

MARTHA KLAWITTER
Theologische Fakultät der Universität Opole

Verkündigung des Glaubens oder Banalisierung der Heilsbotschaft? Eine Untersuchung der katholischen Jugendmagazine „PUR“ und „theo“

1. „PUR“ und „theo“ – Gestaltung, Konzept und theologisches Profil – 2. Im Dienst der Evangelisierung? – 3. Zwischen Mutlosigkeit und spiritueller Weltlichkeit

Evangelisierung bzw. Neu-Evangelisierung lautete vor mehr als fünfzig Jahren, so waren die in Rom versammelten Konzilsväter übereingekommen, der Auftrag für die Kirche in der Welt von heute. Verstanden wurde dies u.a. als christliche Antwort auf zunehmend atheistische Weltanschauungen, aber auch in kritischer Hinsicht darauf, dass die Verkündigung einerseits der zu verkündigenden Botschaft adäquat sein muss, aber auch die neuen Medien aufnehmen und angemessen berücksichtigen soll. Seit nunmehr zehn Jahren fokussieren die Botschaften der Päpste, die jährlich zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel herausgegeben werden, vor allem neue soziale Medien im Internet. Diese seien „Portale des Glaubens und der Wahrheit“ und „wahres Geschenk für die Menschheit“¹ – so der emeritierte Papst Benedikt XVI. in seiner Botschaft im Mai 2013. Papst Franziskus zeigte spätestens mit seinem Schreiben *Evangelii gaudium*, dass Medien eine zentrale Rolle für eine missionarische Erneuerung der Kirche spielen². Er ermutigt dazu, „die nötigen Maßnahmen zu ergreifen, um auf dem Weg einer pastoralen und missionarischen Neuausrichtung voranzuschreiten“ (EG 25). Soziale Medien sind für Papst Franziskus, der mittlerweile mehr Twitter-Follower hat als jedes ande-

¹ BENEDIKT XVI., *Botschaft zum 47. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel am 24. Januar 2013*, Vatikan 2013.

² Vgl. H. SCHÖNEMANN, *Evangelisierung im neuen Pontifikat – Kontinuitäten und Diskontinuitäten*, „Zeitschrift für Missionswissenschaft und Religionswissenschaft“ 98 (2014), Nr. 1–2, S. 15.

re Staatsoberhaupt, „Orte, an denen die [missionarische] Berufung gelebt werden muss, die Schönheit des Glaubens, die Schönheit der Begegnung mit Christus wieder zu entdecken“³.

Doch nicht nur in den sozialen Medien ist die Kirche darum bemüht, von der Schönheit des Glaubens zu berichten. Auch die Verkündigung in den Printmedien spielt seit dem Zweiten Vatikanischen Konzil noch immer eine wichtige Rolle. Ob Bistümer mit ihren Kirchenzeitungen oder von den Ordinariaten gänzlich oder bedingt unabhängige Medienvertreter – alle versuchen mit katholischen Blättern Halt und Orientierung zu geben. In besonderer Verantwortung stehen Medienvertreter, die mit ihren Themen speziell die junge Generation erreichen wollen. In Deutschland sind es die katholischen Magazine „PUR“ und „theo“, die sich als katholische Jugendmagazine verstanden wissen wollen. Untersucht werden soll, ob das entsprechend erwartete katholische Profil sichtbar wird, ob die ausgewählten Magazine „PUR“ und „theo“ einen Beitrag zur Glaubensverkündigung und -vertiefung leisten, theologisch fundiert und die Möglichkeiten dieser Medien effektiv und sachgerecht nutzend, wie Papst Franziskus schon zu Beginn seines Pontifikats forderte. „PUR“ und „theo“ sind publizistische Neugründungen aus dem 21. Jahrhundert. Sie weichen demgemäß bei den thematischen wie ästhetischen Gestaltungen von den klassischen Amtsblättern wie auch von den im Auftrag der bischöflichen Ordinariate herausgegebenen „Kirchlichen Anzeigern“ und den bistumsgebunden wie bistumsübergreifend publizierten Kirchenzeitungen ab. „PUR“ und „theo“ verfügen über ein katholisches Profil, das über den binnenkirchlichen Raum hinaus anziehend wirken soll. Gleichwohl unterscheidet sich die Umsetzung der Ziele und Vorgaben der katholischen Kirche, wie sie in den vatikanischen Dokumenten und päpstlichen Texten immer wieder dargestellt wurden und werden – so dass letztlich gefragt werden kann: Setzen die modernen katholischen Printmedien „PUR“ und „theo“ den verbindlichen Evangelisierungsauftrag des kirchlichen Lehramtes um oder nicht? Helfen sie den jungen katholischen Lesern oder sorgen sie für Irritationen gerade unter den Suchenden und Fragenden? Hierzu werden beispielhaft jeweils drei Magazine aus dem Jahr 2014 und 2017 untersucht. Anzunehmen ist, dass Medienvertreter nach dem Pontifikatswechsel im März 2013 die Anregungen von Papst Franziskus annehmen und innerhalb eines Jahres erfolgreich umsetzen konnten. Ob dies gelungen ist und auch nach fünf Jahren immer noch bedacht wird, ist Gegenstand dieser wissenschaftlichen Untersuchung.

³ FRANZISKUS, *Botschaft zum 48. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel am 24. Januar 2014*, Vatikan 2014.

1. „PUR“ und „theo“ – Gestaltung, Konzept und theologisches Profil

1.1. „PUR magazin – German Catholic Magazine“

Das „PUR magazin“ erscheint monatlich im „Fe-Medienverlag“, der u.a. auch kirchlich orientierte Bücher und das „VATICAN magazin“ herausgibt. Ergänzend zum „PUR magazin“ erscheinen vierteljährlich auch Sonderhefte („PUR spezial“), die sich einem konkreten Thema widmen, wie z. B. dem Leben eines Heiligen oder der Bedeutung eines einzelnen Sakraments. „PUR“ ist von kirchlichen Institutionen finanziell unabhängig. Das Magazin versteht sich selbst als theologisch profiliertes Magazin und wirbt mit dem Thema „Evangelisierung“. Ob das Magazin dem selbstgesetzten Anspruch gerecht wird, wird im Folgenden anhand von einschlägigen Beispielen aufgezeigt.

Ausgabe 10/2014 hat das Rosenkranzgebet zum Titelthema. Auf insgesamt vier Seiten will der bekannte, als konservativ geltende Publizist Scott Hahn⁴ dem Leser das Rosenkranzgebet näherbringen und versucht dies vor allem durch persönliche Erinnerungen und die Betonung der Einfachheit dieser Gebetsform. Auf anschauliche Weise zeigt Hahn zwar die Besonderheit des Rosenkranzgebets im Vergleich zu persönlich formulierten Gebeten auf –

Normalerweise bezieht der Rosenkranz mindestens drei unserer Sinne ein: Wir hören die mitbetenden Stimmen, wir fühlen die Perlen und wir stellen uns die biblischen Bilder innerlich vor Augen. Diese Sinne werden selbst zum Gebet. Wenn wir Leib und Seele so einbeziehen, wird unser Beten weniger zerstreut sein⁵

–, doch scheint an dieser und anderen Stellen verwunderlich zu sein, warum der Autor die Gebetsweise nicht erklärt. Jene Leser, denen das Rosenkranzgebet

⁴ Scott Hahn, geb. 1957, lehrt biblische Theologie und Neuevangelisierung an der Universität der Franziskaner in Steubenville. Von 2005 bis 2011 hatte er den Papst Benedikt XVI.-Lehrstuhl am St. Vincent's Seminary in Latrobe, Pennsylvania, inne. Er hat eine Reihe von Büchern, CDs und DVDs zur katholischen Glaubenslehre herausgegeben, die zumeist einführenden Charakter besitzen, anschaulich und verständlich verfasst sind – für Gläubige und für Suchende. Er gehört der geistlichen Gemeinschaft „Opus Dei“ an. Scott Hahn beschreibt seinen Weg als Theologe und gläubiger katholischer Christ auf diese Weise: „My studies have led me to realize that we are privileged to read the sacred page within an unfathomable community: the communion of saints, the voices of Catholic Tradition, the great cloud of witnesses from all of history. Our guide is the Holy Spirit, working through the Church's Magisterium“. In Deutschland ist er vor allem bekannt geworden durch seine Bücher: *Unser Weg nach Rom* (2013), das er gemeinsam mit seiner Frau Kimberly verfasst hat, und *Mehr als ein Gefühl. Gründe für den christlichen Glauben* (2008). Über Scott Hahns Leben und theologisches Profil s. auch: <http://www.scotthahn.com/about-dr-hahn.html> (29.05.2018).

