

## Das Eigentliche bleibt unsichtbar

Christoph Werth

Papst Benedikt XVI. war der Star des Weltjugendtages im Juli 2008 in Sydney. Es war eine fernsehwirksame Inszenierung, wie das weiße Schiff mit dem Kirchenoberhaupt nach einer über halbstündigen Fahrt vorbei an der einzigartigen Kulisse des Hafens mit dem Opernhaus und der Hafenbrücke Sydneys anlegte. Jede Seemeile wurde live auf die Großbildleinwände in der Stadt und auf die Bildschirme weltweit übertragen. Die Medialisierung gewann hier Hollywood-Niveau, es gab internationale Tanzvorführungen und eine disneyartig inszenierte Liturgie, die von orchestraler Filmmusik begleitet wurde. Aber der Vatikan nutzte auch die moderne Kommunikation: Täglich wurde per SMS eine Losung an die Pilger versandt, unterzeichnet mit „BXVI“.

Schon der Weltjugendtag im August 2005 in Köln mit dem frisch gewählten deutschen Papst war ein beeindruckendes Medienereignis. Es stand in engem Zusammenhang mit dem Tod von Papst Johannes Paul II. am 2. April 2005, dessen Sterben international von einer ausführlichen Live-Berichterstattung begleitet war.

Für Stephan Kulle, der seit 1990 für *Phönix* aus dem Vatikan berichtet, brachten das lange Sterben des alten Papstes und die Wahl von Kardinal Ratzinger zum Nachfolger auf dem Stuhle Petri in Deutschland („Wir sind Papst“) eine Wende bei der Medienberichterstattung. Seitdem sei erstmals positiv über die katholische Kirche berichtet worden, wäh-

rend sonst die Medien nur über Reizthemen wie Zölibat, Pädophilie oder das Dogma der Unfehlbarkeit des Papstes lamentiert hätten – was aber für die Menschen keineswegs die zentralen Themen sind. Denn normalerweise haften die Medien bei ihrer Kirchenberichterstattung an eingefahrenen Klischees. So werden bei Talkshows oder Interviews auch bewusst bestimmte Rollen besetzt: früher mit Bischof Dyba, heute mit den Bischöfen Mixa oder Meisner, die dann die Rollenerwartung des konservativen Bischofs erfüllen. Ritualisiert wirkt es auch, wenn die Medien ständig die Kirche auffordern, sich an der Diskussion über Werte zu beteiligen – während die Medien selbst die von ihnen geforderten Werte weder behandeln noch generieren.

### Der Islam in den Medien

Ähnliche Defizite sieht der Erfurter Kommunikationswissenschaftler Kai Hafez bei der Berichterstattung über „den“ Islam. So werde in den Medien meist einseitig über islamischen Fundamentalismus berichtet, während etwa die Sufi-Tradition der islamischen Mystik öffentlich überhaupt nicht vorkomme.

Frauen werden meist mit Schleier gezeigt, obwohl es genug islamische Frauen ohne Schleier gibt. Seit dem Ausbruch der iranischen Revolution 1978 interessieren sich die Medien nur für den politischen Islam, was dann mit negativen Themen wie Gewalt und Terrorismus vermischt wird – während islamische

Glaubensinhalte für die Medien weitgehend uninteressant sind.

Ein ähnliches Schicksal widerfährt übrigens auch dem Judentum: Hier interessieren sich die Medien gleichfalls nur für das politische Judentum und den Zionismus, *nicht* aber für die religiösen Inhalte des Judentums. Diese negative Verflachung drückt sich beispielsweise auch in *Spiegel*-Titeln wie „Papst contra Mohammed“ oder „Koran – das mächtigste Buch der Welt“ aus.

