

Gott braucht Medien: Praktische Theologie in der modernen Medienkultur

1. Medien als praktisch-theologische Herausforderungen

Gott braucht Medien, denn niemand hat Gott je gesehen. (1. Joh 4, 12a) Alles Wissen von Gott ist durch Medien vermittelt, durch das Wort von Gott, die Heilige Schrift, die Erzählungen und Bilder von Gottes Menschwerdung. Deshalb ist Theologie im Allgemeinen und die Praktische Theologie im Besonderen seit jeher immer auch Medienwissenschaft.

Werner Faulstich hat in seiner großen Geschichte der Medien die Entwicklung der Primärmedien mit dem religiösen Kult, den Mythen und Ritualen archaischer Gesellschaften beginnen lassen. „Das Medium als Kult“, hat er den ersten Band seiner bislang dreibändigen „Geschichte der Medien“ überschrieben (Faulstich 1997). Am Anfang dieser Mediengeschichte stehen Gesellschaften, die im religiösen Kult ihr Kommunikationszentrum haben, in Ursprungsmythen und Opferritualen sich ihrer Herkunft und ihrer Einheit vergewissern. An ihrem vorläufigen Ende stehen die digitalen elektronischen Medien und das World Wide Web. Es vernetzt die Weltgesellschaft mit seinen Informations-, Werbe- und Unterhaltungsprogrammen. Es koexistiert aber zugleich mit den regionalen nationalen Kulturen, unterschiedlichen Religionen, mit den Primär-, Sekundär- und Tertiärmedien, von denen auch weiterhin Gebrauch gemacht wird. Die Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen kennzeichnet die fortgeschrittene Moderne. Die religionskulturellen Folgewirkungen gerade der Tertiärmedien – gemeint sind die audio-visuellen Medien – dürften jedoch kaum zu überschätzen sein. Mit ihnen verlagerte sich die Religionspraxis weg von der Zentrierung im Kult hin zu individualisierten und privatisierten Rezeptionsverhältnissen (Gottesdienstbesuch vor dem Fernseher), zu virtuellen Kommunikationsgemeinschaften (Predigt und Seelsorge im Internet) und transzendenzschwachen Sinnwelten (Unterhaltungsfilm als erzählende Predigt).

Faulstich lässt mit den Printmedien das Zeitalter der Massenmedien beginnen. Ebenso geht er jedoch davon aus, dass jede Gesellschaft von Anfang an, da auf Kommunikation beruhend bzw. durch Kommunikation konstituiert, Mediengesellschaft ist. Nicht erst die Massenmedien machen Gesellschaft zur Mediengesellschaft. Die mit dem Buchdruck anhebende Entwicklung der Massenmedien korrespondiert nach Faulstich mit der Umstellung der Gesellschaftsdynamik auf funktionale Differenzierung.

Der Buchdruck leitet die funktionale Ausdifferenzierung des Wissens der Gesellschaft von sich selbst ein.

In der Vor-Gutenberg-Ära, die zugleich die Geschichte vor der Reformation des 16. Jahrhunderts ist, gab es noch keine Massenmedien, wohl aber eine durch Medien kommunizierende Gesellschaft. Denn das ist es, was die Kultur der Gesellschaft ausmacht: Symbolische, durch Zeichen und Zeichenpfade vermittelte Kommunikation. Nur eben, vor der Entwicklung der Massenmedien, in diesem bislang längsten Zeitraum in der Geschichte der Menschheit, waren dies Medien ohne Reproduktions- und Vervielfältigungstechnik, weshalb Faulstich sie auch „Menschmedien“ nennt. Man kann allerdings darüber streiten, ob nicht auch bereits die Schrift eine Speicher- und Reproduktionstechnik darstellt. Die Differenz bleibt freilich, dass die Vervielfältigung der Schrift vor der Erfindung der Technik des Buchdrucks an die menschliche Hand gebunden blieb.

