Selbstdarstellungen fotografiert und damit Schein und Sein verschmilzt. Dabei ließe sich feststellen, wie Porträts immer künstlicher werden.

Rolf Bauerdick sprach die Idee aus, dass uns Bilder vor allem dann berühren, wenn der Selbstaussdruck des Anderen darin erkennbar ist. Zurückkommend auf Jodi Biebers Porträt von Aisha sprach er die Frage an, woher die Würde des Menschen komme und ob ein Fotograf

sie ihm nehmen oder verleihen könne. Als negatives Beispiel zeigte Rolf Bauerdick Fotografien von Boris Mikhailov, der mit seinen provozierenden Werken den Menschen die Würde nicht nehmen könne, auch wenn er sie entblöße und würdelos darstelle. Daher müsse es dem Fotografen vor allem darum gehen, dem Akt des Fotografierens im Sinne von Bruce Benson Würde zu verleihen. Ein Foto sei immer das Ergebnis eines Begegnungsprozesses, daher habe der Fotograf eine hohe moralische Verantwortung in der Entscheidung für oder gegen die Veröffentlichung eines Fotos. Es sei wichtig, zuerst ein Gespür für den Menschen zu entwickeln.

Zum Abschluss zeigte Rolf Bauerdick einige Fotos aus der Ausstellung „25 Jahre – 25 Köpfe“ und demonstrierte anhand der Fotos seine Aussagen.

Theresa Grabinger, Buch

Medienarbeit auf neuen Wegen: Der Einsatz von Orden und geistlichen Gemeinschaften in Mittel- und Osteuropa

Referenten: Pater Klaus Kniffki SVD, Bozen
Schwester Anna Mátiková FSP, Prag
Pater Václav Mucha SVD, Steyl

Moderation: Dr. Anton Deutschmann, München

Die Veranstaltung wurde als Podiumsgespräch mit Gesprächen und Fragen mit den insgesamt 14 Teilnehmerinnen und Teilnehmern durchgeführt. Experten auf dem Podium waren: *Sr. Anna Mátiková FSP*, *Pater Klaus Kniffki SVD* und *Pater Václav Mucha SVD*, moderiert wurde der Arbeitskreis von Dr. Anton Deutschmann (steyl medien).

Die Diskussionen kreisten um folgende Fragen und Themenblöcke:

- Wo liegen heute noch die spezifischen Unterschiede zwischen der Medienarbeit in Osteuropa und dem „Westen“?
- Wo liegen der Beitrag und Möglichkeiten der Orden?

Besonders intensiv und auch teilweise kontrovers wurden folgende Fragen diskutiert:

- Inwiefern kann die Kirche die Sprache der Medien lernen – also inwiefern entspricht kirchliche Medienverkündigung überhaupt den Sehgewohnheiten der Menschen?

- Inwiefern ist die Kirche (besonders in Osteuropa) bereit und in der Lage, ihre Medienarbeit zu professionalisieren bzw. journalistischen Standards anzupassen?
- Inwiefern werden „Medien“ auch als Ausdrucks- und Kunstformen mit eigenen Regeln kirchlicherseits ernst genommen oder „nur“ als Mittel zum Zweck verstanden?

Weitgehend einig waren sich die Teilnehmer, dass hier noch ein Bedarf an Reflexion besteht, Medien in ihrer Eigengesetzlichkeit wahrzunehmen und professionell zu gestalten. Es ist wichtig, sie nicht nur als ein Mittel der Verkündigung zu gebrauchen, sondern zunächst die „Sprache der Medien“ zu lernen und ihre Möglichkeiten und Grenzen professionell wahrzunehmen.

