

Wie wirkt das mediale Umfeld auf die Inhalte religiöser Kommunikation und ihre Reflexion in protestantischer ›Dogmatik‹ und ›Ethik‹?

1 Einleitende Überlegungen

Mit der Frage nach den Wirkungen des medialen Umfeldes auf die Kommunikation des christlichen Glaubens betritt die Theologie ein schwieriges Terrain. Dabei gilt es von vornherein vier Fehlorientierungen zu vermeiden:

1. Die Theologie könnte die Wirkung der Medien *ins Ungefähre* auflösen und das Problem damit ad acta legen: »Selbstverständlich beeinflusst jeder kulturelle Kontext auch die Kommunikation des Evangeliums.« Letztlich hat, so könnte mit einem gewissen Recht angeführt werden, der christliche Glaube bisher alle Medienumbrüche der letzten 2000 Jahre überlebt. So oder ähnlich könnte die Frage nach den Rückwirkungen der Medien auf die verschiedenen Formen der Kommunikation des Glaubens den kulturellen ›Apokalyptikern‹, den Dauerpessimisten, den nörgelnden Kirchenkritikern und den religiösen Medienfans überlassen werden. Doch eine solche Haltung wäre nicht nur kurzsichtig, sondern auch naiv.
2. Allerdings gilt es auf der anderen Seite auch zu vermeiden, die Frage nach den Wirkungen *zu konkret* zu fassen. Dies würde dann geschehen, wenn die Wirkungen der Medien als kurzfristige, unidirektionale, unvermeidbare gedacht würden. Demgegenüber ist zu betonen, dass der Veränderungsdruck, der von den medialen Umbrüchen der letzten Jahrzehnte ausgeht, stets aus einem ganzen Geflecht an Faktoren hervorgeht, sehr niederschwellig anzusetzen ist und selbstverständlich nur beobachterrelativ festgestellt werden kann.
3. Mit guten Gründen lässt sich bei jeder leichten Variation der Medienkonstellation, bei jeder erfolgreichen Innovation, sei es Twitter, Facebook oder die Verbreitung von Mobiltelefonen, feststellen, dass es für eine seriöse Rede von Wirkungen noch zu früh sei und man noch keine ernst zu nehmenden Abschätzungen vornehmen könne. Nur: Der sich permanent vollziehende Medienwandel erlaubt es der Theologie leider nicht, auf ein Ende des Tages und damit auf eine abendliche Dämmerung zu warten, in der dann die hegelsche Eule der Minerva mit ihrem Analyseflug ansetzen kann.

4. Wer die Auffassung vertritt, dass sich in Kommunikationsprozessen die Inhalte strikt und eindeutig von ihren medialen Vermittlungsformen unterscheiden lassen, irrt. Seitdem der Medienphilosoph Marshall McLuhan in den späten siebziger Jahren die Formulierung »The medium is the message« prägte, gehört es zum kommunikationswissenschaftlichen Grundwissen, dass Medienkonstellationen Inhalte mit formieren. Medienkonstellationen prägen kulturelle Klimata und die Wahrnehmungssensibilitäten von Menschen.

2 Merkmale der Mediengesellschaft

Blickt man zurück auf die letzten 40 Jahre der kirchlichen Medien-debatte, so fällt auf, dass die Frage, wie denn die Umbrüche in den Medienkonstellationen auf die Kirche *selbst* und auf die religiöse Kommunikation *zurückwirken*, ganz selten gestellt wurde. Lange Zeit war in Politik, Sport, Bildung und Religion die Frage: »Was können wir mit den Medien machen, um effektiver unsere Sache zu kommunizieren?«! Gegenüber einer verbreiteten Euphorie hinsichtlich der gesteigerten Handlungs- und Kommunikationsmöglichkeiten der Kirchen, aber auch gegenüber einer nicht weniger verbreiteten Weltuntergangsstimmung, die die Einführung des Privatfernsehens begleitete, wird heute anders gefragt: Nicht nur nach den Wirkungen *auf* die religiöse Kommunikation, sondern eben auch mit einem deutlichen Mehr an Gelassenheit.

