Das Leben verteidigen, jedes Leben verteidigen

Paul Swope, Direktor von The Caring Foundation (inzwischen: Vitae Caring), USA

10.01.2009

Ich arbeite für eine Organisation, die in den Vereinigten Staaten ihren Anfang nahm und sich "The Caring Foundation" nennt. Diese Gruppe verteidigt das Lebensrecht in einzigartiger Annäherung an das Thema der legalen Abtreibung. Wir

haben nicht die Absicht, das Abtreibungsrecht durch gesetzliche und politische Mittel zu ändern, sondern wir schalten Fernsehanzeigen, die bis ins tiefste Innere des Gewissens der Frauen dringen, die vor der Entscheidung stehen abzutreiben. Anstatt der Frau das Recht der Wahl zu nehmen, wollen wir ihr helfen, eigenständig zu der Einsicht zu gelangen, dass Abtreibung keine positive Wahl ist. Ich glaube, dass dies ein erster Schritt ist, der den heiligen Josefmaria sehr interessiert hätte. Als ich über seine Lehren und die Gründung nachdachte, für die ich zur Zeit arbeite, bemerkte ich, dass es noch andere Parallelen gibt, über die ich gerne sprechen möchte. Obwohl ich nur wenig Zeit habe, möchte ich einige aufzählen.

Die Achtung der menschlichen Freiheit

Ich habe Josemaría Escrivá niemals persönlich kennengelernt. Jedoch erinnere ich mich lebhaft an eine Videoszene, die bei mir einen unauslöschlichen Eindruck hinterlassen hat. Er wandte sich an einen Buddhisten, öffnete weit seine Arme und sagte voller Leidenschaft so etwas ähnliches wie: "Ich würde freudig mein Leben geben, um deine Freiheit, den buddhistischen Glauben zu praktizieren, zu schützen." Josemaría Escrivá versuchte nicht, mit Logik und Rhetorik die Religion des Mannes zu abzuwerten, so überzeugt er auch von der Wahrheit seines eigenen Glaubens war. Stattdessen entschied er sich, ihn mit Liebe zu überschütten und einen universalen Grundsatz zu verteidigen, von dem er wusste, dass sie ihn beide teilten, nämlich die Wichtigkeit der Achtung vor der menschlichen Freiheit. In "The Caring Foundation" schaffen wir zuallererst nicht eine Botschaft,

die auf unseren eigenen Gedankengängen bezüglich des Übels der Abtreibung basiert - so überzeugt wir auch davon sind -, sondern wir fragen: "Was fühlt eine Frau wirklich bei diesem Thema?" Und "Wie können wir ihr eigenes Gewissen dazu bringen, dass sie einsieht, dass Abtreibung keine gute Wahl ist?"

Erlauben Sie mir, ein Beispiel anzuführen, um diesen Punkt zu illustrieren: Es wird eine Frau gezeigt, die Ballett tanzt. Die ersten Sätze sind sehr poetisch: "Deine Intuition ist eine zarte volle Stimme. Sie sagt dir, wem du vertrauen kannst, wann es besser ist, ruhig zu sein und was dein bester Freund fühlt." Siehst du nicht, wie dieser Beginn politische, geographische oder sogar nationale Grenzen überschreitet? Wir berufen uns auf etwas Charakteristisches, das alle Frauen anerkennen und schätzen – die frauliche Intuition, die universal

ist. Die Anzeige fährt fort: "Sie (diese Stimme der fraulichen Intuition) sagt dir nicht immer das, was du hören willst, aber wenn du darüber nachdenkst: Wann hat sich die Stimme das letzte Mal geirrt?" So zielt die Anzeige darauf ab, Frauen zu helfen, auf ihre eigenen höheren Instinkte zu hören. Sie versucht nicht, sie von außen zu drängen, sondern innerlich etwas zu wecken. Dies war immer die Vorgehensweise des heiligen Josefmaria, denn er sah immer in den anderen das Gute und versuchte, es auf angenehme und attraktive Weise herauszuholen.

Wenn die Stimme einmal sanft erwacht ist, beginnt die Anzeige damit, praktische Hilfe anzubieten: "Wenn du unerwünscht schwanger bist, brauchst du nicht abzutreiben. Es gibt andere Optionen." Wiederum sagen wir nicht, dass die Frau die Abtreibung nicht wählen kann. Dies würde zu einer innerlichen

Verteidigungsreaktion führen. Die Frau soll sich nicht zu einer voreiligen Entscheidung gedrängt fühlen. Wir geben in der Anzeige eine gebührenfreie Telefonnummer an, die die Frau wählen kann, um sich beraten zu lassen und kostenlose Hilfe zu bekommen. Wir zeigen, dass wir Achtung vor ihrer Freiheit haben, während wir versuchen, sie in die richtige Richtung zu führen.