Dr. Anton Deutschmann, München



Journalistischer Standard versus Verkündigung in den kirchlichen Medien – (k)eine Problemanzeige

Referenten: Pater Bernd Hagenkord SJ, Vatikanstadt
Pater Darius Piórkowski SJ, Krakau
Dr. Andreas Püttmann, Bonn
Saulena Žiugždaitė, Vilnius

Moderation Sofie Jannusch, Aachen

Unabhängigkeit ist einer der unbestrittenen Qualitätsstandards im Journalismus, den auch Nachrichtenmedien in kirchlicher Trägerschaft für sich reklamieren, die auf den europäischen Medienmärkten in West und Ost, um Leser, Zuschauer, Hörer, um Hits und Klicks konkurrieren. Aber können Journalistinnen und Journalisten, die sich der Kirche und dem Glauben verpflichtet fühlen, auch unabhängig berichten, zumal wenn sie direkt von finanzieller Unterstützung kirchlicher Institutionen abhängig sind? Welche Tabus gibt es? Schreibt da mancherorts der Bischof mit, wenn auch nur als imaginäre Zensurbehörde im Kopf der Journalisten?

Das sind einige der Fragen, die im Workshop diskutiert wurden, bei dem es um das Spannungsfeld zwischen journalistischen Standards und Verkündigungsauftrag kirchlicher Medien ging. Ihre Konzepte und Strategien haben zwei populäre Nachrichtenportale aus Mittel- und Osteuropa präsentiert. *Saulena Žiugždaitė*, die nach einer Hochschulkarriere seit vielen Jahren in katholischen Medien Litauens tätig ist (u. a. im Management des Katholischen Verlags Kataliku Pasaulio Leidinai), stellte www.bernardinai.lt vor, eine „Online-Zeitung“, die monat-

lich etwa 200.000 Nutzer erreicht. *Pater Dariusz Piórkowski SJ*, Leiter des größten katholischen Verlags in Polen, WAM, berichtete über das Portal www.deon.pl, das im März 2014 rund 1 Million Nutzer („unique users“) mit mehr als 5 Millionen hits verzeichnete. *Pater Bernd Hagenkord SJ*, seit 2009 Leiter der deutschsprachigen Abteilung von Radio Vatikan, erlaubte Einblicke in die redaktionellen Abläufe bei Radio Vatikan, dem Verkündigungssender der katholische Kirche, der Webseiten in 45 Sprachen unterhält.

Für viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Arbeitskreises überraschend war die Tatsache, dass sich die Mitarbeiter der „Stimme des Papstes“ als journalistisch unabhängiges Organ verstehen. Pater Hagenkord SJ räumte ein, dass es zwar immer wieder Kritik der Kirchenhierarchie an einzelnen Beiträgen gibt, die unter Umständen als „nicht katholisch genug“ empfunden werden, aber das Vertrauen der Leitung in die Professionalität der Redaktion sei groß, der Druck von außen werde nicht nach innen weitergegeben. Als aktuelle Herausforderungen für Radio Vatikan nannte er die Ausweitung der multimedialen Angebote, aber auch die Koordination zwischen den verschiedensprachigen und unabhängigen Radio Vatikan-Redaktionen.

Auch Pater Piórkowski SJ berichtete, dass es immer wieder Versuche von Kirchenvertretern gebe, auf die redaktionellen Inhalte von www.deon.pl Einfluss zu nehmen. Als Ordensmann sei es für ihn etwas leichter, diesen zu widerstehen, als für manche Diözesangeistliche. Er freut sich vor allem darüber, dass www.deon.pl gerade bei jungen Leuten beliebt ist. Die katholische Medienlandschaft in Polen sei vielfältig und bediene ganz unterschiedliche Positionen, was manche Gläubige allerdings auch verunsichere.

Das litauische Internetportal www.bernardinai.lt, eine Gründung der Franziskaner, wird demgegenüber ausschließlich von Laien geleitet. Es versteht sich als Organ, das umfassend und ausgewogen über kirchliche und gesellschaftliche Themen berichtet. Auch Saulena Žiugždaitė musste wiederholt erfahren, dass es Probleme gab, wenn www.bernardinai.lt bei strittigen Themen das gesamte Meinungsspektrum darstellte und nicht

nur einseitig die Position der Kirche. Das Redaktionsteam habe jedoch, wie sie betonte, im Laufe der Jahre an Selbstbewusstsein gewonnen, die Furcht vor kircheninterner Kritik sei deutlich kleiner geworden. Gleichzeitig verstehe die neue und vergleichsweise junge Bischofsgeneration die Notwendigkeit einer glaubwürdigen Medienarbeit und gestehe durchaus auch kritische Töne zu. Das größte Problem für www.bernardinau.it stelle die Finanzierung dar, die zur Hälfte vom Ausland abhängt.