⁵ PUR magazin. German Catholic Magazine, *Rosenkranz-Monat Oktober. 59 Friedensperlen*, Fe-Medienverlag Kisslegg, Ausgabe 10/2014, S. 12, dritter Absatz.

vielleicht noch fremd ist, wissen nach diesem Beitrag immer noch nicht, wie man mithilfe der Perlenkette beten soll. „Kirche“ und somit auch kirchliche Medien, die in ihrem Dienst stehen,

[können] nicht weiterhin einfach voraussetzen, dass die Menschen schon wissen, was Christsein ist und wie sich kirchliches Leben gestaltet. Sie muss vielmehr davon ausgehen, dass es gilt, den Glauben und das Leben in der Kirche in jeder Generation von Grund auf neu zu lernen⁶.

Auch die Anmerkung, dass wir durch das Beten des Rosenkranzes „versuchen [sollen], Geist und Herz auf das jeweilige Ereignis im Leben Jesu auszurichten“ und uns „in die Szene hineinzusetzen [, als] wären [wir] selbst dabei“⁷, ist zweifelhaft. Das Gebet ist schließlich kein Instrument zur Einfühlung, sondern eine Form der bewussten betenden Zuwendung zum Herrn. Der Artikel zeigt zwar Möglichkeiten zu einer Öffnung dem Rosenkranzgebet gegenüber, doch fehlt es eindeutig an Substanz. So spricht Scott Hahn zwar über den Bezug von Päpsten zum Rosenkranzgebet – „Von Generation zu Generation fand [der Rosenkranz] die uneingeschränkte Zustimmung aller Päpste und der angesehensten Gläubigen (...)“ –, gibt hierzu aber keinerlei Beispiele. Dabei hätten an dieser Stelle durchaus die Schriften von Papst Leo XIII., wie etwa das Apostolische Schreiben *Superiore Anno* oder *Rosarium Virginis Mariae* von Johannes Paul II., genannt werden können, zumal es gerade der letztere war, der die trostreichen, freudreichen, schmerzhaften und glorreichen Geheimnisse um die Geheimnisse des lichtreichen Rosenkranzes ergänzte. Die Kirche ist dann öffentlichkeitswirksam, „wenn sie aktuell ist, wenn sie über Personen repräsentiert werden kann“⁸. Gleiches gilt für katholische Magazine wie „PUR“, behaupten doch seine Herausgeber, im Dienst der Evangelisierung und somit der Kirche zu handeln. Ein Beitrag in der Oktoberausgabe über das Rosenkranzgebet ist sinnvoll. Ansprechender wäre gewesen, authentische Beispiele von Menschen vorzustellen, die sich vom Rosenkranzgebet getragen fühlen.

Sachlich falsch sind auch einige kirchengeschichtliche Anmerkungen Hahns. Auf die Frage „Warum wissen wir so wenig über die Ursprünge des Rosenkranz-

⁶ K. KOCH, *Mission oder De-Mission der Kirche*, in: G. AUGUSTIN, K. KRÄMER (Hg.), *Mission als Herausforderung. Impulse zur Neuevangelisierung*, Freiburg i. Br. 2011, S. 44.

⁷ PUR Ausgabe 10/2014, S. 14, letzter Absatz – S. 15, erster Absatz.

⁸ C. KLENK, *Die katholische Kirche und ihr Nachrichtenwert. Der Papst in der Presse*, in: K.-D. ALTMIPPEN, R. GRECK, (Hg.), *Facetten des Journalismus. Theoretische Analysen und empirische Studien*, Wiesbaden 2012, S. 226.

zes?“ antwortet er mit: „Weil er aus Liebe entstand“⁹. Das mag schön, schlicht oder auch schlicht kitschig klingen, doch verweist dies im Grunde nur auf die Unkenntnis des Autors über die Geschichte des Rosenkranzes selbst. Insgesamt ist der Artikel zum Rosenkranzgebet geprägt durch einen oft unverständlichen Schreibstil. Positiv allerdings ist, dass der Autor mit seinem Beitrag zeigen möchte, dass Beten etwas Schönes ist. Das lässt vermuten, dass das „PUR“-Magazin den Glauben und die Gläubigen durchaus ernst nimmt.

Ausschweifend ist das TiteltHEMA der Ausgabe 12/2014. Im Editorial der Ausgabe betont Redaktionsleiter Bernhard Müller die Bedeutung des Weihnachtsfestes und erläutert, wie wichtig es sei, ein historisches Verständnis der Geschichte von Weihnachten zu erwerben, um dieses Fest wirklich begreifen zu können. Erst hieraus erwächst seines Erachtens Klarheit über die gegenwärtige Bedeutung des Weihnachtsfestes. Pfarrer Ulrich Filler versucht dies schließlich in seinem Beitrag *Warum wir überhaupt Weihnachten feiern. Geburtstag hat doch jede Kuh!*, doch gleichen die geschichtlichen Exkurse lediglich vagen Versuchen. Bis auf die Anmerkung, dass „[wir] von Weihnachten in der Urkirche zunächst einmal keine Spur [finden]“¹⁰, fällt der historische Teil sehr dürftig aus. Ulrich Filler ist als Pfarrer studierter Theologe. Der Leser vermutet bei einem solchen Verfasser, wenn nicht grundlegende Kenntnisse, so doch zumindest eine gewisse Vertrautheit mit exegetischen Schriften. Indessen fehlen bei Filler jegliche Bezüge zu wissenschaftlicher Literatur. Die von ihm getroffenen Mutmaßungen decken sich nicht mit einschlägigen Werken neuerer Zeit. Es ist unverständlich, warum der Verfasser sich bemüht darzulegen, dass ein historisch genaues Datum der Geburt Jesu nicht wissenschaftlich festgestellt werden kann. Ungleich sinnvoller wäre es gewesen, dass er auf den historischen Charakter der Weihnachtsgeschehnisse hingewiesen hätte. Der Autor möchte wahrscheinlich, dass wir Weihnachten wieder theologisch denken und verstehen, dass wir vom Glauben her auf das Fest zugehen. Trotzdem bleibt sein Beitrag unscharf und fragwürdig.

Ähnlich verhält es sich auch mit den Beiträgen in anderen Rubriken des Magazins. In Ausgabe 11/2014 wird auf zwei Seiten knapp über Selig- und Heiligsprechungsprozesse berichtet. Während die Überschrift des Artikels zwar auf die Seligsprechung Papst Pauls VI. hinweist, bietet nur der letzte Satz einen vagen inhaltlichen Einblick („Der zehnte selige Papst ist nun der als Konzilspapst gelobte und als ‚Pillenpapst‘ verschmähte Paul VI.“).

⁹ PUR Ausgabe 10/2014, S.14, zweiter Absatz.

¹⁰ PUR Ausgabe 12/2014, S. 13, dritter Absatz.