Religiöse Kommunikation in der Schule, in Gemeinden und den häuslichen Kontexten vollzieht sich in einer Medienkultur bzw. *Mediengesellschaft*. Was ist mit dieser Selbstbeschreibung der gegenwärtigen Gesellschaft – zu der es natürlich auch Alternativen, wie postsäkulare Gesellschaft oder Dienstleistungsgesellschaft, gibt – gemeint? In der Mediengesellschaft fließen drei Entwicklungen zusammen: 1. Die Lebenswelt der Menschen ist zunehmend durch technisch-medial vermittelte Kommunikation mit bestimmt. Neben dieses phänomenologische Merkmal der Dauerpräsenz von neuen sozialen Medien tritt ein sozial-strukturelles: 2. In der Mediengesellschaft hat sich neben Politik, Religion, Wirtschaft, Bildung und Recht auch ein Mediensystem herausgebildet, das seiner eigenen Logik folgt und nicht mehr Anhängsel der Politik ist. 3. Und in der Mediengesellschaft hängen die verschiedenen Teilsysteme, wohl in unterschiedlichem Maße, aber letztlich in gewisser Weise doch alle, von den Leistungen des Mediensystems ab; sie müssen ihre eigenen Kommunikationsvollzüge mit dem Mediensystem abstimmen. Dies reicht vom Timing internationaler Sportveranstaltungen bis zur Inszenierung von Parteitage oder Gottesdienstformen. Dies bedeutet nicht, dass sie vom System vollständig abhängig sind, wohl aber, dass sie mit ihm in einer permanenten Verhandlung stehen. Diese drei Entwicklungen machen in der Summe die Mediengesellschaft aus und stellen ein relativ »Neues« gegenüber der Mediennutzung der Vergangenheit dar.

Dabei gilt es natürlich einem sich leicht einschleichenden Missverständnis zu wehren: Trotz der Dauerpräsenz der Medien in der aktuellen Mediengesellschaft gibt es vielfältige Lebensvollzüge, die eben nicht medial vermittelt werden und daher – durch die Optik der Mediengesellschaft betrachtet – geradezu unsichtbar bleiben. Genau hier gilt es auch, der Suggestivkraft der Rede von der Mediengesellschaft zu widerstehen.

3 Medienwirkungen

Medienwirkungen zu konzipieren hat sich in der Medienforschung als sehr schwer herausgestellt. Wirkungen auf wen? Wirkungen über welche Zeiträume? Sind Veränderungen, die durch die Erwartung von Wirkungen ausgelöst werden, selbst auch Wirkungen? Wie lassen sich Medienwirkungen in einem Ensemble, einem Geflecht oder Netzwerk von Einflussgrößen bestimmen? Die tragende Hypothese der folgenden Überlegungen ist, dass zwischen einer soziokulturell prägenden Medienkonstellation und der religiösen Kommunikation ein *Resonanzverhältnis* besteht.

Was ist damit gemeint? 1. Resonanzverhältnisse sind nicht durch direkte gezielte kausale Beeinflussungen gekennzeichnet. Auch ohne Akteure mit Intentionen werden Wirkungen erzielt. Direkte sind ebenso wie beabsichtigte Wirkungen eher ein seltener Grenzfall. 2. Resonanzverhältnisse sind immer durch komplexe wechselseitige Beeinflussungen gekennzeichnet. Im sozialen Feld wirken immer Wirkende auf Wirkende, die beide Wirkungen antizipieren und sich darauf einstellen können. Diese zeitliche Komponente vermittelt den wechselseitigen Wirkungen eine enorme Komplexität. 3. Medienkonstellationen können die religiöse Kommunikation normalerweise nur irritieren, aber ganz selten nur in eine bestimmte Richtung lenken. Die den Alltag durchdringenden und prägenden Medien können also innerhalb der religiösen Kommunikation spezifische Irritationen auslösen, die wiederum innerhalb der Religion zur Suche nach religiösen Orientierungen führen. Um diese Felder der Irritation geht es mir in den folgenden Bemerkungen. In der Folge solcher Irritationen kann es innerhalb der Theologie zu Umakzentuierungen, Verstärkungen, Verschiebungen in der Verteilung von Vordergrund und Hintergrund, nicht zuletzt auch zu echten Umbauten kommen.

