

Communicatio Socialis

ZEITSCHRIFT FÜR PUBLIZISTIK IN KIRCHE UND WELT

In Verbindung mit

Michael Schmolke (Münster), Karl R. Höller (Aachen)

und Kees Verhaak (Nimwegen)

herausgegeben von

Franz-Josef Eilers svd (Rom/Genf)

in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft Katholischer Publizisten

Deutschlands e. V.

4. Jahrgang 1971

Januar-März

Nr. 1

Verkündigungsstrategien im historischen Rückblick

von Giselbert Deussen

Wenn die Kirche ihren Doppelauftrag zur Verkündigung und Institutionsbildung begründen will, beruft sie sich auf die Sendungsworte Jesu in Mt 28, 18—20: „Mir ist alle Gewalt gegeben im Himmel und auf Erden. Darum gehet hin und macht alle Völker zu Jüngern und taufet sie auf den Namen des Vaters und des Sohnes und des Heiligen Geistes und lehret sie alles halten, was ich euch befohlen habe! Und siehe, ich bin bei euch alle Tage bis an das Ende der Welt.“¹

Dieser Auftrag ist räumlich und zeitlich universal. Seine konkrete Verwirklichung hat sich in der Geschichte gründlich geändert, obwohl das, was geworden ist, immer mit dem gleichen Begriff der Verkündigung und der Jüngergemeinde gefaßt wird und gefaßt werden kann. Diese festzustellen, ist deshalb gar nicht so unwichtig, weil oft einer Forderung nach Umstrukturierung der kirchlichen Verkündigungs- und Organisationsgestalt mit dem Argument begegnet wird, die Kirche könne sich nicht einfach über den Willen ihres Stifters, wie er an dieser Matthäus-Stelle zum Ausdruck komme und in einer geheiligten und altehrwürdigen Tradition sich entfaltet habe, hinwegsetzen. Geht man jedoch einmal dieser altehrwürdigen Tradition nach, so entdeckt man sehr oft ihre kirchenfernen Ursprünge. So wurden z. B. in den ersten Christengenerationen „zahlreiche in der jüdisch-hellenistischen Öffentlichkeit vorhan-

P. Giselbert Deussen CSSp ergänzt z. Z. seine theologische Ausbildung durch Studien in den Christlichen Sozialwissenschaften, Publizistik und Soziologie an der Universität Münster.

dene Begriffe entliehen, um das Phänomen Jesus von Nazareth im Rahmen damaliger Denk- und Glaubenskategorien zu interpretieren. Später griff die christliche Theologenschaft auf das politische und juristische Vokabular der römischen Tradition zurück, um nach dem Modell und mittels der Terminologie römischer Staatsorganisationen die hierarchische Institutionalisierung des Christentums auszubauen. Dabei gingen Begriffsbildungen und organisatorische Strukturierung, dogmatisch-kultische und amtskirchliche Institutionalisierung Hand in Hand.“²

Auf all diese substantiellen Änderungen in der kirchlichen Verfassung konnte eine von der kirchlichen Autorität attestierte, aber auch stets überwachte Theologie in ständiger Neuinterpretation das Matthäus-Wort anwenden, das die bestehende Verkündigungs- und Organisationsgestalt abdeckte, mit Ausschließlichkeit ausstattete und geradezu tabuisierte. Diese immer mögliche theologische Rechtfertigung besagt also der Sache nach wenig. Die Erfüllung dieses Auftrages an die Kirche, das Wort Gottes zu verkündigen, sei es in der schon zum Glauben gekommenen Gemeinde oder in einer noch ungläubigen Umwelt, sieht durch die Zeiten und in den verschiedenen Kulturräumen ganz verschieden aus. In den vergangenen Geschichtsepochen hat die Kirche weithin ohne Zögern, aber auch weithin ohne größere Reflexion und Theorie den vorhandenen Kommunikationsraum zu nutzen verstanden und sich zugleich auch der mit ihm gegebenen Mittel der Kommunikation bedient.