Die Titelbilder des „PUR“-Magazins sind optisch grundsätzlich eher hilflos zusammengestellt und die angekündigten Themen rufen bei dem jungen Leser bisweilen Gleichgültigkeit hervor. So steht beispielsweise die Ausgabe von November 2017¹¹ unter dem Titelthema *Das Alter willkommen heißen* und zeigt ein alt gewordenes Ehepaar, das durch einen Park spaziert. Gleichwohl kann das auf der Titelseite angekündigte Interview mit der österreichischen Psychologin Elisabeth Lukas durchaus auch für junge Menschen interessant sein. Die Psychologin gibt beispielsweise Rat, wie Schicksalsschläge und schmerzhaft Erfahrungen positiv verarbeitet werden können, statt in die Depression zu führen. An zahlreichen Stellen des Interviews ist dem Leser eine Verknüpfung mit der katholischen Lehre möglich: Wenn etwa aus psychologischer Sicht „hinter jeder Verzweiflung eine Vergötzung stecke“¹², so wäre es durchaus sinnvoll zu fragen: Verfallen nicht gerade deshalb viele Menschen, die von ihrem Partner verlassen wurden oder aber auch ihre Arbeitsstelle verloren haben, in eine existenzielle Hoffnungslosigkeit, eben weil sie den Partner oder ihre Arbeit zum Mittelpunkt und Sinn ihres Lebens gemacht haben, während doch im Grunde ein sinnvolles Streben auf Gott, also sozusagen „nach oben“ ausgerichtet sein sollte? Findet an solchen Wendepunkten des Lebens nicht viel zu oft eine Überschätzung befristeter Aufgaben oder eine buchstäbliche Überhöhung eines anderen Menschen zum tragenden Lebenssinn statt, obwohl die vollkommene Liebe nur beim Herrn, der die Liebe ist, gefunden werden kann? Gleichwohl scheinen solche Gedanken nicht allen Lesern gegeben zu sein. Der „suchende“ Jugendliche oder junge Erwachsene, der von der Kirche und dem katholischen Glauben nur wenig weiß, könnte ratlos bleiben oder auch verunsichert werden. Fragen der „PUR“-Redakteure an die Interviewpartnerin, die religiös motiviert zu sein scheinen, wie etwa „Was halten Sie als Psychologin von der Annahme, dass nach dem Tod für Gott nur die guten Taten zählen?“¹³, sind theologisch höchst problematisch. Die Antwort der Psychologin („Davon bin ich überzeugt,“) mag den Leser entweder verwundern, vielleicht sogar irritieren, oder aber ihn in einem nur allgemein gearteten, subjektiven Glauben bestärken, der außerhalb des Glaubens der Kirche liegt.

In der Ausgabe von Juli 2017¹⁴ erfährt der Leser vom Leben und Leiden des eher unbekanntenen Petter Moen, der während der deutschen Besetzung Norwegens an den illegalen Zeitungen „Free Press“, „Rex Rotary“ und „Nytt London“ beteiligt

¹¹ PUR Ausgabe 11/2014, November 2017.

¹² *Ebd.*, S. 13.

¹³ Vgl. *ebd.*, S. 17.

¹⁴ PUR Ausgabe 7/2017.

war. 1944 wird er von der Gestapo verhaftet und beginnt, Tagebuch zu führen. Seine Gedanken ritzt Moen in Toilettenpapier, das er anschließend zusammengerollt in eine Öffnung des Zellenbodens schiebt. Einem Mithäftling verrät er das Versteck, dieser überlebt die Gefangenschaft und macht das Tagebuch schließlich der Nachwelt zugänglich. In diesem mag der Leser aber nicht bloß die Verzweiflung irgendeines Mannes entdecken, sondern kann einen inneren Glaubenskampf und -weg verfolgen. Aus in Papier fein eingeritzten Gedanken werden Gebete – Gebete eines Mannes, der zuvor noch nie gebetet hatte. Die „PUR“-Redakteure nennen Petter Moen einerseits einen „Hiob des 20. Jahrhunderts“¹⁵, andererseits jedoch sei sein „Ruhm“ vergänglich gewesen, und seine Briefe seien deshalb nicht bekannt geworden, weil Moen „nicht so poetisch wie Dietrich Bonhoeffer“ schrieb, „nicht so klug wie Moltke“ war und „nicht so liebenswert wie Anne Frank“¹⁶. Er sei nicht „perfekt“ gewesen, und aus ihm „wird nie ein vollkommener Held und Heiliger“¹⁷, sondern ein „Zeuge des Zweifels“, wie es in der Überschrift des Artikels heißt. Der Autor setzt auf diese Weise Heiligkeit mit Heldenhaftigkeit und Fehlerlosigkeit gleich, was nicht dem katholischen Verständnis von Heiligkeit entspricht. Heiligkeit lässt sich nicht anhand von weltlichen Kriterien bestimmen. Ein heiliger Mensch bleibt ein Mensch – mit all seinen Schwächen und Zweifeln. Deshalb bezeugt ein Heiliger aber noch lange nicht den Zweifel, sondern er bezeugt mit seinem ganzen Leben die Herrlichkeit des Herrn. Er lebt nicht, wie er will, sondern wie der Herr es will. Auch müssen Heilige keine Prominenten sein, ja sie leben oft verborgen vor der Welt, in Stille. Sie leiden still, und sie kritzeln womöglich auch in Stille feine Buchstaben auf Papier oder gar Toilettenpapier auf. Der Autor behauptet, der Protagonist seiner Geschichte sei nicht heilig gewesen. Dabei kann nur der Herr von seiner Heiligkeit wissen, die Verehrung eines Heiligen mag im Glauben der Kirche wachsen, und dies ist ganz unabhängig von publizistischen Einschätzungen. Die beeindruckende Geschichte eines Mannes, der in seinem Leid den Herrn anruft und anbettelt, wird von einem „katholischen“ Autor ignoriert und vollständig verkannt. So finden sich im „PUR“-Magazin oft qualitativ gute und wahrhaft katholische Themen, die durch die fragwürdige Wertung von Autoren Irritationen auslösen können.

An anderen Stellen wiederum fehlt es an einer Wertung bzw. Einordnung, wo sie wünschenswert wäre. So werden beispielsweise in der Rubrik *expressis verbis* Zitate von Politikern, Schauspielern, aber auch Heiligen abgedruckt, die in keinerlei Zusammenhang stehen und den Leser irritieren: An die Worte des hl. Bernhard

¹⁵ *Ebd.*, S. 14.

¹⁶ *Ebd.*

¹⁷ *Ebd.*, S. 15.

von Clairvaux („Das Kreuz Christi ist eine Last von der Art, wie es die Flügel für die Vögel sind. Sie tragen aufwärts“) reiht sich die pathologische Annahme des Erziehungswissenschaftlers Hans-Jochen Gamm,

[w]ir brauchen die sexuelle Stimulierung der Schüler, um die sozialistische Umstrukturierung der Gesellschaft durchzuführen und den Autoritätsgehorsam einschließlich der Kinderliebe zu den Eltern gründlich zu beseitigen¹⁸.

Zwar besteht grundsätzlich kein direkter Zusammenhang zwischen den Zitaten in der Rubrik *expressis verbis*, dennoch sollte für den Leser der katholische Inhalt der Zitate transparent sein.