Dazu passt, wenn sich Redaktionen im TV- oder Printbereich beklagen, sie würden mit einer differenzierten Berichterstattung zu religiösen Themen bei ihren Chefredaktionen nicht durchkommen. Zweifellos hat das mit dem journalistischen Selektionskriterium „only bad news are good news“ zu tun und zudem mit einer eher negativen Sicht von Journalisten auf ihre Konsumenten, wonach eben diese Mediennutzer nicht durch Differenzierung und journalistische Kompetenz überfordert werden dürften, nach dem Motto: „Das muss auch Lieschen Müller verstehen“ – was dann die Spirale der medialen Verflachung nach unten in Gang setzt. Oder es liegt daran, dass die Mehrzahl der Journalisten „religiös unmusikalisch“ (Max Weber) ist und sich der Thematik deshalb auch nicht gewachsen sieht.

### Das biblische Bilderverbot

Eine andere Frage ist: Kann Religion überhaupt in Bildern gezeigt und visuell präsentiert werden? Diese Frage reicht zurück bis in die Antike. So hat der Ägyptologe Jan Assmann in der Person des Pharaos Echnaton und den von ihm durchgeführten Reformen den Ur-Akt des medialen Eingriffs in ein religiöses Ausdruckssystem gesehen. Echnaton initiierte eine religiöse Medienrevolution, indem er die Vielfalt der Götterbilder – und damit also die Vielfalt der menschlichen Möglichkeiten, sich mit dem Trans-

zendenten in Verbindung zu setzen – radikal auf eine einzige durch ihn selbst repräsentierte Möglichkeit reduzierte. „Aton allein“ und „Aton nur durch mich“ hieß seine Medienrevolution.

Während man früher auch dem Glauhen der anderen vertraute und gewissermaßen „übersetzbare“ Religionen hatte („Dein Zeus ist mein Jupiter“), wurden nun die Kategorien „richtig“ und „falsch“ in die Religion eingeführt. Seitdem gibt es eine „wahre“ und eine „falsche“ Religion.

Im biblischen Mose sieht Jan Assmann eine Reformulierung dieses Ur-Aktes, denn Echnatons Revolution wurde bei Mose auf die Frage zugespitzt: Wollen wir überhaupt eine mediale Präsentation unserer Religion? Darf sich eine Religion medial verdinglichen? Assmann spricht hier von der „Mosaischen Unterscheidung“: Der Raum, der durch diese Unterscheidung geschaffen wird, „ist der Raum des jüdisch-christlich-islamischen Monotheismus. Es handelt sich um einen geistigen oder kulturellen Raum, der durch diese Unterscheidung konstruiert und von Europäern nunmehr seit fast zwei Jahrtausenden bewohnt wird.“ Wichtig ist dabei vor allem eins: „Die Mosaische Unterscheidung wird im Raum der Bilder getroffen, und der Kampf der Gegenreligion wird gegen die Bilder geführt.“ In Abgrenzung zur bilderfreundlichen ägyptischen Kultur wurde Bild- und Medienkult zur Sünde schlechthin. Mit Mose wurden Medienfragen zu zentralen Fragen der Religion.

Auch heute fragt sich, ob die Religion nicht ihrem Wesen nach etwas völlig Unsichtbares ist. Sicherlich: Religion hat narrative und ethische, mythische und sakrale Dimensionen, aber auch soziale und materielle. Religion zeigt sich primär im persönlichen Erlebnis, im religiösen Gefühl, wobei der Glutkern des Religiösen etwas recht eigentlich Understellbares ist. „Gott ist Liebe“, heißt es im ersten Johannesbrief. Aber die Liebe lässt sich

ebenso wenig darstellen wie das Jenseitige.

Im Judentum bestand das Bilderverbot, und es gab die Weigerung Gottes, sich Mose bei der Übergabe der Zehn Gebote zu zeigen. „Mein Reich ist nicht von dieser Welt“, sagte Jesus zu Pilatus, und die Tatsache, dass er oft in Gleichnissen sprach („Mit dem Himmelreich ist es wie mit ...“), zeigt, dass auch Jesus ein Darstellungsproblem hatte. Schließlich verdeutlicht in älteren Kirchen auch der Lettner zur Abgrenzung des Allerheiligsten: Die Verhüllung gehört konstitutiv zum Sakralen dazu.