Dr. Andreas Püttmann, der sich als Politikwissenschaftler und freier Publizist kritisch mit dem Zustand und den Perspektiven der kirchlichen Medien in Deutschland auseinandersetzt,¹ beklagte, dass von den katholischen Medien in Deutschland de facto kaum mehr Impulse für die Diskussion aktueller oder grundlegender Themen der Gesellschaft ausgehen. Diskussionen zur Glaubens- und Lebensgestaltung blieben meist auf den innerkirchlichen Raum beschränkt; umgekehrt würden innerkirchliche Diskussionen in der säkularen Öffentlichkeit nur dann wahrgenommen, wenn es sich um skandalträchtige Ereignisse handelt, die meist von den außerkirchlichen Medien zuvor schon „ausgeschlachtet“ worden sind wie im Falle des Limburger Bischof Franz-Peter Tebartz-van Elst. Seiner Meinung nach wäre es gerade bei solch prekären Vorfällen notwendig, möglichst schnell und schonungslos alle Fakten auf den Tisch zu legen, jedoch zeige sich gerade dann häufig so etwas wie Selbstzensur der kirchlichen Medienmacher, was der Glaubwürdigkeit eher schade als nütze.

In der anschließenden Diskussion stellte die Moderatorin noch einmal die Frage, ob „mancherorts der Bischof mitschreibt, wenn auch nur als imaginäre Zensurbehörde im Kopf der Journalisten“. Die Experten wollten dies grundsätzlich nicht ausschließen, und auch aus dem Teilnehmerkreis wurden entsprechende Erfahrungen wiedergegeben. Man war sich jedoch einig, dass die journalistische Redlichkeit es gebiete, bei der Berichterstattung Versuche einer solchen Einflussnahme möglichst abzuwehren und auch der „Schere im Kopf“ nicht nachzugeben. Letzt-

1 Vgl. dazu seine Ausführungen oben S. 167-188.

lich seien auch kirchliche Journalistinnen und Journalisten verpflichtet, auf ihre Unabhängigkeit zu achten, wenn ihre Berichterstattung ernst genommen werden will.

*Sofie Jannusch, Aachen
Dr. Angelika Schmähling, Freising*



Der Kongressreferent von Renovabis, Dr. Christof Dahm, hatte gegenüber den Medien viele Fragen zu beantworten

Freiheit der Presse und ihre Gefährdung

Referenten: Pfarrer Aliaksandr Amialchenia, Vatikanstadt/Minsk
 Alexander Morozov, Moskau
 Dainius Radzevičius, Vilnius
 Peter Techet, Budapest

Moderation: Bernhard Rude, München

Dainius Radzevičius aus Vilnius (Litauen) gab einen kurzen Überblick über die Situation der Pressefreiheit in Mittel- und Osteuropa und den Staaten der früheren Sowjetunion: Diese sei sehr unterschiedlich. Staatliche Strukturen kontrollieren in vielen Staaten die Medien, in einigen Staaten sei die Pressefreiheit gefährdet. Oft sei man nur als Blogger im Internet noch frei. Auch seien die Anschauungen, was Pressefreiheit ist, sehr unterschiedlich. Radzevičius, Vorsitzender des litauischen Journalistenverbandes, der oft für die OSZE-Medienbeauftragten Seminare in Osteuropa hält, erwähnte ein Beispiel aus Usbekistan: Dort herrsche „Pressefreiheit“, weil seit 20 Jahren kein Journalist mehr wegen seines Berufes getötet wurde, gemäß dem Motto: „Du lebst, du bist frei.“ Auch gebe es oft eine Diskrepanz zwischen den Gesetzen, die auf dem Papier Pressefreiheit gewährleisteten, und den realen Gegebenheiten. In Mittel- und Osteuropa seien aber auch kleine NGOs entstanden, die sich um Medienfreiheit kümmerten, über Verletzungen informierten und Journalisten bei Gerichtsprozessen verteidigten. Somit bestünde eine neue Chance für die Durchsetzung der Pressefreiheit. Im EU-Mitgliedsstaat Litauen hätten die Fernsehsender aus Russland, die vom russischen Staat kontrolliert werden, einen großen Einfluss auf die russischsprachige Minderheit im Land. Die zunehmende Sowjetnostalgie werde durch diesen Medienkonsum noch verstärkt. Dies gelte auch für die anderen baltischen und ex-sowjetischen Staaten.