Als Massenmedien im engeren Sinne kommen erst die gedruckten Bücher und Zeitungen zu stehen, schließlich die audiovisuellen Medien, der Film, der Rundfunk, das Fernsehen. Sie führten gegenüber der generellen Bedeutung, die die Medien für die menschliche Kommunikation haben, noch einmal einen tief greifenden Einschnitt in der Mediengeschichte herauf, mit Konsequenzen gerade auch für die religiöse Kommunikation, die noch längst nicht hinreichend erforscht sind (Gräb 2002). Die mit Gutenberg und der Erfindung des Buchdrucks aufkommenden Massenmedien, die zunächst mit der gedruckten Lutherbibel und den reformatorischen Flugschriften zur Welt kamen, unterscheiden sich von den die Kulturgeschichte der Menschheit seit ihren Anfängen formierenden Menschmedien – Gestik, Sprache, Schrift – durch die Zwischenschaltung technischer Apparate. Vermöge schließlich immer höher entwickelter Reproduktions- und Übertragungstechniken – ein Prozess, der gegenwärtig sich immer dynamischer fortsetzt – löst sich die Produktion und Rezeption der Zeichen und Symbole von der Interaktion leibhafter menschlicher Individuen ab. Die technischen Medien, die gedruckten Bücher, der Rundfunk, der Film, das Fernsehen, das Internet verselbständigen sich zu einem eigengesetzlichen, seine technische Entwicklungslogik entfaltenden, gesellschaftlichen System der Massenmedien. Dieses funktioniert gewissermaßen nach seinen eigenen Gesetzen, die jedoch die gesellschaftliche Kommunikation insgesamt inzwischen weitgehend bestimmen. Alle gesellschaftliche Kommunikation ist heute in erster Linie massenmediale Kommunikation. Die gesellschaftliche Realität wird zur „Realität der Massenmedien“ (Luhmann 1996, 1997).

Das hat enorme Folgen für die religiöse Kommunikation. Die technischen Massenmedien befördern eine Entwicklung, in der die Individuen zu Subjekten werden, die sich – wie in vielem anderem auch – in den Sinnfragen des Lebens zunehmend wählend verhalten. Neben die

traditionellen symbolischen Sinnsysteme religiöser Institutionen und Gemeinschaften reiht sich eine Fülle anderer Sinnangebote, die oft auch aufs Ganze gehen. Sie werden nicht in der Kirche gesucht und gefunden, sondern im Kino, in der Literatur, im Fernsehen, im Internet.

Letztendlich liegt in der Umstellung auf massenmediale Kommunikation die Nötigung für die Praktische Theologie, von einer Hermeneutik des „Wortes Gottes“ auf die Hermeneutik der Religion bzw. des religiösen Bewusstseins der Individuen umzustellen. In der modernen Kultur gewinnen die Individuen die Position, sich wählend zu der Vielfalt religiöser Kommunikationsangebote, die die Massenmedien machen, verhalten zu können. Die Religionskulturhermeneutik denkt deshalb von der Religiosität der Individuen und damit von ihrem individuellen Verhältnis zu den religiösen Deutungstraditionen und Deutungskulturen her. Insofern muss sie entscheidend dem Sachverhalt Rechnung tragen, dass sich das religiöse Bewusstsein der Individuen seit dem Aufkommen der Massenmedien multimedial entwickelt. Sie sind in ihrer religiösen Entwicklung nicht mehr allein an die Deutungstraditionen der verfassten Religionen und ihrer Theologien angeschlossen, sondern zeigen inzwischen die Symptome „zerstreuter Televisionäre“ (Hörisch 2001, 338), indem sie von vielfältigen Sinnangeboten einen frei schwebenden Gebrauch zum Zwecke der Bearbeitung existentieller, religiöser Sinnfragen machen. Deshalb muss die Praktische Theologie sich auf das weite und unübersichtliche Feld der sich längst nicht mehr auf den Nachdruck von Lutherbibeln beschränkenden Massenmedien begeben.

