

Kirchen in der Informationsgesellschaft

SZENARIEN FÜR KIRCHLICHE MEDIENARBEIT UNTER VERÄNDERTEN BEDINGUNGEN

Urs Meier

Die kirchlichen Beziehungen zu den elektronischen Medien in der deutschsprachigen Schweiz reflektieren das volksskirchliche Selbstverständnis, wie es sich zur Zeit der Hochkonjunktur gebildet hat. Die grossen Kirchen sehen sich als historisch-kulturell verankerte, allgemein akzeptierte Institutionen, die über den engeren Kreis ihrer aktiven Mitglieder hinaus in der Gesellschaft eine relevante Grösse sind. Ihr öffentlich-rechtlicher Status entspricht diesem Selbstbild. Er ermöglicht den Kirchen, eine Vielzahl von Aufgaben zu erfüllen, die über ihre Kerngemeinschaft hinausgehen und deshalb von gesamtgesellschaftlicher Bedeutung sind. Dazu gehört die klassische Diakonie, die als Vorläuferin des Sozialstaats diesen heute in manchen Bereichen ergänzt. Seelsorge in Spitälern und Gefängnissen, für Behinderte und Aidskranke ist ein religiöser Auftrag und gleichzeitig ein Beitrag zur Humanisierung der Gesellschaft. Und wo die Kirchen mit Religionsunterricht, Jugendarbeit und Erwachsenenbildung erfolgreich sind, tragen sie zur Persönlichkeitsbildung und zur Kultivierung zwischenmenschlicher Kommunikation vermutlich mehr bei als zur Mobilisierung ihrer eigenen Gefolgschaft. Die Kirchen haben sich gewissermassen selbst einen Leistungsauftrag gegeben. Er hat auf der einen Seite eine theologisch-religiöse Motivation und Legitimation, dient auf der anderen Seite aber auch mehr und mehr dazu, die Akzeptanz der Kirchen in der zunehmend entkirchlichten Gesellschaft zu erhalten.

Auf der Ebene dieses Leistungsauftrags gibt es zwischen den öffentlich-rechtlichen Kirchen und den quasi öffentlich-rechtlichen Medien kaum Schwierigkeiten der Verständigung und Zusammenarbeit. Die Parallelität der gesellschaftlichen Orientie-

rungen ist in den *Thesen der Kirchen von 1983 "Zur Entwicklung der Massenmedien"* begründet und entfaltet worden (vgl. dazu den Artikel von Walter Lesch in diesem Heft). In den zehn Jahren seither hat sich nicht nur die Medienlandschaft, sondern auch die Lage der Kirchen verändert. Beim Versuch, zukünftige Aufgaben kirchlicher Medienarbeit zu entwerfen, kommen wir nicht aus ohne Spekulationen über den weiteren Gang der Dinge sowohl im Medienbereich wie auf kirchlichem Gebiet. In diesem Beitrag soll vor allem das letztere bedacht und auf mögliche Konsequenzen für die kirchliche Medienarbeit hin untersucht werden (der entsprechende Versuch über die nähere Medienzukunft findet sich im Beitrag von Matthias Loretan in diesem Heft).

KONZEPT VOLKSKIRCHE

Die Volkskirche ist angesichts einer säkularen und pluralistischen Welt eine erstaunliche Erscheinung. Das 19. Jahrhundert, die Zeit des Atheismus, hat die christliche Religion nicht ausgezittelt, sondern es hat sie aus der selbstverständlichen Kongruenz mit der Gesellschaft in eine separate Organisation überführt. Das derart verkirchlichte Christentum erwies sich als erfolgreiche Anpassung der etablierten Religion an die veränderten soziokulturellen Bedingungen. Die Kirchen mussten sich erstmals mit einer gesellschaftlichen Teilzuständigkeit abfinden. Das gelang ihnen umso leichter, als ihr Oligopol auf dem nun eingegrenzten Feld des Religiösen weitgehend unbestritten blieb. Als Resultat der dritten grossen Krise der Kirchengeschichte (nach der Konstantinischen Wende und der Reformation) ist festzuhalten: Das Christentum überlebte den Ansturm der Religi-

onskritik ebenso wie die industrielle und demokratische Revolutionierung der Gesellschaft, indem es sich im Windschatten der Geschichte selbständig institutionalisierte.

