

Abschalten oder einschalten?

Zur Ästhetik medialer Verkündigung viv

~~Mans Joachim Höms~~ Replik auf „Jenseits der Kirchenbank.
Die medial-religiöse Szene im Fernsehen“

Die Frage, welches Bild die Kirche in den Medien abgeben kann oder sollte, ist kniffliger als ihre Formulierung vermuten lässt. Denn hier geht es nicht mehr darum, Kirche und Medium als zwei Größen zu behandeln und sich darauf zu beschränken, wie die Wirkung der einen auf die Wirkung der anderen zu begreifen ist. Die Aufgabe wird komplizierter, wenn sich zeigt, dass z.B. das Fernsehen selbst religiöse Funktionen erfüllt und der Kirche auf dem Feld der Religion starke Konkurrenz erwächst. Wenn diese Konkurrenz zudem die technischen Möglichkeiten des Mediums optimal zu nutzen versteht und – wie D. Hober anschaulich beschreibt – selbst „Fernsehen macht“, so dass sogar eine eigene medial-religiöse Szene entsteht, dann sind in der Tat neue Anstrengungen nötig, die etablierten „Verkündigungssendungen“ der Kirche medienästhetisch zu behaupten und theologisch zu reflektieren. Ich stimme dieser von D. Hober erhobenen Forderung nachdrücklich zu. Allerdings kommt es m.E. nicht nur darauf an, das mediale Umfeld solcher Sendungen im Blick zu haben. Für ebenso dringlich halte ich es, nach der theologischen Qualität der jeweiligen ästhetischen Formatierung des Evangeliums zu fragen.

EVANGELIUM, SINN UND SINNLICHKEIT

Die theologische Reflexion kann sich nicht darauf beschränken, vom bisherigen Format kirchlicher Verkündigungssendungen her Nähe und Distanz zu den Inhalten zu bestimmen, welche für die „Medienreligion“ der Tele-Evangelisten à la W. Wegert (NBC) und R. Schuller (Vox) oder andere evangelikale bzw. fundamentalistische „electronic churches“ typisch sind. Hier lassen sich bisweilen groteske Trivialisierungen und Banalisierungen des Evangeliums ausmachen, die mit guten Gründen zu kritisieren sind. Vielmehr steht auch eine theologische Erörterung der gewählten medienästhetischen Formate an, wobei hier das Wort „ästhetisch“ in seiner ursprünglichen Bedeutung gemeint ist und auf die Sinnlichkeit der Wahrnehmung, d.h. ihre Vermittlung durch die Sinne abhebt. Ein Thema, dem sich Theoretiker und Praktiker kirchlicher Medienarbeit in diesem Kontext intensiv widmen müssten, ist das Verhältnis von Evangelium, Sinn und Sinnlichkeit. Wer dabei ausschließlich auf den Grundsatz baut „Der Glaube kommt vom Hören“ (Röm 10,17), unterschätzt, dass in religiösen Dingen die Berufung auf ein „Hören-Sagen“ nicht ausreicht. Vielmehr muss man gerade in diesen Angelegenheiten bei allen Sinnen sein. Dies ist zum einem vom Evangelium her gefordert, dem es weniger um Über-

sinnliches als um den Sinn des sinnhaft Zugänglichen geht. Zum anderen werden die ästhetisch-medialen Standards der Gegenwart nicht erfüllt.

DIE OPTIK MUSS STIMMEN

Die späte Moderne hat nicht das Hören, sondern das Sehen zum Leitsinn von Mensch und Kultur erhoben. Ihr kategorischer Imperativ lautet „Zeig’s mir!“ Beim Zeigen und Sehen kommt es auf den Gegenstand, aber auch auf Blickwinkel, Blende und Schärfe an. Die Optik muß stimmen – auch beim Thema Religion! Das Fernsehen bietet den „Religionsanbietern“ ja nicht nur die Möglichkeit, etwas zu zeigen, sondern auch sich zu zeigen und zu zeigen, wie man selbst und das, was man zeigt, gesehen werden will. Wenn ein Weihnachtsgottesdienst aus einer Barockkirche mit viel klassischer Musik übertragen wird, mag sich der Prediger noch so sehr um eine „aktuelle“ Verkündigung bemühen. Der ästhetische Rahmen des Ganzen wird zu einer Unterordnung des Gehörten gegenüber dem Gesehenen führen und somit eine eigene Deutungsaufforderung transportieren. Wie man sich zeigt, bestimmt über Auswahl und Deutung des Wahrgenommenen. In dieser Weise ein „Bild abgeben“ bedeutet dann auch, zu erkennen geben, wie man sich selbst versteht und welches Selbstbild mit im Spiel ist. Darin stecken Gefahren und Chancen. Es kann sein, dass simple Klischees bedient werden, wenn in Christmetten alpenländische Krippenromantik aufkommt und sich die Kirche in die Nähe der Brauchtums- und Heimatpflege begibt. Es kann sein, dass ein Bild mehr verstellt als etwas darzustellen, oder dass es nur noch sich selbst zeigt. In einer Zeit des Priesterman-

