

# Mediengesellschaft

*Eine Herausforderung für Praktische Theologie\**

Christian Grethlein

## I. Zum Diskussionsstand

Kulturgeschichtlich rasant, lebensgeschichtlich aber allmählich haben neue Medien – angefangen von der Fotografie über Telefon, Hörfunk und Fernsehen bis zum Internet – die Kommunikationsbedingungen unserer Gesellschaft tiefgreifend verändert. Mittlerweile beginnen sich auch Theologinnen und Theologen hiermit zu beschäftigen, und zwar in drei Hinsichten:

In der langen Tradition – etwa der Reformation –, neue Medien für die »Verkündigung« fruchtbar zu machen, steht die Forderung nach einer Christlichen Publizistik.<sup>1</sup>

Sodann werden – ebenfalls in einer langen Tradition stehend, nämlich der von Bilderkritik und Schund- und Schmutz-Kampf – im Anschluss an medienkritische Äußerungen<sup>2</sup> die Gefahren beschrieben, die aus den neuen Medien resultieren. Nicht zuletzt aus pädagogischer Verantwortung wird vor Verrohung, Minderung der Konzentrationsfähigkeit u. ä. gewarnt.

Schließlich – und diese Stimmen nehmen in letzter Zeit breiteren Raum ein – gelten die sog. neuen Medien als neue Form der Religion bzw. – vorsichtiger formuliert – als Religionsersatz. An diese sich einem funktionalen Religionsbegriff verdankende Analyse können sich – geleitet durch die Religionskritik Karl Barths – theologische Kritik<sup>3</sup> oder – geleitet durch ein liberales anthropologisches Religionsverständnis – Hochschätzung der religionsproduktiven Potentiale dieser Entwicklung<sup>4</sup> anschließen.

Alle drei mehr oder minder ausgeprägten Diskurse ergeben wichtige Einsichten:

\* Ausführlicher habe ich meine Überlegungen dargestellt in: *Chr. Grethlein*, Kommunikation des Evangeliums in der Mediengesellschaft, Leipzig 2003 (ThLZ.F 10).

1. Zu entsprechenden kirchlichen Stellungnahmen zum Medienthema und einschlägigen Untersuchungen s. die gute Übersicht und aus kommunikationstheoretischer und theologischer Perspektive kritische Besprechung bei *R. Uden*, Kirche in der Mediengesellschaft. Anstöße der Kommunikationswissenschaft zur praktischen Wahrnehmung der Massenmedien in Theologie und Kirche, Habil. theol. Erlangen 2002, 35–78. Zuletzt sehr klar in dieser Richtung die Stellungnahme des Päpstlichen Rates für die sozialen Kommunikationsmittel »Kirche und Internet« von 2002 (über die Homepage des Vatikans zugänglich).
2. S. eine gute Übersicht über entsprechende Formen der vorwiegend soziologischen Kritik bei *P. Kottlorz*, Fernseh-moral. Ethische Strukturen fiktionaler Fernsehunterhaltung, Berlin 1993, 13–38
3. So z. B. *G. Thomas*, Medien – Ritual – Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens, Frankfurt/M. 1998.
4. So z. B. *W. Gräb*, Sinn fürs Unendliche. Religion in der Mediengesellschaft, Gütersloh 2002.

- in die Bedeutung der Massenmedien für die Bildung der öffentlichen Meinung,
- in die Gefahren eines unkritischen Mediengebrauchs,
- in die Bedeutung der Medienentwicklung für das Religionssystem.

Praktisch-theologisch erscheint mir jedoch die vorrangige Aufgabe, die Kommunikation des Evangeliums zu fördern. Von daher stellt sich dann als neue und für die drei genannten Diskurse grundlegende Aufgabe, die Veränderungen der Kommunikationsbedingungen durch die Medien-Entwicklung zu rekonstruieren und daraus kontextualitätstheoretisch sowohl die zu beachtenden Rahmenbedingungen als auch die zu leistenden Widersprüche für die Kommunikation des Evangeliums zu benennen.

In der *Confessio Augustana* wurde das, was ich »Kommunikation des Evangeliums« nenne, mit »Lehre des Evangeliums« und »Verwaltung der Sakramente« bezeichnet, während der Dominanzphase der Dialektischen Theologie mit »Verkündigung«.

Diese hier nicht verwendeten Ausdrücke hatten in ihrer jeweiligen Zeit durchaus Bedeutung. Angesichts der Unmündigkeit der großen Bevölkerungsmehrheit im 16. Jahrhundert, die vor allem Ackerbau und Viehzucht unter einfachsten Bedingungen trieb, ging es in der Tat primär um Belehrung; und angesichts der schwierigen Situation während der Nazi-Herrschaft war ein Begriff wie Verkündigung durchaus sinnvoll, weil er vor problematischen Synthesen bewahrte.<sup>5</sup>

Aus verschiedenen, sowohl theologischen als auch erfahrungswissenschaftlichen Gründen erscheint heute aber der Begriff der Kommunikation geeigneter:

Grundsätzlich trägt er der rezeptionsästhetischen Einsicht Rechnung, dass an Verständigungsprozessen die Kommunizierenden jeweils aktiv beteiligt sind – entgegen einem einlinigen Sender- und Empfänger-Modell.

Hinsichtlich der wirklichkeitserfassenden Dimension hat »Kommunikation« den Vorteil, dass dieser Begriff die Ebene des verbalen und nonverbalen Austausches umfasst.

Ein wichtiger (wenn auch in der weiteren Ausformung einseitiger) Impuls für die Verwendung des Kommunikationsbegriffs – und dann auch die Begriffsbildung »Kommunikation des Evangeliums« (bzw. Kommunikation des Glaubens) – kam aus der Ökumenischen Bewegung. Entgegen dem früher in der Ökumene-Diskussion gebräuchlichen »approach«, der wie das deutsche »Verkündigung« eine Trennung zwischen »Welt« und »Evangelium« o. ä. voraussetzte, empfahl schon 1956 Hendrik Kraemer die Verwendung von »communication«<sup>6</sup>: »Kommunikation setzt eine schon bestehende Solidarität voraus, indem man seinen Standpunkt in der Welt und als Teil der Welt des andern einnimmt, nicht im Gegensatz zu seiner Welt ...«<sup>7</sup>

1964 führte dann Ernst Lange den Begriff »Kommunikation des Evangeliums« in die deutsche praktisch-theologische Diskussion ein und profilierte damit sein dialogisches Anliegen<sup>8</sup>, das der heutigen, durch Gleichberechtigung geprägten Gesellschaftsformation entspricht.

5. Zu den Problemen einer Übertragung des vornehmlich für die Predigtaufgabe verwendeten Verkündigungsbegriffs in den Bereich der Katechetik und des Religionsunterrichts vgl. R. Dross, *Religionsunterricht und Verkündigung*, Hamburg 1964.

