



Kirche in der Kommunikationsgesellschaft

Text Daniel Kosch, Fotos Christoph Wider

«Die Kirche muss mehr und besser kommunizieren.» – Wahrscheinlich würde dieser Satz von allen unterschrieben, denen das aktuelle Bild der römisch-katholischen Kirche in der Öffentlichkeit Sorgen macht. Denn derzeit präsentiert sich die Kirche in den Medien hauptsächlich als eine von Konflikten zerrissene, von Skandalen erschütterte und permanent mit sich selbst befasste Institution, deren Glaubwürdigkeit arg Schaden genommen hat. Und dies, obwohl für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit mehr personelle und finanzielle Mittel bereit gestellt werden als je zuvor, und obwohl in Pfarreien, kirchlichen Verbänden und Bildungshäusern, in der Spitalseelsorge, Hilfswerken und spirituellen Zentren nach wie vor viel lebt, was die Gemeinschaft stärkt, die Hoffnung nährt und Menschen hilft, innere Not und äussere Krisen zu bestehen.

Fragt man jedoch, was konkret gemeint ist mit dem Satz, die Kirche müsse mehr und besser kommunizieren, gehen die Meinungen weit auseinander. Die einen meinen, es brauche mehr Kommunikationsfachleute. Andere plädieren für eine bessere Medien-Ausbildung der Kirchenleitung. Wieder andere wünschen sich katholische Fernsehsender oder Radiostationen, um von den kirchenkritischen säkularen Medien weniger abhängig zu sein. Manche versuchen, mit Plakatkampagnen für die Sache Jesu zu werben, andere sind der Auffassung, die Kirche müsse vermehrt mit einer Stimme sprechen. Und nochmals andere sind überzeugt, es brauche eine bessere Gesprächskultur, die mit der Vielfalt der Meinungen, Kirchenbilder und Frömmigkeitsstile konstruktiv umgeht. Experimentiert wird mit «social media» wie Facebook und twitter, um kirchenferne jüngere Menschen anzusprechen. Nach wie vor haben auch klassische Medien wie das an alle Haushalte verteilte Pfarrblatt *forum* ihre Verfechter.

Zweifellos wäre es interessant, die katholische Kirche im Kanton Zürich und in der Schweiz daraufhin zu untersuchen, was alles im Bereich der Kommunikation geschieht: Von Jugendgruppen, die über Facebook im Austausch sind, über Pfarreiversammlungen, die dem internen Dialog dienen.

Von den oft sorgfältig gestalteten Webseiten der Pfarreien bis hin zum Newsletter der Körperschaft. Vom Programm der

Paulusakademie bis zum Flugblatt für den örtlichen ökumenischen Müttertreff. Von der Kampagne für den Caritas-Sonntag bis zum kirchlich mitfinanzierten Angebot der Dargebotenen Hand. Die Liste liesse sich fortsetzen. Zudem wäre sie zu ergänzen durch all das, was nicht von der Kirche, sondern über die Kirche kommuniziert wird: In Tageszeitungen mit schweizerischer Reichweite und in Regionalzeitungen, im Schweizer Fernsehen und in den Lokalradios. Ein solches Inventar wäre bunt und vielfältig. Und es würde belegen, dass keineswegs nur innerkirchlicher Knatsch und negative Schlagzeilen, sondern auch «good news», Impulse für das religiöse Leben und Denkanstösse für die Gestaltung unserer Gesellschaft ihren Weg zu den Leuten finden – auch über jene Kreise hinaus, die das pfarreiliche und kirchliche Leben im Kanton prägen.

Wichtig ist aber nicht nur zu erheben und darzustellen, «was ist», sondern auch verstehen, «was abgeht» in einer Kirche, die nicht mehr nur «im Dorf bleiben» kann, sondern immer mehr in einer globalisierten Mediengesellschaft lebt.

1 Entwicklungen in Gesellschaft und Medien

Medien und Kommunikationsmittel sind heute allgegenwärtig. Ob zu Hause oder an der Tramhaltestelle, ob per E-Mail oder per SMS, ob in der Gratiszeitung oder am Computer:

Permanent erhalten wir Informationen und Botschaften, die nicht auf eigener Erfahrung beruhen und nicht im Gespräch «von Angesicht zu Angesicht» zu uns gelangen, sondern durch ein «Medium», also ein «Mittel», das zwischen dem Absender und den Empfängerinnen und Empfängern steht, diese miteinander verbindet und zugleich voneinander trennt. Die Informationskanäle und -plattformen werden immer zahlreicher, schneller, unübersichtlicher und alltagsbestimmender. Wer keinen Internet-Zugang hat, ist von vielem abgeschnitten.

Diese Entwicklung mag man beklagen und kritisch beurteilen, weil sie die Gefahr in sich birgt, dass die allgegenwärtigen Medien allzuviel Macht über unsere Gesellschaft und unser individuelles Leben erhalten und damit gewissermassen jene Rolle beanspruchen, die gemäss biblischer Grundüberzeugung Gott zukommt. So hält der Theologe Rainer Bucher fest:

«Christen glauben an die Allgegenwart Gottes. Allgegenwart aber muss man nun wirklich den Medien zusprechen. Was früher der Kirchturm war – höchster und alles überschauender und alles strukturierender Punkt der realen und geistigen Landschaft –, das sind jetzt der Sendeturm und der Handymast: Signalgeber der Erreichbarkeit und damit von Kontrolle und Bedeutung zugleich. Unsere Gesellschaft hängt nicht mehr an den Gnadenströmen der Religion, sondern an den Datenströmen der Medien.»