Das bedeutet für die Medien: Sie können von Religion lediglich die Außenseite darstellen, also die soziale, materielle und narrative Dimension – das Eigentliche aber bleibt unsichtbar. Insofern eignen sich evangelische Kirchentage oder katholische Weltjugendtage gut für das Fernsehen, weil sie sich mit ihrem „Event-Charakter“ an die Medienerwartungen und an die damit verbundenen Inszenierungsformen anpassen.

### Bedeutung des Rundfunks

Religion hat freilich den Nachteil, dass sie im Rahmen der journalistischen Selektionskriterien in der Regel keinen „Nachrichtenwert“ im Sinne des Sensationellen hat. Dorfbewohner, die am Sonntag zivil und friedlich zur Pfarrkirche in den Gottesdienst gehen, geben für das Fernsehen nichts her.

Deshalb ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit seinen regelmäßigen Gottesdienstübertragungen, dem „Wort zum Sonntag“ und festen Sendeplätzen wie beispielsweise der Sendung „nah\_dran“ für Glaubens- und Lebensfragen, die jeden Donnerstagabend beim MDR-Fernsehen gezeigt wird, so wichtig. Der Theologe Karl Rahner hatte zwar einst gefragt: Geht eine Übertragung eines Gottesdienstes im Fernsehen? Sicherlich kann das Fernsehen keine theologischen

Inhalte vermitteln. Aber es kann von Ereignissen berichten, die einen Bezug zu Kirche und Religion haben. Weil der Hörfunk vom Wort lebt, ist hier übrigens mehr möglich, während das Fernsehen immer bewegte Bilder braucht.

Die MDR-Kirchenredakteurin Susanne Sturm hätte dabei zwar meistens mehr Stoff, als sie real zeigen kann, aber sie ist froh, dass es beim MDR-Fernsehen einen festen Sendeplatz gibt, sodass ihre spezifischen Themen nicht mit beliebigen anderen Inhalten konkurrieren müssen. Deshalb sind feste Sendeplätze und abgesicherte Recherchekapazitäten so wichtig. Im Übrigen glaubt Susanne Sturm, dass christliche Werte oft auch unterschwellig – etwa bei *daily soaps* – im Programm vorkommen: „Es ist mehr Christentum, als wir glauben.“

Religiöses kam allerdings im Kinderprogramm von ARD und ZDF in der Regel nicht vor. Deshalb sagte man sich beim neu gegründeten Erfurter *Kinderkanal* (KI.KA), dass man hier eine inhaltliche Erweiterung vornehmen müsse. Und so wurden im Jahr 2000 erstmals mit der Erfurter *Kinderfilm GmbH* biblische Geschichten neu produziert. Schließlich gehört es in Europa zur kulturellen Sozialisation, auch christliche und biblische Inhalte kennenzulernen und Kindern die Chance zu bieten, sich mit den Grundlagen der europäischen Kultur und der christlichen Tradition vertraut zu machen. Vor dem Hintergrund der Tatsache, dass fünfzig Prozent der unter sechs-jährigen Kinder einen Migrationshintergrund haben, ist dies eine zentrale Aufgabe im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Grundversorgung durch ARD und ZDF.

