

Zu diesem Heft

Das interdisziplinäre Gespräch zwischen Theologie und Kommunikationswissenschaft ist bisher nur in Ansätzen geführt worden. Was Theologie und Kommunikationswissenschaft vielleicht voneinander lernen können, wenn es um das breite Themenspektrum „Kirche und Massenkommunikation“ geht, zeigen auf je eigene Weise alle fünf Beiträge dieses Heftes.

Angeregt durch die Frage, ob die Kirche sich für die Verkündigung des Evangeliums in unserer modernen Welt auch der Methoden und Angebote der Werbung bedienen soll, untersucht *Ottmar John* die theologische Bedeutung kirchlicher Verkündigung. Für John besteht die entscheidende Besonderheit der Verkündigung darin, daß diese sich aus dem geschichtlichen Erlösungshandeln Gottes herleitet. Von daher ist kirchliche Verkündigung immer auf die geschichtliche Realität einer solidarischen Praxis der Nächsten- und Gottesliebe angewiesen. Nur in Korrelation zur Erfahrung dieser Liebe läßt sich Verkündigung bewahren. Gegenüber der selbstverständlichen Gewißheit, daß die Kirche sich der technischen und kommunikativen Möglichkeiten der Werbung für die Verkündigung bedienen müsse, bleibt Ottmar John skeptisch, solange nicht ein theologisch verantworteter Begriff der Werbung und der technischen Kommunikation erarbeitet wird.

Arno Schilson macht in seinem Aufsatz „Liturgie – die bessere Show? Das ‚Medienreligiöse‘ als Herausforderung an die Kirchen“ darauf aufmerksam, daß sich in vielfältiger Weise außerkirchliche Religiosität in den Medien und hier besonders im Fernsehen entdecken läßt. Er empfiehlt der Kirche, die Elemente des „Medienreligiösen“, wie sie in der Werbung, dem Kriminalfilm, der Serie und der Show vorkommen, aufmerksam wahrzunehmen, und er ermutigt dazu, solche Momente des Medienreligiösen für die Liturgie aufzunehmen und im Vertrauen auf die Überzeugungskraft der religiösen Symbole und symbolischen Handlungen zu überbieten. Gerade weil christliche Liturgie Ort und Feier eines ganzheitlichen und unverkürzten Lebens ist, integriert und überbietet sie die vorläufige Erfüllung des Medienreligiösen.

Im dritten Beitrag dieses Heftes macht *Erich Garhammer* einen Vorschlag zur Ortsbestimmung und zum Selbstverständnis der Pastoraltheologie in einer Mediengesellschaft. Als Vermittlerin zwischen dem kulturellen und dem kommunikativen Gedächtnis könnte die Pastoraltheologie eine ganz spezifische Aufgabe in einer Mediengesellschaft erfüllen: Während sie die Theologie vor der Gefahr der Redundanz bewahrt und so als synchrones Korrektiv wirkt, könnte sie die Medien im Sinne eines diachronen Korrektivs auf Klischeebildungen

zum Thema „Religion und Kirche“ hinweisen. Mit Blick auf die weithin unfruchtbaren und häufig sogar kontraproduktiven kirchlichen Auseinandersetzungen mit bestimmten von den Medien transportierten Deutungsmustern des Katholizismus plädiert Garhammer innerkirchlich für ein „Modell kommunikativer Diakonie“ und macht hierzu einige bemerkenswerte Vorschläge.

Theologisch gewichtige Vorbehalte und Anfragen, wie sie sich z.B. aus dem Artikel von Ottmar John ergeben, ändern nichts an der Tatsache, daß sich die Kirche längst in vielen Bereichen der Medien praktisch engagiert und dieses Engagement oft auch als Verkündigungsanstrengung begreift.

Aus einer eher kommunikationswissenschaftlichen Perspektive befassen sich die Beiträge von *Walter Hömberg/Elke Klimke* („Zwischen Verkündigung und Dialog – Intentionen und Inhalte überregionaler christlicher Jugendzeitschriften“) und von *Gabriele Cakl* („Verkündigung durch Radio“) mit diesem Engagement.

Walter Hömberg und Elke Klimke untersuchen, wie die Produzenten bundesweit erscheinender christlicher Jugendzeitschriften ihre Zielgruppe zu erreichen suchen. Die Autoren geben einen Überblick über 12 überregional erscheinende christliche Jugendzeitschriften. Drei Zeitschriften werden darüber hinaus eingehend analysiert und ihre Chefredakteure befragt. Die christlichen Jugendzeitschriften – das ist ein Ergebnis dieser Untersuchung – bewegen sich auf einem schmalen Grat: Einerseits wollen sie dem Verkündigungsanspruch der Kirchen gerecht werden, andererseits sollen sie aber auch dem gesellschaftlichen Dialog dienen. Das ist in einer säkularisierten Lebenswelt äußerst schwierig, zumal die kommerziellen Zeitschriften mit ihren Angeboten aufgrund ihres Anpassungskurses weit weniger „Widerständiges“ für die Rezeption bereithalten, als das für eine christliche Jugendzeitschrift vertretbar ist.

Die Rundfunkverkündigung hat bereits eine lange Tradition, auch wenn hin und wieder der Verdacht geäußert wird, für wirkliche Verkündigung sei das Radio ein ungeeignetes Medium. Demgegenüber vertritt Gabriele Cakl in ihren Überlegungen die These, daß das Radio durchaus ein geeignetes Medium für christliche Verkündigung sein kann, wenn bestimmte Regeln beachtet werden und Radioverkündigung nicht als Allheilmittel gegen mangelndes Interesse an Kirche mißverstanden wird.

Der Berichtsteil enthält aus Anlaß der 150jährigen Bestehens des Borromäusvereins eine knappe Bilanz der kirchlichen Büchereiarbeit. Er informiert über zwei private katholische Rundfunkinitiativen (Radio Campanile und Radio Maria) sowie über den Wunsch Kardinal Glemp, in Polen ein katholisches Fernsehen zu etablieren.

Auf dem 17. UCIP-Weltkongreß in Graz (September 1995) hat Kardinal Martini eine bedeutsame Rede zum Thema „Medien, Gewalt und Frieden“ gehalten, die *Communicatio Socialis* in diesem Heft dokumentiert. Ebenfalls dokumentiert wird das von Henry Herx auf dem gleichen Kongreß gehaltene Statement „Images of violence in a world of conflict“. Der von P. László Lukács der deutschsprachigen Gruppe des bischöflichen europäischen Medienkomitees CEEM vorgelegte Bericht (Prag, September 1995) über die Einrichtung des europäischen katholischen Nachrichtenforums schließt den Dokumentationsteil ab.

Helmuth Rolfes