Noch eine letzte Vorbemerkung: Warum stellt sich das Problem der Wirkung der Medien auf die religiöse Kommunikation als ein spezifisch protestantisches? Die Antwort bzw. die Fragestellung erschließt sich durch einen Blick auf die Alternativen. Die orthodoxen Kirchen haben sich in den letzten Jahrzehnten mehr oder weniger freiwillig als Gegenkultur dargestellt und organisiert. Gegenüber dieser scharfen Abgrenzungsstrategie lässt sich im Raum des Katholizismus eine Doppelstrategie beobachten, die dem Protestantismus verwehrt ist. Durch die bleibende Unterscheidung von erstem und zweitem Stand, von Priestern und Laien, kann der Katholizismus in der Volksfrömmigkeit eine weit gehende Inkulturation betreiben, während er durch die scharfe hierarchische Strukturierung, die rechtsförmige Dogmatik und

strikte Disziplinierung gegenüber dem Priesterstand die Religionsgemeinschaft »auf Kurs« hält. Mit der Ablehnung des zweiten Standes, einer Stärkung der Laien und einer Betonung des weltlichen Berufes war der Protestantismus stets kulturell prägend, machte sich aber zugleich auch kulturell empfindlich. Hinzu kommt, dass die evangelischen Kirchen mit der Hervorhebung der Bibellektüre ein gesteigertes Bewusstsein der medialen Vermittlung des Glaubens ebenso gepflegt haben wie eine spezifisch mediale Bindung.

4 Medienkonstellationen: Provokationen der theologischen Reflexion und religiösen Bildung

Im Folgenden markiere ich einige Themenfelder, in denen meines Erachtens Theologie und Religionspädagogik auf besondere Art und Weise durch die medialen Umbrüche der letzten Jahrzehnte herausgefordert sind. In mancherlei Hinsicht ist dies nicht mehr als ein Problemtableau, das jedoch zumindest eine Zuordnung einzelner Phänomene der medialen Konstellation zu theologischen Themenfeldern vorschlägt.

4.1 Verschiebungen im kulturellen Kommunikationshaushalt: Die Macht physischer Präsenz und die Dynamik der Verleiblichung

Eine Frage, die viele pädagogische Vollzüge berührt und innerhalb des klassischen theologischen Fächerkanons der Liturgik und innerhalb der Dogmatik der Pneumatologie zuzuordnen ist, lautet: Was ist die theologische Bedeutung der physischen Präsenz in religiöser Kommunikation? Zugespitzt formuliert: Wirkt der Heilige Geist primär unter den Bedingungen leiblicher Gegenwart? Ohne Zweifel gewinnen die Situationen physischer Kopräsenz in der Mediengesellschaft neu an Gewicht. Die Erfahrungsräume, die gezielt auf leibliche Gegenwart setzen, werden zur knappen kulturellen Ressource. Interessanterweise gewinnen – gegenläufig zu Prozessen der Medialisierung – rituelle Räume wieder neue Bedeutung. Bis heute werden tiefe, lebensgeschichtlich prägende Erfahrungen in Erfahrungsräumen gemacht, die physische Kopräsenz erfordern. Es entspricht der Würdigung leiblichen Lebens in der Inkarnation Jesu Christi, dass der Geist Gottes Menschen nicht nur, aber ganz wesentlich im Vollzug des Gottesdienstes in eine geteilte leibliche Gegenwart führt. Offensichtlich enthalten Religionen an dieser Stelle Potenziale, die in ihrer Komplementarität theologisch noch nicht hinreichend ausgelotet wurden.

4.2 Neue Raumkonstellationen in der moralischen Kommunikation und ethischen Reflexion: Moral und Ethik in der Dauerkonfrontation mit fernem Leiden

Nicht nur die bereits schon wieder traditionellen Medien wie Fernsehen oder Radio, sondern auch die sozialen Medien führen zu einer sehr spezifischen Konfrontation mit dem Leiden von Menschen in anderen Regionen der Welt. Bei allem faktischen Provinzialismus und bei aller faktischen Europazentriertheit der Nachrichtenmedien eröffnen diese im Vergleich mit früheren Jahrhunderten noch nie da gewesene Möglichkeiten der Wahrnehmung, Sichtbarkeit und Kommunizierbarkeit ferner Katastrophen. Dabei entsteht eine starke Diskrepanz zwischen den individuellen Handlungsmöglichkeiten und der medial ermöglichten und zugleich erzwungenen Zeugenschaft, somit zugleich eine Dauerspannung zwischen der medialen und der moralischen Zeugenschaft. Diese Dauerspannung stellt eine substantielle Herausforderung nicht nur für die moralische Kommunikation, sondern auch für die ethische Reflexion dar. An dieser Stelle befindet sich die theologische Ethik in keiner komfortableren Position als die philosophische. Die Medien selbst (man denke an Spendenkampagnen), aber auch die kirchliche Kommunikation sind vielfach versucht, dieses Problem auf eine Art und Weise zu bearbeiten, die es zugleich verschärft: moralische Dramatisierung. Wie anders können die Kirchen auf diese Spannung zwischen medialer und moralischer Zeugenschaft reagieren? Wie kann der Religionsunterricht moralische Ohnmacht gestaltend aufnehmen und verarbeiten, ohne selbst wieder moralisch zu sein? Gilt es, neue Formen der moralischen Geduld zu entwickeln und zu üben? Lassen sich neue Zugänge zur Sprachform der gemeinschaftlichen Klage finden?