In Russland habe es in den 1990er Jahren einen Aufschwung der Presse gegeben, der mit großen Hoffnungen verbunden gewesen sei, so der Moskauer Publizist und Politologe *Alexander Morozov*. Aber Russland habe es nicht geschafft, die Pressefreiheit zu realisieren: „Das Interesse am Schicksal der unterdrückten Journalisten im Osten ist gesunken.“ Anders als noch vor 20 oder 30 Jahren kümmerten sich die westlichen Länder zusehends um sich selbst, bedauerte Morozov. Trotz der Propaganda zeigte sich Morozov aber hoffnungsvoll, dass auch in Russland die Idee der Freiheit sowie der freien Medien nicht erlischt und mutige Journalisten trotz Repressionen mit unabhängiger Berichterstattung aufklärend wirken.

Bei der Situationsbeschreibung der Lage der Pressefreiheit in Belarus beschränkte sich *Pfarrer Aliksandr Amialchenia* von Radio Vatikan auf den kirchlichen Bereich. Die Kontrolle werde in den kirchlichen Medien wie im staatlichen Bereich von den Chefredaktionen selbst ausgeübt. Pfarrer Amialchenia bedauerte die ständige Bevormundung und Einmischung von Geistlichen in professionelle Fragen, die schöpferische Initiative und Aktivität unterdrückten. Ein Kirchenblog sei nach drei Monaten auf Geheiß der Bischofskonferenz wieder eingestellt worden – die Begründung lautete: Das Volk sei noch nicht reif dafür. Die staatlichen Medien schrieben keine kritischen Artikel über die

Kirche. Der Staat fühle sich als großer Bruder der Kirche; in den Medien werde nur ein positives Bild von Staat und Kirche vermittelt.

In Ungarn sei die Pressefreiheit nicht aufgehoben oder beschränkt, so *Peter Techet* aus Budapest. Die Pressegesetze seien auf Druck der EU entschärft worden. Es gebe einen Medienrat, der die Möglichkeit habe, einzelne Presseorgane zu zensieren oder zu verbieten, was er aber nicht tue. Das große Problem sei vielmehr, dass die Gesellschaft apolitisch geworden und die Opposition sehr zersplittert sei. Es gebe große wirtschaftliche Probleme, welche die Auflage der Zeitungen enorm sinken lassen. Im öffentlich-rechtlichen Fernsehen werde die Opposition zwar ausgeblendet, allerdings hätten diese Sender auch nur eine geringe Reichweite: Nur zwei Prozent der Zuschauer schalteten hier ein. Dafür sei eine private Fernsehgruppe von Pro 7/SAT.1 an einen der Regierungspartei Fidesz nahestehenden Oligarchen verkauft worden. Es gebe auch Medien, die der Opposition nahestehen: Der Rücktritt des Staatspräsidenten 2012 sei auf die Aufdeckung von Skandalen dort zurückzuführen. Derzeit herrsche ein Streit zwischen dem Sender RTL und der Regierung, die die Unabhängigkeit des Senders angegriffen hat: Dieser versuche sich mit einer kritischen Berichterstattung über die Orbán-Regierung zu wehren. Im Gespräch sei in Ungarn ein Gesetz, das, ähnlich wie in Russland, NGOs verpflichte, sich als „ausländische Agenten“ zu bezeichnen, wenn sie Gelder aus dem Ausland annehmen würden.