Ich möchte kurz erwähnen, wie wirksam diese Art von Anzeigen war. Wir können die genaue Anzahl der monatlichen Anrufe auf die gebührenfreie Nummer in einer bestimmten Region feststellen und haben folgende Zunahmen gesehen: Im Fernsehmarkt von Philadelphia erhöhten sich die Anrufe unter der gebührenfreien Nummer, die sich vor Beginn der Fernsehcampagne auf durchschnittlich monatlich 43 beliefen, auf monatlich 1100 Anrufe während der Zeit der Anzeigen. In

Orlando Florida (wo sich Disney World befindet) erhöhten sich die Anrufe von monatlich 15 auf 573 und in Minneapolis von 26 auf 480.

Der Schlüssel, um diese Art von Anzeigen zu entwickeln ist, mit psychologischen Forschungen über die Durchschnittsfrau in der heutigen säkularen Gesellschaft zu beginnen. Wir überlegen zuerst, wie sie das Thema angehen, nicht wie wir, die wir von Pro-Life überzeugt sind, das tun. Wir entwickeln eine Botschaft, die auf dem gründet, was sie, nicht was wir hören sollen. Sollte dies nicht die Grundlage jedweder wirksamen christlichen Evangelisierung sein?

Ich denke, dass Josemaría Escrivá die Aussage eines unserer Mitarbeiter für Öffentlichkeitsarbeit sehr gefallen hätte. Er sagte: "Manchmal tendieren wir Pro-Life-Leute dazu, unsere Botschaft mehr zu lieben als

den Menschen, der sie unbedingt hören muss." Das ist sehr bezeichnend. Ich denke, dass man das vollkommen auf jedwede christliche Evangelisierung anwenden kann. Josefmaria Escrivá liebte wirklich die Menschen in seiner Umgebung, die aller Religionen und die ohne Religion. Das ist der Grund, warum er die Menschen aller Nationen und Glaubensrichtungen so anzog und seine Botschaft einen solch weltweiten Anklang fand.

Erlauben Sie mir, ganz kurz einige andere interessante Parallelen zwischen der Vorgehensweise von "The Caring Foundation" und den Lehren des heiligen Josefmaria aufzuzeigen:

Vermeiden der Etikettierung von Menschen

Der heilige Josefmaria ermutigt uns, jeden Menschen als einziges Kind

Gottes zu sehen. Es ist interessant festzustellen, dass der Gründer des Opus Dei anfangs noch nicht einmal einen Namen für das apostolische Werk wusste, das Gott ihm anvertraut hatte. Er begann nicht mit einem großen Plan und einem hochtrabenden Namen, sondern mit dem intensiven Drang, jeder einzelnen Seele zu dienen.

"The Caring Foundation" vermeidet es, ihre Fernsehanzeigen zu etikettieren. Wir benutzen keine Pro-Life/Pro-Choice-Etiketten, denn mit ihnen versucht man, die Menschen zu polarisieren. Wir versuchen, jede Anzeige so abzufassen, als ob wir uns mit nur einer Person unterhielten. Wir nennen auch nicht unseren Namen und bestehen nicht darauf, dass der Name unserer Organisation in unseren Anzeigen erscheint. Wir möchten die Frau erreichen, die sich in einer Krise befindet. Jede Hervorhebung unserer eigenen

Organisation, die von diesem Ziel ablenken könnte, ist entmutigend.

Das Opus Dei ist eine Institution der katholischen Kirche, die auf allen fünf Kontinenten apostolisch wirkt. Hunderttausende von Menschen nehmen an dieser apostolischen Arbeit teil. Die Gläubigen des Opus Dei handeln jedoch nicht gruppenweise. Sie sind offen gegenüber allen und erreichen auf diese Art alle Menschen, wie es ihrer Identität als gewöhnliche katholische Laien entspricht. Im Einklang mit ihrer Auffassung von persönlicher Freiheit und Verantwortung fördern sie eine große Vielfalt von Aktivitäten mit dem Ziel, diese mit wahrem christlichem Geist zu füllen. 1 Auf ähnliche Art hat "The Caring Foundation" ihre Botschaft an über 90 Millionen Erwachsene gebracht und ohne Aufsehen über 20 Millionen Dollar aufgebracht, während kaum jemand von uns