(aus: Die Provokation der Krise, Würzburg 2005, 94)

Selbst wenn man diese fast religiöse Funktion der Medien kritisch beurteilt und bestrebt ist, sich den Zwängen der ständigen Erreichbarkeit zu entziehen und dem Diktat der veröffentlichten Meinung nicht zu erliegen, kommt die Kirche nicht umhin, sich der Tatsache zu stellen, dass die Medien allgegenwärtig und unkontrollierbar sind und dass das, was sie von der Kirche vermitteln, das Bild der Kirche in der Öffentlichkeit wie in den Köpfen und Herzen der Menschen nachhaltig beeinflusst.

1.1 Kirchliche Kommunikation in Zeiten einer globalisierten Mediengesellschaft

Es ist noch nicht lange her, dass die Erfahrung von Kirche hauptsächlich vom Leben und Wirken der Kirche und ihrer Seelsorgenden vor Ort geprägt war. Heute ist das Kirchenbild vieler Menschen, die der Kirche zwar noch angehören, jedoch nur ganz selten am Pfarreleben teilnehmen, nicht mehr vom Pfarrer und den Gottesdiensten, von lebendiger Jugendarbeit oder vom Suppenonntag in der Fastenzeit geprägt, sondern von dem, was sie via Medien mitbekommen. So

paradox es klingt: Für viele ist der Vatikan heute «näher» als das eigene Pfarreizentrum. Während der Papst durch die Tagesschau direkt in der eigenen Stube präsent ist, wartet die Gemeindeleiterin im Pfarreizentrum darauf, dass die Leute zum gemeinsamen Bibelabend kommen. Und mag das Pfarreleben vielerorts von einem guten Gesprächsklima und konstruktiver Zusammenarbeit zwischen Seelsorgeteam, Pfarreirat und Kirchenpflege geprägt sein, so bestimmen trotzdem die in Abständen wiederkehrenden Berichte der Tages- und Sonntagszeitungen über Spannungen und Konflikte zwischen der Bistumsleitung und den staatskirchenrechtlichen Organisationen das Bild der Kirche in der Öffentlichkeit. Und diese Berichte hinterlassen oft den Eindruck einer um Macht, Geld und Positionen rivalisierenden Kirche. Darüber hinaus verstärkt die Mediengesellschaft die Wahrnehmung der Kirche als «global player». Dass der Papst, die Kardinäle und die Bischöfe das Bild der Kirche stärker prägen denn je zuvor, ist nicht zuletzt die Folge einer Medienwelt, die sich mehr für die Spitzenvertreter einer Institution interessiert als für deren Basis, und in der die katholische Hierarchie allein schon aufgrund ihres Sinns für Symbolik und für liturgische Gewänder die Aufmerksamkeit auf sich zieht. Zweifellos sind das Papst- und das Bischofsamt, die weltkirchliche Struktur der Kirche und ihre prachtvoll inszenierten Feiern eine Chance, um die christliche Botschaft wirkmächtig und bildstark ins Zentrum der Aufmerksamkeit zu rücken. Aber sie bergen zugleich die Gefahr, dass die Kirche einseitig als zentralistische, auf äussere Machtentfaltung ihrer männlichen und oft älteren Repräsentanten bedachte Institution wahrgenommen wird. Alles, was vor Ort, oft unscheinbar und in Stille geschieht und woran Frauen oft mehr Anteil haben als Männer, hat es deshalb schwer, überhaupt zur Geltung zu kommen. Die oft beklagte Fixierung auf das kirchliche Amt und der oft kritisierte Zentralismus werden



durch die Medien zusätzlich verstärkt. Demzufolge liegt es auch an den obersten Repräsentanten, dieses Bild medienwirksam korrigieren, indem sie Frauen und junge Leute aktiv einbeziehen oder indem sie sich nicht nur monologisch verkündigend, sondern auch dialogisch um die Wahrheit ringend in den Medien präsentieren. Wie stark das wirken kann, zeigte vor Jahren z.B. das Friedensgebet in Assisi, wo Papst Johannes Paul II. gemeinsam mit den Vertretern anderer Religionen um eine versöhnte und gerechtere Welt betete.

1.2 Kirchliche Kommunikation im Wettbewerb um Marktanteile

Ein wichtiges Merkmal unserer Kommunikationsgesellschaft ist der immer härtere Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Marktanteile. Was im Fernsehen langweilig wirkt, wird schon nach Sekunden weggezappt. Unsere Mailboxen sind so voll mit Newsletters, dass wir vieles höchstens überfliegen. Alle möglichen Interessengruppen möchten zur besten Sendezeit am Bildschirm ihre Botschaft verbreiten können und hoffen, dass über ihre Events in der Zeitung berichtet wird. Gefragt sind nicht mehr ausgewogene Stellungnahmen, sondern «knackige statements». In Talkshows am Fernsehen sind auch bei religiösen oder ethischen Fragen nicht Nachdenklichkeit und echter Dialog, sondern Profilierung und Positionierung gefragt.