Thomas Arzner, Karlsruhe

Kirchliche Medien in Konfliktsituationen

Referenten: Etienne de Jonghe, Antwerpen
Dr. Sergii Bortnyk, Kiev

Moderation: Prof. Dr. Thomas Bremer, Münster

Ziel des Workshops, der in englischer Sprache durchgeführt wurde, war es, die Rolle der Medien – insbesondere der kirchlichen Medien – in Konfliktsituationen zu beleuchten. *Etienne de Jonghe*, ehemaliger Generalsekretär von Pax Christi International, stellte dafür in seinem Einführungsbeitrag zunächst die Rolle der Medien in demokratischen Gesellschaften und für den Meinungsbildungsprozess dar und beleuchtete anschließend anhand mehrerer Kategorien, welche Möglichkeiten Medien in Krisensituationen haben und wo sie an ihre Grenzen stoßen. Das Problem des „Infotainment“ wurde besonders hervorgehoben, da Medien maßgeblich auch dafür verantwortlich sind, über welche Konflikte berichtet wird. Als letzte Kategorie wurden wünschenswerte Qualifikationen von Journalisten aufgezählt. Diese sollten dahingehend wirken, die Probleme verstehen zu lernen, und versuchen, die Konflikt-Parteien zusammenzubringen.

Im Anschluss daran sprach *Dr. Sergii Bortnyk* von der Ukrainischen orthodoxen Kirche des Moskauer Patriarchats über die kirchlichen Medien und ihre Rolle in der Krise in der Ukraine. Er gab zuerst einen Überblick über die aktuelle Situation, teilte die Krise in drei Phasen ein (Euromajdan, russische Truppen auf der Krim, Donbass-Konflikt), um dann die wichtigsten kirchlichen Akteure aufzuzählen: die Ukrainischen orthodoxen Kirchen des Moskauer und die des Kiewer Patriarchats, die Ukrainische Autokephale orthodoxe Kirche und die Ukrai-

nische griechisch-katholische Kirche, welche zusammen mit vielen anderen Konfessionen im Allukrainischen Kirchenrat vertreten sind. Dieser Kirchenrat gelte als Mittler zwischen den Kirchen, der Gesellschaft und dem Staat. Die Kirchen haben alle eigene Informationsquellen für ihre Berichterstattung. Besonders die Rolle der elektronischen Medien habe zugenommen. Internetmedien wie Facebook seien vor allem preiswert. Dr. Bortnyk verwies auf die Informationsseite seiner Kirche www.church.ua und die mediale Präsenz des Pressesprechers des Metropoliten.

Bei dem anschließenden Gespräch wurde das Ukraine-Beispiel weiter vertieft. Die Kirchen seien in den Medien der Ukraine sehr präsent. Der Kiewer Patriarch trete häufig im Fernsehen auf, auch sein Sprecher. Da der kürzlich verstorbene Metropolit der Ukrainischen Orthodoxen Kirche des Moskauer Patriarchats, Volodymyr (Sabodan), seit 2008 schwer krank war, sei hier die Rolle des Pressesprechers besonders wichtig gewesen, um diese Kirche in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Hervorgehoben wurde, dass die Kirchen in Kiew gleiche Visionen hätten und gut zusammenarbeiten würden. Im Osten der Ukraine gebe es hingegen noch verstärkt Konflikte zwischen den einzelnen Kirchen. Hier dürfe der geographische Faktor nicht übersehen werden – die aktive Rolle der Kirchen in der politischen Gesellschaft sei im Westen des Landes wesentlich höher als im Osten.

Auch die Rolle der Kirchen auf dem Euromajdan wurde angesprochen. Vertreter der Kirchen hatten in Kiew vor den Medien gezeigt, dass sie die gewaltsamen Auseinandersetzungen ablehnten. Priester hatten versucht, sich während der Ausschreitungen in Kiew zwischen die Fronten zu stellen und die Lage zu beruhigen. Sergii Bortnyk machte jedoch deutlich, dass Priester kein Recht hätten, Kämpfer zu segnen, wie dies aus dem Donbass mehrmals gezeigt worden war. Er betonte im Zusammenhang mit den Kämpfen im Osten der Ukraine, dass die Regel der Orthodoxie, nicht gegen Orthodoxe zu kämpfen, bereits 2008 mit dem Georgienkrieg gebrochen worden sei.



