

UMSCHAU

„Chancen und Risiken der Mediengesellschaft“

Medien und Kommunikation aus kirchlicher Perspektive

Der rasante Wandel der westlichen Industriegesellschaften hin zu (nach-)modernen „Informationsgesellschaften“ führt nicht nur Insider in eine erheblich beschleunigte Auseinandersetzung mit Fragen der technologischen, wirtschaftlichen und medienkulturellen Entwicklung. Zum einen mehren sich die Stimmen, durch die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien drohe den Menschen Lähmung und Gleichgültigkeit durch Überinformation. Nicht der Mangel, sondern der Überfluß an Information konfrontiert die moderne Gesellschaft mit der neuen Erfahrung, mehr Wissen zu produzieren, als sie verarbeiten kann. Die Gegenwart werde beherrscht von einer bislang unbekannten Steigerung der Ideenzirkulation, einer Ausweitung, ja Überdehnung kommunikativer Anschlußmöglichkeiten, die eine wachsende Unübersichtlichkeit, bisweilen Orientierungslosigkeit hinterlasse.

Zum anderen sind dort, wo über Chancen und Möglichkeiten der Digitalisierung gesprochen wird, überwiegend optimistische Töne zu hören. Genannt werden vor allem die Optimierung von Übertragungswegen, von Umgangs- und Nutzungsweisen, aber auch die Veränderung von Medieninhalten und Wirklichkeitserfahrungen. Durch die fortschreitende Vernetzung von Rechnern verändere sich auch die Sinneswahrnehmung: Bislang gewohnte Bezüge zu Raum und Zeit verlören an Bedeutung. Die gängigen elektronischen Übertragungswege, also Telefon, Kabel, Satellit und Antenne, seien grundlegenden Wandlungen unterworfen, sobald alle Medien digitalisiert seien. Die auf diese Weise entstehenden Verbindungen von Audio, Video und Daten würden neuartige multimediale Netzwerke hervorbringen und veränderte Formen der Datenübermittlung, zum Beispiel beim digitalen Fernsehen: Der Nutzer wird sich zukünftig weder mit einer Programmauswahl für die Gesamtheit noch mit

bestimmten Programmen zu bestimmten Sendezeiten zufriedengeben müssen. Digitale Signale werden, sobald sie den Produzenten oder Sender verlassen haben, nicht mehr allein auf ein spezielles Medium als Ausgabegerät beschränkt sein. Und man fragt sich, ob nicht bald nach der Jahrtausendwende ohnehin mehr Zeit in den Online-Netzen als vor dem Passivmedium Fernsehen verbracht wird.

Bei allem medientechnologischen Optimismus: Die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien führen bereits jetzt zu einer Reihe von Fragen, auch von Widersprüchen und Widerständen, die im Zuge von Digitalisierungseuphorien gerne übersehen werden. Angesichts solcher Befunde von gesellschaftspolitischer Tragweite sind auch die Kirchen als hellhörige und kritische Begleiter der medienkulturellen Entwicklungen in Deutschland (Europa) gefordert.

Es ist sicherlich das Verdienst der 1997 veröffentlichten Gemeinsamen Erklärung „Chancen und Risiken der Mediengesellschaft“¹ – herausgegeben von der Deutschen Bischofskonferenz und dem Rat der Evangelischen Kirche in Deutschland –, „dem öffentlichen Gespräch über die Gestaltung der Mediengesellschaft einen Anstoß gegeben“ zu haben (6). Die Erklärung, die sich vor allem an diejenigen richtet, die in den Medien selbst und in der Medienpolitik Verantwortung tragen oder sich in der medienpädagogischen Arbeit engagieren, will dazu beitragen, „daß die freie Kommunikation mündiger Menschen in einer verantwortlichen Gesellschaft nicht nur Idee oder gar Utopie bleibt, sondern wenigstens fragmentarisch und Schritt für Schritt immer mehr Wirklichkeit wird“ (6).

So weit, so gut. Hält das kirchliche Dokument, was es hier – sehr allgemein – verspricht und im abschließenden Teil des Textes, den Handlungs-

empfehlungen, dann konkretisiert? „In dem gleichen Maße, wie die Kirchen Forderungen an die Gestaltung der Medien richten, sind sie auch selbst von diesen Verpflichtungen betroffen“ (78). An dem ernststen Willen zu verantwortlicher kirchlicher Stellungnahme besteht kein Zweifel. Lange genug sind die vier Kapitel ökumenisch geschliffen und akribisch zusammengebaut worden; der übliche Vorgang bei gemeinsamen Verlautbarungen eben. Und hier steckt dann auch der Kern des Problems, wie zuletzt – im September 1998 in Hamburg – eine medienpolitische Tagung mit Nachdruck bestätigte. Alles Gesagte sei zwar richtig, aber „nicht interessant“. Alles Geschriebene sei zwar ausgewogen, aber „ohne klare Adressaten“. Wie und mit wem solle denn das öffentliche Gespräch über die Gestaltung der Mediengesellschaft in Gang gebracht werden? Was von der Erklärung übrigbleibe, sei wieder einmal nur „die leise gewordene Stimme eines an sich mächtigen kommunikationspolitischen Handlungsträgers“ (W. Langenbacher).

