

Josef Homeyer

Zuckerwasser und Verkündigung: Zu medienethischen Herausforderungen in der Informationsgesellschaft*

Zu den verspätet ankommenden, aber so auch bleibend aktuellen Texten des II. Vatikanums zählt zweifelsohne das Dekret „Über die sozialen Kommunikationsmittel“, „Inter mirifica“. Daß diesem Thema - gemessen an den theologischen Üblichkeiten - ein eigenes Dekret gewidmet wurde, zeigt zumindest, daß die Konzilsväter den fundamentalen Epochenwandel zur Informationsgesellschaft prophetisch erspürt haben. Deshalb heißt auch die ungewöhnlich deutliche Weisung des Dekrets: „Alle Glieder der Kirchen sollen einmütig und planmäßig darangehen, ohne Aufschub und mit größtem Eifer die sozialen Kommunikationsmittel in den vielfältigen Arbeiten des Apostolates, wie es Zeit und Umstände erfordern, zu benutzen und schädlichen Unternehmungen zuvorzukommen ...“ (IM 13) Ich möchte einige grundsätzliche Bemerkungen versuchen zum Thema „Kirche und Medien“, und zwar zur Problematik der Informationsgesellschaft, zur Medienethik und zur theologischen Verortung der Medien.

1 Zur Problematik der Informationsgesellschaft

Den Umbau der Gesellschaft zur Informationsgesellschaft begreife ich als Konsequenz der drei großen Anliegen der Aufklärung und damit, ohne daß ich das hier ausführe, in ideengeschichtlicher Nähe zu christlichen Grundintentionen. Diese Leitsterne der Aufklärung sind: die Selbstbestimmung des Subjekts, die Demokratisierung der Gesellschaft und die Konstituierung der einen Weltgesellschaft. Daß die mediale Partizipation am Wissen eine wesentliche Voraussetzung der Selbstbestimmung des Subjekts ist, daß die mediale Allgemeinheit des Zugangs zu Informationen menschenrechtliche Gleichheit verbürgen will und Öffentlichkeit als Instanz demokratischer Teilhabe und Mitwirkung herstellt, leuchtet unmittelbar ein. Die Verfassungen aller freiheitlichen Länder schützen aus diesem Grund das freie Recht der Versammlung, der Meinungsäußerung

* Der nachfolgende Text ist die leicht gekürzte Ansprache anlässlich der Verabschiedung des Geschäftsführers der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse (AKP), Theo Hell, am 31. Mai 1999 in Bonn.

und eben der Information als fundamentale Voraussetzungen demokratischer Ordnung. Umso drängender die Frage, worin denn die Schwierigkeiten in und mit der Informationsgesellschaft liegen und warum sie bei vielen Menschen Ängste auslöst.

Die Antwort liegt natürlich darin, daß die Informationsgesellschaft nicht nur Verheißungen der Aufklärung - Autonomie, Demokratie und Weltbürgerrecht - einlöst, sondern auch auf neue Weise diese normativen Gehalte elementar gefährdet. In Erinnerung an die Bruch- und Schnittstelle dieses Jahrhunderts, das 3. Reich, wird das exemplarisch deutlich: Die Filme von Leni Riefenstahl und Veit Relin, die Wochenschauen und Sportpalastreden, die Gleichschaltung des Reichsdeutschen Rundfunks, aller Printmedien, der darstellenden und bildenden Kunst zeigen auf eklatante Weise und mit grausamster Wucht, wie mit den Mitteln der Medien die normativen Gehalte der Moderne stranguliert wurden. Wir haben seither und heute drängend die Frage zu beantworten: Wie können demokratische Gesellschaften einen ethischen Grundkonsens formulieren und institutionell-rechtlich ausformen, der der manipulativ-medialen Auslöschung ihrer humanen Voraussetzungen und Ansprüche widersteht? Sind die modernen Informationsgesellschaften nicht in einer doppelten Falle, weil sie einmal zur Herstellung dieses kontrollierenden Konsenses der Medien selbst bedürfen und weil sie zweitens das Verhältnis von gesteigerter Wirksamkeit der Medien und ihrer Wirkung, also den Zusammenhang von informativem und tatsächlichem mentalen Aspekt der Medien immer weniger durchschauen, einfach weil die Informationsgesellschaft auch die anonyme Gesellschaft ist, in der die Rückkoppelung von Anbieter und Rezipient immer schmaler wird?