Das Konzept der Volkskirche ist weder theologisch noch juristisch noch organisationell völlig klar umschrieben. Es definiert sich historisch zunächst in der Abgrenzung von der Obrigkeitskirche (als Kirche des Volkes und für das Volk) und – dies allerdings mit fließenden Grenzen – von der Staatskirche. Als charakteristisch für volkscirchliche Verhältnisse gelten üblicherweise die grosse Mitgliederzahl, die durch Tradition automatisch erworbene Zugehörigkeit, der innere Pluralismus von Theologien und Frömmigkeitsformen, die Vielfalt und Spezialisierung kirchlicher Dienste und eine Vorstellung von gesamtgesellschaftlicher Mitverantwortung über den engeren kirchlichen Bereich hinaus. "Volkskirche" kommt als Leitbegriff kirchlichen Handelns praktisch nur im deutschen und schweizerischen Protestantismus vor. Die Römisch-katholische Kirche verwendet den Begriff zumindest offiziell nicht, und in Grossbritannien und Skandinavien, wo die gesellschaftliche Position der Kirchen ähnlich ist, hat sich das Staatskirchentum erhalten.

UMBRÜCHE

Heute ist die Volkskirche nicht mehr stabil. Sie hat Konkurrenz bekommen von zahlreichen religiösen und parareligiösen Bewegungen. Die Loyalität ihrer Mitglieder steht zur Disposition. Immer mehr Menschen haben die Einstellung, sie hätten die organisierte Religion nicht länger nötig, um ihren persönlichen Transzendenzneigungen nachzuleben, ihre private Moral zu begründen und ihre individuelle Sinnsuche zu artikulieren. Die religiös Indifferenten machen ungenierter als früher die Kosten-Nutzen-Rechnung und kommen selbstverständlich zum Ergebnis, dass eine Kirchenmitgliedschaft sich für sie nicht lohnt. Neue Vorstösse zur Trennung von Kirche und Staat zielen gegen das öffentliche Wirken der Kirchen und versuchen, sie definitiv in die Sphäre des Privaten abzudrängen.

Das *Nationale Forschungsprogramm NFP 21* hat die religiöse Befindlichkeit der Gesellschaft und die Lage der Kirchen zu Beginn der neunziger Jahre mit trockenen Fakten aufgezeigt. Nach diesen Erhebungen hat eine klare Mehrheit der Bevölkerung religiöse Interessen und Bedürfnisse; nur für eine Minderheit dieser in weitem Sinn "Religiösen" aber ist Kirche eine wesentliche Orientierungsgrösse. Religion gilt ganz ausgeprägt als Sache des Individuums, über die keine Institution zu befinden hat. Für die Mehrheit hat Religiosität mehr mit Neugier und freier Auswahl als mit innerer Verpflichtung und sozialer Bindung zu tun. Die Bereitschaft, aus den grossen Kirchen auszutreten, nimmt deutlich zu. Auf der Gegenseite fühlt ein wachsender Teil der Christen sich in Freikirchen oder kleinen Gemeinschaften besser aufgehoben. Sekten und autoritäre neu- oder parareligiöse Un-

ternehmen wie die "Scientology Church" oder der "Verein zur Förderung der psychologischen Menschenkenntnis VPM" haben Zulauf.

Unter diesen Bedingungen sind für die Entwicklung der Kirchen bis etwa zur Jahrtausendwende verschiedene Szenarios möglich. Die folgenden drei Varianten gehen alle von der gegenwärtigen Lage aus.