Insgesamt werden im „PUR“-Magazin durchaus katholische Themen behandelt. Diese beschränken sich jedoch auf einfache Meldungen, die den knappen Berichten und prägnanten Kurzinformationen der Katholischen Nachrichten-Agentur ähneln. Gleichwohl wird in der Auswahl der Meldungen die Nähe zur katholischen Kirche deutlich: So erfährt der Leser in der Ausgabe von Juli 2017 beispielsweise, dass Papst Franziskus neue Mitglieder für die Päpstliche Akademie für das Leben ernannt hat¹⁹, für den Weltjugendtag 2019 in Panama 375.000 Besucher erwartet werden²⁰, im Kölner Dom eine neue Reliquie vom hl. Papst Johannes Paul II. zugänglich gemacht wurde²¹ oder dass der Journalist Fritz Gerlich und der Religionsphilosoph Romano Guardini bald seliggesprochen werden sollen²². Die „PUR“-Redakteure gehen stets auf aktuelle Ereignisse in der Kirche ein. In der Doppelausgabe von August und September beispielsweise würdigt Paul Badde, Romkorrespondent des katholischen Fernsehsenders EWTN und Herausgeber des „Vatican-magazins“, das

¹⁸ PUR Ausgabe 10/2017, S. 5. Der hier zitierte Erziehungswissenschaftler wird im „PUR“-Magazin fälschlicherweise „Hans-Joachim“ statt korrekt „Hans-Jochen“ Gamm genannt. Fehler wie diese häufen sich im Magazin und lösen beim Leser unweigerlich das Gefühl aus, nicht ernst genommen zu werden. Der Leser erhält somit ein Magazin, das „irgendwie“ katholisch sein will, aber sich nicht um die Qualität der Gestaltung und Artikel müht. Hans-Jochen Gamm sorgte 1968 mit seinem umstrittenen Buch *Kritische Schule – Eine Streitschrift für die Emanzipation von Lehrern und Schülern* für Aufsehen. In diesem würdigt er den Sozialismus der DDR und setzt sich für „sexuelle Experimente“ in Schulen ein. Die Schüler in Deutschland hätten, so beklagte der Erziehungswissenschaftler, einen „absoluten Mangel an Lusterfahrung“ und sollten das Erlernte deshalb auch in der Praxis anwenden. Dass solche Erziehungsmethoden dem christlichen Menschenbild zutiefst widersprechen, steht außer Frage. Umso dringlicher sollten die „PUR“-Redakteure solche Zitate nicht mit Gedanken von Heiligen verbinden, sondern in einer anderen Rubrik kommentieren. Zudem muss doch hier gefragt werden, ob ein solches Zitat – zumal nicht aktuell – überhaupt Aufmerksamkeit in einem katholischen Magazin erhalten sollte.

¹⁹ Vgl. PUR Ausgabe 7/2017, S. 22.

²⁰ Vgl. PUR Ausgabe 8/9/2017, S. 22.

²¹ Vgl. PUR Ausgabe 10/2017, S. 6.

²² Vgl. PUR Ausgabe 11/2017, S. 21.

Leben und Wirken des im Juli 2017 verstorbenen Kardinals Joachim Meisner²³. Zum 100-Jahr-Gedenken an die Marienerscheinungen in Fatima brachte das Magazin im Rahmen der Fatima-Aktion e. V. sogar ein Sonderheft heraus²⁴.

1.2. „theo. Katholisches Magazin“

Das Magazin „theo“ erscheint fünfmal im Jahr im Verlag der „Theo Unternehmungsgesellschaft GmbH“ und wird finanziell unterstützt durch das katholische „Bonifatiuswerk“ wie auch durch die Erzbistümer Berlin und Köln. Das Magazin zeichnet sich auf der einen Seite durch seine moderne und hochwertige Gestaltung aus, auf der anderen Seite aber wird in den Artikeln oft eine problematische Distanz zur Kirche deutlich. Obwohl das Magazin als „katholisch“ gelten soll, ein Magazin, „das die Vielfalt des katholischen Glaubens kommuniziert“²⁵, fehlen jegliche Informationen zu aktuellen kirchlichen Vorgängen. Über den Tod des emeritierten Kölner Kardinals Meisner wird beispielsweise weder in der Ausgabe vom Juli 2017 noch in den darauffolgenden Ausgaben berichtet, was insbesondere verwunderlich erscheint, da das Heft auch finanziell vom Erzbistum Köln unterstützt wird. Die Marienerscheinungen in Fatima vor rund 100 Jahren hingegen werden knapp auf einer Seite erwähnt. Die Überschrift des Artikels, „Ansichtssache“, wie auch die von der Redakteurin durchgängig verwendete grammatische Form des Konjunktivs²⁶ allerdings stellen die Echtheit der Marienerscheinungen in Frage, die von der Kirche anerkannt sind.

Im Beitrag *10 Schritte auf dem Weg zur Liebesfähigkeit* der Ausgabe 5/2014 zeigt der Redakteur Sven Schlebes anschaulich und symptomatisch, dass das „theo“-Magazin seinen Namen, sofern dieser von „Theologie“ abgeleitet sein soll, in keinerlei Hinsicht verdient hat.

In einem kurzen Vorspann will Sven Schlebes die Bedeutung der „Liebesfähigkeit“ hervorheben, indem er versucht das christliche Liebesgebot von dem vernunftgeleiteten Gedanken der Aufklärung abzugrenzen. Er fordert das Zusammenspiel von „reiner Vernunft“ und der „Liebesfähigkeit“. Keiner dieser Begriffe wird erklärt. Es

²³ Vgl. PUR Ausgabe 8/9/2017, S. 16–19.

²⁴ Extra PUR magazin. German Catholic Magazine, 100 Jahre Fatima. Frieden für die Welt, Fe-Medienverlag Kießlegg, 2. Auflage, Juni 2017. Auch online abrufbar auf <http://www.fatima-aktion.de/hefte/PURextra-100-Jahre-Fatima.pdf>.

²⁵ Theo. Katholisches Magazin, *10 Jahre. Das Jubiläumsheft*, Düsseldorf – Berlin, Ausgabe 1/2017, S. 1.

²⁶ z.B.: „den Hirtenkindern soll erschienen sein“, „Maria soll den Kindern Botschaften gebracht haben“, „die Kinder sollen eine Vision der Hölle gesehen haben“; *ebd.*, S. 14.

ist zweifelhaft, ob der Leser genügend über die philosophischen Gedanken von Descartes und die Geschichte der Philosophie weiß, um Schlebes' Gedanken hier folgen zu können – und der Leser muss auch darauf vertrauen, dass sich der Autor hiermit auskennt, was nach Lektüre des Textes zumindest zweifelhaft erscheint. Auch wird sich wohl jeder Leser wundern, warum der Autor stets von „Liebesfähigkeit“ und nicht von der Liebe selbst spricht – nach genauerer Betrachtung besonders der Anleitung zu jener Liebesfähigkeit liegt nahe, dass hier von „Liebe“ im profanen Sinne gesprochen wird. Auch wenn Hinweise auf das biblische Liebesgebot gegeben sind, taucht das christliche Liebesverständnis nicht auf. Unbestimmt bleibt auch der Satz: „Es ist höchste Zeit, das Leben der reinen Vernunft um die Fähigkeit des Liebens zu ergänzen“. Der Autor erklärt nicht, was „reine Vernunft“ bedeutet. Ebenso fehlen christliche Bezüge. Von einem Magazin, das sich „katholisch“ nennt, ist das durchaus zu erwarten. In einem äußerst unbiblischen Sinne spricht der Autor weiter von Eigenliebe. Liebe beginne laut Schlebes immer mit einem Bekenntnis zur eigenen Person. Liebe heißt allerdings Hingabe, von sich selbst absehen zu können, sich selbst von seinen Wünschen, Plänen und Willen enteignen und sich dem Geliebten übereignen. Weiter spricht Schlebes von verschiedenen Formen der Liebe, kommt jedoch zu dem Schluss, dass jene Liebe am besten sei, die uns dazu bringt, „eigene Formen der Liebe zu entdecken“. Nach christlichem Verständnis ist auch das ein Fehler. Denn die Bibel kennt das Naturrecht, das Zueinander von Mann und Frau und schließlich die Ausrichtung der Partnerschaft auf das Kind.

An anderen Stellen des Magazins mögen Aussagen wie „Aber der Christ entscheidet, ob Brot und Wein in mir sich verwirklichen oder eben nicht“²⁷ den katholischen Leser irritieren. Nach lutherischer Abendmahlslehre wird zwar erst durch den subjektiven Glaubensakt das Brot zum Leib Christi, doch der katholischen Lehre von der Eucharistie entspricht das nicht. Auch entscheiden nicht „Christen darüber, ob Jesus lebt“²⁸. Entfernt sich der Mensch bewusst von der Liebe Gottes, so hat das zwar Einfluss auf seine Beziehung zu Gott, aber es entscheidet nicht darüber, ob der Herr auferstanden ist oder nicht. Die Beiträge im „theo“-Magazin weisen erhebliche theologische Fehler auf und zeigen kaum die Schönheit des Glaubens auf. Berichte über Journalisten, die das Rotlichtviertel erkunden und anschließend eine Auszeit im Kloster suchen²⁹, ehemalige Kapellen, die zu einem Restaurant umgebaut worden sind³⁰ oder in sexuelle Skandale verwickelte Priester, die ihre neue

²⁷ THEO, Ausgabe 3/2014, S. 43, neunter Absatz.