4.3 Neue zeitliche Konstellationen in der moralischen Kommunikation und ethischen Reflexion: Moral auf beschleunigten Märkten der Aufmerksamkeit

Ich halte die immer wieder aufbrechende Klage über einen Verfall der Moral in der Mediengesellschaft für verfehlt. Vom Krimi bis zur Talkshow, vom Radiofeature über Medikamentenmissbrauch bis zur Hochzeitsberichterstattung der Regenbogenpresse, von der Twitter-Nachricht über den Tod von Whitney Houston bis zur SMS über die verunglückte Klassenarbeit – die neuerdings alten und die neuen Medien sind Orte dichter moralischer Kommunikation. Das eigentliche ethische Problem ist nicht der moralische Verfall, sondern dies, dass dem Angebot an Kommunikationsmöglichkeiten moralisch relevanter Ereignisse ein Mangel der kulturellen Ressource Aufmerksamkeit gegenüber steht. Hierdurch kommt es zu einer Kopplung moralischer Märkte mit einem Markt medial gesteuerter Aufmerksamkeit. Da mediale Märkte der Aufmerksamkeit die Ressource Aufmerksamkeit stets über Neuheit mobili-

sieren müssen, führt das zu einem beschleunigten Wechsel der Themen moralischer Kommunikation. Diesem Problem einer faktischen und unvermeidlichen Selektivität moralischer Aufmerksamkeit ist nicht durch mehr Kommunikation beizukommen. In der beschleunigten Mediengesellschaft routinisieren so die Menschen mit der wechselnden medialen Aufmerksamkeit eine wechselnde moralische Aufmerksamkeit. Dies führt nicht notwendigerweise zu Gleichgültigkeit und mangelnder moralischer Sensibilität. Nur: Dieses sozusagen metaethische Problem ist durch Moral oder Ethik nicht zu bearbeiten. Jeder moralische Alarmsismus verschärft nur das Problem. Was an dieser Stelle gefordert ist, ist eine Theologie, die im Horizont von Christologie und Eschatologie, d.h. der menschlichen Gegenwart Gottes und der Hoffnung der Christen, die Spannung zwischen Engagement, Hoffnung und Klage ausarbeitet.

4.4 Verschiebungen in der Ekklesiologie: Imaginierte Gemeinschaften und die Fülle und Armut realer Interaktion

Vor mehr als 20 Jahren beschrieb der Wissenschaftler Benedikt Anderson einen faszinierenden Zusammenhang zwischen der Erfindung der Zeitung und dem Aufkommen des Nationalstaats. Anderson legt dar, wie die private Zeitungslektüre die imaginierte Gemeinschaft der Nation ermöglicht. Die neuen sozialen Medien sind in der Tat so komplexe wie raffinierte Instrumente zur Etablierung imaginierter Gemeinschaften. Anders als die Zeitung ermöglicht die punktuelle Wechselseitigkeit der Kommunikation eine rekursive Verstärkung dieser Gemeinschaft. Kurz: Mehr oder weniger intensiv leben die Medien-NutzerInnen des 21. Jahrhunderts in einer Fülle persönlich arrangierter imaginierter Gemeinschaften. Das hierdurch erzeugte Lebensgefühl ist selbstverständlicher Bestandteil des gegenwärtigen Selbstbildes der Menschen. Die Selbstverständlichkeit im Umgang mit imaginären Gemeinschaften könnte eine großartige Ressource für die Erfahrung der weltweiten Kirche Jesu Christi werden. Dem steht auf Seiten der evangelischen Kirche ein eklatanter Mangel im Blick auf den weltweiten Leib Jesu Christi entgegen, die protestantische Versuchung nämlich, den privaten Glauben im besten Fall auf den religiösen Ortsverein auszudehnen. Im Gegensatz zur katholischen Kirche fehlt es in weiten Teilen der evangelischen Kirchen an liturgischen Formen, die den weltweiten Leib Jesu Christi als imaginierte Gemeinschaft rituell-liturgisch inszenieren. Die Theologie ist darum herausgefordert im Kontext der Ekklesiologie christologisch und pneumatologisch die Spannung zwischen der leiblich versammelten Gemeinde und der imaginieren Gemeinschaft aller Christen aller Zeiten und Räume aufzuarbeiten.