SZENARIO "MUSEALISIERUNG"

Die Kirchen verlieren die Steuereinnahmen von juristischen Personen. Die Welle der Kirchenaustritte steigt, aber der öffentlich-rechtliche Status und kantonal unterschiedliche Grade der Verbindung mit dem Staat bleiben den Kirchen erhalten. Die Menschen, die sich von der Kirche abgewandt haben, ziehen die Konsequenzen individuell, nicht politisch. Eine öffentliche Auseinandersetzung um die Kirchen findet kaum statt. So kann eine volkscirchliche Fassade aufrecht erhalten bleiben, obschon weniger als die Hälfte der Bevölkerung noch zu einer der Landeskirchen gehört. Die grossen finanziellen Einbussen erzwingen massive Abstriche beim kirchlichen Leistungsangebot. Die Landeskirchen betreiben eine Politik des "resignierenden Sparens", d.h. sie setzen die Zeichen ihrer zahlreichen Einsatzgebiete zurück (wörtlich "re-signare") und bescheiden sich mehr oder weniger mit dem Konzept der lokalen Gemeindekirche. Taufe, Trauung und Abdankung sind praktisch die einzigen Stützen des nach wie vor volkscirchlichen Selbstverständnisses. Die noch immer grosse Nachfrage nach diesen religiösen Handlungen stabilisiert die Landeskirchen – allerdings in einer Position am Rand ohne Einfluss auf die Gesellschaft. Gleichzeitig fixiert das einseitige Interesse an lebensstrukturierenden Riten ein Kirchenverständnis, das sich völlig vom Pfarramt oder Priesteramt her definiert. Die musealisierte Kirche ist eine Pfarrer-, respektive Klerikerkirche. In der Medienöffentlichkeit sind die Landeskirchen abgemeldet. Religion bleibt durchaus interessant, aber stets als individuelles Attribut oder als exotisches Thema. In der SRG kommen die Kirchen noch vor in regelmässigen Verkündigungssendungen, die ein kleines kirchlich interessiertes Publikum erreichen.

SZENARIO "REKONFESSIONALISIERUNG"

Die grossen Kirchen verfolgen die im 19. Jahrhundert eingeschlagene Richtung der Anpassung an ihre veränderten Existenzbedingungen weiter, indem sie sich noch stärker aus dem kulturellen Prozess der Gegenwart zurückziehen und sich gleichzeitig als Institutionen verfestigen. Der römische Katholizismus insistiert auf seiner Lehrautorität. Im Protestantismus setzt sich ein evangelikales Konzept der verbindlichen Mitgliedschaft durch. Beide Kirchen verlieren einen grossen Teil ihrer distanzierten, kritischen, skeptischen und schwankenden

Spektrum

Mitglieder, was sie durchaus als Vorteil sehen. Ökumenische Öffnung tritt auf beiden Seiten hinter die konfessionelle Identifizierung zurück. Die Differenzen und Spannungen zwischen den klar profilierten Konfessionen werden deutlich artikuliert. Die Kirchen bilden mit diesem traditionalistischen Konzept im marktwirtschaftlich enthemmten und gebeutelten Europa einen markanten Gegenpol. Sie bieten ihren Mitgliedern emotionale Beheimatung und karitative Dienste, wobei das letztere durch den Abbau sozialstaatlicher Leistungen immer grössere Bedeutung gewinnt. Nachdem der Schrumpfungsprozess beim harten Kern der Kirchen Halt gemacht hat, können sie auch wieder neue Mitglieder anziehen. Das postmoderne Lebensgefühl lässt sich durch Widersprüche zwischen auseinanderdriftenden gesellschaftlichen Sphären nicht irritieren. Dies ermöglicht den Menschen die Einordnung in autoritäre religiöse Gemeinschaften. Allerdings neigt der Zeitgeist dazu, selbst das entschiedene Bekennen unter den Vorbehalt des Modischen zu stellen und so die religiösen Zuordnungen beweglich zu halten. In der Öffentlichkeit treten die Kirchen mit erstarktem Selbstbewusstsein auf, und sie greifen bei ausgewählten Themen, die moralische und religiöse Einstellungen betreffen, offensiv in die Diskussion ein. Die daraus entstehenden Konflikte machen die Kirchen für die Medien interessant, aber für die breitere Öffentlichkeit nicht unbedingt sympathisch.