Der negativen Diagnose ist über weite Strecken zuzustimmen. Zu filigran und verästelte sind die gedanklichen Fäden der Erklärung, vor allem im theologisch-anthropologischen Teil. Zu wenig zielgerichtet, also praktisch verwertbar, vielleicht auch kritisierbar sind die medienpolitischen Positionen und Empfehlungen im Schlußkapitel der Publikation. Dennoch – und das sollte bei aller berechtigter Kritik nicht übersehen werden – gibt es eine Reihe interessanter Ansatzpunkte für eine öffentliche Diskussion des Dokuments. So ist das von den Kirchen gemachte Dialogangebot einer mediengesellschaftlichen Reflexion beispielsweise von der Bertelsmann-AG in Gütersloh, dem größten europäischen Medienhaus, direkt aufgegriffen worden. Die Konsultationen mit Bertelsmann, aber auch mit hochrangigen Vertretern der öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Sender sowie mit Vertretern der Medienkommissionen der Parteien im Bundestag, zuletzt mit der SPD in Saarbrücken, stecken freilich noch in den Anfängen. Es geht in den Gesprächen um erste medienpolitische Annäherungen in der Frage, wie der publizistische Funktionsauftrag der öffentlich-rechtlichen Sender neu beschrieben und plausibel gemacht werden kann und andererseits die Kommerzialisierungs-

interessen privatwirtschaftlicher Programmanbieter gesellschaftsverträglich(er) gestaltet werden können. Die Ergebnisse der Medien-Erklärung sowie der bisher geführten Gespräche haben den Rang von Zwischeneinsichten; sie sind Einsichten, die wegen der Schnellebigkeit der Medienentwicklung ständig überprüft, mit Sicherheit aber ergänzt und neu akzentuiert werden müssen. Vor diesem Hintergrund sei auf einige zentrale Aspekte und Einsichten hingewiesen:

Die Erklärung zur Mediengesellschaft ist im Unterschied zu früheren kirchlichen Verlautbarungen – etwas vereinfacht ausgedrückt – von der Auffassung abgerückt, daß der Inhalt („die Botschaft“) das Medium determiniere. Hatten die rundfunkpolitischen Verlautbarungen im Anschluß an die Pastoralinstruktion *Communio et Progressio* von 1971, die ganz auf der Linie des *Gaudium et spes* leitenden Technikverständnisses lagen, Medien noch naiv als neutrale Kommunikationsinstrumente betrachtet, so berücksichtigt die neue Erklärung die komplexen – rechtlichen, ökonomischen, politischen und publizistischen – Rahmenbedingungen der Herstellung massenmedialer Inhalte. In der Verlängerung dieser realistischen Sicht auf die sogenannten „Instrumente der sozialen Kommunikation“ ergeben sich allerdings neu zu diskutierende Fragen und Problemkreise.

Wird das System der Massenmedien nicht schon im Ansatz verfehlt, wenn man diese nach dem Muster eines Werkzeugs als „Mittel“, als „Instrumente“ versteht, wenn man suggeriert, die Massenmedien seien das Produkt eines politischen Willens, der diese beherrschen könnte, weil er an ihrer Entstehung irgendwann einmal beteiligt war?

Natürlich ist der Rahmen, in dem hierzulande Rundfunk betrieben wird, auch ein Produkt (gesellschafts-)politischer Entscheidungen. Aber was kann hier und jetzt in dieser Hinsicht wirklich noch demokratisch bewegt, beeinflusst, korrigiert werden? Es steht außer Zweifel, daß vor allem die elektronischen Medien einen erheblichen Einfluß auf individuelle Entwicklungen und die Gestaltung des Politischen ausüben, weil sie eine Vielzahl individueller, gesellschaftlicher und kultureller Praxisfelder präfigurieren und