²⁸ *Ebd.*, zehnter Absatz.

²⁹ THEO, Ausgabe 2/2017, S. 38.

³⁰ Vgl. THEO, Ausgabe 3/2017, S. 4.

Berufung im Schreiben von Büchern über Whisky gefunden haben³¹, verweisen auf eine durchweg negative Weise auf Kirche oder stellen diese als einen einfachen, profanen Rückzugsort dar. Das ist nicht nur wider den Evangelisierungsauftrag der Kirche, sondern auch journalistisch unprofessionell, denn

[g]uter Journalismus sieht die Welt mit beiden Augen und hat den Ehrgeiz, die bestmögliche Version der Wahrheit darzustellen, um die Menschen zu motivieren, ihre eigene Meinung zu bilden³².

Dies gelingt in Ausgabe 4/2014. In einem Interview mit dem Ordens- und Vorstandsmitglied des Malteser-Hilfsdienstes, Douglas Graf von Saurma-Jeltsch, werden dem Leser viele Eindrücke vom Orden und seinen Aufgabenbereichen präsentiert.

Besorgniserregend bleiben dennoch die Würdigungen von Geistlichen, die „theo“ als katholisches Magazin unbedingt weiterempfehlen, weil es „neue und ungewohnte Perspektiven für das christliche Leben eröffnen“³³ kann. „Viele, die drinnen sind, sind draußen, und viele, die draußen sind, sind drinnen“, hatte schon der hl. Augustinus erkannt, und der emeritierte Papst Benedikt XVI. warnte in einer Ansprache während seiner Apostolischen Reise nach Deutschland 2011³⁴ vor der Verweltlichung der Kirche. Diese bewirke letztlich, dass das christliche Zeugnis „immer wieder verdunkelt“, die „Botschaft relativiert“ wird und „Beziehungen entfremdet“ werden. Kirche dürfe sich nicht der Welt anpassen, indem sie sich ganz in dieser verliere, sondern gerade „[u]m ihre Sendung zu verwirklichen, wird sie auch immer Distanz zu ihrer Umgebung nehmen müssen“³⁵. Auch Papst Franziskus hatte in seiner ersten Predigt gesagt: „Wenn wir uns nicht zu Jesus Christus bekennen, bekennen wir uns zur Diesseitigkeit des Teufels“. Die Kirche sollte Verweltlichung vermeiden und sich auf die Evangelien konzentrieren. Doch es ist eben diese Verweltlichung der Kirche, die das „theo“-Magazin bezeugt. Besonders deutlich wird das in der Ausgabe von Oktober 2017. *Eva und ihre Töchter – Ein*

³¹ Vgl. ebd., S. 36: „Außerdem habe ich seit einigen Jahren eine feste Rubrik in der größten deutschsprachigen Fachzeitschrift für Whisky, *Der Whisky-Botschafter*, in der ich über die vielfältigen geschichtlichen, philosophischen und religiösen Verbindungen zwischen Spirit und Spirituality schreibe“, so der Priester.

³² U. HAAGERUP, *Constructive News. Warum „bad news“ die Medien zerstören und wie Journalisten mit einem völlig neuen Ansatz wieder Menschen berühren*, Salzburg 2015, S. 195 f.

³³ THEO, Ausgabe 1/2017, S. 2.

³⁴ BENEDIKT XVI., *Ansprache am 25. September 2011 während seiner Apostolischen Reise nach Deutschland*, Freiburg i. Br. 2011.

³⁵ Ebd.

Frauenheft, so lautet der Titel der Ausgabe. Schon die Themenvorschau im Editorial macht deutlich, dass die Redakteure von Christus und somit vom neuen Adam und der neuen Eva nichts wissen: So geht es unter anderem um ein lesbisches Paar, das „kämpfen muss: für seine Rechte in einer Gesellschaft, in der Homosexualität noch immer nicht so ganz angekommen ist“, oder um die „Schwesternschaft des Guten Todes“ in Brasilien, „eine Gruppe von Frauen, die den Katholizismus mit überliefertem Geisterglauben würzt“³⁶. Katholizismus scheint den Redakteuren und Mitarbeitern des Magazins offensichtlich nicht genug zu sein, er muss „gewürzt“ werden mit heidnischen Inhalten und wird auf diese Weise seiner Wahrheit beraubt. Statt über christliche Familien zu berichten, die tatsächlich für etwas kämpfen, die beispielsweise dank ihres tiefen Glaubens eine schwere Lebenskrise überstanden haben, schenken die Redakteure in ihren Artikeln durchgängig Menschen Beachtung, die der Kirche den Rücken zugewandt haben. Das Frauenbild dieses Magazins ist nicht nur unchristlich, sondern zutiefst entwürdigend. Der Autor schreibt in einem Kommentar, dass der Stereotyp der ausschließlich kochenden, putzenden und Kinder erziehenden Frau ausgedient habe. Heute sei die Wirklichkeit anstrengender. Er ergänzt:

Und die Frauen um mich herum ebenfalls. In dieser Wirklichkeit werde ich jeden Tag von Frauen gefordert. Bei der Kindererziehung, beim Sex, beim Job, in der Liebe, in der täglichen Begegnung. Die meisten dieser Frauen machen einfach einen unglaublich guten Job³⁷.

Sexualität und Liebe, Elternschaft und Ehe werden hier offensichtlich getrennt, die Frau auf ein Objekt reduziert, das scheinbar den Mann herausfordert, während sich die Frauen in allen Bezügen zur Welt abhängig machen oder in Abhängigkeit gehalten werden, in einer außerchristlichen Unmündigkeit, für die sie generös und geringschätzig gelobt werden – aber als Person in ihrer eigenen Würde werden sie nicht anerkannt.

2. Im Dienst der Evangelisierung?

Vernünftigerweise leugnet niemand die bestehende Kluft zwischen Theorie und Praxis, in diesem Fall zwischen kirchlichen Vorgaben und theologischem

³⁶ THEO, Ausgabe 4/2017, S. 1.

³⁷ *Ebd.*, S. 53.

Anspruch auf der einen und der inhaltlichen Gestaltung der ausgewählten Printmedien „PUR“ und *theo* auf der anderen Seite. Die verantwortlichen vatikanischen Kommissionen müssen zudem die weltkirchliche Sicht berücksichtigen. So mag das Element der geforderten „Evangelisierung“ in vielerlei Gestalt und variabel nach jeweiliger kultureller Prägung auftreten und umgesetzt werden, aber Berücksichtigung sollte es finden – zumindest dann, wenn sich ein Medium selbstbewusst als „katholisch“ bezeichnet. Das Zweite Vatikanische Konzil und die Päpste seither haben mit Nachdruck betont, dass es wichtig sei – *Ad gentes*, wie das Dekret über die Mission lautet – die Frohe Botschaft zu verkünden und sich in der Öffnung zur Welt nicht der Beliebtheit dieser anzugleichen, sondern auf Christus zu verweisen. Das gelingt teilweise bei „PUR“, kaum aber in „theo“. Möglicherweise illustrieren beide Magazine auf je eigene Weise, wenn auch ohne Absicht, die Grenzen und Begrenztheiten medialer Vermittlung und bestätigen die triviale Einsicht, dass die sakramentale Gottesbegegnung die Voraussetzung für ein glaubwürdiges Zeugnis in der Welt ist, weil sonst höchstens Eigensinn dargestellt und eine Form kultureller, aber kirchlich ungebundener Christlichkeit bezeugt wird. Der heilige Papst Paul VI. hat mit seinem Apostolischen Schreiben *Evangelii nuntiandi* die fortschreitende Säkularisierung hell-sichtig wahrgenommen und kritisiert. Die Verkündigung erscheint umso notwendiger, da auch in der katholischen Kirche selbst Symptome des säkularen Geistes, also des Geistes der Weltlichkeit, sichtbar werden. Paul VI. benennt beispielhaft etwa die Zunahme eines „unbestimmten Suchens nach irgendeiner religiösen Erfahrung“, wie dies sich durch eine nur sinnliche und oberflächliche Spiritualität ohne Bindung an die Grundlage des Glaubens zeigt. Der „Geist des modernen Menschen“ scheint in allem den Vorrang zu haben, so dass das „bedenkenlose Auftreten des Absurden“ in der Welt, aber auch in der Kirche zunimmt. Was sich in den späten 1960er- und in den 1970er Jahren für den Papst abzeichnete, spiegelt etwa das Magazin „theo“ deutlich wider, in welchem die bedenkenlos betriebene Verdrängung des Wesentlichen durch Nebensächlichkeiten besonders erkennbar ist. Paul VI. bekräftigt hingegen:

Der Glaube ist unsere erste Pflicht. Der Glaube ist für uns eine Lebensfrage. Der Glaube ist das unersetzbare erste Prinzip des Christentums. Er ist das Zentrum der Einheit. Er ist der fundamentale Daseinsgrund unserer Religion³⁸.

³⁸ PAUL VI., *Der authentische und unversehrte Glaube als Fundament eines wahrhaft christlichen Lebens. Ansprache bei der Generalaudienz am 30. Oktober 1968*, in: L. SAPIENZA, *Papst Paul VI. und der Glaube*, Illertissen 2014, S. 94 f.

Gerade weil die Evangelisierung die „tiefste Identität“³⁹ der Kirche bilde, könne ein kirchliches Magazin nicht darauf verzichten, die christliche Botschaft ausdrücklich zu benennen und somit der Welt zu verkünden. Gerade vor dem Hintergrund der Säkularisierung sollen kirchliche Magazine unabhängig vom jeweiligen Adressatenkreis christlichen Themen im Heft genügend Raum geben. Ansonsten wäre fraglich, mit welcher Berechtigung solche Magazine finanziell aus dem kirchlichen Bereich unterstützt werden sollten. Wenn die Frohbotschaft aufgenommen wird und das ganze Magazin die Treue zur Kirche erkennen lässt, wird authentisch die Verbundenheit mit Christus bezeugt. Schließlich liege es an theologischen und journalistischen Fachkenntnissen und nicht weniger auch an der Empathie der Redakteure, dass der Sprachstil, die Gestaltung und Themenwahl eines kirchlichen Magazins an den Adressatenkreis angepasst werden. Nie sollten diese Aspekte in den Vordergrund treten, sondern dem Evangelisierungsauftrag nachgeordnet sein. Es gelte, so Paul VI., die christliche Botschaft den Lesern in ihrer ganzen Fülle zu verkünden und auf geeignete Weise zu vermitteln. Das müsse zwar nicht immer in Form katechetischer Unterweisungen geschehen, aber auch dürfe nicht die Grenze zu „gängigen“ Unterhaltungsmagazinen überschritten werden. Gleichzeitig ist „Verkündigung nicht bloß Information. Sie ist viel mehr als das. Verkündigung ist (...) ein identitätsstiftender und –sichernder Prozess“⁴⁰. Wenn also die „PUR“-Redakteure ihre Meldungen aneinanderreihen ohne sie zu erläutern oder in einen Kontext zu setzen, nehmen sie den Evangelisierungsauftrag nicht ernst.

Bei „theo“ werden christliche Werte nicht bezeugt, sondern variiert und abgeändert und erscheinen dem Leser als willkürliche Behauptungen und beliebige Setzungen. Das Magazin „theo“ ist ein Beispiel für den Relativismus, der auch mitten in der Kirche, im Bereich der Verkündigung und Medienarbeit heute vorgefunden werden kann. Der Päpstliche Rat der sozialen Kommunikationsmittel warnt ausdrücklich vor dieser „Versuchung“, der sich die Redakteure von „theo“ offensichtlich hingeben:

Die Medien ignorieren religiöse Ideen und Erfahrungen oder drängen sie ins Abseits; sie behandeln Religion mit Verständnislosigkeit, vielleicht sogar Verachtung, als ein Objekt der Neugier, das keine ernsthafte Beachtung verdient; sie fördern auf Kosten des überlieferten Glaubens religiöse Modetorheiten; sie gehen mit anerkannten reli-

³⁹ PAUL VI., *Apostolisches Schreiben „Evangelii nuntiandi“*, Vatikan 1975, Nr. 14.

⁴⁰ W.R. PETKEWITZ, *Verkündigung in der Mediengesellschaft. Neue Informations- und Kommunikationstechniken in der kirchlichen Praxis*, Gütersloh 1991, S. 226f.

giösen Gruppen feindselig um; sie wägen die Angemessenheit von Religion und religiöser Erfahrung nach weltlichen Maßstäben ab und begünstigen religiöse Ansichten, die dem weltlichen Geschmack entsprechen, gegenüber jenen, die das nicht tun; sie versuchen, die Transzendenz in die Grenzen des Rationalismus und Skeptizismus einzuschließen. Die heutigen Medien spiegeln oft den postmodernen Zustand eines menschlichen Geistes wider, „der in die Grenzen seiner Immanenz eingeschlossen ist, ohne irgendeinen Bezug zur Transzendenz zu haben“ (JOHANNES PAUL II., *Enzyklika „Fides et ratio“*, 81)⁴¹.

Mit hoher Sensibilität hat der heilige Papst Johannes Paul II. in der Enzyklika *Fides et ratio* auf die Möglichkeiten, aber auch auf die Gefahren der sozialen Kommunikationsmittel hingewiesen. Aufgrund mangelnder Reflexion und aufgrund einer ins Unbestimmte reichenden inneren Haltung spiegeln diese auch in kirchlichen und sich katholisch nennenden Medien eine sich ausweitende Unsicherheit, ja einen bis in den Raum der Kirche hineinreichenden Unglauben wider. Die Frage nach Gott wird nicht mehr erkannt oder nicht mehr ernst genommen. Die Tendenz zu einer fortschreitenden Banalisierung und Trivialisierung bilden Magazine wie „theo“ eindeutig ab. Sie verstärken diesen Trend vielleicht sogar, weil ihnen das Potenzial zu fehlen scheint, an die Wahrheit des Glaubens zu erinnern, an die Schönheit des Glaubens, die nicht in einer sinnfälligen Dekoration besteht, sondern in der würdigen Feier der Eucharistie, in der Anbetung und in der Feier und frommen Verehrung der Sakramente. Diese Schönheit lebt im Glauben derer, die einfachen Herzens sind. Medien wie „theo“ wissen auch nicht, den „lebenslang um den Glauben ringenden Menschen“ Halt und Stütze zu sein, Orientierung und Wegweisung zu bieten, weil sie das Wesentliche nicht zu erkennen und eher selbst Orientierung nötig zu haben scheinen, in einer faden, blassen Witzigkeit verbleiben und sich über „hochgespielte Probleme in Nebenfragen“ verlieren⁴².

⁴¹ PÄPSTLICHER RAT FÜR DIE SOZIALEN KOMMUNIKATIONSMITTEL, *Ethik in der sozialen Kommunikation*, Vatikan 2000, Abschnitt 18.