4.5 Die Herausforderung für die klassische Vorstellung von der Vorsehung Gottes: der Nachrichtenwert Negativismus und die Erosion eines religiösen Grundvertrauens

Die klassischen Medien wie Radio und Fernsehen, aber auch die neueren Formen wie das Internet oder Twitter-Nachrichten lassen auf der Basis des Nachrichtenwerts »Negativismus« in einem ununterbrochenen Fluss die abgründigen Nacht- und Schattenseiten der Schöpfung hervortreten. Zweifellos waren schon immer »bad news« »good news«, aber in den letzten Jahrzehnten hat sich das Wahrnehmungsspektrum enorm ausgeweitet. Negativismus als Nachrichtenwert verstetigt sozusagen den Zweifel an einer Vorsehung Gottes, die sich bis in die Kleinigkeiten des Lebens ausmünzt. Die Medien selbst bearbeiten dieses Problem durch eine radikale Umstellung des Zeithorizontes auf Aktualität. Der mediale Kommunikationsstrom selbst ist es, der dokumentiert: Das Leben geht trotz der steten Gegenwart lebensabträglicher Ereignisse weiter. Wie die Soziologin Elena Esposito klar analysiert hat, organisiert die gesellschaftliche Kommunikation hierdurch ihr eigenes effektives Vergessen. In dieser Situation hat die Theologie nicht nur ein Vermittlungs-, sondern auch ein inhaltliches Problem: Worin besteht die Fürsorge Gottes für diese Welt? Wie dokumentiert sich die Macht Gottes? Wie ist Gottes lebendig machender Geist in Prozessen der Gefährdung und des Lebensabbruchs gegenwärtig? Im Modell eines Resonanzverhältnisses gedacht, provoziert der durch Negativismus gesteuerte mediale Nachrichten- und Ereignisstrom einen Umbau der klassischen Lehre der Vorsehung Gottes. Vis-a-vis der medial erzeugten Welt suchen die Christinnen und Christen die Fürsorge Gottes für diese Welt zu verstehen.

4.6 Wachsende Anfragen an ein christologisches Grundmodell? Gefühlskommunikation und die Fremdheit juristischen Denkens

Im Horizont einer Reflexion der Mediengesellschaft ist der Ausgangspunkt der, dass die enorme Ausweitung medial vermittelter bzw. medial gestützter Kommunikation im Alltag der Menschen zu einem enormen Anwachsen von Gefühlskommunikation geführt hat. Handykommunikation, Kurznachrichten, Facebook-Einträge, all diese stellen in ihrer Knappheit, Verkürzung und Verabschiedung klassischer Grammatik nicht einen kulturpessimistisch zu kommentierenden Verfallsprozess dar, sondern eine Ausweitung phatischer Kommunikation, einer Kommunikation also, in der es primär um den sozialen Akt der Kommunikation und nicht um Inhalte geht. Inwiefern ist dies nun mit hoher Wahrscheinlichkeit christologisch folgenreich? Nun, die Erweiterung der Gefühls- und Beziehungskommunikation entspricht der weit verbreiteten Leitvorstellung therapeutischer Beziehungen. In diesem Kontext werden Modelle, die dem Feld des Rechts entstammen, zunehmend weniger plausibel. Doch unsere religiösen Kulturen, Bekenntnisse und Kirchen in der Rede von

Christus und dem, was sein Leben für die Menschen bedeutet, sind noch sehr stark von im Grunde rechtlichen Vorstellungen geprägt. Letztlich ist es die Aufgabe der Theologie, beim Bemühen, den christlichen Glauben zu verstehen, Denkmodelle zu verwenden, die in der breiteren Kultur resonanzfähig sind. Und daher, so die These, erwachsen dem Nachdenken des Glaubens in einer Welt der Gefühlskommunikation neue konstruktive Herausforderungen.