6. H. Kraemer, *Die Kommunikation des christlichen Glaubens*, Zürich 1958 (engl. 1956).

7. A. a. O. 47.

8. Vgl. Chr. Bäumler, *Kommunikation/Kommunikationswissenschaft*, in: TRE 19 (1990), 384–402, 388.

Schließlich erscheint mir in vorliegendem Zusammenhang der Begriff »Evangelium« sehr gut geeignet, die Inhaltsseite der hier zu bedenkenden Kommunikation zu bezeichnen:

»Evangelium« steht nicht nur als »Kurzformel für das christliche Wirklichkeitsverständnis«<sup>9</sup>, sondern gibt – wie später gezeigt wird – zugleich Hinweise auf verschiedene Vermittlungsformen und führt damit mitten in den Themenbereich der Medien, und zwar in einer theologischen Tiefenschärfe, die die traditionelle dogmatische Unterscheidung von äußerer und innerer Klarheit des Wortes aufnimmt.<sup>10</sup>

Zugleich enthält »Evangelium« schon von der ursprünglichen Wortbedeutung her einen positiven Richtungssinn und wehrt durch den impliziten Verweis auf Jesu Wirken und Geschick einer bloßen Formalisierung christlicher Inhalte, wie sie bei dominanter Orientierung an einem funktionalen Religionsverständnis üblich ist.<sup>11</sup>

Der heute auch in praktisch-theologischen Arbeiten zur Medienthematik häufiger zu findende Religionsbegriff ist – neben anderen Problemen<sup>12</sup> – inhaltlich unterbestimmt, was schon aus dem begrifflichen Schwanken zwischen »religiös«, »religionsaffin«, »religiös valent« o. ä. in einschlägigen Arbeiten hervorgeht.

Den meisten der sich mit dem Medienthema beschäftigenden praktisch-theologischen Studien ist eine geringe bzw. völlig fehlende historische Tiefenschärfe gemeinsam. Dies ist erstaunlich angesichts der Tatsache, dass die Kommunikation des Evangeliums von Anfang an vor einer Vermittlungsaufgabe, also einem medialen Problem stand. Denn hier ging es wesentlich um die nicht unmittelbar sinnlich wahrnehmbare Beziehung Gottes zu den Menschen. Es ist also für die Kommunikation des Evangeliums nicht die Frage, ob sie sich der Medien bedient – auch der andere Mensch ist ein Medium<sup>13</sup> –, sondern welcher. Sachlich führt das Fehlen der geschichtlichen Dimension u. a. dazu, dass die Frage nach der Verhältnisbestimmung zwischen personalen und apersonalen Medien<sup>14</sup>, wenn überhaupt, nur unscharf gesehen wird. Genau hier, also dem In- und Gegeneinander von an Face-to-face-Kommunikation gebundene gegenüber durch anderweitige materiale Träger (wie Papier, Fernsehen o. ä.) bestimmte Medien, scheint mir aber das praktisch-theologisch entscheidende Problem zu liegen.

Demgegenüber will ich im Folgenden durch Erinnerung an zwei für die Christentumsgeschichte wichtige Medien-Umbrüchen auf die praktisch-theologische Relevanz der Unterscheidung von personalen und apersonalen Medien aufmerksam machen.

9. So R. Preul, Kommunikation des Evangeliums unter den Bedingungen der Mediengesellschaft, in: ders./R. Schmidt-Rost, Hg., Kirche und Medien, Gütersloh 2000, 9–50, 10.
10. E. Herms, Äußere und innere Klarheit des Wortes Gottes bei Paulus, Luther und Schleiermacher, in: Chr. Landmesser/H.-J. Eckstein/H. Lichtenberger (Hg.), Jesus Christus als Mitte der Schrift. Studien zur Hermeneutik des Evangeliums, Berlin 1997, 3–72, 8 ff.
11. So in Aufnahme der Impulse von Gräß für die Kirchentheorie M. Kumlehn, Kirche im Zeitalter der Pluralisierung von Religion. Ein Beitrag zur praktisch-theologischen Kirchentheorie, Gütersloh 2000, 219–261.
12. Vgl. hierzu den die wesentlichen Probleme für das Medienthema benennenden Überblick bei M. Laube, Himmel – Hölle – Hollywood, in: ders. (Hg.), Himmel – Hölle – Hollywood. Religiöse Valenzen im Film der Gegenwart, Münster 2002, 1–18, 12–17.
13. Werner Faulstich spricht in seiner mittlerweile in vier Bänden vorliegenden Medien-Geschichte von »Menschmedien«.
14. H. Wokittel, Medienbegriff und Medienbewertungen in der pädagogischen Theoriegeschichte, in: S. Hiegemann/W. Swoboda (Hg.), Handbuch der Medienpädagogik, Opladen 1994, 25–36, 26.

Als zweites fällt bei Durchsicht der einschlägigen Literatur die geringe empirische Erdung auf. So erstreckt sich ein Großteil der am funktionalen Religionsverständnis orientierten Arbeiten auf Kino-Filme – angesichts der Tatsache, dass jeder Deutsche etwa nur zweimal im Jahr ein Kino besucht<sup>15</sup>, ein fragwürdiger Schwerpunkt. Zwar können die meisten Kino-Filme später auch im Fernsehen gesehen werden, doch besteht sozialökologisch und rezeptionsästhetisch eine erhebliche Differenz zwischen dem Sehen eines Films im Kino und im Fernsehen. Von daher gilt es in einem zweiten Schritt den Begriff »Mediengesellschaft« empirisch zu präzisieren. Dabei leitet mich – aus praktisch-theologischer Perspektive – das Interesse an der Medien-Nutzung (nicht an der Medien-Produktion).<sup>16</sup> Weiter – auch dies fehlt meist – ist die empirisch rekonstruierte Situation theologisch zu beurteilen, bevor exemplarische Handlungsorientierungen möglich sind.

## II. Geschichtliche Perspektiven

Ein erster Blick soll den medialen Bedingungen und Veränderungen in der frühen Christenheit gelten. Hier begegnet nämlich strukturell die bis heute reichende Spannung zwischen personalen und apersonalen Medien. Ein zweiter Blick gilt der Reformationszeit, insofern sich hier im Verhältnis dieser beiden Medientypen eine tief reichende, in ihren Auswirkungen im kirchlichen Handeln noch heute kaum erfasste Veränderung vollzog.