Es reflektierten sich darin wesentliche Merkmale des religionskulturellen Wandels der letzten Jahrzehnte: Einem stetigen Bedeutungsverlust der traditionellen, kirchlichen Religionskultur steht eine Renaissance des Religiösen außerhalb der kirchlichen Institutionen gegenüber. Die Kirchen schrumpfen, die Religion aber lebt. Sie lebt als Individuenreligion, die sich aus einem breiten und pluralen Spektrum kultureller Ausdrucksformen speist, das von der Esoterikliteratur über die Therapieszene bis eben zur audiovisuellen Medienkultur reicht (Thomas 2002, Schilson 1997).

Die neuen Bedingungen religiöser Kommunikation gilt es aber auch am Ort der Gemeinde und ihrer Gottesdienste zu berücksichtigen. Natürlich ist im Auge zu behalten, dass der Gottesdienst, der ein Ritual darstellt, nur funktionieren kann, wenn eine gewisse Vertrautheit mit seinem Ablauf, dann auch ein bestimmtes Schon-Verständigtsein über den Sinn dieses Geschehens vorausgesetzt werden kann. Dennoch sind unter den Bedingungen der modernen Medienkultur erhebliche Umstellungen in Gottesdienst und Predigt, im Religions- und Konfirmandenunterricht, in der Seelsorge und Kasualpraxis, auf allen Feldern kirchlicher Arbeit in Gemeinde und Schule zu ziehen. Ziel wird es verstärkt sein müssen, möglichst voraussetzungslos zu verfahren bzw. eben keine anderen

Voraussetzungen in Anspruch zu nehmen, als dass Themen angesprochen werden, die jeden und jede angehen, über die in religiöser Hinsicht nachzudenken aktuell Veranlassung besteht, die jedem, dessen Interesse geweckt ist, auch existentiell nachvollziehbar und verständlich erscheinen müssten.

Die Mediengesellschaft bewirkt eine ungeheure Beschleunigung, Dynamisierung und eben auch Verflachung des Lebens, Zeitschrumpfung, Raumverkürzung und Erfahrungsschwund (Luhmann 1996, 47). Die kirchlich-religiöse Kommunikation kann diese Situation kritisch-konstruktiv aufnehmen. Sie kann die Zeit dehnen, indem sie innehalten lässt. Sie kann den Raum weit machen, ihm wieder Tiefe geben. Sie kann das Gefühlsbewusstsein ansprechen und damit die unmittelbare Erfahrung leibhafter Selbstpräsenz. Zur Weiterklärung brauchen die Menschen die Religion nicht mehr, auch nicht unbedingt als Institution der Sinnvermittlung und Wertorientierung, jedenfalls nicht in einem alltagsweltlich elementaren Sinn. In einer immer dynamischer sich entwickelnden Medienkultur verlangen die Menschen jedoch nach Orten und Gelegenheiten der Entschleunigung, der gedanklichen Vertiefung, des anschaulichen Verweilens, der Interaktion mit anderen in sinnlich-leibhafter Kopräsenz. Im Raum der Kirche finden sie spirituelle Erfahrungsdichte und eine Sinnvergewisserung im Unbedingten.

2. Theologie als Lebensdeutungskompetenz in der Medienkultur

Die Massenmedien überfordern im Grunde durch ihre ständige Konfrontation mit Neuem. So lassen sie die Sehnsucht nach dem scheinbar Altbewährten, nach traditionellen Werten und gefügten Ordnungen wachsen. Um diese Zusammenhänge sollten auch die Akteure in den Vollzügen religiöser Kommunikation wissen.