gehört hat. Wir veröffentlichen keine Zeitungsartikel, geben der Presse keine Interviews und verwenden kein Geld für eigene Werbung. So wie der heilige Josefmaria wünschte, zu jeder einzelnen Seele und nicht zu einer korporativen Einrichtung zu gelangen, so will auch "The Caring Foundation" der Frau Aufmerksamkeit schenken, die es nötig hat, eine überzeugende Botschaft für das Leben zu hören. Das ist besser, als uns um die Verbesserung unseres Image zu kümmern.

Natürlich ist es wichtig, dass jeder christliche Laie ein Interesse an der Politik hat, aber der heilige Josefmaria möchte ganz besonders, dass der persönliche apostolische Umgang mit jedem einzelnen Menschen gepflegt wird. Da das Fernsehen weit von dieser persönlichen Kommunikation entfernt ist, vermeidet "The Caring

Foundation" auch jede Verbindung mit politischem Handeln. Wir machen keine Fernsehanzeigen während der Wahlkämpfe und möchten nicht, dass unsere Anzeigen mit irgendeiner politischen Partei in Zusammenhang gebracht werden.

Dialog mit der säkularen Welt

"Die Welt ist gut, denn die Werke Gottes sind immer vollkommen; nur wir Menschen machen die Welt schlecht durch die Sünde." Die Botschaft von Josefmaria Escrivá bedeutet nicht, dass man die säkulare Welt verlassen muss, sondern dass man eine neue Dimension hineinbringt: "Die meisten Leute haben nur Augen für das Flache, für die Fläche der Erde, zweidimensional. Wenn du ein übernatürliches Leben führst, wirst du von Gott die dritte Dimension bekommen: die Tiefe, und damit das Relief, das Gewicht und die Fülle."

Wenn es um Pro-Life ging, wurden das Fernsehen und die anderen Kommunikationsmittel oft als "Feinde" angesehen. "The Caring Foundation" hat sich entschieden, das positive Potential der Macht der Medien zu sehen und jede verfügbare Forschung und wissenschaftliche Analyse zu nutzen, die der Begründung des Rechts zu leben dienen.

Bezüglich des letzten Punktes lehrt Josemaría Escrivá, dass jeder Christ zur Heiligkeit berufen ist und dass diese Heiligkeit normalerweise in den gewöhnlichen Gegebenheiten jeden Tages zu leben ist. Eine schlecht gemachte Arbeit kann man jedoch nicht heiligen. Wir müssen danach streben, in unserem Beruf Prestige zu haben, um den anderen gutes Beispiel und Gott größere Ehre zu geben. Der heilige Josefmaria schreibt: "Ich glaube nicht an die gute Absicht eines Menschen, der

sich nicht bemüht, das notwendige Fachkönnen zu erlangen, um gute Arbeit zu leisten. Gutes tun zu wollen genügt nicht, man muss auch lernen, wie man es tut. Und wenn wir es wirklich wollen, dann wird sich dieser Wunsch in unserem Bemühen äußern, die notwendigen Mittel einzusetzen, damit unsere Arbeit vollendet, damit sie menschlich vollkommen ist." "The Caring Foundation" verlässt sich nicht auf ihre eigenen subjektiven Urteile für ihre Anzeigen. Wir maßen uns nicht an, diejenigen zu sein, die alles besser wissen, gerade weil unsere Überzeugungen richtig sind. Wir stellen für alles Fachleute ein, angefangen bei der Forschung bis zur Produktion und Verteilung. Wenn wir unsere Aufgabe ernst nehmen, müssen wir alle möglichen Hilfsmittel nutzen, um ein professionelles Produkt zu schaffen, das die höchste Wirksamkeit hat, um Leben zu retten.

Ich denke, dass viele andere auch von dieser Vorgehensweise lernen könnten. Wir versuchen, unsere Botschaft in einer Weise zu präsentieren, dass sie die Person, die sie hören muss, überzeugt. Diese Art und Weise soll die Zuhörer zur Zustimmung führen und das Beste bei ihnen bewirken.

---

pdf | automatisch generiertes Dokument von https://opusdei.org/de-de/article/das-leben-verteidigen-jedes-leben-verteidigen/ (12.12.2025)