Vieles, was wesentlich zu einem Leben im Geist des Evangeliums gehört, hat es in diesem Umfeld schwer: Die Stille und die Aufmerksamkeit für die leisen Töne, das achtsame und geduldige aufeinander Hören, gegenseitige Rücksichtnahme. Das bringt die Kirchen ins Dilemma: Wollen sie auf dem Markt der Möglichkeiten wahrgenommen werden, müssen sie dessen Gesetzmässigkeiten ein Stück weit respektieren – wollen sie ihre Eigenart bewahren, dürfen sie jedoch diesen

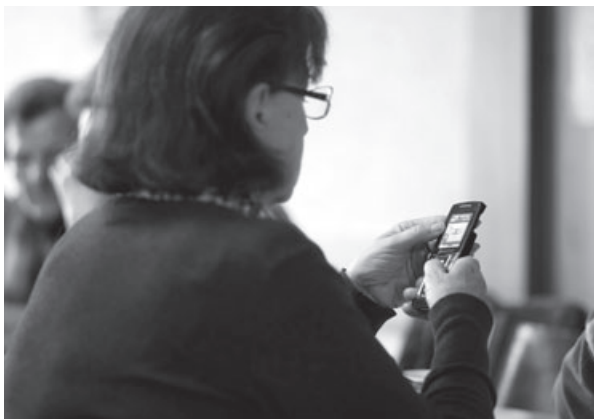
Gesetzen nicht erliegen, sondern müssen gerade für das Unscheinbare, das Leise und Schwache einstehen. Denn der Gott, den die Kirche zu bezeugen hat, erscheint nicht im Sturm, sondern im leise verschwebenden Schweigen. Er zeigt sich nicht nur im Grossen, sondern auch im kleinen Senf- oder Samenkorn. Er hat nicht nur starke Söhne, sondern liebt die Schwachen ganz besonders.

Glaubwürdige kirchliche Präsenz in der medialen Öffentlichkeit braucht also beides: Den Kontrast zu unserer lauten, schnellen, oft oberflächlichen Medienwelt – und gleichzeitig die Bereitschaft, sich ihren Gesetzmässigkeiten zu stellen, die zum Beispiel verlangen, dass komplizierte ethische oder religiöse Fragen in 30 Sekunden auf den Punkt gebracht werden, will man damit in der Tagesschau präsent sein.

1.3 Kirchliche Kommunikation in Zeiten der Skandalisierung

Ein weiteres Merkmal unserer Mediengesellschaft, die von starker Konkurrenz zwischen den verschiedenen Zeitungen, Fernsehprogrammen etc. geprägt ist, ist die Neigung zur Skandalisierung. Konflikte wecken mehr Interesse als friedliches Miteinander. Krisenberichterstattung erhöht die Einschaltquoten. Extrempositionen sind spannender als Ausgewogenheit und Sorgfalt.

Wenn in 99 Pfarreien und Kirchengemeinden Seelsorgende und Kirchenpflege gut zusammenarbeiten, aber in einer Gemeinde ein Streit ausbricht, ist klar, worüber das Lokalfernsehen berichtet. Wenn in einem langen päpstlichen Interview ein Satz verkommt, der die herkömmliche Lehre der Kirche über das Verbot von Kondomen zu revidieren scheint, nehmen die Medien nur diesen auf und lassen vieles beiseite, was für den Glauben in der Welt von heute wesentlich wichtiger wäre. Und wenn zwischen zwei ranghohen Kirchenvertretern Spannungen oder Meinungsverschiedenheiten sichtbar werden,



kann es gut sein, dass die Medien aus der Spannung einen Konflikt und aus dem Konflikt einen Skandal machen. Von dieser Gesetzmässigkeit ist nicht nur die Kirche betroffen, und sie kann nicht damit rechnen, dass für sie andere Spielregeln gelten. Es gilt daher, ihnen Rechnung zu tragen. Sobald interne Meinungsverschiedenheiten nach Aussen getragen werden, besteht das Risiko, dass sie durch das Medienecho verschärft werden und eine Eigendynamik entwickeln.