SZENARIO "DEREGULIERUNG"

Mitgliederschwund und damit verbunden gesellschaftliche Marginalisierung schwächen die Position der Volkskirchen. Die rechtlichen Bindungen der Kantonalkirchen an den Staat werden gelockert oder aufgelöst. Einige von ihnen büssen den öffentlich-rechtlichen Status ein. Die Grosskirchen verlieren an Integrationskraft. Teile ihrer Mitgliedschaft orientieren sich überwiegend an religiösen Meinungsgruppen, und es kommt zu neuen Assoziierungen, auch über alte Konfessionsgrenzen hinweg. Traditionen verlieren ihre Definitionsmacht, Institutionen ihre Autorität. Kirchliche und andere religiöse Gruppen und Bewegungen haben weiterhin gesellschaftlichen Einfluss; dieser hängt aber einzig von ihrer aktuellen Akzeptanz und von ihrem Mobilisierungspotential ab. Die Individualisierung des Religiösen setzt sich mit aller Konsequenz durch: Es entsteht ein freier, sich immer wieder verändernder Markt der religiösen Organisationen, Haltungen und Sinnangebote, wobei die Gesamtzahl der sich aktiv beteiligenden Menschen längerfristig konstant bei ungefähr einem Drittel der Bevölkerung bleibt. Unter dem Druck der Konkurrenzsituation verändert sich das Konzept der Volkskirchen. Sie sind nicht mehr die trägen quasistaatlichen Institutionen, die internen Pluralismus gewähren, sondern sie verstehen sich als Vernetzung religiös-kirchlicher Meinungsgruppen, Initiativen, Arbeitszentren und Gemeinschaften. Die

lokalen Kirchgemeinden sind Teile dieses Netzes; Bildungseinrichtungen, diakonische Werke, Spezialpfarrämter sowie kirchliche Fachstellen und Organisationen gelten als ebenso wichtig wie die überlieferte Gemeinde- oder Pfarrestruktur. Die einseitig territoriale Organisation der Kirchen gehört somit der Vergangenheit an. Die lebendige Netzstruktur reagiert sensibel auf gesellschaftliche Vorgänge. In der Öffentlichkeits- und Medienarbeit geht es nicht mehr um kirchliche Repräsentation. Im Vordergrund stehen vielmehr Themen, die in der Kirche aktuell sind. Medienarbeit spielt auch eine wichtige Rolle für die Kommunikation in dem beweglichen und entsprechend konfliktträchtigen internen Beziehungsgeflecht. Ausserdem schult sie kirchliche Akteure für ihre besonderen kommunikativen Aufgaben.

DIE ZUKUNFT IST PLURAL

Szenarien sind Gedankenspiele mit Möglichkeiten. Sie profilieren verschiedene denkbare Entwicklungen mit den Mitteln der Überzeichnung und der relativen Eindeutigkeit. Reale Vorgänge dagegen sind mehrdeutig. Es ist durchaus vorstellbar, dass Elemente aller drei hier entworfenen Szenarios in widerspruchsvoller Pluralität nebeneinander existieren werden. So uneinheitlich die gesamtgesellschaftliche Entwicklung sich darstellt, so vielfältig sind auch die Trends, die den kirchlichen Wandel lenken. Allerdings sind die den drei Modellen zugrundeliegenden Bündel von Wirkkräften nicht gleichartig. Die Szenarios "Musealisierung" und "Rekonfessionalisierung" beruhen eher auf Haltungen des Geschehenlassens und des defensiven Reagierens (bis hin zur reaktionären Abwehr), während das Szenario "Deregulierung" ein gestaltendes Eingreifen voraussetzt. Alle diese Einstellungen sind in den Kirchen zu beobachten. Die Pluralität widersprüchlicher, sich gegenseitig sogar ausschliessender Konzepte rührt aber nicht nur von innerkirchlichen Spaltungen her, sondern hat auch mit der Pluralisierung der Gesellschaft und der individuellen Einstellungen zu tun. Selbst die einzelnen Personen sind zunehmend nicht mehr willens und in der Lage, ihre Zustimmung oder Ablehnung inbezug auf Kirche eindeutig zu formulieren. Varianten der zukünftigen Situation der Kirchen ergeben sich aus den relativen Durchsetzungskräften der drei Modelle. Im Feld der Möglichkeiten, das sich zwischen den drei Polen auftut, kann man sich ganz verschiedene Entwicklungsabläufe vorstellen. Unwahrscheinlich ist eigentlich nur, dass alles so bleibt, wie es ist.