1. Es ist vor dem Hintergrund der großen Bedeutung der Schrift – im doppelten Wortsinn – für das Judentum bemerkenswert, dass der Jude Jesus von Nazareth, der für Christen grundlegende Vermittler zu Gott, keine schriftlichen Aufzeichnungen hinterließ. Er beschränkte sich auf das unmittelbare Wirken seiner Person. Als personales Medium wirkte Jesus durch mündliche Rede, Mahlgemeinschaften und unmittelbare Hilfeleistungen. Das Besondere hieran war, dass in diesen Handlungen einzelne kommunikative Akte und die gesamte Lebensgestaltung eine Einheit bildeten.<sup>17</sup> Medientheoretisch betrachtet war die Überzeugungskraft dieser Verbindung untrennbar mit der Face-to-face-Kommunikation zwischen Jesus und seinen Mitmenschen verbunden, die eine einmalige Intensität der Begegnung ermöglichte.

Die personale Dimension wirkte auch nach Jesu Tod weiter, insofern sich mit Taufe und Abendmahl zwei Riten als grundlegend für das Leben der mit dem Auferstandenen Verbundenen herauskristallisierten, für die unmittelbare personale Kommunikation unerlässlich ist. Allerdings scheint dies in Verbindung mit der mündlich weiter gegebenen Erinnerung an Jesu Worte und Taten nicht ausgereicht zu haben. Evangelium – zuerst als »frohe Botschaft« ein Übertragungsmedium, das etwa durch Missionare verbreitet wurde – wurde auch zur Bezeichnung eines Spei-

15. G. Neckermann, Das Kinopublikum 1993 bis 2000. Besucherstruktur, Besucherverhalten und Image des Kinos, in: *Media Perspektiven* 2001/10, 514–523.

16. Vgl. zu den hier zur Debatte stehenden theoretischen Ansätzen die übersichtliche und materialreiche Darstellung bei U. Sander/R. Vollbrecht, Wirkungen der Medien im Spiegel der Forschung. Ein Überblick über Theorien, Konzepte und Entwicklungen der Medienforschung, in: S. Hiegemann/W. Swoboda (Hg.), *Handbuch der Medienpädagogik*, Opladen 1994, 361–385.

17. Vgl. J. Becker, *Jesus von Nazaret*, Berlin 1996, 100–398.

chermediums, etwa in Form des Evangeliums des Markus u. a.<sup>18</sup> Die ersten schriftlichen Fixierungen des Evangeliums, also apersonale Medien, begegnen in den Briefen des Apostels Paulus. Die hier greifbaren Streitigkeiten in den Gemeinden zeigen, dass offensichtlich die personalen Medien, also umherziehende Missionare und zum Glauben Gekommene, auf die Dauer nicht hinreichten, um den Integrationsbedarf<sup>19</sup> der in unterschiedlichen Städten und Regionen sich bildenden Gemeinden zu befriedigen.

Seitdem besteht für das Christentum eine mediale Spannung:

- Bei Exklusivität der personalen Medien droht eine Abkoppelung vom Ursprungsgeschehen – die altkirchliche Ketzergeschichte ist reich an Beispielen hierfür;
- Bei Konzentration auf die schriftliche Fixierung des Evangeliums besteht umgekehrt die Gefahr einer Historisierung und Musealisierung – eine Entwicklung, die heute z. B. teilweise in der theologischen Ausbildung zu beobachten ist.

Liturgiegeschichtlich ist vor diesem Hintergrund interessant, dass es die Christen lange Zeit verstanden, diese Spannung dadurch zu überbrücken, dass das apersonale Medium Bibel als personales Medium inszeniert wurde. Denn die meisten Gemeindeglieder hatten ja keine Schriftrollen oder später Codices zu Hause, so dass sie nur im Gottesdienst die Lesung aus den heiligen Schriften aus dem Mund eines direkt Anwesenden vernahmten. Dass für die Christen damals der Akt des Vortrags keineswegs gleichgültig war, zeigt die Wertschätzung, die dem Lektorenamt entgegengebracht wurde. Hierzu wurden z. B. gerne Kinder herangezogen, weil deren Unbekümmertheit beeindruckte und die Hoffnung auf Gottes Erbarmen stärkte.<sup>20</sup> Die Bibel war also lange Zeit beides: apersonales Medium mit Speicherfunktion für die mit der Integrationsaufgabe christlicher Gemeinde Betrauten und personales Medium für die Gemeinde im Gottesdienst.

Insgesamt ist zu konstatieren: Das Evangelium wurde von seinen Ursprüngen an durch personale Medien vermittelt. Die durch Jesu Evangelium angeregte Neuorientierung kann wohl nur durch eine glaubwürdige Face-to-face-Kommunikation angemessen vermittelt werden, wobei dieser Prozess – wie schon ein Blick auf Jesu Wirken zeigt – eine partizipatorische, nicht eine instrumentelle Kommunikation erfordert.<sup>21</sup> Zugleich machte die Integrationsaufgabe aber auch den Einsatz apersonaler Medien, damals geschriebener Texte, notwendig, wobei deren Zusammenhang zur personalen Kommunikation zumindest anfangs liturgisch gewahrt wurde.

2. Die »herausragende Rolle« der Reformation »in einer übergreifenden Geschichte der Medien«<sup>22</sup> ist unstrittig. Zuerst springt ins Auge, dass sich die Reformatoren, allen voran Martin Luther, zielstrebig der neuen Drucktechnik bedienten. Ohne diese ist die Breitenwirkung der Reformation nicht vorstellbar. Darüber werden oft aber

18. J. Hörisch, *Der Sinn und die Sinne. Eine Geschichte der Medien*, Frankfurt/M. 2001, 71 f.

19. Vgl. N. Luhmann, *Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien*, in: ders., *Soziologische Aufklärung 3. Soziales System, Gesellschaft, Organisation*, Opladen 1981, 309–320.

20. M.-R. Bottermann, *Die Beteiligung des Kindes an der Liturgie von den Anfängen der Kirche bis heute*, Frankfurt/M. 1982, 42–47.

21. W. Engemann, *Zum Problem der Maschinisierung der Kommunikation. Herausforderungen für den Erwerb und die Pflege von Religiosität in der Gegenwart*, in: *WzM* 52 (2000), 141–155, 155.

22. W. Faulstich, *Medien zwischen Herrschaft und Revolte. Die Medienkultur der frühen Neuzeit (1400–1700)*, Göttingen 1998, 143.

die Probleme übersehen, die hiermit verbunden waren und die die evangelischen Kirchen bis heute begleiten. Dies kann anhand der Veränderungen für zwei Medien gezeigt werden, die für die Reformation als charakteristisch gelten: den Prediger und die Bibel.