vorentscheiden (können). In den kirchlichen Handlungsempfehlungen im Schlußkapitel der Erklärung sind daher Ansätze einer verantwortungsvollen medialen Praxis skizziert: für die Bildungsarbeit, die Medienberufe, für eine ordnungspolitische Regulierung, für Formen gesellschaftlicher Selbstregulierung, für die Organisation von Rundfunk, für die Entwicklungspolitik sowie für die Verstärkung individueller Schutzrechte (Persönlichkeitsrecht, Datenschutz, Jugendschutz, Verbraucherschutz, Urheberrecht). Die Verfasser haben dabei vor allem die kulturelle bzw. gesellschaftsdienliche Funktion der elektronischen Medien in den Mittelpunkt ihrer Bewertungen gerückt. Die Chance zur Verwirklichung einer Kommunikationsgesellschaft besteht für die Kirchen ja gerade darin, die Menschen nicht primär als Konsumenten von Informationsangeboten und insofern als Mitglieder von Verbrauchergemeinschaften anzusprechen, sondern als aktive Mitglieder einer Gesellschaft, die darauf angewiesen ist, daß sie betreffende Werte und Orientierungen im öffentlichen Gespräch diskutiert, anerkannt und schließlich angewandt werden.

Wie lassen sich solche sozial-kommunikativen Orientierungen umreißen oder bestimmen? Durch Erkenntnisse aus der christlichen Soziallehre? Aus Ergebnissen interdisziplinärer Gespräche? Die Erklärung der Kirchen zur Mediengesellschaft versucht diesen Sachverhalt anthropologisch zu beschreiben: „Wer verantwortlich handeln will, muß sich um die Voraussetzungen und Bedingungen seines Handelns Gedanken machen. Deshalb begleitet den Menschen ständig die Notwendigkeit, sich selbst, seine Herkunft und die Welt, in der er sich vorfindet, zu interpretieren. ... Diese Interpretations- und Gestaltungsaufgabe ist nie abschließbar. ... Die christliche Tradition war und ist ein Medium solcher Lebensinterpretation und -gestaltung“ (50). Statt zu konkretisieren und durchzudeklinieren, was theologisch geboten und publizistisch zu raten ist, wird den Adressaten „der Mensch“ erklärt. Dieser Versuch greift natürlich nicht nur medienpolitisch zu kurz; er unterstreicht, daß den Kirchen öffentlicher Diskurs und mediale Präsentation grundsätzlich Schwierigkeiten bereiten.

Ob die Kirchen ihrer kritischen Begleitung in der Gesellschaft tatsächlich gerecht werden,

hängt entscheidend von ihrer Kompetenz und Glaubwürdigkeit innerhalb des großen medien-gesteuerten Gesellschaftsgesprächs ab. Die Integration der Gesamtbevölkerung in ein mediales Öffentlichkeitssystem ist nämlich heute so gut wie faktisch vollzogen. Wie aber kann sich kirchliche Medienarbeit auf die durchgängige Prägung der Menschen durch mediale Öffentlichkeit einstellen? In welchem Verhältnis stehen die „Basis-codes“ des Evangeliums zu den Codes säkularer Medienbotschaften? Haben die Kirchen schon hinreichend registriert, daß sich traditionelle Formen des Religiösen zu neuen massenmedialen Sozialformen von Religion verwandeln bis hin zu bereits geläufigen Spielformen des Medienreligiösen wie „Traumhochzeit“, „Verzeih mir“ oder „Ich bekenne“ mit ihrer je eigenen ausgeprägten „Transzendenz ins Diesseits“?

Wo also sind die Orte kirchlicher Verantwortung im Kontext mediengesellschaftlicher Öffentlichkeit? Die (nach-)modernen Gesellschaften sind bei aller Unübersichtlichkeit durch separierte Milieus und Lebensstile auf das Vorhandensein sozio-moralischer Ressourcen angewiesen. Der zeitdiagnostisch-philosophischen Arbeit Peter Sloterdijks entstammt die Einsicht, man habe immer Politik getrieben, als dürfe man solidarische Menschen einfach voraussetzen, ohne im Gegenzug Gegenleistungen zu erbringen und Solidaritätsressourcen zu fördern. In diesem Zusammenhang müsse zum Beispiel untersucht werden, welchen praktischen Solidarisierungs- oder Entsolidarisierungsbeitrag Medien leisteten: „Die Medien müssen alle neu bewertet werden unter dem Gesichtspunkt, ob sie Einsamkeitstechniken sind oder Gesellschaftstechniken. In der bisherigen Mediengeschichte ist man sehr naiv von dem Axiom ausgegangen, daß Medien per se vergesellschaftend wirken.“ Der Medienkonsument von morgen werde „ein Wesen sein, das sich nach Menschen sehnt und sie nicht erträgt“.