Je nach dem allgemeinen Gang der kirchlichen Dinge wird es für die Beziehung der Kirchen zur Öffentlichkeit verschiedene Probleme und Chancen geben. So oder so aber fallen die grundlegenden Entscheidungen betreffend Teilnahme an der gesellschaftlichen Kommunikation in den Kirchen selbst. Die Topographie der Medienlandschaft wird lediglich für die konkrete

Ausformung der kirchlichen Medienpräsenz die Rahmenbedingungen setzen. Im folgenden stelle ich einige Bausteine für ein kirchliches Kommunikations- und Medienkonzept vor, die für das öffentliche Auftreten der Kirchen wichtig sind und deren Realisierbarkeit vor allem von kirchlichen Konstellationen und Entscheidungen abhängt. Diese Bausteine ersetzen nicht die heutige kirchliche Medienarbeit, sondern akzentuieren oder ergänzen sie.

PRÄSENZ IN DER ÖFFENTLICHKEIT

Fachredaktionen für Religion und Kirchen existieren seit dem Untergang der katholischen Tagespresse nur noch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Bei einigen grösseren Zeitungen gibt es (teilweise freischaffende) Mitarbeiter, die den Bereich Kirchen neben anderem regelmässig betreuen. In der übrigen Presse ist Religion und Kirche ein Thema, das von Fall zu Fall je nach Informationsangebot behandelt wird, und zwar – im Unterschied etwa zum Thema Automobil – ohne Anspruch auf regelmässige Beachtung oder gar feste Platzierung. Die Zahl der Meldungen aus diesem Themensektor ist denn auch gemäss einer Statistik der Schweizerischen Depeschagentur zurückgegangen, und sie wird allem Anschein nach weiter sinken. Dieser Abwärtstrend, der ein schleichendes Verschwinden der Kirchen aus der Öffentlichkeit anzeigt, kann nur gebrochen werden, wenn die kirchlichen Meldungen auf dem Nachrichtenmarkt richtig angeboten werden. Dazu gehören journalistische und technische Professionalität, Verlässlichkeit, Konstanz und Einschätzbarkeit, d.h. es muss für die Nachrichtenabnehmer ersichtlich sein, wieweit das Angebot einer kirchlichen Agentur oder eines Pressedienstes unabhängig ist und wieweit es institutionelle Interessen vertritt.

Die grossen Konfessionen verfügen auf regionaler oder kantonaler Ebene über eigene Zeitungen. Für diese Kirchenboten und Pfarrblätter gibt es einen ausgewiesenen Bedarf und entsprechend stabile Organisationsformen, beispielsweise mit Gratiszustellung an die Kirchenmitglieder und Finanzierung über freiwillige, von den Kirchgemeinden ergänzte Beiträge. Um zu einer wirksamen Stimme zu werden, fehlt dieser Presse im allgemeinen der journalistische Biss und die "Lesbarkeit" für ein kirchenfremdes Publikum. Sprachregionale Zusammenschlüsse würden die Basis schaffen für eine ausreichende redaktionelle Kapazität und dadurch für eine journalistische Profilierung. Mit einer attraktiven, unabhängigen, recherchierenden und sich in allgemein interessierende Themen einmischenden Presse könnten die Kirchen mehr Aufmerksamkeit und Interesse gewinnen. Dank den Mechanismen des Medienbetriebs würden solche Kirchenzeitungen auch helfen, kirchliche Themen in eine weitere Öffentlichkeit zu bringen, denn die Medien beziehen ihre Stoffe zu einem grossen Teil aus anderen Medien.