Nicht selten dominiert freilich in kirchlicher Kommunikation der Ruf nach Erneuerung, dominiert die Rhetorik der Umkehr und des Immer-wieder-neu-Anfangens. Dabei bleibt zumeist unbedacht, wie sehr die kirchliche Verkündigungssprache sich damit der von den Massenmedien erzeugten Veränderungsdynamik unreflektiert anschließt. Dann will das Evangelium als (gute) Nachricht verbreitet werden. Dann sollen die Menschen ständig ihr Leben ändern. Dann will die Kirche als missionarische Kirche eine unerhörte, den Menschen bislang nicht bekannte Wahrheit verkündigen.

Kommunikationsstörungen sind die Folge. Denn die Botschaft der Kirche ist nicht neu. Sie hat als solche zunächst einmal keinen großen Informationswert. Sie ist hochgradig redundant, muss das aber auch gerade sein. Die Redundanz, die Wiederholung, die Erinnerung kann jedoch erneut zur Information werden – durch Aufmerksamkeitssteigerung

für das Alte, Bekannte, in seiner Substanz gar nicht Verbesserungsfähige. Die Werbung macht das ständig vor. Sie bringt ebenfalls keine Überraschungen, verstört nicht mit Neuem, sondern macht das Alte, Bekannte, Vertraute – wofür die Marke steht – immer wieder attraktiv. Sie leistet dies durch das Spiel mit Metaphern und die Umcodierung von Symbolen. Durch die kreative Arbeit an der symbolischen Form hält die Werbung das längst Bekannte in der Erinnerung, macht sie es immer wieder interessant, bringt sie immer wieder in Kontakt mit Ur-Vertrautem.

In solchem Verfahren liegt im Grunde auch die Chance religiöser Kommunikation in der medialen Kultur. Ihre Aufgabe in Schule und Gemeinde, auch in den Medien selbst, ist nicht die Überraschung mit Neuem, sondern die Steigerung des Ur-Vertrauens in das von alters her Bewährte. Religiöse Kommunikation muss den Blick auf das Bleibende in der Dynamik des Wandels lenken, die Gegenwärtigkeit des Unendlichen im Endlichen zur Anschauung bringen, an das Ewige mitten in der Zeit erinnern, konkret davon reden, was es heißt, in dieser Zeit im Bewusstsein von Gottes Ewigkeit zu leben.

Nicht eine vorgegebene „Botschaft“ ist auszurichten, sondern die Erfahrungen des Lebens sind in die christlich-religiöse Deutung zu heben. Dazu ist das Deutungspotential der biblischen Motive, Erzählungen und Symbole zu nutzen. Sie sind so ins unterrichtliche oder homiletische Gespräch zu bringen, dass Zeitgenossen sich auf ihre eigenen Lebenserfahrungen angesprochen und in ihnen verstanden fühlen, tiefer als es ihnen zuvor möglich war. Was sie mitbringen müssen, ist nicht anderes als ihre Lebenserfahrungen, ihre Erinnerungen und Erwartungen, ihre Enttäuschungen und Erfolge. Dann geht es darum, in eine Verständigung über eben diese Erfahrungen hineinzufinden. Dies kann in der (gemeinsamen) Auslegung biblischer Texte, die dichte Worte und lebendige Erzählungen von Gott enthalten, geschehen. Auf diese Weise lassen sich gegenwärtige Lebenserfahrungen in der Perspektive der bleibenden Gegenwart Gottes zur Deutung bringen.

So vollzieht sich eine religiöse Kommunikation – in der Predigt, in einer „Verkündigungssendung“ im Rundfunk, in einem Unterrichts- oder Seelsorgegespräch – die in anschaulicher, lebendiger Rede zum Nachdenken über Gottes merkwürdige Gegenwart mitten im Leben einlädt, Gefühle der Geborgenheit und des Vertrauens anspricht und in die Gestimmtheit einer größeren Gelassenheit versetzt. Die Form solcher Kommunikation verlangt die Redundanzverstärkung, aber wie bei der Werbung doch so, dass ihr Unterhaltungswert zugleich gesteigert wird.