⁴² Eindrucksvoll beschreibt der ehemalige, mittlerweile verstorbene Innsbrucker Bischof Reinhold Stecher die Schönheit des Glaubens mit Blick auf die Kirchen des Barock. In einem imaginären nächtlichen Gespräch zwischen Bischof und Dom heißt es: „Die Kirche ist nicht für sich da. Sie sollte immer nur für den einen großen, unfassbaren Liebenden da sein. Und wenn sie das vergisst und sich selbst zu wichtig nimmt, dann wird sie kein Raum der innersten Stille mehr, sondern eben ein Palast, ein Repräsentationsraum, eine Festung oder ein Bürohaus. (...) Vielleicht erinnerst du dich daran, dass die Tiroler ihre Kirchen in der Barockzeit so schön gestaltet haben, weil sie am Sonntag ein Stück Himmel bei sich haben wollten. Wenn also in wenigen Sekunden der Silberaltar im Licht aufflammen wird, dann will das nichts anderes sein als ein kleines Präludium, ein Vorspiel des Lichtes, das hinter allem Dunkel kommt“. R. STECHER, *Werte im Wellengang. Ungewöhnliche Interviews*, Innsbruck – Wien 2011³, S. 150ff.

Letztlich „[schließt] [d]ie Evangelisierung – und damit die ‚Neuevangelisierung‘ – auch die Verkündigung und das Anbieten einer Moral ein“⁴³, die besonders bei „theo“ auf vage Andeutungen begrenzt bleibt. Theologische Begriffe scheint „theo“ zwar mitunter zu erwähnen, doch sind sie willkürlich gewählt und nicht erklärt, möglicherweise auch nur zufällig berücksichtigt. Schließlich gleicht dieses Magazin einem bunten Experiment, das die vermeintliche Alltagswirklichkeit ausschnittsartig zu präsentieren und vage mit christlichen Motiven zu verknüpfen scheint.

3. Zwischen Mutlosigkeit und spiritueller Weltlichkeit

In der Welt von heute verweist die römisch-katholische Kirche, seit dem Beginn des Zweiten Vatikanischen Konzils, mit neuer Dynamik verstärkt auf die Notwendigkeit einer Evangelisierung oder Neuevangelisierung. Diese erfolgt wesentlich auch über Medien, darunter über Printmedien, wie sie exemplarisch in dem vorliegenden Beitrag untersucht worden sind.

Aus den Magazinen „PUR“ und „theo“ lässt sich nicht primär die mediale Umsetzung des Auftrags der Evangelisierung herauslesen. So herrschen bei „PUR“ gewiss fromme, möglicherweise gute Absichten vor, aber das entsprechende Potenzial fehlt, dies adäquat journalistisch wie theologisch fundiert umzusetzen, und die inhaltlichen Unschärfen trüben den Gesamteindruck deutlich. Es scheint, als seien die Redakteure und Mitarbeiter zwar im positiven Sinne katholisch, aber dies genügt wohl nicht, um ein zugleich inhaltsreiches und anspruchsvolles Magazin zu gestalten, das mehr als einen überschaubaren Adressatenkreis anspricht. Die Treue zur Kirche drückt sich nur unzureichend darin aus, Versatzstücke aus Papst-Ansprachen unsortiert aufzulisten – eine Einbettung in den Kontext wäre stets hilfreich und erforderlich. So wirkt es, als ob nur einschlägige Zitate aneinandergereiht würden, ohne dass der Leser sich erschließen könnte – er weiß gewiss, dass der Papst das Oberhaupt der Katholiken ist –, woraufhin diese Gedanken verweisen, was Franziskus damit sagen und warum das Magazin „PUR“ sie publizieren möchte. Das Magazin erweckt den Eindruck, als handele es sich eher um eine vordergründige Treue zum Papst und zur Kirche, ohne dass die innere Bedeutung dieser reflektiert oder anschaulich dargestellt würde. Zu vermuten ist mit Blick auf das Magazin insgesamt, dass es an geeigneten journalistischen Fachkräften fehlt und dass mit vielen freien Mitarbeitern gearbeitet wird.

⁴³ *Ebd.*

Das „theo“-Magazin bietet eine Oberflächlichkeit anderer Art, die plakativ anmutet und vordergründig reizvoll erscheinen mag, in der Sache selbst aber eher Anlass zu konkreter Desinformation und Irritation bietet, da theologische Gehalte unzureichend dargestellt werden oder in einzelnen Artikeln überhaupt nicht vorkommen. Mitunter werden sogar Positionen formuliert, die einen Gegensatz zur Wahrheit des Glaubens darstellen. Solche Beiträge enthalten, wie oben exemplarisch am Beispiel der Sexualmoral aufgewiesen, zahlreiche Elemente, die nicht nur nicht der Verkündigung der Botschaft Christi dienen, sondern dem Evangelium und der Lehre der römisch-katholischen Kirche schroff entgegengesetzt sind. Es handelt sich hier entweder um eine durchgängig unbemerkte Kenntnislosigkeit der Verfasser oder um eine bewusste Abgrenzung von der Lehre der römisch-katholischen Kirche. Der Evangelisierung selbst scheint dieses Magazin in keiner Weise zu dienen.

Mit „PUR“ und „theo“ sind Beispiele untersucht und dargestellt worden, wie katholische Printmedien heutzutage gestaltet und inhaltlich konzipiert werden. Die Redakteure der Zeitschriften scheinen die Botschaft, mit deren Verkündigung auch sie als Weltchristen in katholischen Medien beauftragt sind, nur ungenügend zu kennen und ungenügend vermitteln zu können. So laufen katholische Medien wie diese Gefahr, die Beliebigkeit eher zu ergänzen und zu erweitern, als dass sie dieser substanziell die Wahrheit des Glaubens entgegensetzten. Auf eben diese Gefahr hat Papst Franziskus in *Evangelii gaudium* hingewiesen. Die Medien würden, so der Papst, „gelegentlich ein ausgeprägtes Misstrauen gegenüber der Botschaft der Kirche und eine gewisse Ernüchterung“ vermitteln. Dies führe zu einer Art „Minderwertigkeitskomplex“, der schließlich auch die Redakteure katholischer Medien selbst dazu bringen könnte, „ihre christliche Identität und ihre Überzeugungen zu relativieren oder zu verbergen“. Daraus entstehe schließlich ein „Teufelskreis, denn so sind sie nicht glücklich über das, was sie sind und was sie tun, identifizieren sich nicht mit dem Verkündigungsauftrag, und das schwächt ihren Einsatz. Schließlich ersticken sie die Missionsfreude in einer Art Besessenheit, so zu sein wie alle anderen und das zu haben, was alle anderen besitzen. Auf diese Weise wird die Aufgabe der Evangelisierung als Zwang empfunden, man widmet ihr wenig Mühe und eine sehr begrenzte Zeit“⁴⁴. Gewiss ist dieser „Teufelskreis“ kein absichtlich herbeigeführter Zustand. So kann auch den Redakteuren der untersuchten Magazine nicht schlichtweg Bosheit vorgeworfen werden. Gleichwohl darf verlangt werden – und dies betrifft insbesondere das „theo“-Magazin –, dass die Redakteure ihre Arbeit regelmäßig kritisch hinterfragen, und das immer mit Blick auf den Evangelisie-

⁴⁴ FRANZISKUS, *Apostolisches Schreiben „Evangelii gaudium“*, Nr. 79.

rungsauftrag, um dessen Erfüllung sie sich bemüht wissen. Wünschenswert wäre eine Zusammenarbeit mit Geistlichen und Lientheologen, um zu verhindern, dass ein Magazin entsteht, in dem katholische Themen scheinbar willkürlich aneinandergereiht werden, wie bisweilen beim „PUR“-Magazin, sondern theologisch fachkundig dem Leser Impulse geben, ja ihm auf eine sanfte, dem Medium angepasste Weise die Schönheit des Glaubens zeigen.

Stets sollten sich die Redakteure vor einer geschmeidigen Anpassung an die Welt hüten, denn

[d]ie Kirche bindet nicht am besten Mitglieder, indem sie ihren Mitgliedern hinterherläuft, und sich bemüht, deren Erwartungen zu befriedigen, schon gar nicht den Distanzierten. (...) Es kommt darauf an, Indifferenzen charmant zu durchbrechen und Nachfrage nach Kirche und Religion zu wecken!⁴⁵

Ohne Frage müssen die Redakteure aktuelle Geschehnisse in Welt und Kirche thematisieren und dabei immer auch jene Objektivität wahren, wie sie von Journalisten gefordert wird. Als Redakteure eines katholischen Magazins jedoch dürfen sie, ja müssen sie Position beziehen, wenn es die Situation erfordert. Über die Abtreibungsdebatte in Irland im Mai 2018 etwa kann nicht bloß eine Meldung geschrieben werden, sondern muss diskutiert werden. Die Botschaft, die es zu verkünden gilt, darf den Themen nicht nachgeordnet sein, sondern muss *quasi* über ihnen leuchten, sie durchleuchten, um auf diese Weise Zeugnis zu geben von Christus.