Ich möchte diese Probleme an einem scheinbar harmlosen Beispiel verdeutlichen. Coca Cola besteht zu 99% aus Zuckerwasser. Die weltweite Verbreitung und Beliebtheit ist zweifelsohne nicht oder nur zu einem sehr geringen Teil in dieser Substanz begründet, Coca Cola ist substanzlos. Die Wirklichkeit des Getränks ist eine mediale, der weltweite ökonomische Erfolg des Unternehmens liegt in der virtuoson Nutzung der Wirksamkeit der Medien. Wenn das so ist, liegt natürlich die Wahrscheinlichkeit nahe, daß solche Strategien auch mit anderen Produkten möglich sind, so daß die freiheitliche Informationsgesellschaft heute zur Coca Cola-Gesellschaft, morgen zur Persil-Gesellschaft etc. mutiert. Noch schwerwiegender ist aber der genannte Zusammenhang von informativer Macht und performativer Wirkung. Denn Coca Cola hat mittlerweile theologische Prädikate besetzt: Allgegenwart, Glücksverheißung, Gemeinschaft. Wie verändert sich angesichts solcher Umbesetzung von Transzendenz das Antlitz des Menschen?

Diese Problemanzeigen kulminieren in den Herausforderungen, die wir unter dem Begriff „Globalisierung“ zusammenfassen. Ohne Frage beruht Globalisierung, also die wechselseitige ökonomische, soziale und kulturelle Abhängigkeit aller Gesellschaften, Gesellschaftsentwürfe und Bürger, auf den technischen Möglichkeiten der Informationsgesellschaft. Diese Möglichkeiten bedeuten, daß Arbeitsplätze und Dienstleistungen in den sogenannten Schwellenländern entstehen - deutsche Großbanken wickeln ihr Rechnungswesen zu einem guten Teil in Indien und China ab und jagen es sekundenschnell von dort um die Welt - sie bedeuten auch, daß in diesen Regionen wirtschaftlich-technologische Entwicklungssprünge stattfinden, sie bedeuten aber auch, daß Billionen blitzschnell transferiert werden können und - wie im Falle von Währungsspekulationen - ganze Volkswirtschaften ruinieren und Menschen um den gerechten Ertrag ihrer Arbeit bringen können.

Auch die Kirche hat erheblich von der Entwicklung einer weltweiten Informationsgesellschaft profitiert. Die nach Karl Rahner bedeutendste Perspektive des Konzils, die Entstehung einer Weltkirche, ist auch durch die Entwicklung weltweiter Informationsnetze ermöglicht. Manchmal profitiert Theologie ja nicht nur von ihrer eigenen Begrifflichkeit, sondern auch von der Wirklichkeit.

Wenn wir uns in Deutschland mit der globalen Informationsgesellschaft so schwer tun, dann vor allem deshalb, weil in ihr ja überlieferte Besitzstände in Frage gestellt werden. Es gibt in der Informationsgesellschaft eben eine weltweite Konkurrenz um Arbeitsplätze, und Solidaritäten können nur noch ungeteilt statt partikular formuliert werden. Dieses Bewußtsein verdiente es durchaus, auf der nächsten Mai-Kundgebung durch die Verbände geschärft zu werden, die bisher die internationale Solidarität zumindest in ihren Liedern gepflegt haben. Ein anderer Problemkreis umschließt aber das Zusammenbrechen demokratischer Kontrollen in der Globalisierung durch das Abschmelzen (vor allem) nationaler Institutionen. Damit einher geht die Angst vor der Auflösung kultureller Identitäten in globaler Information. Ich halte diese Ängste für übertrieben und sehe eher eine Chance, eigene kulturelle Identitäten im Wissen um den Anderen auf verborgene narzißtische Ideologien selbstkritisch zu befragen. Eine globale Informationsgesellschaft kann in diesem Zusammenhang übrigens auch die Kirche vor Provinzialismus schützen.