Zwar wurden die Reformatoren nicht müde die Bedeutung der Predigt zu betonen; de facto aber verdrängten in der Folgezeit die Druckerzeugnisse die Prediger aus der Öffentlichkeit. Wichtig war hierbei nicht zuletzt, dass der Buchdruck zu einer tief reichenden Relativierung der bis dahin selbstverständlichen Hierarchie und Autoritätsstruktur führte. Beim gedruckten Text kam es letztlich nicht mehr auf die Autorität an, die hinter ihm stand, sondern auf den Nutzen für die Lesenden. Die Aufgabe der Predigt wurde bald durch zur Erbauung gedruckte Predigten u. ä. übernommen. Nach erheblichen Schwierigkeiten mit der Predigt im 17. Jahrhundert<sup>23</sup> traten dann die Moralischen Wochenschriften u. ä. das Erbe der Kanzelrede hinsichtlich der Öffentlichkeit an, ohne dass dies jedoch Einfluss auf die Theorie der Predigt gehabt hätte.

Auch das zweite Leitmedium der Reformation, die Bibel, erfuhr auf die Dauer eine tiefe Umwertung, die nicht eigens wahrgenommen wurde. Hatte sie – wie erwähnt – ursprünglich im Gottesdienst einen festen sozialen Raum und durch die Verlesung (bzw. später das Singen<sup>24</sup>) einen personalen Charakter, wurde sie jetzt zu einem apersonalen Medium, das zunehmend – begünstigt durch den vermutlichen Übergang vom lauten zum leisen Lesen – in den Privatbereich zurücktrat. Ihre nur durch personale Medien auszuführende Aufgabe, die frohe Botschaft als Übertragungsmedium den Menschen zu präsentieren, wich immer mehr ihrem Charakter als Speichermedium. Mittlerweile kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass die Bibel sich auch aus der Kammer der frommen Andacht zunehmend in die Gelehrtenstube des Fachexegeten zurückzog. Sie ist – pointiert formuliert – zu einem Speichermedium für religionshistorisch interessierte Experten bzw. mühsame Religionsstunden in der Schule geworden; ihre Verbindung zu Gottesdienst und Gemeinde ist verblasst.

Offensichtlich gelang es in den von der Reformation ausgehenden Bewegungen nicht hinreichend, personale Medien ihrer Bedeutung für die Kommunikation des Evangeliums entsprechend zu platzieren. Solange durch obrigkeitliche Zwangsmaßnahmen unterstützt allgemeine Selbstverständlichkeit des Christseins herrschte, kamen die diesen Verschiebungen implizierten Probleme der Kommunikation des Evangeliums nicht offen zum Ausdruck. Der allgemeine Prozess der Pluralisierung und Individualisierung stellt aber – neben anderem – zunehmend vor die Notwendigkeit, Menschen in die Kommunikation des Evangeliums einzuführen. Dies ist aber aus den genannten kommunikativen Gründen in der Regel nicht mit apersonalen Medien möglich.<sup>25</sup>

23. U. Sträter, *Meditation und Kirchenreform in der lutherischen Kirche des 17. Jahrhunderts*, Tübingen 1995.

24. H. Hucke, *Gesangsvortrag der Perikopen*, in: R. Berger, u. a., *Gestalt des Gottesdienstes (GdK 3)*, Regensburg 1987, 84–87.

25. Die jüngste repräsentative Befragung von Katholiken bestätigt dies eindrücklich: Institut für Demoskopie Allensbach, *Trendmonitor ›Religiöse Kommunikation 2003‹*. Bericht über eine repräsentative Umfrage unter Katholiken zur medialen und personalen Kommunikation, o.O., o.J. (2003), 88 f., 97–99.

### III. Empirische Perspektiven

Angesichts der Tatsache, dass mit den »Media Perspektiven« eine Zeitschrift vorliegt, die zuverlässig und aktuell die neuesten statisch erhebbaren Entwicklungen präsentiert und in ausführlichen Analysen interpretiert, kann ich mich hier kurz fassen und etwas genauer auf die zu vermutenden längerfristigen Wirkungen der Massenmedien eingehen.

1. Die Nutzung von elektronischen Medien, vor allem Radio und Fernsehen, neuerdings vor allem bei Jüngeren auch Internet, ist stetig im Steigen begriffen. Durchschnittlich sah im Jahr 2000 ein Deutscher pro Tag gut drei Stunden fern, hörte knapp dreieinhalb Stunden Radio. Dazu kamen noch durchschnittlich eine halbe Stunde Zeitungsektüre, zehn Minuten Lesen einer Zeitschrift sowie achtzehn Minuten eines Buches, 36 Minuten Hören einer CD o.ä. und 13 Minuten Internet-Nutzung. Ohne hier auf interessante Differenzierungen hinsichtlich Alter, regionaler Tendenzen o.ä. einzugehen, kann konstatiert werden: Sieht man vom Schlafen ab, beansprucht die Mediennutzung – 2000 etwa 502 Minuten – im Leben des durchschnittlichen Deutschen am meisten Zeit.

Als kulturelles Leitmedium<sup>26</sup> figuriert in unserer Gesellschaft seit längerem das Fernsehen – zumindest aus Perspektive der Nutzer; Hinweise auf die angeblich dominante Rolle des Internets o.ä. sind empirisch nicht haltbar. Sie verwechseln die technischen Möglichkeiten mit der tatsächlich realisierten Kommunikation.

Gegenwärtig wird aber das Internet nur von knapp einem Viertel seiner Nutzer wirklich als interaktives Medium, z. B. durch Beteiligung an Chat-Rooms, verwendet. Das Gros der Nutzer (81 %) versendet vor allem E-Mails, schon weniger recherchieren nach Informationen (55 %) bzw. surfen ab und zu ziellos (54 %).<sup>27</sup> Sie nutzen also das Internet in konventioneller Weise als schnellere Post oder Nachschlagemöglichkeit, nicht aber als interaktive Kommunikationsform. Angesichts der Tatsache, dass das gegenwärtige Leitmedium Fernsehen seit Jahrzehnten zu einer passiven Rezeptionshaltung sozialisiert, muss zumindest offen bleiben, ob sich die zur Zeit noch konventionelle Internetnutzung in absehbarer Zeit verändern wird.

Allerdings besagt die Dominanz des Fernsehens – Radio fungiert schon seit längerem nur als Begleitmedium – noch wenig über dessen Wirkung. Empirische Überprüfungen ergaben, dass das sog. stimulus-response-Modell, also die Annahme einer direkten inhaltlichen Wirkung elektronischer Medien auf Menschen nicht zutrifft. Dies liegt an der Selektivität und Produktivität der Wahrnehmung. So ergaben Untersuchungen, dass »innerhalb einer Woche nur zwölf bis fünfzehn Prozent der Medieninhalte noch erinnert (werden). Und nur etwa die Hälfte dieser ohnehin schon geschrumpften Erinnerungen stammt aus den jeweiligen Medien. Die andere Hälfte

26. Zum Fernsehen als »Medium kultureller Selbstverständigung« s. die Diskussion zusammenfassend M. L. Pirner, Fernsehmythen und religiöse Bildung. Grundlegung einer medienerfahrungsorientierten Religionspädagogik am Beispiel fiktionaler Fernsehunterhaltung, Frankfurt/M. 2001, 99–101.