1.4 Kirchliche Kommunikation in Zeiten der Transparenz

Mit Stichworten wie Wettbewerb um Marktanteile und Quoten, Beschleunigung und Skandalisierung wurden schwierige, negative Seiten der heutigen Medienwelt angesprochen. Und so berechtigt es ist, auf deren Schattenseiten hinzuweisen, so falsch wäre es, Medienschetle zu betreiben, ohne die Möglichkeiten zu erwähnen, welche die heutigen Kommunikationsmittel bieten. Es ist gerade für eine weltweit tätige Kirche eine Chance, schnell, unkompliziert und kostengünstig per Mail oder Internettelefonie mit Menschen und Gemeinschaften auf anderen Kontinenten im Austausch zu stehen, Bilder und Informationen voneinander zu haben usw. Und obwohl sie weh tut, ist die Transparenz heilsam, welche dank der Hartnäckigkeit der Medienschaffenden in der Kirche mehr und mehr Einzug hält. Die Tatsache, dass Missbrauch und Übergriffe von Kirchenvertretern dank der Medien aus dem Schatten ans Licht gezerrt wurden, ermöglicht es den Opfern wie den Tätern und der Institution, diese schrecklichen Erfahrungen aufzuarbeiten und zwingt die Kirche, hinzuschauen und Vorkehrungen zu treffen, um solches in Zukunft zu verhindern. So tragen die Medien zur Lauterkeit der Kirche bei und fordern sie heraus, sich den Abgründen und dem Dunklen zu stellen, das in ihrer eigenen Mitte aufbricht.



Eine Kirche, die «Licht der Welt» sein und die gute Nachricht bis in die hintersten Winkel und die finstersten Ecken der Welt verbreiten will, kann sich an Transparenz und an der Tatsache, dass Informationen heute in Windeseile rund um den Globus verteilt werden können, grundsätzlich nur freuen.

1.5 Kirchliche Kommunikation in einer vielfältigen Gesellschaft

Ein weiteres Merkmal, das unsere Gesellschaft prägt und das einen grossen Einfluss auf die kirchliche Kommunikation haben muss, ist der Pluralismus. Verschiedene Milieus, Lebensbereiche und Generationen haben ihre je unterschiedlichen Kommunikationsformen und Sprachen. Wer gleichzeitig für alle sprechen oder alle erreichen möchte, läuft Gefahr, niemand zu erreichen. Zwar bleibt es wichtig, Symbole und Gebete, Lieder und Geschichten, Feiern und Zusammenkünfte zu haben, in denen der gemeinsame Glaube lebt und erfahrbar wird. Aber wenn diese nicht bloss für Eingeweihte und «insider» bedeutsam und verständlich sein sollen, braucht es gleichzeitig vielfältige «Dialekte», in die das eine Geheimnis des Glaubens übersetzt wird. Dass solche Übersetzungsversuche, gerade wenn sie neue Formen ausprobieren und ungewohnte Wege beschreiten, auch Missverständnisse hervorrufen, verunsichern und sogar verunglücken können, ist unvermeidlich. Aber eine Kirche, die sich der Vielfalt der Zielgruppen nicht stellt und das Wagnis nicht mehr eingeht, ihre Wahrheit in vielen Dialekten für die verschiedensten Lebensstilmilieus zur Diskussion zu stellen, hat letztlich den Glauben daran aufgegeben, dass Gott wirklich «immer und überall» und «für alle» da ist.



2 Entwicklungen in der Kirche

Es sind nicht nur die Veränderungen im gesellschaftlichen Umfeld und in der medialen Umwelt der Kirche, welche die kirchliche Kommunikation vor neue Herausforderungen stellt. Auch die Kirche selbst und ihre Mitglieder haben sich verändert.

2.1 Kirchliche Kommunikation in Zeiten des Bindungs- verlustes

Eine der sicht- und spürbarsten Veränderungen ist der deutliche Rückgang der Kirchenbindung. Der regelmässige Gottesdienstbesuch hat innerhalb von zwei Generationen stark abgenommen und ist mancherorts geradezu eingebrochen. Die Sprache der Bibel und der Kirche ist fremd geworden. Wer der «verlorene Sohn» ist oder was an Himmelfahrt oder Pfingsten gefeiert wird, wissen viele kaum mehr. Man bezahlt zwar die Kirchensteuer noch, weil «die schon etwas gutes damit machen», hat aber keine Ahnung, wer der Kirchenpflege angehört und mit welchen Fragen sie sich befasst. Die Austrittsneigung hat zugenommen, und bei Menschen mit einer lockeren Kirchenbindung braucht es oft nur noch einen äusseren Anlass in Form eines Ärgers über einen kirchlichen Vorfall, um den Austrittsentscheid auszulösen. Da kümmert es wenig, dass die Folgen dieses Austritts nicht jene Kirchenoberen treffen, die man eigentlich meint, sondern eine Pfarrei und Kirchgemeinde, von der man gar nicht weiss, dass dort gute Arbeit geleistet wird, dass ihre Gottesdienste lebensnah und ihre Besuchsdienste für alte und kranke Menschen sehr gefragt sind.

Wie soll sich die Kirche angesichts dieser Situation verhalten? Soll sie sich resigniert abfinden und das «Verdunsten des Glaubens» beklagen? Soll sie sich auf die «kleine Herde», den «heiligen Rest» oder die «Kerngemeinde» zurückziehen und die anderen aufgeben? Soll sie von der Schweiz als «Missionsland» sprechen und mit «Neuevangelisierung» Menschen in die Gottesdienste zurückzuholen versuchen, indem sie Bibelworte oder Kirchenwerbung auf Plakaten unters Volk bringt? Soll sie niederschwellige Angebote machen, die einladen und offenstehen, ohne Druck oder Bekenntniszwang? Soll sie die alte Tradition der Hausbesuche neu aufleben lassen und direkte Gespräche mit jenen suchen, die dazu bereit sind?