gels ein Pontifikalamt mit etlichen Konzelebranten, einem das Evangelium verlesenden Diakon und einem die Fürbitten sprechenden „Laien“ zu inszenieren, transportiert das dogmatisch korrekte Bild von der hierarchisch gegliederten Kirche. Aber es verstellt den Blick auf die Gemeinderealität und auf andere, dogmatisch ebenso korrekte Kirchenbilder. Bisweilen können aber die Bilder auch der Realität in produktiver Weise voraus sein. Wenn es die Liturgie der Eröffnungs- oder Schlussfeier eines Ökumenischen Kirchentages zu planen gilt, werden zwangsläufig konfessionsspezifische Vorschriften sekundär und fordern stattdessen zur Gestaltung eines ökumenischen Rituals auf. Dessen Bilder können dann zeigen, wie die Kirche noch nicht ist. Sie bilden nichts ab, sondern stellen etwas vor.

DAS HÖRBARE SICHTBAR MACHEN

Für Verkündigungssendungen im Radio scheint dagegen noch immer der Grundsatz zu stimmen, dass die Akustik stimmen muss. Aber stimmt schon alles, wenn bloß die Akustik stimmt? Liegen für alles Religiöse bekanntlich nicht beim „Hören-Sagen“ die größten Probleme? Die damit verknüpfte fundamentaltheologische Glaubwürdigkeitsfrage kann nicht selten an ästhetischen Details aufbrechen. Oft lässt sich schon am „Sound“ einer Stimme ausmachen, daß hier eine 90-Sekunden-Predigt buchstäblich abgelesen wird und jemand dabei die größte Sorge hat, sich zu verlesen. Entsprechend fade ist die ganze Angelegenheit. Ich höre dann nicht mehr auf den Text, sondern schalte um und stelle mir vor, wie der Mensch aussieht, der gerade etwas verliest. Sieht er so aus, ist er so, wie er spricht? Eigentlich sollte

der Text mit der Qualität ausgestattet sein, das Geschriebene beim Hören zu visualisieren. Die Gleichnisse im Neuen Testament haben durchweg diese Eigenschaft. Sie werden beim Hören als Kurzgeschichten sofort „verfilmt“. Ähnlich wie dies heute Videoclips schaffen, aus einem Musikstück, das eigentlich fürs Hören gedacht war, etwas für die Augen zu machen. Das bloß Hörbare wird nun auch sichtbar und man kann sich zum Zweck der genaueren Beschäftigung mit ihm ein Bild machen. Der Klang einer Stimme, die Art der Stimmführung verhindert nur zu oft genau dies bei „frommen“ Themen. Sie lassen mich bildlos und bilden mich nicht. Skrupulöse Treue zum geschriebenen Wort ist im Radio ohnehin nur ausnahmsweise gefragt.

Lediglich Nachrichten, Börsenwerte und Sportresultate werden im Verlautbarungston vorgelesen. Alle anderen Wortbeiträge zeugen eben davon, dass sie die Zuhörer/innen aus dem Studio heraus an andere „Schauplätze“ versetzen. Das mag schwierig sein, wenn im Radio das Transzendente „dran“ ist, von dem es heißt, es würde den Menschen zugleich unbedingt angehen. Wenn von dieser Definition etwas zu halten ist, dann dürfen ihre Verwender und deren Texte uns angehen und anmachen, irritieren, provozieren, aufrütteln oder auch trösten, verzaubern und ermutigen. Was ein Text aus und mit einem Sprecher macht, das macht er auch aus und mit seinem Zuhörer.