### „Gottes Bodenpersonal“

Eine wichtige mediale Erscheinungsform von Religion ist der Pfarrer in den Medien – gewissermaßen „Gottes Bodenpersonal“. Bereits zu Klassikern der Moderne

sind Figuren wie Chestertons *Pater Brown* (1960 bis 1968 gespielt von Heinz Rühmann) oder Guareschis *Don Camillo* (1952 bis 1965 verfilmt) geworden. Gender-zeitgemäß wird dieses Schema in der im bayrischen Kloster Kaltenthal spielenden ARD-Kultserie „Um Himmels Willen“ neu aufgenommen, wo die couragierte Schwester Lotte (lange gespielt von Jutta Speidel) für das Gute kämpft und frischen Wind in die Gemeinde bringt, in einer Hassliebe verbunden mit Bürgermeister Wöller (Fritz Wepper). Sehr erfolgreich waren auch 1983 die vierteilige Verfilmung von „Die Dornenvögel“ mit Pater Ralph (Richard Chamberlain) oder die Serie „Oh Gott, Herr Pfarrer“ (1988/1989), die über dreißig Prozent Quote erzielte. Robert Atzorn spielte hier den unkonventionellen Pfarrer Hermann Wiegandt.

Der Medienpfarrer rückt ab vom Pfarrerbild der Strenge und der liturgischen Korrektheit. Er muss nicht würdig durch die Kirche schreiten, er kann – wie Heinz Rühmann – auch rennen. Die Nähe Gottes wird als Nähe des Pfarrers zu den Menschen dargestellt. Der Pfarrer ist ein normaler Mensch mit Leidenschaften. So kann sich Don Camillo auch mit Peppone prügeln. Autorität gewinnt er nicht als entrückte, sakrale Amtsperson oder als theologischer Fachmann, sondern als Mensch und Mitmensch. Bei Heinz Rühmann ist diese Botschaft der Menschlichkeit und des Humors offenkundig. Der Medienpfarrer ist immer mitten im öffentlichen Geschehen und bei den Menschen, wo er helfen kann – und nicht in abgehobener Distanz. Der Pfarrer ist hier ein geistreicher Kommunikator mit einer großen praktischen und sozialen Kompetenz. Auch Jesus ist hier immer nah, wenn etwa Don Camillo mit ihm spricht oder Schwester Lotte sich in der stillen Klosterkapelle vertrauensvoll an Jesus wendet.

Wichtig ist, hier Geschichten aus dem realen Leben aufzugreifen und auf reli-

giöse Belehrungen zu verzichten. Der Pfarrer wird zum Vorbild für Courage, Nonkonformismus und Mitmenschlichkeit. So können denn auch Heiliges und Alltägliches in die nächste Nähe gerückt werden. Der Pfarrer spricht eine verständliche Sprache, sein Handeln ist unkonventionell, aber es ist klug und kommt von Herzen. Bisweilen können auch Zweifel an Gott, der Kirche oder an seiner persönlichen Berufung vorkommen – aber auch das gehört zum Pfarrer als Instanz der Menschlichkeit. Er begleitet die Menschen und wird so zum Symbol einer heilen menschlichen Welt. Er steht für Gerechtigkeit und Ordnung, für „eine Kompetenz des Ehrlichen, mit einer Rückbindung an das Heilige“ (Ronald Uden).

In einer weitgehend säkularisierten Gesellschaft gibt es doch auch ein Informationsbedürfnis: „Was bewegt die Christen eigentlich?“ Das spiegelte sich letztens auch in einer Studie der Bertelsmann-Stiftung zur Religiosität in Deutschland. Oft besteht vonseiten der Kirche die Tendenz, fertige Lösungen als Beschlüsse der Bischofskonferenz oder der Synode wie einen massiven Block in die Redaktionen zu stellen. Aber das bedeutet zugleich, dass die Kirchen ihre Problemlagen und Entwicklungsprozesse zu wenig darstellen. Schließlich könnte man auch über noch offene Fragen die Medien informieren.

Im Übrigen bieten auch der Bürgerrundfunk und die Offenen Kanäle gute Möglichkeiten, wie sich Christen vor Ort in die Gesellschaft einbringen können. Klar ist: Kirche und Religion können heute nur als Angebot kommuniziert werden, wobei Authentizität und Glaubwürdigkeit sehr wichtig sind. Aber keine vermittelte Kommunikation kann den unmittelbaren Vollzug von Religion – das religiöse Erleben – ersetzen.