

FORUM FUNDAMENTALTHEOLOGIE

Johannes Winkler

Ökumenische Tele-Visionen

Eine Analyse zu den Chancen überkonfessioneller
Kooperation im Fernsehen



PETER LANG
EDITION

1 Einleitung

Bereits 1969 betonte Johann Baptist Metz in seinem Buch „Reform und Gegenreformation“, dass es sich beim Problem der Ökumene nicht um ein „reines Theorieproblem“, vielmehr um ein „Theorie-Praxis-Problem“ handle und die Öffentlichkeit ein „unaufgebbares Medium der theologischen Wahrheits- und Einheitsfindung“¹ sei. Damit drückt der katholische Fundamentaltheologe seine Skepsis gegenüber Vorstellungen aus, ökumenische Probleme allein auf Theologenebene lösen zu können. Ökumene entwickle und vollziehe sich wesentlich im praktischen Leben aller Gläubigen und gehöre deshalb in die Öffentlichkeit. Neben dem Gewicht, das ihr im theologischen Gespräch zukomme, sei sie stets Gegenstand von allgemeinem Interesse.

Im Hinblick auf diese Thematik versucht die vorliegende Arbeit auf zwei Fragen einzugehen:

- Inwieweit vermag das Fernsehen als eine Form dieser Öffentlichkeit die Ökumene voranbringen?
- Über welche Möglichkeiten verfügt die Ökumene, die mediale Kommunikation der Kirchen zu verbessern?

Der Bereich Ökumene und Medien soll bevorzugt unter Berücksichtigung des Fernsehens untersucht werden. Für die Fokussierung gerade auf dieses Medium sprechen vor allem seine Verbreitung und damit seine Macht im Bereich der Informationsvermittlung und Meinungsbildung, die Vielfalt der Akteure² auf diesem Gebiet, sowie das Interesse der Kirchen selbst, das Fernsehen für die Verkündigung der Frohen Botschaft zu nutzen und mit eigenen Sendungen öffentlich zu wirken.

Die Deutschen schauen pro Tag 172 Minuten fern.³ Für weite Bevölkerungskreise bildet das televisionäre Fenster zur Welt die hauptsächliche Freizeitbeschäftigung. Daran ändert auch die gegenwärtige leichte Stagnation der Fernsehnutzung nichts, denn immer noch sticht diese in der Rezipientengunst Printmedien (28,5 Minuten), Radio (128), Internet (80) und mobile Dienste (20) aus. In der Zukunft werden sich allerdings Fernsehen, Internet und mobile Dienste zunehmend vernetzen und dadurch noch größere Reichweiten und bessere Interaktionen mit dem Zuschauer erzielen.

1 Metz, Reform, S. 13.

2 So gibt es öffentlich-rechtliche und private Sender, die sich wiederum in kommerzielle, konfessionelle und überkonfessionelle Kanäle unterteilen.

3 <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/77176/umfrage/dauer-der-mediennutzung-in-deutschland-von-2006-bis-2012/> <03.07.2012>

Die Fernsehakteure bieten mit ihren Sendungen der Öffentlichkeit ein breites Spektrum an Unterhaltung und Information. Die besondere Verbindung von Bild, Sprache und Musik erleichtert eine positive wie negative Einflussnahme. Die Wahrnehmung lässt sich intensivieren und selektiv steuern. Große Ereignisse können viele Millionen Menschen emotional berühren, so die Krönung Königin Elizabeths II. (1951), die Ermordung Präsident Kennedys (1963), die Mondlandung (1969), der Fall der Mauer in Berlin (1989), die Beerdigung Lady Dianas (1997), der Terroranschlag vom 11. September 2001, der Tod Papst Johannes Pauls II. (2005) oder der Rettung der chilenischen Bergleute (2010). Die Welt nahm und nimmt Anteil, ob live, über Hintergrundreportagen oder durch ausgewählte und bearbeitete Nachrichten.⁴ Doch nicht nur das Weltgeschehen regt die Menschen zum Nachdenken und Mitfühlen an: Magazine, Reportagen oder Talksendungen zeigen dem Zuschauer oftmals anhand der Geschichten Einzelner die Probleme, Freuden und Ängste unserer Gesellschaft.

Das Fernsehen bietet viele Chancen mit den Menschen in Kontakt zu treten. Die öffentlich-rechtlichen und die großen privaten Fernsehkonzerne konkurrieren mit teils neuen, teils aufgewärmten Formaten um die täglichen Einschaltquoten, also um möglichst viele Zuschauer. Im Zuge der Digitalisierung entstanden Hunderte von (Sparten-)Kanälen, die sich an bestimmte Zielgruppen richten, vom Reiseinteressierten bis zum Tierliebhaber. Manche Kanäle sprechen auch Glaubenshaltungen und Lebenshaltungen an, unter ihnen befinden sich diverse christliche Kanäle. Die meisten dieser neuen Sender betonen jedoch, sich stets an größere Gruppen oder gar die Gesamtbevölkerung zu wenden. Die breite Öffentlichkeit ist demnach Ziel der Fernsehakteure, auch derjenigen der religiösen Sender.