Dass Medien einen Konflikt stimulieren können, wurde am Beispiel des Sprachproblems aufgezeigt, welches insbesondere durch die russischsprachigen Medien aufgebauscht worden sei. Eine unreflektierte Weitergabe kirchlicher Botschaften habe zudem dazu geführt, dass der Patriarch der Russischen Orthodoxen Kirche Kyrill sein Konzept von der „Russischen Welt“ auch bei Besuchen in der Ukraine verbreiten könne, ohne dass seine Aussagen von den Medien hinterfragt würden. Die russische Kultur zu ehren, zugleich aber der Ideologie hinter den Aussagen des Patriarchen nicht zu erliegen, sei Aufgabe der Journalisten. In den Darstellungen des Patriarchen ist der Westen schlecht und unmoralisch; die Idee vom Kampf gegen einen solchen Westen gehe zurück auf kirchliche Vorstellungen.

Zum Abschluss hob Etienne de Jonghe noch einmal zusammenfassend Möglichkeiten hervor, wie die Medien im aktuellen Konflikt in der Ukraine wirken können. Es sei wichtig dafür zu sorgen, in einen Dialog zu treten und auf die bestehenden Probleme zu schauen. Medien könnten durch ihren Einfluss auf den Meinungsbildungsprozess auch eine wichtige Rolle für Versöhnung spielen.

Martin Buchholz, Mainz

„Markt der Möglichkeiten“

Medieninitiativen und -projekte stellen sich vor

Beim gut besuchten „Markt der Möglichkeiten“ haben zehn verschiedene Renovabis-Partner ihre Medieninitiativen und -projekte präsentiert:

1. The Catholic Internet Landscape in Poland. Development, Users & Web 2.0 Tools“ (Polen)
2. Präsentation einer Fundraising-Internetplattform-Projekt: „Ältere Schwester, älterer Bruder“ (Bosnien und Herzegowina)
3. Radio Lumen (Slowakei)
4. Radio ProGlas und TV Noe (Tschechien)
5. Christliche Werte im Web 2.0, Forum Christlicher Institutionen Bratislava (Slowakei)
6. Neue Internet-Plattformen: Društvo SKAM (Gemeinschaft der kath. Jugend) und Zavod St. Stanislava (Slowenien)
7. Laudato-tv, Katholisches Familien-Fernsehen (Kroatien)
8. Zeitungsbeilage „Ungarndeutsche Christliche Nachrichten“ (Ungarn)
9. Blagovest Media (Russland)
10. „Parenting fit for Future“ – Online-Training für Eltern, Pro Educatione (Rumänien)

Die Angebote reichten von katholischen Printmedien über Radio und Fernsehen bis zu Social Media-Angeboten von kirchlichen Organisationen. Deutlich wurde, dass Neue Medien gezielt eingesetzt werden, um bedarfsgerechte Angebote zu machen, neue Zielgruppen und darunter vor allem jüngere Menschen zu erreichen. Dabei werden kreative

Modelle entwickelt, wie zum Beispiel „e-Pilgerwege“, „e-Pastoral“ oder Internet-Exerzitien. Der „Markt der Möglichkeiten“ bot den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine gute Möglichkeit, „best practice“-Beispiele aus der katholischen Medienlandschaft Mittel- und Osteuropas kennen zu lernen. Die Möglichkeit zu Austausch und Diskussion wurde dabei intensiv genutzt.

Claudia Gawrich, Freising

IV. Schlusswort



Pater Stefan Dartmann SJ, Hauptgeschäftsführer von Renovabis, hat beim 18. Internationalen Kongress Renovabis von Pater Antonio Luici RCJ aus dem albanischen Lezha eine Stola mit dem Signet für den Besuch des Heiligen Vaters in Albanien bekommen. Die Paramente für Papst Franziskus' Visite waren in den Werkstätten des nordalbanischen Bistums hergestellt worden. Mit ihrer Gestaltung erinnern sie auch an die heiligmäßigen Märtyrer der Kirche von Albanien.

Schlusswort

Unser Dank gilt Ihnen, Frau Pilters, und allen Diskussionsteilnehmern dieser abschließenden Podiumsdiskussion, die, wie ich glaube, noch einmal richtig gezeigt hat, welche Dynamik und Sprengkraft das diesjährige Kongressthema beinhaltet hat – es wird uns noch lange beschäftigen.