2 Medienethische Anstöße

Was ist in dieser ambivalenten, teilweise prekären Situation der Informationsgesellschaft für die Kirche in kritischer Zeitgenossenschaft zu tun?

Ich möchte in einigen Thesen sozial- und vor allem medienethische Herausforderungen und Perspektiven der Kirche benennen:

1. Die Kirche soll sich anwaltschaftlich dafür verbürgen, daß die normativen Gehalte der Neuzeit und Moderne - Autonomie, Demokratie und Weltbürgerrecht - nicht medial ausgehöhlt werden. Das schließt natürlich nicht aus, daß diese Begriffe, vor allem der der Autonomie, noch einmal kritisch von einem christlichen Menschenbild her befragt werden. Es bedeutet aber vor allem, daß die Kirche im Interesse der Kontrolle der Medien institutionenethische Reflexion wie auch praktisches Engagement für eine (internationale) Zivilgesellschaft konsequent vorantreibt. Hierin liegt ein Testfall für den *theologischen* Anspruch, Weltkirche zu sein, und für unsere diakonische Mitverantwortung für die Freiheit mitten in der Auflösung überlieferter Institutionen.
2. Die Kirche soll sich in Anwendung des Personalitätsgrundsatzes ihrer Sozialethik entschieden dafür einsetzen, daß in den Medien Authentizität und Integrität menschlicher Existenz geschützt und nicht zerstört werden. Dazu müssen die drängenden moralischen Fragen der Darstellung von Sexualität und Gewalt im Diskurs gehalten werden, dazu ist aber auch freiheitstheoretisch die medial gegenwärtig immer disponibler erscheinende Grenze zwischen privat und öffentlich zu erinnern, dazu ist institutionentheoretisch der medialen Auflösung des öffentlich-politischen Raumes zugunsten manipulativer unterirdischer Kanäle zu wehren.
3. Die Kirche soll sich in Anwendung des Solidaritätsgrundsatzes dafür engagieren, daß den Armen und Benachteiligten gerechte Partizipation an Medien und Information ermöglicht wird. Die Integrität einer Informationsgesellschaft entscheidet sich nicht an der Vielfalt der verfügbaren Informationen, sondern an der Verfügbarkeit dieser Informationen für die Armen. Eine Medienethik ist deshalb untrennbar mit einer ökonomischen Ethik zu verbinden.
4. Die Kirche soll sich in Anwendung des Partizipationsprinzips - und zwar auch in ihren eigenen praktischen Medienprojekten - dafür verbürgen, daß die Medien immer auch als Mittel der ökonomischen, kulturellen und sozialen Subjektwerdung genutzt werden können. Damit widersteht die Kirche (wie in den vorgenannten Thesen) einer ökonomischen Hegemonialisierung der Medien, der gesellschaftlich ihre Oligarchisierung in einem „Kognitariat“ (Claus Leggewie) auf dem Fuße folgt. In diesem Zusammenhang möchte ich doch anmerken, daß die Kirche in den Medien mit den öffentlich-rechtlichen Großinstitutionen und privaten Konzernen ökonomisch sicher nicht in Konkurrenz treten kann. Um so erstaunlicher ist es, wie wenig sie

gesellschaftlich hier konkurriert, wie wenig sie den eigenen zivilgesellschaftlichen Ressourcen - zumal den international zivilgesellschaftlichen - zutraut. Für diesen Befund spricht zumindest die nach wie vor zu starke Binnenorientierung der kirchlichen Printmedien.

3 Theologische Verortung der Medien

Nach diesen wenigen, noch zu begründenden und vor allem sachlogisch zu konkretisierenden Anstößen möchte ich abschließend eine theologisch-grundsätzliche Verhältnisbestimmung von Kirche und Medien versuchen. Zum einen plädiere ich für einen unbefangeneren Umgang der Kirche mit den Medien, zum anderen für einen kritischeren. Ich möchte also auf eine unauflösbare Spannung hinweisen, die uns mit dem Programm einer „Kirche in der Welt von heute“ (*Gaudium et spes*) aufgegeben ist.