Zweifellos sind unterschiedliche Antworten möglich und wohl auch nötig. Entscheidend für eine gelingende Kommunikation ist jedoch die Grundhaltung, mit der die Kirche auf Kirchenferne, Konfessionslose und Ausgetretene zugeht. Es kann nicht darum gehen, diesen Menschen «Gott zu brin-

gen», denn nach christlicher Glaubensüberzeugung ist Gott immer schon da. Es gilt, gemeinsam mit ihnen Gottes geheimnisvolle Gegenwart dort zu entdecken, wo sie sind: In ihrem Alltag, in ihren Beziehungen, in ihrem eigenen Suchen, Fragen, Hoffen und Ringen mit Grundfragen des Lebens. Auf dieser Grundlage wird es vielleicht auch möglich, biblische Texte, kirchliches Glaubensgut oder spirituelle Traditionen ins Gespräch zu bringen – um Sprache zu finden, für das was stumm macht, um mehr Klarheit zu gewinnen in der Unübersichtlichkeit des Lebens, um ethische Orientierung zu haben für eigene Entscheidungen, und um die stets angefochtene Hoffnung und das immer wieder erschütterte Vertrauen zu nähren, dass das Leben und die Liebe stärker sind als der Tod.

Dass solche Bemühungen, den Glauben ins Spiel zu bringen und in eine Glaubenskommunikation einzutreten, nur glaubwürdig sind, wenn sie von praktischer Solidarität in äusserer oder innerer Not begleitet sind, ist auf der Basis der unauflösbaren Einheit von Gottes- und Nächstenliebe eine Selbstverständlichkeit. Diakonie – also Dienst an den Menschen und an der Gesellschaft – ist nicht nur das Rückgrat der Kirche, sondern auch das Fundament, auf das glaubwürdige kirchliche Kommunikation angewiesen ist.

Im Zusammenhang mit dem Thema kirchlicher Kommunikation vielleicht weniger selbstverständlich ist der Hinweis, dass einer der grössten Fehler und wichtigsten Gründe für das Misslingen von Kommunikation darin besteht, zu meinen, man müsse die Menschen «für die Kirche» gewinnen – der Glaube an Gott werde sich dann in der Kirche gewissermassen automatisch einstellen. «Gott kommt vor dem Missionar» (Leonardo Boff), und er kommt auch vor der Kirche. Vielleicht ist die oft geradezu «gottlose» Kirchenfixierung kirchlicher Kommunikation, die deren beste Absichten schon im Keim erstickt. Sie lässt viele Menschen dort spiri-



tuelle Nahrung suchen, wo ihre Sehnsucht nach Sinn nicht verzweckt wird, um sie in eine Institution einzubinden. Entsprechend sind die Regale in den Buchhandlungen voll von spiritueller Literatur, die Kirchenbänke aber vielerorts immer leerer.

2.2 Kirchliche Kommunikation angesichts eigenen Versagens

Grosse öffentliche Aufmerksamkeit findet die Kirche bekanntlich nicht primär, wenn sie Feste zu feiern und gute Nachrichten zu verkündigen hat, sondern wenn Konflikte, Machtmissbrauch oder sexuelle Übergriffe für Schlagzeilen sorgen. Diese folgen dem Gesetz: Je höher der moralische Anspruch, desto tiefer der Fall. Unter ziemlichen Schmerzen haben viele Kirchenvertreter gerade angesichts des Missbrauchsskandals gelernt, dass es nicht angeht, die Täter und die eigene Institution zu schützen, statt sich auf die Seite der Opfer zu stellen und das schwere eigene Versagen einzugestehen. Noch nicht gelernt scheint hingegen mancherorts die Lektion, dass dieses Versagen auch mit Verhaltensmustern und «Strukturen der Sünde» zu tun hat, die Machtmissbrauch, aber auch das Vertuschen oder fromme Verbrämen menschlicher Schwäche und Unreife nicht nur zulassen, sondern geradezu fördern.

Zwar trifft es zu, dass die Krisenkommunikation versagt hat. Sogar Bischöfe und der Papst haben das mit ungewohnt scharfer Selbstkritik festgehalten. Aber das Problem reicht tiefer: Das kirchliche Verhältnis zu den Themen Macht, Sexualität und Scheitern ist zwiespältig und zwingt geradezu zur Doppelmoral. Machtvolle Positionen werden zwar als «Dienstämter» ausgegeben, die man zwar «nie gesucht» hat, aber deren Macht man trotzdem nicht mit anderen zu teilen bereit ist. Sexualität wird abgewertet, kanalisiert und unterdrückt und sucht sich deshalb ihre Wege im Verborgenen.



nen. Und Menschen, die sich dazu bekennen, dass sie an ihren Idealen des zölibatären Lebens oder der unauflöselichen Ehe gescheitert sind, werden ausgeschlossen, während jene, die sich mit ihrer Lebenslüge arrangieren, so lange geduldet werden, als «offiziell» nichts bekannt ist. All das lässt sich durch keine noch so gute Öffentlichkeitsarbeit ausgleichen, denn Glaubwürdigkeit und Ausstrahlung hängen gerade im religiösen und ethischen Bereich in hohem Ausmass davon ab, dass Wort und Tat, Aussen und Innen miteinander im Einklang sind. Auch für die Kirche gilt, was Jesus von der Reinheit des Menschen sagt: Nicht was von Aussen kommt, verunreinigt, sondern was im eigenen Inneren nicht stimmt.