4.7 Die Herausforderung für eine verständnisorientierte Religionspädagogik und einen rechenschaftspflichtigen Glauben: mediale Collagen verschiedener Rationalitäten

»Soll der Knoten der Geschichte so auseinander gehn? das Christentum mit der Barbarei, und die Wissenschaft mit dem Unglauben?«, so fragte in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts der evangelische Theologe Friedrich Schleiermacher die Gebildeten unter den Verächtern der Religion. In der Mitte des 20. Jahrhunderts rechtfertigte Rudolf Bultmann sein Programm der sogenannten Entmythologisierung u.a. mit dem Hinweis, man könne von Menschen, die »elektrisches Licht und Radioapparat« verwenden, schlechterdings nicht erwarten, dass sie »gleichzeitig an die Geister- und Wunderwelt des Neuen Testaments« ernsthaft glaubten. Beide Forderungen kommen darüber ein, das Christentum und die wissenschaftliche Rationalität nicht auseinanderfallen zu lassen. Ja, sie enthalten im Kern die These, dass der christliche Glaube nur in einer solchen Verbindung seine Vitalität bewahren und in der gegenwärtigen Gesellschaft überleben kann. Die klassischen Formeln, die beide von dem mittelalterlichen Theologen Anselm von Canterbury stammen, lauten: »fides quaerens intellectum« und »credo ut intelligam« (»Der Glaube sucht das Verstehen« und »Ich glaube, um zu verstehen«). Letztlich ist eine Institution wie der Religionsunterricht nichts anderes als der Versuch, unter den Bildungsbedingungen der Gegenwart ein solches Verstehen zu vollziehen.

Das eigentliche Problem der Schleiermacher'schen und Bultmann'schen Thesen ist, dass sie durch die Geschichte widerlegt wurden und immer noch werden. Schleiermachers Bündnis der Theologie mit der Wissenschaft hat die wissenschaftliche Theologie nicht immer davor bewahrt, selbst der Barbarei zu verfallen, und Rudolf Bultmann hat offensichtlich die Fähigkeiten der Menschen unterschätzt, in mehreren Rationalitäten gleichzeitig zu leben. Die Leichtigkeit und die Geschwindigkeit, mit der die Menschen zwischen einem Commonsense-Realismus, Phantasy, Docutainment, Kunsterfahrung, wissenschaftlicher Perspektivierung und Religion wechseln, ist ohne Zweifel eine Signatur der späten Moderne.

Wo kommen an dieser Stelle die Medienkonstellationen ins Bild? Wie der Kopenhagener Medienwissenschaftler Stig Hjarvard pointenreich beschrieben hat, offerieren die Medien vielfältige Collagen aus religiö-

sen Versatzstücken und kommunizieren diese in speziellen Erfahrungsräumen. Durch diese Rückgriffe in den religionsgeschichtlichen Supermarkt bevölkern Geister und Dämonen, Trolle, Vampire, Fabelwesen und sonstige »supernatural agents« die Unterhaltungswelten der doch so aufgeklärten spätmodernen Bürger. Hjarvard spricht an dieser Stelle von einer Banalisierung der Religion im Prozess ihrer Medialisierung. In der Mediengesellschaft der Gegenwart scheint es eine wachsende Magietoleranz zu geben. Die von Philosophen der Postmoderne zelebrierte Pluralisierung der Rationalitäten hat in den mediengesättigten Lebenswelten der späten Moderne schon längst stattgefunden. Man kann, und die katholische Kirche scheint diesen Weg gehen zu wollen, in dieser Situation selbst in einer Mischung aus Gegenkultur und heiß laufender Inkulturation auf das Mysterium, und d.h. auf Magie und religiöse Gegenwelten setzen. Man kann, sozusagen gezielt contra Schleiermacher und Bultmann, einen Bruch mit den Wissenschaften und mit dem Pragmatismus des Commonsense ansteuern.

Wo positioniert sich ein Verstehen suchender Glaube im Ensemble der verschiedenen Rationalitäten mit ihren unscharfen Rändern? Wie sieht zugleich ein Verstehen aus, das um die fatale Irrtumsfähigkeit religiöser Imagination weiß, die religionskritischen Einsprüche ernst nimmt und daher nicht den Kontakt mit den wissenschaftlichen Rationalitäten aufkündigt? Beansprucht die Theologie und d.h. auch der Religionsunterricht an staatlichen Schulen, das *Verstehen* des Glaubens voranzutreiben, so kann sie nicht davon absehen, wie die Medienkonstellationen das Lebensgefühl und die Plausibilitätshorizonte der Menschen prägen. Wichtige Einsichten des Protestantismus festhaltend, werden die Bildungsprozesse nicht auf Reflexion und denkerische Durchdringung und Plausibilisierung verzichten, aber doch den Anschluss an eine Pluralität von Rationalitäten suchen.