27. B. van Eimeren/H. Gerhard/B. Frees, Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland: Mehr Routine, weniger Entdeckerfreude (ARD/ZDF-Online-Studie 2002), in: Media Perspektiven 8/2002, 346–362, 354; vgl. auch die Studie von O. A. Schulte, Wie aktiv ist die Nutzung des Internets? Eine Fallstudie zu rezeptiven und kommunikativen Motiven der Internetnutzung, Berlin 1999 (Zusammenfassung der Einzelergebnisse: 93–99).

lässt sich rekonstruieren aus eigenem Vorwissen, sonstigen Informationsquellen oder eigenen Schlussfolgerungen.«<sup>28</sup> Von daher haben auch – wie dies in nicht wenigen praktisch-theologischen Arbeiten der letzten Jahre geschehen ist – Inhaltsanalysen von Filmen nur einen beschränkten Aussagegehalt. Sie machen vor allem auf mögliches Material etwa im Religionsunterricht oder auch in einem Seelsorgegespräch aufmerksam, sagen aber noch nichts über die Wirkung eines Films o.ä. aus. Demgegenüber ist die Produktivität der Nutzer sowohl hinsichtlich der Auswahl als auch der tatsächlichen Rezeption von hoher Bedeutung, was im Uses-and-gratifications-Ansatz, der von der konkreten Nutzung eines Mediums durch den Rezipienten ausgeht, konzeptionell aufgenommen wird. Allerdings ist wiederum der Rezipient durch vorhergehende Medienerfahrungen geprägt, so dass ein regelkreisförmiger Zusammenhang zu vermuten ist, der aber individuell sehr unterschiedlich ausfällt und auf den die konkrete Nutzungssituation auch durch die konkrete räumliche und soziale Umgebung erheblichen Einfluss hat.

2. Allerdings lassen sich durchaus allgemeinere und längerfristige Wirkungen der zeitlich so ausgedehnten Mediennutzung vermuten. Sie sind aber nur angemessen zu verstehen, wenn man sich wenigstens kurz den Nutzen elektronischer Medien vor Augen führt, der die hohe Nutzungsdauer erklären hilft:

Pointiert formuliert erfüllen die elektronischen Medien drei Wunschträume der Menschen:

- Sie überwinden die Grenzen von Zeit und Raum.
- Sie ermöglichen umfassendere Wahrnehmung – manches kann etwa nur durch die Zeitlupe oder Vergrößerung erfasst werden.
- Sie verbessern die materielle Versorgung durch schnelleren und umfassenderen Datenfluss. Dazu tragen sie in erheblichem Maß zur Integration der heutigen Massengesellschaft bei.

Vielleicht noch wichtiger ist aber, dass diese Medien, allen voran das Fernsehen, »unterhalten«.<sup>29</sup> Dass es sich bei »Unterhaltung« nicht nur um eine mehr oder minder angenehme Zutat handelt, zeigt ein Blick in die Begriffsgeschichte.<sup>30</sup> Ursprünglich wurde hiermit die Unterstützung im Sinne von »jemandem etwas unterhalten« bezeichnet; davon leitete sich dann das »sich unterhalten« im Sinne eines Gesprächs ab, was schließlich in die »Unterhaltung« als Amusement mündete. Blickt man in die Kulturgeschichte so ist »Unterhaltung« in diesen drei Dimensionen etwas offensichtlich für Menschen Unverzichtbares, obgleich oder vielmehr weil sie keine klare Funktion hat. Ähnlich dem Spiel ermöglicht Unterhaltung eine zweckfreie Betätigung. In einer zunehmend zweckrational verwalteten Welt dürfte ihre Bedeutung eher noch zunehmen.

Damit sollen jedoch nicht die Schattenseiten kaschiert werden, die ebenfalls zur Unterhaltung gehören, etwa in Form ihrer Boulevardisierung: »Die Bloßstellung, die Entlarvung, die Entkleidung und Entwürdigung von Menschen.«<sup>31</sup>

28. A. Kunkel, *Fernsehleben. Mediennutzung als Sozialisationsfaktor. Auswirkungen des Fernsehens auf Gesellschaft und Individuum*, München 1998, 33.

29. Zu den unterschiedlichen Interpretationen und Bewertungen der Fernsehunterhaltung aus gesellschaftskritischer, anthropologischer und psychosozialer Sicht vgl. Kottlorz, *Fernsehmodal*, 13–69.

30. H. Schröter-Wittke, *Unterhaltung*, in: TRE 34 (2002), 397–403.

31. M. Schibilsky, *Kirche in der Mediengesellschaft*, in: R. Preul/R. Schmidt-Rost (Hg.), *Kirche und Medien*, Gütersloh 2000, 51–71, 66.

Auf jeden Fall greift aber jede Medienkritik zu kurz, die diesen so schwer erfassbaren, für Menschen aber offensichtlich so wichtigen Faktor »Unterhaltung« außer Acht lässt.

3. Unter anderem folgende Veränderungen im Leben der Menschen haben die neuen Medien mit sich gebracht:

Die Freizeitbeschäftigungen sowie die Einteilung des Zeitbudgets haben sich gewandelt. Das bis zum Anfang der siebziger Jahre in Umfragen gern angegebene Hobby »Aus dem Fenster sehen«<sup>32</sup>, eine nicht gering zu schätzende Form nachbarschaftlicher Anteilnahme, ist z. B. mittlerweile aus den Fragebögen gestrichen und wohl fast vollständig dem Fernsehen gewichen. Dass sich damit auch nachbarschaftliche Verhältnisse verändert haben, kann vermutet werden.

Auffällig ist auch der Befund, dass sich – unterstützt durch Verkürzungen der Wochenarbeitszeit – die Schlafgewohnheiten der Deutschen mit der Einführung des Fernsehens verändert haben.<sup>33</sup> Wochentags bleiben die Menschen länger auf, meist zum Fernsehen, am Wochenende wird länger ausgeschlafen, häufig nach langen Fernsehenden. Weiter sind mittlerweile allgemein als wichtig erachtete Veranstaltungen, etwa Fußballspiele, Autorennen o. ä., untrennbar mit dem Fernsehen verbunden. Neue Formen der Unterhaltung sind entstanden, von der elektronischen Volksmusik bis zur Talk-Show, die wiederum über das Fernsehen hinaus in den Alltag der Menschen reichen.