Bringen schon die Auftragsworte des Auferstandenen an die Jünger (Mt 28, 19f; Lk 24, 44–49; Jo 20, 21–23) die Verbindung von Verkündigung und Kirchenstiftung, vom Wort an die Gemeinde und dem Befehl der Konstituierung und damit der Organisation der Gemeinde zum Ausdruck, so darf auch in der folgenden Geschichte der Kirche die Verkündigung des Evangeliums nicht getrennt werden von seiner Institutionalisierung. Diese Interdependenz wurde bisher in den Ansätzen einer sogenannten „Theologie der Massenmedien“³ nicht genügend berücksichtigt. Die Korrelation von Verkündigungsgestalt in der Predigt und der Verkündigungsgestalt in der Institution muß deshalb in einer „Theoriebildung kirchlicher Verkündigung in der heutigen Massengesellschaft“⁴ mehr als bisher kritisch betrachtet werden. Beide Verkündigungsgestalten dürfen nicht isoliert werden. Ein kurzer geschichtlicher Überblick über die Kommunikationsstrategien kirchlicher Verkündigung zeigt diese Einheit von Predigt und Organisation auf.

Strategien der Urkirche

Paulus knüpft in seiner Verkündigungsstrategie immer wieder sehr erfolgreich an das zeitgenössische starke Interesse an religiösen Themen an, wie wir es etwa von den Mysterienkulten her kennen; zugleich greift er in einer beweglichen Anpassungsstrategie damalige philosophische Vorstellungen auf. Seine Rede auf dem Areopag verrät ein genaues Eingehen auf die Kommunikationsbedingungen seiner Zeit. Entsprechend flexibel war seine Organisationsstrategie, die in enger Interdependenz zum Inhalt seiner Botschaft stand. Gemäß der rabbinischen Meister-Jünger-Gemeinde übernahm die Urkirche das Amt der örtlichen Gemeindevorsteher, der „presbýteroi“⁵, bzw. der mit diesen identischen „epískopoi“⁶. Nach Paulus bewirkt nun (1 Kor 12, 4–11) das Pneuma⁷ die unterschiedlichen Ämter und Charismen in dieser Meister-Jünger-Gemeinde. Da Paulus zunächst mit der baldigen Parusie rechnete, zeigt er in seinen Haupt- und Gefangenschaftsbriefen wenig Interesse an einer straff organisierten Gemeinde. In dem Maße, wie die Parusie ausblieb und eine Straffung und Abgrenzung der Gemeinde gegen die Irrlehren notwendig wurde, ändert Paulus

jedoch sein pneumatisches Kirchenkonzept der Haupt- und Gefangenschaftsbriefe, so daß seine späteren Pastoralbriefe eine zunehmend feste Ordnung, eine Institutionalisierung der Einzelgemeinden aufweisen.

Aus diesen urchristlichen, immer fester umrissenen Jüngergemeinden heraus entwickelten dann Paulus und seine Gehilfen im Rahmen des damals bekannten römischen Weltreiches, das es zu missionieren galt, rasch und in einer genialen Anpassungsstrategie an den für die Gemeinde neu eröffneten Kommunikationsraum die Wanderpredigerschaft und das Sendschreiben als Verkündigungsmedien. Die christliche Verkündigung in den ersten Jahrhunderten nach Christus verdankt ihren Erfolg dieser Kommunikationsstrategie, gemäß der die Glaubensboten die Wege raumgreifender personeller Kommunikation entlang den Bahnen der politischen, militärischen und wirtschaftlichen Verkehrswege nutzten. Der Erfolg der christlichen Expansion bis hin zu ihrem ersten Höhepunkt unter Konstantin ist nicht zuletzt eine Folge ihrer Kommunikationsstrategie. Auch nach der „konstantinischen Wende“ wurde zunächst im wesentlichen diese Strategie raumgreifender personeller Kommunikation beibehalten.⁸

Die konstantinische Wende

Während bis Konstantin die Kirche in einer angespannten Konkurrenzsituation mit anderen Heilsangeboten, in einem Kommunikationsfeld pluraler und alternativer Verkündigungsinhalte stand, die Anpassung an die jeweiligen neu erschlossenen Kommunikationsräume mit den je eigenen sozio-kulturellen Umfeldern, ihren eigenen Kulten und Gesellschaftsordnungen notwendig machten, bekam sie nun mit ihrer Erhebung zur Staatsreligion mehr und mehr das absolute Verkündigungsmonopol, das mit staatlicher Autorität und Sanktionsvollmacht ausgestattet wurde.