4.8 Was ist das kommunikative Leitbild der evangelischen Kirchen? Oder: Die Ablösung des Lehrers durch den Moderator

Weder praktisch-theologisch noch religionspädagogisch dürfte bisher der subtile Umbau des Leitbildes der religiösen Kommunikation ausgelotet worden sein. Mit der Reformation ging eine relative Ablösung des religiösen Kommunikationsleitbildes des Priesters einher. Wie der protestantische Talar noch heute dokumentiert, vollzog sich diese Ablösung durch die innerreligiöse Rezeption und Verarbeitung des universitären Modells des Lehrers. Dies hatte dann in der *longue duree* weit reichende Folgen für das Bündnis des Protestantismus mit der Bildung. Obwohl der Lehrer bzw. die Lehrerin auch heute noch eine wichtige Position repräsentiert, dürfte der Lehrer in der Gegenwart nicht mehr das kulturell prägende Leitbild des Kommunikators sein. Geht man von den neuen bzw. den neuesten Variationen des medialen Feldes aus, so wird offensichtlich, wie weitgehend eine netzförmige Kommunikation zum kulturell

prägenden Leitbild wird bzw. wurde. Eine überaus interessante Zwischenstellung zwischen hierarchischen Kommunikationsformen und der egalitären Kommunikation in einer netzförmigen Struktur nimmt in der Gegenwart der Moderator bzw. die Moderatorin ein. Der Moderator nimmt die Kompetenz der Kommunikationsteilnehmer ernst und vermittelt zwischen den Positionen. Nicht umsonst ist die Talkshow zu einem Format geworden, auf das sich die Vertreter verschiedenster gesellschaftlicher Sphären einlassen, speziell dann, wenn es um eine Vermittlung an ein breiteres Publikum geht. Für die evangelischen Kirchen kann es nun sicherlich nicht um eine Verabschiedung der am Leitbild des Lehrers orientierten Predigt gehen. Dennoch stellt sich die Frage, wie die Kirchen in ihren zentralen Kommunikationen wie dem Gottesdienst und auch dem Religionsunterricht mit diesen medial gestützten und medial getriggerten Verschiebungen im kommunikativen Leitbild umgehen. Wie der relative Erfolg der katholischen Kirche und ihrer Priesterschaft deutlich macht, könnten die evangelischen Kirchen auch aus einem gegenkulturellen Impuls heraus am Leitbild des Lehrers festhalten. Allerdings dürfte dies in Ermangelung eines ähnlichen ideologischen Überbaus wie beim Priester sehr schwer fallen. Wenig spricht dagegen, auch im Raum des Protestantismus intensiv Formen religiöser Kommunikation zu erproben, die stärker vom Leitbild der Moderatorin oder des Moderators geprägt sind.

5 Abschließende Überlegungen: Wie direkt und wie indirekt kann das Evangelium in der Mediengesellschaft kommuniziert werden?

Die multimedial gesättigte Mediengesellschaft weist eine Eigentümlichkeit auf, die ich als offene Frage an das Ende meiner Überlegungen stellen möchte: Soll die Kommunikation des Evangeliums in der Mediengesellschaft auf direkte oder indirekte Mitteilungen setzen?

Welches Problem fasst diese Frage ins Auge, worum geht es dabei? Blickt man auf die Medien-Basisdaten der Gegenwart (durchschnittlich pro Tag 470 Minuten Mediennutzung insgesamt), so ist es unstrittig, dass Medienkommunikation einen wachsenden Anteil der lebensweltlichen Kommunikation ausmacht. Allerdings ist nur ein ganz geringer Anteil der Mediennutzung wirklich Kommunikation. Der überwiegende Anteil besteht aus *Beobachtung von Kommunikation*, praktiziert also eine höchst *indirekte* Kommunikation. Es ist so offensichtlich wie trivial: Die Mediengesellschaft lässt den Anteil *beobachteter* Kommunikation enorm wachsen – und dies gilt für das Kino, für die Talkshow und noch viel mehr für die Facebook-Accounts.

Für ein Verstehen der Mediengesellschaft erscheint mir dies ganz wesentlich, ist doch diese Umstellung auf die Beobachtung von Kommunikation neben der Fiktionalisierung (Unterhaltungsangebote) und der Konzentration auf Gefühlskommunikation (Musik und Video) die dritte

Strategie, mit der in den Medien der Zumutungsgehalt der Kommunikationsangebote reduziert wird. Es ist eben diese radikale Reduktion des Zumutungsgehaltes, die erst die Ausweitung der Kommunikationsangebote möglich macht. Zugleich müssen die multimedialen Kommunikationsangebote ein hohes Maß an Konkretheit haben, um das Bewusstsein zu faszinieren und Aufmerksamkeit zu binden.