In der Dynamik kulturellen Wandels sind die alten, biblischen Symbole des Glaubens, Gottesbilder, Rechtfertigungsgeschichten, Geschichten von Auszug und Heimkehr, Passions- und Auferstehungsgeschichten auf anschauliche Weise, d. h. ohne dass die bildhafte Rede und die le-

bendigen Erzählungen verloren gehen, in ihrem existentiell-religiösen Sinngehalt zu vergegenwärtigen. Dann können die biblischen Texte zum symbolischen Material der Deutung dessen werden, was es heißt, in dieser Zeit – von Gott begleitet – zu leben.

Die Kunst religiöser Kommunikation in der medialen Kultur ist religiöse Deutekunst, die religiöse Interpretation von Lebenserfahrung, die Aufhellung der religiösen Grundierung des Alltags. Das alles möglichst anschaulich, in bewegten Bildern, so dass – ähnlich wie es Zuschauern eines Films gehen kann – Rückschlüsse auf selbst Erlebtes und auf die Sinnperspektiven der eigenen Lebensführung möglich werden. Die religiöse Kommunikation darf jedenfalls die Komplexität und die Dynamik der modernen Kultur, ihre Unüberschaubarkeit und Kontingenanzfälligkeit, ihre Banalität auch, nicht ihrerseits noch steigern wollen, sondern muss sie transzendieren auf das Einfache, Notwendige, Ewige hin.

Dabei sollte die religiöse Kommunikation allerdings an die Realität, über die die Medien informieren, anschlussfähig bleiben. Sie darf nicht der Versuchung erliegen, in Gegenwelten zu entfliehen. Indem sie in der Dynamik der modernen Kultur an das Bleibende und Ewige erinnert, tut sie dies so, dass sie damit eine religiös fundierte Lebenskunst exponiert, die zu einem lebensdienlichen Umgang mit den modernen Kulturverhältnissen befähigt. Das wiederum kann sie nur, wenn sie die moderne Medienkultur permanent beobachtet und dabei vor der Wahrnehmung nicht zurückschreckt, dass die Medien selbst immer wieder – in weithin nicht-religiöser Sprache – Religion, d. h. aufs Ganze gehende Sinnanschauung, kommunizieren. Auch das Kino erzählt Geschichten, die die Zuschauer zur religiösen Selbstausslegung eigener Lebenserfahrung anregen (Herrmann 2001). Auch Literatur ermöglicht Erfahrungen der Selbsttranszendenz. Die Medien errichten symbolische Sinnwelten, die religiöse Implikationen bei sich haben. Sie tun dies mit allen ihren Programmen, mit ihren Nachrichten, Berichten und Kommentaren, ihren Werbesendungen und am stärksten vermutlich mit ihren unterhaltsamen Erzählungen aus dem Leben und wie mit ihm zurecht zu kommen ist, auch auf unübersichtlichem Gelände.

Dennoch hat die explizite religiöse Kommunikation am Ort der Gemeinde, im Religionsunterricht der Schule, in den kirchlichen „Verkündigungssendungen“ des Radios oder Fernsehens in der so formierten modernen Medienkultur durchaus Chancen. Sie kann schließlich die Medien auch wieder zu ihren eigenen Zwecken nutzen. Dann macht sie die religiöse Deutungsperspektive in der Interpretation des Alltags, in der Interpretation dessen schließlich, worüber die Medien informieren, explizit. Die kirchlichen „Verkündigungssendungen“ können aus dem Reichtum an starken Bildern und guten Geschichten schöpfen, die sich in den biblischen Überlieferungen finden. Es kommt nur darauf

an, die biblischen Bilder und Geschichten als diejenigen Vorlagen zu nehmen, aus denen – ähnlich wie Filmemacher ein Drehbuch brauchen – allererst die Szenen zu entwickeln sind, die dann in der Predigt oder der Rundfunkandacht aufgeführt werden. Sie sollen eine Form gewinnen, die gar keine Applikation auf die Hörer und Hörerinnen mehr nötig macht, weil diese selber die Rückschlüsse auf eigene Erinnerungen und Erwartungen, Befürchtungen und Hoffnung, also auf Selbsterlebtes vollziehen.