Wir haben ein Thema gewählt, das überhaupt nicht theoretisch ist, sondern uns alle sehr berührt hat. Der Heilige Ignatius schreibt an einer Stelle: „Die Liebe besteht im Mitteilen, im Kommunizieren von beiden Seiten“ („*El amor consiste en comunicación de las dos partes*“). Kommunikation hat also mit Liebe zu tun, Kommunikation hat mit dem, was Gott und Menschheit in Christus verbindet, zu tun. Es ist wirklich unser Kerngeschäft, wenn wir von Kommunikation reden, und nicht nur eine mediale Vermarktung von irgendetwas, das wir uns ausdenken. Vielmehr geht es um das gegenseitige Empfangen und Geben als Grundrhythmus unseres Lebens, besonders des Glaubenslebens. Das gilt für alltägliche Beziehungen, für die gesellschaftlichen Vorgänge, für die persönlichen Beziehungen und die Gottesbeziehung.

Drei Dimensionen sind es, die uns Professor Filipović am Anfang noch einmal erschlossen hat, nämlich dass es erstens um Kirche als Subjekt und Akteur mit medialer öffentlicher Kommunikation geht, zweitens um Kirche als Objekt und Gegenstand in der medialen öffentlichen Kommunikation und drittens – und das ist auch eine wichtige Dimension – um moralische Implikationen im Reich der Medienethik. Alle diese Aspekte haben wir versucht, in den letzten zwei Tagen zu behandeln, sowohl in Foren und in Vorträgen als auch in vielen Workshops und gestern Abend auch in einem recht gut gelungenen „Markt der Möglichkeiten“. Wir haben zahlreiche Themen berührt, die den Journalismus in Ost und West prägen, etwa die Frage der Professionalität oder auch der Pressefreiheit. Ein Zitat, das mir sicher aus diesen Tagen in Erinnerung bleiben wird, lautete: „In den letzten 20 Jahren ist kein

Journalist getötet worden – das versteht man in Aserbaidshan unter Pressefreiheit.“ Das Thema „Ukraine“ war, wie ich es aus vielen Rückmeldungen gehört habe, wichtig, vor allem auch deshalb, weil hier die Kirchen aufgerufen sind, mit einer Stimme zu sprechen.

„Die Wahrheit wird euch frei machen“ (Joh 8,32) – daran wurde heute früh in der Predigt im Kardinal-Döpfner-Haus erinnert, und das ist sicher ein ganz wichtiger Aspekt, der bei vielen Konflikten innerkirchlicher, aber auch gesellschaftlicher und politischer Art zu bedenken ist. Die Kultur der Begegnung macht es erforderlich, dass wir bereit sind, nicht nur zu geben, sondern auch von den anderen zu empfangen. Ein Kongress wie dieser hat genau diese Funktion: zu geben und zu empfangen – das Brückenbauen ist der Auftrag von Renovabis. Wir haben die innerkirchlichen Dinge angeschaut, wo ich besonders den Vortrag von Herrn Zajaç erwähnen möchte. Ein bisschen Pluralität schadet der Kirche nicht, auch nicht ein wenig Selbstkritik. Argumentativ und nicht autoritativ – so sollen wir auftreten, betonte Dr. Püttmann, und Frau Dr. Florin verwies auf die Tugend des Zuhörens. Vieles wird uns also heute mit auf den Weg gegeben, damit wir es in dem Kontext, in dem wir leben und als Vertreter des Evangeliums auftreten, auch beherzigen.

Wie geht es im nächsten Jahr mit dem Kongress weiter? Vom 2. bis 4. September 2015 sind Sie wieder hier herzlich willkommen in Freising. Schon heute kann ich ihnen sagen, dass das Thema bisher einen Arbeitstitel hat, nämlich die Situation der Jugend in Mittel- und Osteuropa. Dabei werden wir den Brennpunkt auf die Themen „Bildung und Jugend“ und „Jugend und Religiosität“ legen. Und wir wollen wie immer versuchen, hier nicht nur einzelne Länder herauszugreifen, sondern ost- und westeuropäische Perspektiven in ein Gespräch miteinander zu bringen. Hintergrund für diese Themenwahl ist der Weltjugendtag 2016 in Krakau in Polen, an dessen Vorbereitung auch Renovabis beteiligt ist.