Die elektronischen Medien beeinflussen das Zeitgefühl der Menschen. Sie sind eng mit der allgemeinen Zeitnot und mit der Beschleunigung der Lebensvollzüge verbunden. Die immer kürzeren Schnitte in Filmen machen dies ebenso deutlich wie die hohe Geschwindigkeit der Datenübertragung am Rechner.

Götz Großklaus versuchte den hier an zwei Beispielen angedeuteten Wandel begrifflich zu erfassen: »Ich denke, daß wir es in der Tendenz des gesamten Modernisierungsprozesses, zeitliche und räumliche Ferne zu vernichten, mit einer Erwartung und Verdichtung des Gegenwarts- und Jetzt-Feldes zu tun haben. Alles tendiert dazu, Gegenwart zu sein, hier zu sein, jetzt zu geschehen.«<sup>34</sup>

Zugleich tragen Fernsehen und Hörfunk, in gewissem Sinn auch Zeitungen und Zeitschriften, zur Stabilisierung zeitlicher Ordnung bei. Die gleich bleibenden Zeit-Schemata – etwa der Beginn der Tagesschau in der ARD um 20 Uhr – suggerieren eine stabile Ordnung. Ähnliches lässt sich für die zahlreichen Wiederholungen im Fernsehen bzw. die wenig abwechslungsreichen Folgen von Serien o. ä. vermuten. Hier begegnet verbunden mit etwas Abwechslung und Spannung die Botschaft, dass letztlich alles doch in Ordnung ist.<sup>35</sup>

32. E. Noelle-Neumann/E. Piel, Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie 1978–1983, München 1983, 112.

33. M. Meyen, Hauptsache Unterhaltung. Mediennutzung und Medienbewertung in Deutschland in den 50er Jahren, Münster 2001, 147/149.

34. G. Großklaus, Medien-Zeit, Medien-Raum. Zum Wandel der raumzeitlichen Wahrnehmung in der Moderne, Frankfurt/M. 1995, 21.

35. Von einem funktionalen Religionsverständnis her liegt es hier durchaus nahe, das Fernsehen als Religionsersatz zu begreifen (so z. B. K. Hieckethier, Transformationen. Sinnstiftung, Wertevermittlung und Ritualisierung des Alltags durch das Fernsehen, in: G. Thomas (Hg.), Religiöse Funktionen des Fernsehens?, Wiesbaden 2000, 29–44, 42, J. Reichertz, Die Frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diesseitsreligion, Konstanz 2000,

Es liegt angesichts der Zeitdauer der Mediennutzung auf der Hand, dass diese den Kontakt der Menschen zu ihrer nicht elektronisch vermittelten Umwelt reduziert. Besonders bei Kindern zeitigt dies in Verbindung mit den reduzierten Erfahrungsräumen von Städten manchmal kuriose Folgen. So malten in einer Grundschulklasse manche Kinder Kühe in der (lila) Farbe einer bekannten Schokoladen-Reklame.

Lernpsychologisch ist darauf hinzuweisen, dass der räumliche und soziale Kontext hilft, Gelerntes zu behalten. Bei im Fernsehen Gesehenen bietet der Bildschirm wenig Haftpunkte hierfür, wenn nicht das Gesehene etwa in einem anschließenden Gespräch vertieft und sozial verankert wird.

Auch die Familien als wichtigster Sozialisationsraum werden durch die elektronischen Medien vielfältig verändert, angefangen von bestimmten, durch Sendungen gegebenen Zeit-Rhythmen bis zu Gesehenem als Gesprächsthema. Besonders in kinderreichen Familien und in Einelternteil-Familien stellt das Fernsehen oft ein erhebliches Konfliktpotenzial dar.<sup>36</sup> Die elektronischen Medien, zunehmend das Internet, tragen dazu bei, dass sich früher selbstverständliche Wissensvorsprünge Erwachsener reduzieren, ja teilweise sogar ins Gegenteil umkehren.

Gravierend ist der Einfluss vor allem des Fernsehens auf die öffentliche Meinungsbildung. Die Agenda-setting-Theorie<sup>37</sup> legt nahe, dass die Themen der öffentlichen Diskussion wesentlich durch die Massenmedien vorgegeben werden. Sie muss allerdings vom Uses-and-gratifications-Ansatz dadurch ergänzt werden, dass solche Themen mit dem Alltag der Menschen verknüpfbar sein müssen. Angesichts der zunehmenden Ökonomisierung auch des Medienbereichs – Stichworte: Einschaltquote bzw. Auflagenhöhe – sind dabei ungute Entwicklungen unübersehbar.<sup>38</sup>

Schließlich heben die neuen Medien die Separierung traditionell getrennter Lebensbereiche auf. Das etwa dem Fernsehen inhärente Interesse an Personalisierung lässt für die Politik teilweise die Grenzen zwischen Öffentlichem und Privatem verschwinden.<sup>39</sup>

Die Mobiltelefone stellen die Trennung zwischen Erwerbsarbeit und Freizeit zunehmend in Frage.<sup>40</sup>

#### IV. Theologische Perspektiven

1. Die skizzierten Veränderungen durch die elektronischen Massenmedien implizieren neue Rahmenbedingungen für die Kommunikation des Evangeliums. Zum einen gilt es, sie im Sinne der Kontextualisierung anzuerkennen. Zum anderen gehört zur

vor allem 242–250). Allerdings ist dabei zu beachten, dass die Mehrzahl der Menschen einer solchen Interpretation nicht zustimmen würden (vgl. *Neckermann*, Kinopublikum, 522); diese ist also mit einem subjektorientierten Ansatz kaum vereinbar.

36. *M. Petzold*, Die Multimedia-Familie. Mediennutzung, Computerspiele, Telearbeit, Persönlichkeitsprobleme und Kindermitwirkung in Medien, Opladen 2000, 26–29.

37. *M. Jäckel*, Medienwirkungen, Wiesbaden 2002, 199 (und 203).

38. S. die Zusammenstellung von Kriterien für die – möglichst gewinnträchtige – Auswahl von Nachrichten a. a. O. 207.

39. *J. Meyrowitz*, Überall und nirgends dabei. Die Fernsehgesellschaft 1, Weinheim 1990 (amerik. 1985), 143.

40. *G. Reischl/H. Sundt*, Die mobile Revolution. Das Handy der Zukunft und die drahtlose Informationsgesellschaft, Wien 1999, 210.

Kontextualisierung aber auch der kontrakulturelle Aspekt: das Evangelium kann auch im Widerspruch zu kulturellen Entwicklungen stehen, der nicht harmonisiert werden darf, soll die lebensfördernde Kraft des Evangeliums nicht gefährdet werden. Um zu entscheiden, wie die Kommunikation des Evangeliums angemessener – in Anpassung an die veränderten Kommunikationsbedingungen oder im Widerspruch hierzu – zu gestalten ist, bedarf es theologischer Kriterien.