Die Frage, die sich hier für die religiöse Kommunikation und d.h. speziell auch für die Religionspädagogik stellt, heißt: Soll auch hier auf eine Reduktion des Zumutungsgehaltes gesetzt werden und, wenn ja, mit welcher Strategie? Oder soll die Realistik und Konkretheit herabgesetzt werden? Eines erscheint mir sicher zu sein: Von den heute heranwachsenden Jugendlichen wird eine Vermeidungs- und Invisibilisierungsstrategie in Sachen Religion schlicht abgestraft. Kirchlicherseits nicht von Gott zu reden, ist einfach peinlich – ganz gleichgültig, welche theologischen Optionen sich hinter einer solchen vermeintlichen Zurückhaltung verbergen. Die Pflege eines primär moralisch aufgerüsteten Resttheismus, in dem Gott irgendwie letzter Referenzpunkt schwacher religiöser Erfahrungen ist und es primär um die Verbesserung der Welt geht, verfängt nicht mehr. Wenn schon religiös, dann heißt es dazu zu stehen. Anders gewendet: Die professionellen Vertreter der christlichen Religion schulden den Menschen, die sich in den multimedialen Narrationsdschungeln bewegen, das Differenzierungspotential, das Problemlösungsvermögen und die Erfahrungsschwere der biblischen Traditionen und Narrationen – bei aller notwendigen kritischen Sichtung dieser Traditionen. Wenn also das Überbordwerfen von dogmatischem und biblischem Ballast keine veritable Option ist, dann bleibt die Frage: Wie indirekt oder wie direkt kann das Evangelium kommuniziert werden?

Hier stellen bestimmte Formen des Katholizismus einerseits und Gestalten evangelikaler und charismatischer Frömmigkeit andererseits prägnante Grenzlagen dar. Von Ausnahmen abgesehen, setzt die »katholische Option« bis heute nicht nur, aber sehr stark auf Routinen, Rituale, religiöse Gewohnheiten, starke Gefühle, symbolische Repräsentation, multimediale Impressionen, popularkulturelle Devotionalien, Körperbindungen und komplexe Inszenierungen – aber eben nicht primär auf expliziten Diskurs und ein Verstehen. Man könnte sagen, die katholische Tradition praktiziert immer noch meisterhaft identitätsprägende *indirekte* religiöse Kommunikation. Dagegen ist die »evangelikale« Kommunikation des Evangeliums zumeist direkt und explizit, aber – wiederum von Ausnahmen abgesehen – doch eher bedrängend und von einer auffallend zweifelsfreien religiösen Geschwätzigkeit geprägt. Wie auch immer man sich mit den eigenen theologischen Präferenzen zu diesen Extremlagen des Inexpliziten und Expliziten positioniert, eines muss man in einer kulturwissenschaftlichen Sicht auf die Dinge zugestehen: Sie bieten Frömmigkeiten an, die auch in der Mediengesellschaft noch »die Herzen« von Jugendlichen erreichen. Anders formuliert: Sie bieten in der Tat popularkulturfähige Frömmigkeitsstile an, die sich darum auch offen der neuesten Medienkonstellationen bedienen. Weder der offizielle EKD-Pluralismus noch die Anhänger Dorothee Sölles erreichen dies – und die evangelische Kirchentagsfrömmigkeit scheint wenig in den Alltag transferierbar zu sein.

Für einen Protestantismus, der sich einer Selbstbanalisierung verweigert, aber zugleich ein kritisches Reflexionspotential offen pflegen möchte, stellt sich die Frage: Wie indirekt oder wie direkt soll das Evangelium in der Mediengesellschaft kommuniziert werden? Welche Formen der indirekten Kommunikation lassen sich zugunsten einer barmherzigen Niederschwelligkeit entwickeln, eben zugunsten eines Zumutungsgehaltes, der nicht auf eine Überwältigung zielt, sondern der Bitte des Evangeliums und der Unscheinbarkeit des Senfkornes entspricht? Hier steht vor der Pädagogik wie auch der Dogmatik die Herausforderung, die Bestimmtheit der Kommunikation des Evangeliums mit Formen der Indirektheit zu verweben. Dass sich an dieser Stelle die Frage nach den medialen Formen von der Frage nach den heute vertretbaren Inhalten nicht trennen lässt, dies ist das Kennzeichen religiöser Kommunikation in der spätmodernen Mediengesellschaft.

Dr. Dr. Günter Thomas ist Professor für Systematische Theologie mit den Schwerpunkten Ethik und Fundamentaltheologie an der Evangelisch-Theologischen Fakultät der Ruhr-Universität Bochum.