Nach der Erhebung der ehemaligen christlichen Minderheit zur Staatskirche und nachdem durch kaiserliche Gesetze die Identität von Staatsvolk und Kirchenvolk hergestellt war, so daß jeder Staatsbürger Christ war, „folgte die Anpassung der Herrschaftsstruktur der katholischen Kirche an die des römischen Imperiums“⁹. Bis zur Reformation galt in der mittelalterlichen Welt des Abendlandes dieses Ineinander von staatlicher Autorität und religiöser Institution trotz der Modifikationen des Investiturstreites ungebrochen.¹⁰ Die Wettbewerbssituation, die der Mission des Urchristentums ihre Wendigkeit und ihre Durchschlagskraft gegeben hatte, entfiel; die Notwendigkeit der Anpassung an neu erschlossene oder besser: unterworfene sozio-kulturelle Räume wurde weniger zwingend. Eine gegenläufige Entwicklung trat ein: die christliche Botschaft wurde zum Herrschaftsinstrument, die kirchliche Institution zum Mittel staatlicher Kommunikation (und umgekehrt) und garantierte so die politische und ideologische Einheit des Reiches.

Gehörte es noch zur Strategie und zum Erfolgsrezept des Paulus, die jüdisch-hebräische Interpretation des Christus-Ereignisses zu hellenisieren, und zur kommunikationstechnischen Selbstverständlichkeit seiner Nachfolger, mit dem Vordringen in das römische Imperium die Kirchendisziplin und -sprache zu latinisieren und dem römischen Ordogedanken zu unterwerfen, so wurde nach der konstantinischen Wende Paulus bezeichnenderweise kanonisiert und der römische Ordo- und Reichsgedanke zur „lex christiana“. Gerade die Kanonisierung des Paulus ist — von den dogmatischen Implikationen abgesehen — kommunikationsstrategisch gesehen unpaulinisch. Für ihn bestand die Expansion des Reiches Christi im Hineingehen — nicht im kritiklosen Aufgehen¹¹ — der Kirche in immer neue Räume und Kulturen, in die hinein

sich die christliche Botschaft zu inkarnieren hatte. Nunmehr: Expansion durch Hineinholen der Räume und Kulturen in eine uniforme Kirche, bzw. in die verschiedenen säkularisierten Nationalstaaten.¹²

Das „christliche Abendland“

Nachdem der Erdkreis christlich geworden war und alle damals bekannten Kulturen in die Einheit von Imperium und Ecclesia eingebracht waren, zeigte sich, daß diese „Einheit“ nur formal-institutioneller Natur war. Die Verschiedenheit der getauften Völker lösten einen Gärungs- und Verschmelzungsprozeß aus, der auch auf die Organisationsstrukturen von Reich und Kirche modifizierende Wirkung hatte. In der nachkonstantinischen Epoche geschehen jedoch — und dies ist das entscheidend Neue — „Anpassungen“ immer als *innerkirchliche* Prozesse; diese kennzeichnet nun nicht mehr die Notwendigkeit einer bewußten, in Konkurrenz mit anderen Heilslehren sich der Öffentlichkeit darbietenden „Inkarnation“ der christlichen Botschaft, sondern nur noch die Forderung nach Einhaltung formaler politischer Spielregeln; man konnte im übrigen innerhalb der religiös-politischen, hierokratischen Einheit von Imperium und Ecclesia ruhig Heide bleiben. Diese volkskirchliche Situation erlaubte Einfärbungen und Modifizierungen christlicher Kuliformen und Dogmen¹³, nicht aber das Ausbrechen aus der politisch-institutionellen Einheit. So verschmolz innerhalb dieser Organisationseinheit mit dem Erbe der Antike die germanische Welt der Wunder, das keltische Asketentum und die glaubenskämpferische Mentalität Spaniens zu dem, was wir heute „christliches Abendland“ nennen.¹⁴