2.3 Kirchliche Kommunikation in einer polarisierten Kirche

Die Wirksamkeit jeglicher Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit hängt davon ab, dass der Absender glaubwürdig, die Botschaften verständlich und stimmig sind, so dass die Adressatinnen und Adressaten ein klares Bild erhalten, worum es einer Organisation geht. In der Fachsprache nennt man dies «Corporate Identity». Das öffentliche Erscheinungsbild ist von einer geklärten Identität abhängig: Wer sind wir? Was tun wir? Wohin wollen wir?

Nun ist es eine Binsenwahrheit, dass gerade diese Grundsatzfragen innerhalb der römisch-katholischen Kirche umstritten sind und heftig diskutiert werden. Die einen plädieren für Reformen – andere für die Beibehaltung des Bestehenden. Die einen wünschen sich eine Kirche, die sich stark gesellschaftspolitisch engagiert, die anderen legen den Akzent auf Liturgie und Gebet. Die einen vertreten die Auffassung, eine Kirche auf den Spuren Jesu müsste geschwisterlicher und demokratischer sein, die anderen betonen, dass die Kirche ohne starke hierarchische Strukturen zerfallen und auseinanderbrechen würde. Diese Vielfalt von Meinungen und die entsprechenden Kontroversen prägen das Leben und auch das öffentliche Bild der Kirche seit Jahrzehnten – und weder ein bischöfliches Machtwort noch die Forderung der Kommunikationsfachleute nach einer geklärten Positionierung werden diese Debatte beenden oder dafür sorgen können, dass sie nur noch intern geführt und nicht mehr öffentlich ausgetragen wird.

Auch die Fragen nach den Ursachen dieser Polarisierung und danach, wie mit ihr umzugehen sei, sind heftig umstritten. Fordern die einen mehr innerkirchliche Vielfalt und mehr Mitspracherechte, so fürchten andere die «Diktatur des Relativismus» und beklagen mangelnde Loyalität gegenüber dem für die Einheit verantwortlichen Amt der Bischöfe und des Papstes.

Die Vielfalt biblischer Gottesbilder und urchristlicher Gemeindemodelle sowie die Kirchengeschichte zeigt, dass Vielfalt und Ringen um die Gotteswahrheit zu einer zugleich zeitgemässen und dem Geist des Evangeliums verpflichteten Gestalt von Kirche gehören. Zur «Corporate Identity» der Kirche gehört, dass sie Einheit nicht mit Uniformität verwechselt, sondern als lebendiges und deshalb immer spannungsvolles und bewegliches Miteinander versteht. Der «Körper der Kirche», der diese «Corporate Identity» ausmacht, ist gemäss dem biblischen Zeugnis der eine Leib Christi, der aus vielen Gliedern mit je eigenen Aufgaben besteht. Zudem zeigt die Art und Weise, wie die Bibel von diesem Leib Christi spricht, dass Rechthaberei, Profilierungssucht, Engstirnigkeit, Gerangel um einen Platz an der Sonne und gehässige Lieblosigkeit die Einheit zerstören und das Glaubenszeugnis verdunkeln. Gemäss dem Jesuswort vom Splitter und vom Balken im eigenen Auge gilt es, diese Wahrheit nicht primär den anderen in Erinnerung zu rufen, sondern das eigene Verhalten immer wieder selbstkritisch daran zu messen.

2.4 Kirchliche Kommunikation in einer multikulturellen Kirche

Zur gesellschaftlichen wie zur kirchlichen Vielfalt gehört gerade für die Katholiken im Kanton Zürich und in der Schweiz, dass der Anteil jener, die keinen Schweizerpass haben oder die in erster, zweiter oder dritter Generation ausländische Wurzeln haben, rund dreissig Prozent beträgt. Schon die Tatsache, dass dieser Sachverhalt in Diskussionen rund um die Kommunikation in der Kirche oft kaum zur Geltung kommt, weist auf ein Defizit hin. Pfarreien und Missionen leben nach wie vor eher neben- als miteinander. Und die Bilder, die man voneinander hat, beruhen oft mehr auf Klischeevorstellungen als auf eigener Erfahrung.



Dabei könnten und müssten die christlichen Gemeinden aufgrund ihres Glaubens, dass all ihre Glieder, ja alle Menschen unterschiedslos Söhne und Töchter Gottes sind, Orte eines Miteinanders sein, die sprachliche und kulturelle Grenzen überschreitet. Für die Zukunftsfähigkeit der katholischen Kirche in der Schweiz ist es entscheidend, ob es ihr vermehrt gelingt, sich gerade in diesem Punkt von jenen gesellschaftlichen Kräften abzuheben, die ängstlich und zum Teil aggressiv abwehrend mit den Folgen der weltweiten Migration umgehen.