Zu entwickeln wäre jeweils der christliche Kommentar zur Zeit und den eigenen Erfahrungen in ihr, aber doch genau so, dass er sich merklich vom politischen unterscheidet – durch Profilierung der religiösen Deutungsperspektive. Und das ist im wesentlichen eine solche, die alte, aber immer noch eindrückliche Geschichten davon erzählt, wie das Leben trotz allem, was dagegen spricht, gelingen kann, es immer wieder so etwas wie Glück in allem Unglück gibt.

Was alles in der Welt geschieht, geht bereits aus den Nachrichten hervor. Mit ihnen arbeiten die Medien an unserem Realitätsbewusstsein. Sie erneuern permanent unser Wissen von der Wirklichkeit. Sie sind gewissermaßen die allwissende Instanz, die Ereignisgeschichte und die Offenbarung ihrer Wahrheit. Der Gott der Mediengesellschaft, so könnte man auch sagen, ist der Nachrichtensprecher. Die Medien informieren über die Wirklichkeit, indem sie diese zugleich immer auch hervorbringen. Denn in Wahrheit wirklich ist ja nur, worüber die Medien berichten. Und die Instanz, welche die Wahrheit prüft, sind wiederum die Medien selbst. Wenn Zweifel aufkommen, ob tatsächlich der Fall ist, was die Medien berichten, sieht man sich wiederum auf die Medien verwiesen bzw. auf Informationsquellen, die nur über die Medien zugänglich sind, auch wenn sie dabei in andere gesellschaftliche Systeme ausgreifen, etwa in die Wissenschaft. Medien informieren nicht nur über die Wirklichkeit, sie vermitteln immer auch eine bestimmte Auffassung, ein Bild von ihr. Sie konstituieren Wirklichkeit und zugleich unser Wirklichkeitsverständnis. Damit sind sie selbst schon eine Form impliziter Religion. Im Kommentar, der sich an die Nachrichten anschließt, können sie auch explizit religiöse Deutungen entwickeln.

3. Religiöse Unterhaltung in der Welt der Medien

Die Massenmedien haben seit dem aufkommenden Zeitungswesen aber nicht nur über „einkommende“ Nachrichten informiert, sondern im Erzählen von Geschichten und mit anschaulichen Bildern immer auch Brücken in die Welten der imaginativen Vorstellung geschlagen. Damit schufen sie die kulturellen Bedingungen für die Identitätsarbeit, die personale Selbstverortung der Individuen in einer Welt, die sich nicht zuletzt

wiederum durch den Einfluss der Medien bzw. die Neuentwicklung der Medientechnologien immer schneller veränderte. Die alten symbolischen Welten der Religion, ihre Erzählungen und ihre Bilder bekamen gewissermaßen Konkurrenz. Was die Religion geboten hatte, das fand man in der modernen Kultur zunehmend in der Literatur, im Theater, später in den Filmen des großen Gefühlskinos, dann in den nachmittäglichen Fernsehserien, in den Talk- und Gameshows (Mikos 1994). Hier werden nun auf ebenso spannende wie unterhaltsame Weise die Lebenssinn gewährenden und auf die Probe stellenden Geschichten erzählt. Hier findet man, was Halt gibt, soziale Zugehörigkeiten schafft, Gefühlsmuster aufprägt, Lebensentwürfe eröffnet, an Abgründe führt. Man hört Geschichten, in denen Anteile eigener Erfahrungen wieder zu erkennen sind. Man sieht sich ins Verhältnis gesetzt auch noch zu den Grenzerfahrungen des Lebens, hört die Sprache, die Unsagbares sagbar macht, im Wunder des Anfangs, in der Liebe, im Tod. Man steht vor Bildern, die Undarstellbares darstellbar machen – oft auf Grauen erregende Weise. Es ist das unterhaltende Programm der (zunächst vor allem literarischen, dann audio-visuellen) Massenmedien, das diese in die größten Nähen und eben auch Konkurrenzen mit der traditionellen Religionskultur bringt.