Was bei „PUR“ insgesamt wohl eher als Mut- und bisweilen auch Hilflosigkeit umschrieben werden kann, grenzt bei „theo“ an jene „spirituelle Weltlichkeit“, von der Papst Franziskus auch die Medien bedroht sieht:

Die spirituelle Weltlichkeit, die sich hinter dem Anschein der Religiosität und sogar der Liebe zur Kirche verbirgt, besteht darin, anstatt die Ehre des Herrn die menschliche Ehre und das persönliche Wohlergehen zu suchen. (...) Sie nimmt viele Formen an, je nach dem Naturell des Menschen und der Lage, in die sie eindringt. Da sie an die Suche des Anscheins gebunden ist, geht sie nicht immer mit öffentlichen Sünden einher, und äußerlich erscheint alles korrekt. Doch wenn diese Mentalität auf die Kirche übergreifen würde, „wäre das unendlich viel verheerender als jede andere bloß moralische Weltlichkeit“⁴⁶.

⁴⁵ G. WAGNER, *Religiöse Kommunikation und Kirchenbindung. Ende des liberalen Paradigmas?* Leipzig 2014, S. 41.

⁴⁶ FRANZISKUS, *Apostolisches Schreiben „Evangelii gaudium“*, Nr. 93.

So bleibt zu hoffen, dass sich die katholischen Magazine in Deutschland den Herausforderungen der heutigen Welt stellen statt ihre Themen an die Welt anzupassen und auf diese Weise zu riskieren, dass sie die Botschaft, die sie doch verkünden wollten, banalisieren. Die Aufgaben der Kirche und mit ihr die Pflicht katholischer Medien, wie sie im Zweiten Vatikanischen Konzil formuliert worden sind, stellen in Anbetracht der voranschreitenden Digitalisierung ohne Zweifel eine gewaltige Herausforderung dar. Gleichzeitig bergen neue Technologien immer auch die Chance, viele Menschen auf den unterschiedlichsten Kanälen zu erreichen. Das *Aggiornamento*, quasi der Schlüsselbegriff des Zweiten Vatikanischen Konzils für kirchliche Erneuerungsprozesse, ist somit heute aktueller denn je.

*

Literatur

- BENEDIKT XVI., *Ansprache am 25. September 2011 während seiner Apostolischen Reise nach Deutschland*, Freiburg i. Br. 2011, http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/speeches/2011/september/documents/hf_ben-xvi_spe_20110925_catholics-freiburg_ge.html (19.06.2018).
- BENEDIKT XVI., *Botschaft zum 47. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel am 24. Januar 2013*, Vatikan 2013, http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/de/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html (19.06.2018).
- FRANZISKUS, *Apostolisches Schreiben „Evangelii gaudium“*, Vatikan 2013.
- FRANZISKUS, *Botschaft zum 48. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel am 24. Januar 2014*, Vatikan 2014, https://w2.vatican.va/content/francesco/de/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html (19.06.2018).
- HAAGERUP U., *Constructive News. Warum „bad news“ die Medien zerstören und wie Journalisten mit einem völlig neuen Ansatz wieder Menschen berühren*, Salzburg 2015.
- HERBST M., *Aufbruch im Umbruch. Beiträge zur aktuellen Fragen der Kirchentheorie*, Göttingen 2018.
- KLENK C., *Die katholische Kirche und ihr Nachrichtenwert. Der Papst in der Presse*, in: K.-D. ALTMEPPEN, R. GRECK, (Hg.), *Facetten des Journalismus. Theoretische Analysen und empirische Studien*, Wiesbaden 2012.

- KOCH K., *Mission oder De-Mission der Kirche*, in: G. AUGUSTIN, K. KRÄMER (Hg.), *Mission als Herausforderung. Impulse zur Neuevangelisierung*, Freiburg i. Br. 2011.
- PÄPSTLICHER RAT FÜR DIE SOZIALEN KOMMUNIKATIONSMITTEL, *Ethik in der sozialen Kommunikation*, Vatikan 2000, http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20000530_ethics-communications_ge.html (19.06.2018).
- PAUL VI., *Apostolisches Schreiben „Evangelii nuntiandi“*, Vatikan 1975.
- PAUL VI., *Der authentische und unversehrt Glaube als Fundament eines wahrhaft christlichen Lebens. Ansprache bei der Generalaudienz am 30. Oktober 1968*, in: L. SAPIENZA, *Papst Paul VI. und der Glaube*, Media Maria Verlag: Illertissen 2014.
- PETKEWITZ W.R., *Verkündigung in der Mediengesellschaft. Neue Informations- und Kommunikationstechniken in der kirchlichen Praxis*, Gütersloh 1991.
- RATZINGER J., *Bemerkungen zum Schema „De fontibus revelationis“ (1962)*, in: JRGS (= Joseph Ratzinger: Gesammelte Schriften), Band 7/1, Freiburg 2012.
- SCHÖNEMANN H., *Evangelisierung im neuen Pontifikat – Kontinuitäten und Diskontinuitäten*, „Zeitschrift für Missionswissenschaft und Religionswissenschaft“ 98 (2014), Nr. 1–2, S. 7–25.
- STECHER R., *Werte im Wellengang. Ungewöhnliche Interviews*, Innsbruck – Wien 2011³.
- WAGNER G., *Religiöse Kommunikation und Kirchenbindung. Ende des liberalen Paradigmas?* Leipzig 2014.

*

Abstract: Proclamation of the faith or trivialization of the Gospel message? An exploration of the Catholic youth magazines “PUR” and “theo”. In the last fifty years the renewal of the Catholic Church, initiated by the Second Vatican Council, has been reflected in the Catholic media. A lot of attention was also dedicated to the theological discourse and interpretations of the teaching of the Council. But until now less attention was given to the empirical research in the implementation of the documents of the Council, especially those which concern new evangelization and reflection on it in the ecclesiastical or Catholic media. It has been indicated, that the Catholic youth magazines “PUR” and “theo” do not necessarily relate to the level of calling in regards to the new evangelization. According to the principle of modernity, they avoid sometimes the challenges connected with the transfer of content and implications coming from the faith, shaping their message in a way which is on the limits of trivialization of the Gospel message.

Keywords: evangelization, media, youth, Second Vatican Council.

Streszczenie: Głoszenie wiary czy banalizacja orędzia zbawienia? Analiza katolickich magazynów młodzieżowych „PUR” i „theo”. Kościelna odnowa, zainicjowana przez Sobór Watykański II, w ostatnich pięćdziesięciu latach znalazła swoje odzwierciedlenie również w mediach katolickich. Szeroką uwagę poświęcono szczególnie teologicznym dyskursom i interpretacjom dotyczącym soborowego nauczania. W mniejszym stopniu zajmowano się dotychczas empirycznymi badaniami nad wcieleniem soborowych postanowień, zwłaszcza służących nowej ewangelizacji, i ich odzwierciedleniem w kościelnych lub katolickich mediach. Na podstawie badań wybranych publikacji katolickich magazynów młodzieżowych „PUR” i „theo” wskazano, że nie odpowiadają one w wystarczającym stopniu na wymogi nowej ewangelizacji. Hołdując zaś zasadzie nowoczesności, unikają nieraz wyzwań związanych z przekazem treści i implikacji płynących z wiary, kształtując swój przekaz w sposób graniczący z banalizacją ewangelicznego orędzia.

Słowa kluczowe: ewangelizacja, media, młodzież, Sobór Watykański II.