3 Herausgefordert durch das Evangelium

Nach diesen Einblicken in die gesellschaftlichen und kirchlichen Rahmenbedingungen, mit denen kirchliche Kommunikation sich auseinander zu setzen hat, seien abschliessend einige Stossrichtungen für eine zeitgemässe und zugleich ihrem Auftrag verpflichtete Kommunikation genannt.

3.1 Kirchliche Kommunikation in einer unübersichtlichen Welt

Unübersichtlichkeit, ja Undurchschaubarkeit ist eines der prägendsten Merkmale der heutigen Welt. Die Kirche hat weder die Möglichkeit noch den Auftrag, dies zu ändern. Es kann also nicht darum gehen, zu behaupten, im Lichte des Glaubens sei alles «einfach und klar». Vielmehr geht es darum, gerade suchende, zweifelnde, hoffende, überforderte und verunsicherte Menschen mit all ihren Fragen, Gefühlen und Gedanken ernst zu nehmen. Der Glaube und das Vertrauen, dass hinter allen Dingen, so kompliziert und bedrohlich sie sein mögen, Gott als absolutes Geheimnis der Welt steht, kann dabei ebenso entlastend wirken wie das Wissen, mit all dem nicht allein zu sein. Angemessener als der nicht einlösbare Anspruch, verbindliche Antworten auf alle Fragen zu haben, ist das Bibelwort



«Jetzt schauen wir in einen Spiegel und sehen nur rätselhafte Umrisse, dann aber schauen wir von Angesicht zu Angesicht. Jetzt erkenne ich unvollkommen, dann aber werde ich durch und durch erkennen, so wie ich auch durch und durch erkannt worden bin.» (1Kor 15,12)

3.2 Kirchliche Kommunikation in Zeiten religiöser Sprachlosigkeit

Seit einigen Jahren wird unter Fachleuten diskutiert, ob wir in Zeiten einer neuen Religiosität leben, oder ob Religion und Glaube weiterhin an Bedeutung für das Leben der Menschen in unserer Gesellschaft verlieren. Möglicherweise trifft je nach Blickwinkel beides zu: Religion ist zumindest als Konfliktherd in der Öffentlichkeit wieder präsenter, und viele Menschen haben eine oft diffuse und schwer fassbare Sehnsucht, nicht völlig in der Banalität und Geschäftigkeit des Alltags aufzugehen, sondern in ihrem Leben und in der Welt eine Tiefendimension zu entdecken, die wenigstens bruchstückhaft Sinn gibt. Es gibt das Verlangen nach Heilwerden, und es gibt den Wunsch, Erfahrungen des Heiligen zu machen.

In der kirchlichen Kommunikation besteht die Gefahr, diese Sehnsucht nach einer neuen Art von Religiosität zu verzwecken, etwa nach dem Schema: Die Menschen haben Fragen – wir haben die Antwort. Die Sehnsucht ist das Schloss – der katholische Glaube der passende Schlüssel. In der Welt fühlen sich die Menschen verloren – in der Gemeinschaft der Kirche finden sie Heimat und Geborgenheit.

In Tat und Wahrheit aber reicht die religiöse Sprach- und Heimatlosigkeit weit in die Kirche hinein. Es sind oft gerade

kirchlich stark engagierte Frauen und Männer, die sich auf die Suche machen nach einer Sprache und nach Ausdrucksformen des Glaubens, die wirklich tragen und nähren, und nicht wie Stroh wirken, das weiterhin gedroschen wird, obwohl alle wissen, dass längst das letzte Samenkorn herausgeholt wurde. Wichtige Quellen der Erneuerung könnten biblische Texte sein, deren Reichtum und deren existenzielle Nähe zu heutigen Erfahrungen im pfarreilichen Alltag und in den oft floskelhaften Aussagen kirchlicher Stellungnahmen kaum je ausgeschöpft werden. Andere Nährböden für die oft ausgemergelte und blutleer gewordene Kirchensprache sind Texte und Lebenserfahrungen christlicher Mystikerinnen und Gottsucher sowie der Dialog mit anderen Religionen, der helfen kann, im Fremden das Eigene neu zu entdecken.

3.3 Kirchliche Kommunikation in Zeiten der Gewalt

Während sich die Katholische Kirche im Kanton Zürich, im Bistum Chur und schweizweit mit umstrittenen Personalentscheiden und Richtungskämpfen sowie mit dem Verhältnis zwischen kirchlichen und staatskirchenrechtlichen Strukturen herumschlägt, ist die Welt voller Armut, Ungerechtigkeit, materieller und seelischer Not, voller Angst und Gewalt. Zwar ist es keineswegs so, dass Christinnen und Christen, dass die Kirche, ihre Hilfswerke, ihre diakonischen Einrichtungen und ihre Seelsorge an diesen Orten des Leidens nicht präsent wären. Und es ist auch nicht so, dass diese Themen nicht angesprochen würden – in den Aufrufen und in der Bildungsarbeit von Fastenopfer und Caritas, im grossen Interview des Papstes, das Ende 2010 in Buchform veröffentlicht wurde, in kirchlichen Stellungnahmen zur Verschärfung des Ausländerrechts im Zusammenhang mit der Ausschaffungsinitiative oder in Gottesdiensten, die in psychiatrischen Kliniken mit Menschen gefeiert werden, deren seelische