Die Nähe zur religiösen Kommunikation in der Kirche ist signifikant. Und umgekehrt wird verständlich, weshalb die religiöse Kommunikation in der Kirche die Tendenz zeigt und gewissermaßen zeigen muss, zur unterhaltenden religiösen Rede zu werden.

Die Rückkoppelung der erzählten Welt an das gewöhnliche Leben geschieht auf dem Wege der Selbstdeutung der Leser oder Zuschauer. Die fiktionale Erzählung begegnet ihnen als ein Sinn- und Deutungsangebot: Dem Hörer, Leser, Zuschauer bleibt es freigestellt, eigene Lebenserfahrungen durch ihre partielle Einspielung in die durch ihre Geschlossenheit und innere Plausibilität verständliche Erzählwelt selbst zu deuten.

So ist heute unter den Bedingungen einer ausdifferenzierten Medienkultur zu fragen, ob es nicht allenfalls Differenzen des Stils sind, die etwa eine Predigt- oder Andachtsreihe von einer Fernsehserie unterscheiden. Beide Male handelt es sich um kommunikative Formen der Unterhaltung, die inhaltlich wesentlich dadurch bestimmt sind, dass sie Geschichten erzählen, mit denen zugleich auf mehr oder weniger explizite Weise Lebensdeutungen zur Mitteilung kommen. Natürlich, der Predigt liegt ein biblischer Text zugrunde. Die Predigt und ebenso die „Verkündigungssendungen“ in den Medien sind an die biblische Überlieferung und die Aufgabe ihrer gegenwartsbezogenen Auslegung gebunden. Vor allem aber wird die Predigt ihren religiösen Gehalt explizit genau dadurch kenntlich machen, dass sie sich auf der Grenze bewegt, von Anfang und Ende, Leben und Tod, Zufall und Notwendigkeit, Zeit und Ewigkeit, Endlichem und Unendlichem usw. Das macht ja die Predigt zur religiösen Rede. Sie deutet Abhängigkeits-,

Kontingenz- und Grenzerfahrungen im Lichte des christlichen Glaubens. Sie bringt einen Gott zur Sprache, der im Zeichen des Kreuzes seine Präsenz in allen Lebensbezügen, auch in desaströsen Erfahrungen erkennen lässt. Kirchliche Verkündigung wird zur religiösen Lebensdeutung in Gestalt einer mitunter durchaus unterhaltsamen religiösen Rede.