Dazu muss der bisher recht formal gebrauchte Begriff »Evangelium« inhaltlich präzisiert werden. Angesichts des eingangs am Beispiel des Wirkens Jesu herausgearbeiteten kommunikativen Grundcharakters des Evangeliums kann es hier nicht um die Deduktion allgemeiner, unabhängig von der konkreten Kommunikationssituation formulierbarer Lehrgehalte gehen.<sup>41</sup> Vielmehr wähle ich meinen normativen Ausgangspunkt in der Lebenspraxis, nämlich bei der Handlung, die für jeden Christen fundamental ist, bei der Taufe. Hier wird im Credo elementar formuliert, was christlichen Glauben, was das Evangelium ausmacht. Und an diesen Inhalten ist zu prüfen, wie die Kommunikation des Evangeliums in der Mediengesellschaft zu gestalten ist.

2. Grundlegend ist hier das Bekenntnis zu Gott als dem Schöpfer. Damit wird festgehalten, dass der Mensch und seine Umgebung sich nicht selbst hervorgebracht haben, sondern sich göttlicher Tat verdanken.

Bereits in Jesu Reden ist – vor dem Hintergrund sonstiger frühjüdischer Theologie durchaus auffällig – der sachlich grundlegende Bezug auf die Geschöpflichkeit charakteristisch.<sup>42</sup> Explizit tritt dies eindrücklich in der Bergpredigt (Mt 6,25–34) zu Tage. Die Botschaft von der Gottesherrschaft und das Bekenntnis zum Schöpfer sind hier untrennbar miteinander verbunden. Das Evangelium zeigt sich im Sorgen Gottes für seine Schöpfung.

Der zweite Artikel formuliert das Bekenntnis zu Jesus Christus. Für vorliegenden Zusammenhang ist der weite zeitliche Rahmen wichtig, der hier aufgespannt wird. Das Leben Jesu wird in Stichpunkten in Erinnerung gerufen, von der Empfängnis bis zum Kreuzestod. Sodann wird ein die gegenwärtige Weltzeit übersteigender, eschatologischer Horizont entworfen. Zentraler Fluchtpunkt dieser beiden Zeitperspektiven ist die Auferstehung Jesu Christi.

Das Apostolicum schließt mit dem Bekenntnis zur »Gemeinschaft der Heiligen«. Damit wird grundlegend herausgestellt, was bereits bei den medientheoretischen Hinweisen zur christlichen Frühzeit in Form der Betonung personaler Medialität anklang. Die Erneuerung der Beziehung zu Gott (Vergebung der Sünden) und die Hoffnung auf eine den biologischen Tod überragende Treue Gottes (Auferweckung von den Toten) sind an die Gemeinschaft gebunden. Dabei ist diese Gemeinschaft nicht, wie der neutestamentliche Befund zu »ekklesia« zeigt<sup>43</sup>, exklusiv mit einer Face-to-face-Kommunikation gleichzusetzen, kommt aber in den beiden grundlegenden Riten von Taufe und Abendmahl in dieser zur Darstellung.

41. Vgl. Gräß, Sinn, 255, der zu Recht auf den für den Inhalt von »Evangelium« wichtigen »Vorgang der Erschließung eines bestimmten Existenzwissens« hinweist, diese aber merkwürdig abstrakt als »Lebensform der Freiheit« bestimmt.

42. Vgl. zum Einzelnen Becker, Jesus, 155–168.

43. K. L. Schmidt, kaleo usw., in: ThWNT III (1938/57), 488–539, 505–512.

3. Durchmustert man von diesen inhaltlichen Kriterien her die Mediengesellschaft, sind Ambivalenzen und Probleme unübersehbar. Sie seien stichwortartig genannt, wobei gleichsam das Vorzeichen des Ganzen das in III.2. Ausgeführte zur Attraktivität der elektronischen Medien ist.

Die modernen Medien können – wie gezeigt – den Bezug zur Schöpfung erschweren, indem sie schon zeitlich den Kontakt zur nichtfunktional verzweckten Mitwelt erheblich verkürzen. Auf die daraus entstehenden Probleme bei der Sozialisation der Heranwachsenden wurde anhand des Beispiels der lila Kühe hingewiesen.

Umgekehrt öffnen die elektronischen Massenmedien, allen voran das Fernsehen, aber – im wörtlichen Sinne – die Augen für die Vielfältigkeit und Schönheit der Erde. Es gab noch keine Generation, in der – auch abgesehen vom Tourismus – Kenntnisse über die verschiedenen Gegenden der Erde so verbreitet waren wie heute. Allerdings ist rezeptionsästhetisch zu fragen, ob dies auch zu dem naheliegenden Einstimmen in ein Schöpfungslob führt.

Die Fixierung des Erlebens auf Gegenwart steht in deutlicher Spannung zum breiten Zeit-Horizont des zweiten Glaubensartikels. Wenn man auf die Praxis der Kommunikation des Evangeliums sieht, wie sie am dichtesten im Gottesdienst zum Ausdruck kommt, kann man vermuten, dass hier die größte Spannung zur Mediengesellschaft liegt. Denn liturgische Partizipation erfordert Zeit, Zeit, um zu schweigen, um zu hören, um zu beten, um zu feiern, kurz um sein Leben in den von Ewigkeit zu Ewigkeit reichenden Horizont Gottes zu stellen.

Allerdings muss darauf hingewiesen werden, dass manche Medienprodukte selbst – angefangen vom auch als Hörspiel gestalteten und verfilmten Roman »Momo« bis zur »Truman Show« – dieses Problem thematisieren und sich kritisch mit der schnell zu innerer Leere führenden Gegenwartsfixierung auseinandersetzen.

Schließlich ist auch der Befund hinsichtlich der vom Evangelium initiierten Gemeinschaft ambivalent. Die zunehmende Ökonomisierung steht der von der Gleichheit der Menschen vor Gott ausgehenden Gemeinschaft der Christen entgegen, weil sie menschliche Beziehungen zu Profitzwecken funktionalisiert. Sendungen, in denen Menschen bloß gestellt und seelisch zerstört werden, führen diesen Widerspruch drastisch vor Augen.

Doch haben umgekehrt die elektronischen Medien, gerade das Internet, auch eine hierarchiekritische, egalisierende Tendenz, die durchaus die von Gott gewollte Gemeinschaft der Menschen als gleich wertvoller unterstützt. Freilich ist dies nur eine mögliche Tendenz, die gegenwärtig auf Grund der ungleichen Besitzverhältnisse und des nur dem reicheren Teil der Menschheit offen stehenden Zugang zu den elektronischen Medien konterkariert wird.

## V. Einsichten und Aufgaben

Kirche als die Organisation mit der primären Aufgabe, die Kommunikation des Evangeliums zu fördern, wird durch die Entwicklung der Medien herausgefordert.