Danken möchte ich allen, die zum Gelingen dieses 18. internationalen Kongress beigetragen haben:

– den Referenten und Referentinnen, Teilnehmer und Teilnehmerinnen der Podiumsdiskussion beziehungsweise der Gespräche,

- den Moderatoren im Plenum und in den Arbeitskreisen,
- Bischof Fürst, der diese Tagung eröffnet hat,
- den Teilnehmern am „Markt der Möglichkeiten“,
- den Zelebranten und Predigern in den Gottesdiensten, dem Chor sowie dem Rektor des Collegium Orientale für die Feier der Göttlichen Liturgie,
- den Dolmetscherinnen ganz besonders für diese Tage; wir ahnen und wissen, was Sie für eine Leistung vollbracht haben, denn wenn das Herz voll ist und der Mund überquillt, dann ist das Ihr Problem im wahrsten Sinne des Wortes, so schön das an sich auch ist.

Wir danken den Journalisten und allen Vertretern der Medien – es war Ihr Kongress, der sicher auch die Möglichkeit für manch neue Perspektive gebracht hat.

Ich danke dem Team des Kardinal-Döpfner-Hauses und des Pallotti-Hauses, den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der Stadt Freising, die uns gerade hier im Asamsaal geholfen haben, das alles reibungslos klappt, den Vordenkern und Vordenkerinnen des Kongresses und allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen und Kollegen von Renovabis, vor allem Herrn Dr. Dahm, dem zuständigen Referenten, und seinem Team.

Aber last but not least gilt mein Dank Ihnen allen, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern: Es war ein kommunikativer Kongress – Sie konnten sich nicht einfach zurücklehnen, Sie waren im Gegenteil gefordert, und dass Sie so aktiv mitgewirkt haben, ist die größte Ermutigung für uns und vermittelt uns auch den Eindruck, dass wir das richtige Thema gewählt haben.

Damit möchte ich zum Schluss kommen. Wir haben das Thema „Ukraine“ nicht ausgespart, und die Solidarität gerade der vielen Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit dem Volk und den Kirchen in der Ukraine war in vielen Momenten in dieser Tagung spürbar. Wir wollen es auch am Ende noch einmal bewusst zu unserem Anliegen machen. Seit Februar dieses Jahres hat die Russische Bischofskonferenz unter Vorsitz von Erzbischof Pezzi in allen katholischen Gemeinden des

Landes zu einem regelmäßigen Gebet für den Frieden aufgerufen. Das Gebet, das ich jetzt vorlesen möchte, ist dem Russischen Messbuch von 2004 entnommen; unsere Russlandreferentin Dr. Angelika Schmähling hat es für uns übersetzt. So möchte ich Sie bitten, statt des Angelus, den wir sonst an dieser Stelle beten, dieses Gebet um Frieden zu sprechen:

Lasset uns beten!
Gott, Du Schöpfer und Vater aller Menschen.
Du rufst zu Dir alle Völker der Erde.
Erleuchte sie, damit sie in der Unruhe unserer Zeit das erkennen,
was ihnen Frieden und Ruhe bringt.
Wecke in ihnen das Streben nach gegenseitigem Verständnis
und nach Einheit.
Hilf ihnen, einander das Böse zu verzeihen,
das sie einander zugefügt haben
und das sie auch weiterhin ihren Nächsten zufügen.
Hilf ihnen, zum Ziel des Friedens zusammenzuarbeiten und
nach Deinem Willen die Rechte jedes Menschen zu achten.
Reinige ihre Herzen von Kränkung und Hass.
Bewahre alle Völker vor Stolz, Egoismus und Zwietracht
zwischen den Nationen.
Gib, dass alle Völker ihre Verpflichtung erkennen,
sich um Frieden zu bemühen.
Sie sollen entschieden auf dem Weg der Einheit vorangehen
und in Liebe miteinander zusammenzuarbeiten.
Gott segne alle, die sich für den Frieden einsetzen.
Möge in unseren Herzen und auf unserer Erde Dein Reich
der Gerechtigkeit, des Friedens
und der Einigkeit kommen.
Darum bitten wir durch Christus unseren Herrn.
Amen.

Der allmächtige Gott segne Sie alle und bewahre Sie
auf Ihrer Heimfahrt,
der Vater und der Sohn und der Heilige Geist.

Herzlichen Dank!