Literatur

- Albrecht, Horst (1993), Die Religion der Massenmedien, Stuttgart u. a.
- Barth, Karl (⁸1964), Die Kirchliche Dogmatik, Bd. 1: Die Lehre vom Wort Gottes, 1. Halbband, Zürich.
- Faulstich, Werner (Hrsg.) (⁴2000), Grundwissen Medien, München u. a.
- Faulstich, Werner (1997), Die Geschichte der Medien, Bd. 1: Das Medium als Kult. Von den Anfängen bis zur Spätantike (8. Jahrhundert), Göttingen.
- Gräb, Wilhelm (2002), Sinn fürs Unendliche. Religion in der Mediengesellschaft, Gütersloh.
- Gräb, Wilhelm (2006), Sinnfragen. Transformationen des Religiösen in der modernen Kultur, Gütersloh.
- Habermas, Jürgen (1990), Der Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Frankfurt a. M.
- Herrmann, Jörg (2001), Sinnmaschine Kino. Sinndeutung und Religion im populären Film, Gütersloh.
- Hörisch, Jochen (2001), Der Sinn und die Sinne. Eine Geschichte der Medien, Frankfurt a. M.
- Luhmann, Niklas (1996), Die Realität der Massenmedien, Opladen.
- Luhmann, Niklas (1997), Die Gesellschaft der Gesellschaft, Frankfurt a. M., 190-412.
- Mikos, Lothar (1994), Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer, Münster.
- Preul, Reiner (2000), Kommunikation des Evangeliums unter den Bedingungen der Mediengesellschaft, in: Ders. / Schmidt-Rost, Reinhard (Hgg.), Kirche und Medien (Veröffentlichungen der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Theologie, Bd. 16), Gütersloh, 9-50.
- Schilson, Arno (1997), Medienreligion. Zur religiösen Signatur der Gegenwart, Tübingen / Basel.
- Thomas, Günter (2002), Medienreligion. Religionssoziologische Perspektiven und theologische Deutungen, in: Szagun, Anna-Katharina (Hrsg.), Jugendkultur – Medienkultur, Münster, 83-114.
- Thomas, Günter (1998), Medien, Ritual, Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens, Frankfurt a. M.

Mediale Öffentlichkeit als Ort der Kirche

|| Anbiederung oder prophetisch kritische Präsenz?

Die heutigen Zugänge zu den Menschen und ihren existentiellen sowie gesellschaftlichen Lebens-Orten mit all ihren Sub-Systemen haben sich pluralisiert. Diese Feststellung ist für Gesellschaftstheoretiker banal selbstverständlich. Diese Situation aber verändert und dynamisiert das Verständnis von Seelsorge bzw. die Frage nach den Orten der Kirchen unter den Bedingungen der Moderne. Nicht mehr die geschlossenen Milieus und die Institution Kirche diktieren primär die Konditionen des Kirchenbezugs und der religiösen Praxis. Das einzelne Subjekt gestaltet seine Nähe und Distanz zur Kirche weitgehend selber. Die Öffentlichkeit und die Medien führen dabei weitgehend die Regie.

I. Öffentlichkeit als Raum für Kirche

1. Öffentlichkeit: schillernde Realität

Die Frage nach den Medien beinhaltet die Vergewisserung über Öffentlichkeit als Raum für die mediale Welt. „Öffentlichkeit“ ist semantisch alles andere als ein geschützter Begriff. Ist klar zu definieren, was ein „öffentliches Geheimnis“ ist oder die „öffentliche Meinung“, die (laut *SPIEGEL*) der „öffentlichen Hand“ den Einblick in „öffentliche Häuser“ verwehrt? Was meint Öffentlichkeit? In der Welt der so genannten „Massenmedien“ und der medienabhängigen Politik ist Öffentlichkeit ebenso Adressatin von Interessen und Informationsströmen wie auch kontrollierende Instanz und oft auch Schiedsrichterin im Meinungsstreit. Ist nun Öffentlichkeit die Allgemeinheit, sozusagen ein kollektives Subjekt? Steht sie im Gegensatz zum privaten Bereich oder ist sie einfach die Beschreibung für kommunale und staatliche Dienstleistungen wie z. B. „öffentliche Mittel“ oder „öffentliche Ämter“ bzw. „Gebäude“?

Öffentlichkeit als politisches Prinzip erwachte erst in der Aufklärung und erstarkte durch die Französische Revolution zu einer Forderung für den Verfassungsstaat. Für den liberalen Staat wurde die öffentliche Meinung im Gegensatz zum Obrigkeitsstaat und geheimer Kabinettpolitik zur Gegeninstanz und zwar durch allgemein zugängliche Kommunikation. Es zeigte sich dann allerdings auch der zweiseitige Charakter, denn die öffentliche Meinung wurde auch zu einem Instrument des Bürgertums zur Selbstbehauptung gegenüber dem Proletariat und zum Privileg einer