Das Fernsehen drängt neben den anderen Medien die Kirchen ins Licht der Öffentlichkeit. Ob Missbrauchsfälle, VatiLeaks, Kirchentage, Papstreisen, Äußerungen zu Fragen der Moral oder ökumenische Initiativen – kirchliches Geschehen unterliegt fortwährender Beobachtung und Kommentierung. Die Kirchen können das Bild und die Informationen, die verbreitet werden, längst nicht mehr selbst steuern.⁵ Sie müssen sich, freiwillig oder unfreiwillig, der Öffent-

4 Von der besonderen Wirkung des Fernsehens wissen natürlich nicht nur die Medienproduzenten, sondern auch Herrschaftsträger. Sie versuchen das Fernsehen zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung zu nutzen. Einem ehemaligen Bundeskanzler genügte angeblich neben der Bild-Zeitung nur die „Glötze“, um Deutschland zu regieren (<http://www.bild.de/news/topics/60-jahre-bild/interview-mit-gerhard-schroeder-24636504.bild.html>). <03.07.2012>

5 Der Äußerung Leo Karrers, dass die Medien das „Image der Kirche“ prägen (Karrer, Öffentlichkeit, S. 95), kann ich zustimmen. Allerdings hängt auch viel vom Gemeindeleben vor Ort ab, mit welchem Kirchenbild die Menschen sozialisiert werden.

lichkeit stellen, ihre Glaubensinhalte benennen und verteidigen, Missstände bekennen und für sie Verantwortung übernehmen und natürlich ihre Botschaft mit dieser Möglichkeit „unters Volk“ bringen. Dabei soll die Kirche oder das Christentum nicht als Gegensatz zu den Medien gesehen werden. Von Anfang an lag die Verkündigung des Christentums in der Öffentlichkeit und den Medien begründet.⁶

Auf die Ökumene bezogen ergibt sich in diesem Kontext eine Reihe von Fragen:

- Wie sieht die bereits existierende ökumenische oder überkonfessionelle Kooperation im Medienbereich aus?
 - Wer von christlicher Seite tritt mit den Zuschauern in Kontakt?
 - Wo gibt es Unterschiede und Gemeinsamkeiten bei überkonfessioneller Arbeit unter öffentlich-rechtlichem Dach (SWR) und in privater (christlicher) Trägerschaft (Bibel TV)?
- Darf oder soll es ökumenische Zusammenarbeit im Fernsehen geben?
 - Welche Positionen nehmen die einzelnen Kirchen dazu ein?
 - Wie stehen ökumenische Institutionen dazu?
- Welche Sicht auf die Medien gibt es seitens der verschiedenen Kirchen und ökumenischen Organisationen?
 - Wie lassen sich die bereits vorhandenen Kooperationen mit Theorien der Ökumene beschreiben?
 - Welche Modelle der Ökumene können die im Fernsehen beobachteten Phänomene der Kooperation beschreiben?
 - Wie könnte ökumenische Kooperation im Fernsehen in einen fruchtbaren Dialog mit der pluralen Gesellschaft treten, oder gibt es sogar Abwehrtendenzen?

Die vorliegende Arbeit will Antworten finden, nicht um eine Diskussion erschöpfend zu beenden, das kann sie nicht leisten, sondern um Kirchen und Öffentlichkeit zum Nachdenken anzuregen und miteinander ins Gespräch zu bringen, ob in, vor oder hinter, ob mit oder ohne „Glutze“.

Diese Dissertation stellt sich folgende Aufgaben:

6 Leo Karrer nennt das Christentum die „erste, vielleicht sogar [...] die einzige Medienreligion der Weltgeschichte“ (Karrer, Öffentlichkeit, S. 80 f.). Dies zeige sich etwa in der frühen Verbreitung via Wort und Schrift, sowie an den Jesusworten „[...] ich habe niemals etwas im Geheimen gesagt“ (Joh 18,20) und „Was ich euch in der Dunkelheit anvertraue, das sagt am hellen Tag weiter, und was ich euch ins Ohr flüstere, das ruft laut in der Öffentlichkeit aus“ (Mt 10,27) (Karrer, Öffentlichkeit, S. 83).

- die christlichen Angebote im deutschsprachigen Fernsehen skizzieren;
- mittels einer qualitativen Analyse Einblick in ein ausgewähltes öffentlich-rechtliches (SWR) und privates christliches Angebot (Bibel TV) gewähren;
- einen Überblick und Vergleich der wichtigsten Schriften der großen Kirchen sowie ökumenischer Institutionen zu den Medien bieten;
- Einordnungsmöglichkeiten der behandelten Sender in historische ökumenische Strömungen und aktuelle Theorien und Modelle erfassen und beschreiben sowie die Chancen derartiger Projekte für die Ökumene beurteilen.