SOCIAL MARKETING

Unter dem Druck der Marginalisierung und der schwindenden Mittel drängen die Kirchen darauf, Öffentlichkeits- und Medienarbeit vorrangig unter dem Zeichen der Verteidigung und Selbstbehauptung zu betreiben. *Public relations*, ein im kirchlichen Milieu lange geächteter Begriff, wird plötzlich als Rezept zur Wiedererlangung der verlorenen Position betrachtet. Kirchliche Körperschaften stehen in Gefahr, sich ohne gründliche Vorbereitung in kostspielige PR- und Werbeabenteuer zu stürzen, die zudem, wenn sie schlecht gemacht sind, viele Kirchenmitglieder brüskieren.

Die kirchlichen Mediendienste müssen dieses Problem auf der einen Seite theoretisch aufgreifen, indem sie sich fundiert mit Öffentlichkeitsarbeit, PR und Werbung befassen. Sie sollen die Initiative ergreifen zur Erarbeitung von theologisch begründeten und sachgerechten Kriterien und in den Kirchen die Auseinandersetzung und Meinungsbildung über die Anwendung dieser bisher eher gemiedenen oder aber laienhaft gehandhabten Kommunikationsinstrumente in Gang bringen.

Auf der anderen Seite bieten sich die Mediendienste als kirchliche Fachstellen für Kommunikation auch für praktische Hilfestellungen in diesem Bereich an. Vorausgesetzt, sie bauen die nötige theoretische und praktische Kompetenz auf und stellen die erforderliche Arbeitskapazität bereit (zum Beispiel durch Zusammenarbeit mit Dritten), können sie Kirchen und kirchliche Institutionen in den Belangen von *Social marketing* beraten.

KOMMUNIKATIVE QUALIFIZIERUNG VON THEOLOGIE

Die Einbusse an Renommee kann kirchliche Verantwortliche auch veranlassen, sich fundierter für Fragen von Kirche und Öffentlichkeit zu interessieren als bisher. Sie machen beispielsweise die Beobachtung, dass religiöse Themen in der Medienöffentlichkeit grosses Interesse finden – nicht aber, wenn sie kirchlich ausgerichtet sind oder einen institutionellen Absender haben. Die Kirchen müssen offensichtlich die neuen Formen und Inhalte von praktizierter Religiosität erst einmal verstehen lernen. Bisher fehlt es weitgehend an kritischer und selbstkritischer theologischer Auseinandersetzung mit der postmodernen religiösen Wirklichkeit. Die kirchlichen Kommunikationsfachleute müssen dazu beitragen, dass diese Aufgabe der Annäherung an die Gegenwart erkannt wird. Kirchliches Wirken steht in Beziehung zum theologischen Denken. Eine Theologie, die am Zeitgespräch teilnimmt und sich auf heutige Lebensmuster ohne Vorbehalte einlässt, gewinnt an kommunikativer Qualität. Sie trägt dazu bei, dass kirchliches Handeln von der gesellschaftlichen Realität nicht abhebt, sondern in sie verwoben ist.

Spektrum

ORIENTIERUNG IN DER KOMMUNIKATIONSGESELLSCHAFT

Einen nachweisbaren kirchlichen Einfluss bei medienpolitischen Entscheidungen gibt es kaum; und die Kirchen stehen mit dieser relativen Machtlosigkeit keineswegs allein. Die Weichen werden nach vollzogener Deregulierung meistens mit Verwaltungsakten oder unternehmerischen Entscheiden gestellt (letztere oft im Ausland in den Chefetagen von Konzernen), bei denen es kein demokratisches Anrecht auf Mitsprache gibt. Zudem verlieren die Kirchen als Institutionen ohnehin an Gewicht. Umso wichtiger ist die Präsenz der kirchlichen Fachstellen in der Diskussion über soziale Kommunikation und Medien. Ihr Beitrag hat aber nur dann Gewicht, wenn es gelingt, Medienkommunikation in den Kirchen und in der Theologie zum Thema zu machen, Kenntnisse und Meinungsbildung zu fördern und die Medienthematik zu integrieren in die Interpretation von Zeichen der Zeit.