Gesundheit unter dem Einfluss von Gewalt oder zugefügten Verletzungen schweren Schaden genommen hat. Aber trotz all diesen wichtigen Initiativen richtet sich die Aufmerksamkeit der meisten beim Stichwort «kirchliche Kommunikation» nicht auf diese für den christlichen Glauben und das Leben im Geist des Evangeliums zentralen Orte, wo der Glaube radikal herausgefordert wird, und wo er sich letztlich zu bewähren hat. Im Zentrum stehen vielmehr das kirchliche und staatskirchenrechtliche Leitungspersonal, innerkirchliche Vorgänge und Konflikte, Fragen, Reformdiskussionen, Kirchenaustritte und Kirchenfinanzen und damit letztlich die Sorge um die Selbsterhaltung.

Es ist verständlich, dass die Kirche – wie jede Institution, wenn sie von Erosion und internen Zwistigkeiten bedroht ist – sich stark um sich selbst sorgt. Aber damit stellt sie ein Problem ins Zentrum, das für die Menschen, die sie ansprechen möchte, nicht zentral, sondern eher nebensächlich ist. Diese Konzentration der Kommunikation der Kirche auf sich selbst verstösst gegen ihren Grundauftrag, sich «Freude und Hoffnung, Trauer und Angst der Menschen von heute, besonders der Armen und Bedrängten aller Art» zu eigen zu machen (Zweites Vatikanisches Konzil, Kirche in der Welt von heute, Nr. 1). Zudem verstösst diese Selbstbezüglichkeit auch gegen eine Grundregel, die besagt, Kommunikation könne nur gelingen, wenn sie nicht vom Absender, sondern von den Empfängerinnen und Empfängern, ihren Fragen, Themen und Interessen her denkt.

3.4 Kirchliche Kommunikation auf den Spuren Jesu

Nur angedeutet sei abschliessend, dass die Kirche gerade im Hinblick auf die Sensibilität für die Lebenswirklichkeit der Menschen in Jesus von Nazaret einen spannenden Gesprächspartner und ein interessantes Vorbild hat.

Erinnert sei an seine Gleichnisse und Bildworte, die voll sind von Erfahrungen und Bezügen auf das Leben der kleinen Bauern, der Fischer, der Bettlerinnen und der Sehbehinderten, der Handwerker und der obdachlosen Kinder, an die er sich wandte. Noch immer geht von seinen Kurzgeschichten von Senfkörnern und verlorenen Münzen, von Schafen und Skorpionen, von hungrigen nächtlichen Besuchern und betrügerischen Verwaltern eine Faszination und eine Erschliessungskraft aus, die uns hilft, Lebensfragen in einem anderen Licht zu sehen und Gott gerade dort zu entdecken, wo wir seine Gegenwart zuletzt vermutet hätten, z.B. im Haus eines ausbeuterischen Zöllners oder beim Schaf, das die Herde verlassen hat und verloren umherirrt. Aber es genügt nicht, diese Texte zu wiederholen oder die alten Bilder durch neue, modernere zu ersetzen. Vielmehr geht es darum, das eigene Le-

ben, zentrale Fragen, aber auch scheinbar nebensächliche Erfahrungen darauf hin zu befragen, wo sich etwas von dem entdecken lässt, was Jesus «Reich Gottes» nannte.

Erinnert sei zudem daran, in welchem Ausmass Worte und Taten, Botschaft und eigenes Verhalten bei Jesus übereinstimmen, so dass er nicht nur Bote, sondern auch Verkörperung von Gottes leidenschaftlicher und grenzenloser Liebe zu den Menschen, besonders zu den Armen wurde. Jesus war bereit, für seine Vision von Gottes neuer Welt einen hohen Preis zu bezahlen. All jene, die sich heute um die Kommunikation der Kirche sorgen und überzeugt sind, dass sie «mehr und besser kommunizieren» muss, können daraus lernen,

«dass die jüdisch-christliche Glaubenstradition stets eine angefochtene war, und dass ihr weltlicher Erfolg nicht in Aussicht gestellt wurde. Die Beharrlichkeit des Glaubens auch unter den ‚Leiden dieser Welt‘ gehört ebenso zu den Merkmalen dieses Glaubens wie die Hoffnung auf göttlichen Beistand. Eine ‚schöpferische Ratlosigkeit‘ wäre keine ungünstige Voraussetzung für die Auseinandersetzung mit einer unsicheren, offenen Zukunft.»

(Franz-Xaver Kaufmann, Kirchenkrise. Wie überlebt das Christentum?, Freiburg 2011, 181)

Christoph Wider hat in der Pfarrei St. Gallus in Zürich Schwamendingen an einem Handykurs für Seniorinnen und Senioren fotografiert. Der Kurs fand in Zusammenhang mit dem Firmunterricht statt und wird seit Jahren als generationenverbindendes Projekt angeboten. Das Titelbild wurde in der Katholischen Schule Schule Kreuzbühl aufgenommen.