Methodisch gehe ich auf folgende Weise vor:

Zunächst skizziere ich knapp ökumenische Kooperationen im Fernsehen weltweit. Anschließend gebe ich eine kurze theoretische Einführung in die jeweiligen Verfahren der Medien- und Filmanalyse. Ich konzentriere mich hauptsächlich auf die Inhaltsanalyse und stelle quantitative und qualitative Verfahren vor. Ergänzend gehe ich auf wichtige Studien zum Thema Kirche und Fernsehen der vergangenen Jahre ein. Danach kommt ein Überblick über alle religiösen Sendungen (ob kirchlich oder vom Sender verantwortet) der öffentlich-rechtlichen und privaten kommerziellen (also nicht kirchlich getragenen) Kanäle im deutschsprachigen Raum.⁷ Nun rücken die privaten christlichen deutschsprachigen Sender ins Blickfeld: Ich differenziere das Programm in Formate und untersuche quantitativ, wie viele Talksendungen, Dokumentationen, Gottesdienstübertragungen oder Gebetssendungen es im betreffenden Zeitraum⁸ gab, frage nach dominierenden Sendungstypen (z.B. informativ oder spirituell) und Unterschieden zwischen den katholischen Sendern, dem ökumenischen Bibel TV und dem freikirchlichen ERF 1.

Hierauf geht es ins Detail: Ausgewählte Sendungen⁹ von Bibel TV und des SWR werden qualitativ analysiert und miteinander verglichen. Themenbereiche sind aufzuzeigen, ihre Erzählweise und die dahinter stehenden Intentionen der beiden unterschiedlichen Kanäle darzustellen sowie die Beziehung zu anderen Religionen und der Stellenwert der Ökumene zu beschreiben.

Die Medien mit dem Schwerpunkt „Ökumene in den Medien“ sind Gegenstand des nächsten umfangreicheren Abschnitts. Ich erläutere die wichtigsten Aussagen der katholischen, evangelischen und orthodoxen Kirche wie auch der offiziellen ökumenischen Organisationen zu den Medien. Anschließend vergleiche

7 Diese Übersicht wurde im ersten Halbjahr 2008 erstellt.

8 Vom 8. bis 14. März 2008 und vom 7. bis 13. November 2009.

9 Diese wurden aus allen Sendungen des zweiten Halbjahres 2008 und des gesamten Jahres 2009 ermittelt.

che ich deren Einstellung den Medien gegenüber sowie deren mögliche Nutzungsvorschläge und Empfehlungen zur ökumenischen Kooperation.

Die in der Untersuchung der Sendungen und der Texte vorgefundenen Ergebnisse stelle ich schließlich in Relation zur Geschichte der Ökumene und wichtigen ökumenischen Zielvorstellungen und Methoden. Dabei richtet sich die Aufmerksamkeit zusätzlich auf die Beantwortung von zwei Fragen: a) Sind die in der TV-Praxis vorgefundenen Resultate einzigartige Phänomene oder lassen sie sich, teils direkt, teils stark abstrahiert, mit den ökumenischen Theorien vereinbaren? b) Wie lässt sich das Fernsehen mit Forderungen zu einer ökumenischen Verkündigung in Einklang bringen?

Bevor ich am Schluss alle wichtigen Ergebnisse zusammenfasse, erörtere ich, wie die Ökumene mit den Möglichkeiten des Fernsehens die Kirchen dabei unterstützen kann, mit der pluralen Gesellschaft in einen fruchtbaren Dialog zu treten. Dabei sollen neben den Vorteilen, die eine ökumenische Kooperation bietet, mögliche Nachteile und Probleme erfasst werden. Außerdem erfolgt eine Analyse kontroverser Meinungen der letzten Jahre zu einem deutschen Sender der katholischen Kirche unter dem Aspekt, ob auch ökumenische Lösungen diskutiert wurden.

Diese Arbeit möchte nicht das breit behandelte Feld der Verkündigungssendungen in den Blick nehmen.¹⁰ Ebenso wenig soll das Phänomen der Medienreligion geklärt werden.¹¹

Wenn im Folgenden von „ökumenischen Redaktionen“ oder „ökumenischen Kanälen“ die Rede ist, so sind damit nicht Einrichtungen gemeint, die sich vorrangig der Ökumene verschrieben haben. Vielmehr sollen dadurch die Überkonfessionalität und die Chancen solcher Projekte für die Ökumene an sich zum Ausdruck kommen.

10 Einige wichtige katholische Arbeiten zur Verkündigung über das Fernsehen werden in dieser Arbeit kurz vorgestellt. Für die evangelische Kirche vgl. etwa Magin, Charlotte, Schwier, Helmut: *Kanzel, Kreuz und Kamera. Impulse für Gottesdienst und Predigt* (= Beiträge zu Liturgie und Spiritualität, Bd. 12), Leipzig 2005; Dies. (Hgg.): *Kanzel, Kreuz und Kamera konkret. Ein Gottesdienstprogramm aus Heidelberg*, (= Beiträge zu Liturgie und Spiritualität, Bd. 20), Leipzig 2008.

11 Die These von der Medienreligion fragt, inwieweit die Medien und ihre Nutzung bereits religiöse Züge angenommen haben (vgl. etwa Schilson, Arno: *Medienreligion. Zur religiösen Signatur der Gegenwart*, Tübingen 1997).