Wie können angesichts solcher – zweifellos erst prognostizierter – medialer Vereinsamungen und Sprachlosigkeiten religiöse oder kirchliche Vorstellungen von Gemeinsinn, Gerechtigkeit, Solidarität und gutem Leben plausibel gemacht und in den öffentlichen Diskurs eingebracht werden? Oder – noch wichtiger: Wie kann erreicht

werden, daß Wertfragen, Wahrheitsfragen und Fragen kultureller Identität nicht aus dem gesellschaftlichen Diskurs überhaupt hinausgedrängt werden?

Für die kirchliche Publizistik lassen sich diesbezüglich thesenhaft einige Konsequenzen benennen:

1. Gesellschaftliche Kommunikation in den Medien braucht religiöse Kommunikation, nicht Kommunikation als Religion. Eine Gesellschaft, die zusehends in Schlagbildern und Schlüsselbildern, also visuell argumentiert, braucht die kritische Tradition einer „Buch“-Religion, um ihr kulturelles Gedächtnis abzusichern.

2. Mediengesellschaftliche Verantwortung der Kirchen äußert sich als medienkulturelle Ambition. Sie bringt Sachverhalte, Werte und Orientierungen ein, die darauf angewiesen sind, im öffentlichen Gespräch diskutiert, anerkannt und angewandt zu werden.

3. Eine mediengesellschaftlich verantwortliche Kirche pflegt einen an Verständigung gebundenen, diskursiven Kommunikationsstil. Sie

braucht dafür ein publizistisches Netzwerk, kein binnenkirchliches Regelwerk.

4. Eine kulturell ambitionierte kirchliche Publizistik braucht glaubwürdige Bilder und überzeugende Töne. Audiovisionen von dem, was gut und wertvoll ist, zu entwickeln, heißt, an der Pluralismustauglichkeit kirchlicher Rede von Gott zu arbeiten.

5. Eine Kirche, die publizistisch versagt, hätte die Kirchensteuer ebensowenig verdient wie eine Kirche, die die Caritas abschafft. Es wird in nächster Zukunft darauf ankommen, die publizistischen Angebote der Kirchen – im Radio wie im Fernsehen – qualitativ entscheidend zu verbessern. Die Profile kirchlicher Sendungen müssen weiter geschärft werden, damit ihre Botschaften sich als modernitätstüchtig erweisen.

Ludger Verst

¹ Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. Gemeinsame Erklärung der Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland. Gemeinsame Texte 10.

Die „Elternbriefe du und wir“

Ein Wegbegleiter für junge Familien

Am 3. Juli 1998 stellte Kardinal Georg Sterzinsky, der Vorsitzende der Kommission Ehe und Familie der Deutschen Bischofskonferenz, in Berlin bei einer Pressekonferenz die neu gestalteten „Elternbriefe du und wir“¹ der Öffentlichkeit vor. Er nannte bei dieser Gelegenheit die Gründe für die Neugestaltung der Briefe, ging auf die Gesichtspunkte ein, nach denen die Bearbeitung geschieht, und umriß den Stellenwert der Briefe im Rahmen kirchlicher Familienarbeit.

Die Elternbriefe du und wir wurden von 1967 bis 1997 Eltern auf Wunsch von der Geburt ihres ersten Kindes an bis zu dessen neuntem Lebensjahr kostenlos in unveränderter Aufmachung zugesandt; für eine Briefserie ein verhältnismäßig langer Zeitraum. In diesen 30 Jahren hat sich jedoch das übrige Medienangebot qualitativ und quantitativ verändert. Verändert aber haben sich auch die Lesegewohnheiten bei den Adressaten der Elternbriefe, ihre Erwartungen, Interessen

und Lebensbedingungen. War in den 60er Jahren noch eine große Offenheit für Fragen der religiösen Erziehung festzustellen, so hat sich inzwischen religiöse Indifferenz breitgemacht. Die kirchliche Bindung vieler Eltern hat sich gelockert, feste religiöse Gewohnheiten sind einer individuellen Beliebigkeit gewichen. Es ist offensichtlich, daß junge Eltern von ihren nächsten Angehörigen, Freunden und Bekannten nur noch wenig darüber erfahren, was den Umgang mit Kindern angeht. Mütter und Väter sind der Vielfalt von Meinungen im öffentlichen Leben ausgesetzt und müssen lernen, ohne den Rückgriff auf ein bewährtes Erziehungskonzept ihren eigenen Weg im Umgang mit dem Kind zu suchen.

Gleichzeitig ist aber bei jungen Eltern eine gewisse Hellhörigkeit und Bereitschaft festzustellen, sich mit existentiellen Fragen auseinanderzusetzen und die Verantwortung wahrzunehmen,