Zu einem unbefangeneren Umgang mit den Medien: Das Dekret *Inter mirifica* führt dazu aus: „Die Katholische Kirche ist von Christus, dem Herrn, gegründet, um allen Menschen das Heil zu bringen, und darum der Verkündigung des Evangeliums unbedingt verpflichtet. Deshalb hält sie es für ihre Pflicht, die Heilsbotschaft auch mit Hilfe der sozialen Kommunikationsmittel zu verkündigen und Grundsätze über deren richtige Anwendung aufzustellen.“ (IM 3)

Etwas boshaft könnte man das auch so übersetzen: Es gibt also keinen Grund, das Medium der Kanzel gegenüber dem Medium des Internet für exklusiv in der Verkündigung zu erklären. Ebenso sehe ich keine guten theologischen Gründe, die Heilsgeschichte der Menschheit (die auch immer Unheilsgeschichte ist) mit der Erfindung des Buchdrucks durch Gutenberg für beendet zu halten. Hängt nicht eine kirchliche Spiritualität der Verkündigung wesentlich davon ab, wie wir die Herausforderungen der Informationsgesellschaft annehmen und in ihr die Chancen der Medien - um des Menschen willen - nutzen? Verbirgt sich nicht möglicherweise hinter der seltsamen Gespreiztheit gegenüber den modernen Massenmedien ein zutiefst elitäres Mißverständnis unserer Verkündigung, die sich dann nämlich vorzugsweise an die Buchkundigen und immer schon Diskursfähigen wendet? Und schließlich: Geben wir in unserer hyperkritischen Gespreiztheit gegenüber den Medien nicht selbst die guten Traditionen einer Volkskirche (i.S. einer Kirche des Volkes) vorschnell auf und gewinnen dann in der plural-säkularen Öffentlichkeit irgendwann sektiererische Züge?

Zu einem kritischeren Umgang mit den Medien: Die Informationsgesellschaft ist eine Gesellschaft besetzter Orte. Es gibt kein Phänomen,

das nicht vollständig informativ besetzt und medial durchformt wird. Gegenüber dieser medialen Totalität brauchen wir eine politische Mystik der Repräsentation.

Diesen Gedanken, den *Johann Baptist Metz* in sehr grundsätzlichem Anspruch vor einigen Jahren formuliert hat, möchte ich hier wenigstens veranschaulichen: Als Jesus von den Jüngern gefragt und angegangen wird um die Plätze im Himmelreich zu seiner Rechten und Linken, wird dieser Anspruch zurückgewiesen. Wir sind es gewohnt, diese Antwort vor allem als Zurückweisung eines triumphalen und hochmütigen Glaubensverständnisses zu interpretieren. Ich glaube, es geht um mehr: Jesus verweigert nämlich eine Antwort, er gibt nicht nur eine. Denn: Wenn nicht die Jünger - wer dann? Aber das wird nicht gesagt, der Platz bleibt also leer. Er gehört niemandem, wird er besetzt, liegt eine totalitäre Ideologie vor, beispielsweise ein Gottkaisertum oder heute ein religiöser Fundamentalismus. Kirchlicher Umgang mit Medien hat also darauf zu achten, daß der Platz ideologischer Machtansprüche unbesetzt bleibt: Das gilt auch für den Machtanspruch des bürgerlichen Subjekts. Aber weiter: Der Platz zur Rechten bleibt leer, weil er freigehalten werden muß für die, die keinen Platz bekommen haben. Der leere Platz neben Christus ist *repraesentatio* der Armen und Leidenden. Sie hat also kirchliche Verkündigung in den Medien immer auch zu repräsentieren. Verkündigung schließt auch immer die Kritik am schönen Schein, an der narzißtischen Selbstbezüglichkeit des Medienereignisses ein. Ein Platz bleibt leer, er ist auch von den Medien nicht zu besetzen, sondern immer neu zu erinnern: Wo dieser mystische Kern unserer Verkündigung aufgegeben wird - die Erinnerung an das Kreuz -, wird auch die Kirche bald nur noch ihrem eigenen Design ähneln.