Ein solches Engagement, das sich auf eine Metaebene über der praktischen Medienarbeit bezieht, hat eine orientierende Funktion. Die Entwicklungen und Verschiebungen in Wirtschaft und Alltag der hochindustrialisierten Länder werden als *Informatisierung und Mediatisierung* verallgemeinert, bzw. unter den Begriff der *Informations- oder Kommunikationsgesellschaft* subsumiert. Der Auseinandersetzung mit diesem dynamischen und wirkungsmächtigen "Megatrend" darf eine Theologie, die zeitgenössisch sein will, nicht aus dem Weg gehen. Dank ihrem universalistischen Ansatz wird sie ein besonderes Augenmerk darauf haben, wie das sogenannte Informationszeitalter innerhalb einzelner Wirtschaftsräume und im Weltmassstab seine spezifischen Nutzen und Kosten verteilt: Die Privilegierten profitieren von den neuen Informations- und Kommunikationstechniken, und die Chancen der Benachteiligten verschlechtern sich zusätzlich. Das kritische Potential einer solchen Sicht muss in den Kirchen umgesetzt werden in praktische Modelle von Solidarität.

DIE OPTION DER OFFENHEIT

Mit diesen wenigen Hinweisen sind Kontur und Entwicklungsrichtung einer kirchlichen Medienarbeit aufgezeigt, die ihre Grundsätze beibehält. Eine Alternative dazu wäre allenfalls eine rein kontemplative Kirche, die sich von der Welt bewusst abwendet und einzig durch die Faszination ihrer Andersartigkeit in der Gesellschaft eine Wirkung ausübt. Diese Form religiösen Lebens hat es zwar auch in den abendländischen Kirchen immer gegeben. Doch sie blieb stets Sache von Minderheiten, die zudem nicht den Anspruch hatten, den einzig richtigen Weg zu beschreiten. Die Hauptströmung der westlichen Kirchen- und Theologiegeschichte ist weltzugewandt, setzt sich mit der geschichtlichen Realität auseinander und bejaht trotz dem unaufgebbaren Bezug zum Ursprung im Christusereignis und zur jü-

disch-christlichen Überlieferung ihren eigenen geschichtlichen Wandel als fundamentale Notwendigkeit. Jede Spielart von Fundamentalismus, für den sich das Abendland immer wieder anfällig zeigt, ist ein Versagen vor der anspruchsvollen Aufgabe, individuelle und kulturelle Identität in der spannungsreichen Verbindung zwischen weit zurückliegenden historischen Ursprüngen und aktueller geschichtlicher Situation jeweils neu zu bestimmen.

Christliche Theologie und Kirche sind seit ihren Anfängen nicht allein auf sich selbst bezogen. Der Horizont ihres Denkens und Wirkens ist die *Ökumene*, d.h. die "bewohnte Erde", also die ganze Menschenwelt. Eine heutige Konkretisierung dieser ökumenischen Orientierung schliesst das Postulat der Offenheit zur säkularen und multireligiösen Gesellschaft ein. Indem die Kirchen durchdachte Kommunikations- und Medienkonzepte entwickeln und in deren Umsetzung einiges investieren, bleiben sie ihrer ursprünglichen ökumenischen Orientierung treu. Täten sie es nicht, so gefährdeten sie nicht nur ihre Fähigkeit, sich in den Turbulenzen der Zeit zu behaupten, sondern dann schnitten sie sich von ihrer eigenen Herkunft ab und setzten ihre Identität aufs Spiel.