1. Dabei ergaben sowohl ein Blick in die Geschichte als auch kommunikationstheoretische Einsichten, dass die Kommunikation des Evangeliums sich primär in der Face-to-face-Kommunikation vollzieht. Die hier gegebene, durch apersonale Medien nicht leistbare Nähe und damit auch potentielle Glaubwürdigkeit eröffnet al-

lein die Möglichkeit zu einer dem Evangelium entsprechenden Neuausrichtung des Lebens. Von daher sind die Angebote und Handlungsvollzüge der Kirchen zu hinterfragen, ob sie dem hinreichend Rechnung tragen:

Abgelesene Predigten<sup>44</sup> oder Gebete im Gottesdienst verspielen z.B. wichtige Chancen, indem hier an die Stelle des personalen Mediums ein apersonales wie das Ringbuch oder ein Blatt tritt – wer weiß, wer das eigentlich geschrieben hat?

In der Bildungsarbeit ist vor diesem medientheoretischen Horizont darauf zu achten, dass symmetrische Kommunikationssituationen entstehen, die allein der Kommunikation des Evangeliums entsprechen. Die z. B. immer noch die Konfirmandenarbeit weithin prägende Stundenstruktur ist von daher ungünstig, zeitlich offenere und damit auch die traditionelle Hierarchie von Lehrenden und Belehrteten auflockernde Formen lassen eher erwarten, dass es zu einem Austausch im Horizont des Evangeliums kommt.

In der Seelsorge verdienen begleitende Formen den Vorrang vor an einem therapeutischen Setting orientierte.<sup>45</sup>

2. Zugleich – auch dies zeigt der Blick in die Geschichte – sind aber die apersonalen Medien unverzichtbar:

Nur durch sie ist eine Integration der an verschiedenen Orten und unter verschiedenen Bedingungen lebenden Christen und ihrer Gemeinden möglich. Hier bietet das Internet bzw. aufzubauende kirchliche Intranet Möglichkeiten, die angesichts der Gefahr um sich greifender Orientierungslosigkeit entschieden genutzt werden sollten.

Speziell dem Fernsehen kommt – wie empirische Untersuchungen zeigen<sup>46</sup> – durch die ausgestrahlten Gottesdienste vor allem für ältere Menschen eine wichtige Aufgabe zu. Deren Erfahrungen im Gemeindegottesdienst ermöglichen ihnen auch eine intentionale Teilnahme an Fernsehgottesdiensten.

Schließlich erfordert die in der Agenda-setting-Theorie formulierte Bedeutung der elektronischen Massenmedien die Arbeit Christlicher Publizistik, die Perspektive des Evangeliums auch in öffentliche Diskurse einzuführen.

Allerdings hängt die Wirksamkeit der apersonalen Medien für die Förderung der Kommunikation des Evangeliums wesentlich davon ab, ob und wie es gelingt, das hier Gesehene und Gehörte mit der Face-to-face-Kommunikation zu verbinden (Medien-Verbund).

3. Angesichts der benannten Spannungen zwischen Mediengesellschaft und wichtigen Inhalten des Evangeliums hat Kirche aber auch kontrakulturelle Aufgaben:

Eine wesentliche Voraussetzung für die Kommunikation des Evangeliums ist nicht-verplante und ->zerstreute« Zeit. Es gilt, »Frei-Zeiten« zur Verfügung zu stellen, die nicht ökonomisch oder durch den Drang, Zeit zu sparen, bestimmt sind, sondern Gelegenheit zur Selbstbesinnung und zum gegenseitigen Austausch geben.

44. Vgl. dagegen den sehr interessanten Ansatz von *M. Nicol*, Einander ins Bild setzen. Dramaturgische Homiletik, Göttingen 2002.

45. *I. Reuter*, Seelsorge als eingeräumte Zeit. Zum pastoraltheologischen Spezifikum seelsorgerlichen Handelns in einer zeitökonomisierten Gesellschaft, in: *PrTh* 36 (2001), 279–288.

46. *B. Gilles*, Durch das Auge der Kamera. Eine liturgie-theologische Untersuchung zur Übertragung von Gottesdiensten im Fernsehen, Münster 2000.

Inhaltlich geht es in solchen »Frei-Zeiten« darum, den in der Mediengesellschaft auf die Gegenwart fixierten Zeithorizont für Vergangenheit und Zukunft zu öffnen. Die großen Festzeiten des Kirchenjahrs bieten hierfür mannigfaltige Ansatzpunkte.

Vor allem für die Sozialisation von Kindern wird es angesichts der Bedeutung von Schöpfung für die Kommunikation des Evangeliums wichtig sein, »Frei-Räume« zur Verfügung zu stellen, die es erlauben, Erfahrungen mit den »Lilien auf dem Feld« (Mt 6,28) zu sammeln. Dabei geht es nicht um welt- (und bibel-)ferne Naturromantik, sondern darum, anschaulich zu machen, dass sich alles Leben dem Schöpfer verdankt.

Bei der kritischen Auseinandersetzung mit den Folgen der Mediengesellschaft können Produkte neuer Medien selbst helfen, insofern hier – wie erwähnt – grundlegende Fragen und Probleme thematisiert werden. Hier haben praktisch-theologische und vor allem religionspädagogische Film-Analysen wichtige Vorarbeiten geleistet, die in einem Beitrag zu einer allgemeinen Medienpädagogik aufzunehmen wären.<sup>47</sup> Auch in der Seelsorge können – wie entsprechende psychotherapeutische Versuche zeigen<sup>48</sup> – die durch Filme zur Verfügung gestellten Bilder und Symbole die traditionell der Übertragung zugeschriebene Funktion übernehmen. Die Predigt kann durch entsprechende Bezüge Lebensnähe gewinnen.

#### *Zusammenfassung*

*Die Kommunikation des Evangeliums als primäre Aufgabe von Kirche stellt diese von Anfang an vor mediale Probleme. Die Unterscheidung von personalen und apersonalen Medien ermöglicht es, angesichts der Mediengesellschaft die verschiedenen kirchlichen Handlungsfelder deutlicher zu profilieren. Dabei erweisen sich personale Medien als grundlegend, weil allein für eine das ganze Leben umfassende Daseins- und Wertorientierung hinreichend glaubwürdig; apersonale Medien sind jedoch aus Gründen der Integration und des Bezugs zur Öffentlichkeit unverzichtbar.*

47. Th. Strohm, Medienpädagogik – eine unerledigte Aufgabe in Kirche und Schule, in: PrTh 31 (1996), 294–309.

48. J. W. & J. G. Hesley, Rent Two Films And Let's Talk In The Morning. Using Popular Movies in Psychotherapy, New York 1998.