Auf dem Höhepunkt der Identifikation von Imperium und Ecclesia begann mit dem Investiturstreit und seiner Unterscheidung von geistlich und weltlich¹⁵ eine Wandlung der Organisationsgestalt der Kirche, die erst mit der Bereitstellung entsprechender Kommunikationsmedien ihren Abschluß fand. Es war die Wissenschaft, die begrifflich die Einheit von Imperium und Ecclesia mit der Unterscheidung von geistlich und weltlich zum erstenmal erschütterte. Aber zerstören konnte sie sie noch nicht, da ihr die Medien zur eigenständigen Multiplikation ihrer Idee fehlte. Das Kommunikationsmonopol der face-to-face-Verkündigung besaß vielmehr die Kirche, bzw. der christliche Staat mit seinen Eigenkirchen in ihren Predigerscharen. Aber es war mit dieser Unterscheidung innerhalb des total christlichen Systems selbst schon eine Entwicklung aufgebrochen, die in der Säkularisierung unserer Tage ihren sichtbaren Abschluß fand. Da sie aber vor der Erfindung der modernen multiplikativen technischen Medien ausschließlich im Schatten der politischen Kräfte und ihrer Interessen stand, die mit der politischen Macht zugleich auch über das Kommunikationsmonopol verfügten, diente sie jeweils dem politisch Stärkeren in der wechselvollen Auseinandersetzung zwischen Imperium und Ecclesia, die die Geschichte des Mittelalters kennzeichnete, als Herrschaftsinstrument. Die von der Wissenschaft geprägte Unterscheidung von Geistlich und Weltlich kam also zunächst nur systemimmanent, im „Corpus Christianum“, zum Tragen, und als Gregor VII. dem Kaiser die Verfügbungs- und Mitsprachegewalt in „geistlichen Dingen“ bestritt, „war die konstantinische Einheit von Imperium und Ecclesia grundsätzlich aufgesprengt . . . Die Wissenschaft, die im Investiturstreit zum erstenmal offen ihr Mitspracherecht in den großen Fragen des christlichen Abendlandes angemeldet und sogar die Formel der Lösung durchgesetzt hatte, mußte sich unter diesen Umständen mit einem Achtungserfolg begnügen und sich im Schatten der jeweils siegreichen Macht entfalten.“¹⁶ Im übrigen fristete sie an den Universitäten ein zwar den Geist des Abendlandes prä-

gendes, aber die volkskirchliche „öffentliche Meinung“ kaum berührendes Dasein, denn die großen Wanderprediger standen im Dienst von Ecclesia und Imperium. Dies änderte sich in dem Augenblick, als dem einzelnen ein multiplikatives, herrschaftsunabhängiges Vermittlungsinstrument, das Medium des Buchdrucks, zur Verfügung stand. Von dieser qualitativen Verschiebung in der Struktur des Kommunikationsprozesses blieb dann auch die organisatorische Struktur der Kirche, zunächst in ihrer Beziehung zum Imperium, nicht verschont.

Die Gutenberg-Milchstraße¹⁷

Mit dem durch den Buchdruck vervielfältigten Wort war nun das Kommunikationsmedium geschaffen, das die Multiplikation eines einzelnen Meinungsträgers an beliebig viele Adressaten ermöglichte. Der Buchdruck stellte ein weltgeschichtliches Novum dar, das dem alten Kommunikationsmedium, dem hierarchischen Ordo des Mittelalters, durch das allein man bis dahin gesellschaftlich relevant „kommunizieren“ konnte, weit überlegen war. Die Multiplikation des Einzelnen durch die Technik brachte das Meinungsmonopol der Kirche zu Fall und wurde so zum Mitverursacher der großen Wende des Mittelalters zur Neuzeit mit ihren Höhepunkten Kopernikus, Galilei, Reformation, Aufklärung und schließlich der „industriellen Revolution“. Die Menschen werden nicht mehr hineingeboren oder aufgesogen in einen hierarchischen Ordo, sondern treten als Einzelne vor eine durch die Technik ganz neu vermittelte Öffentlichkeit; sie werden zu „personae publicae“, denen das Medium eine unbeschränkt große Zahl von Adressaten vermittelt, die sie informieren und in ihrem Sinne beeinflussen können.¹⁸ Darin beruht von nun an die „politische“ Macht des Einzelnen, sofern er nur das Medium in der Hand hat. Damit begann in der westlichen Welt die Ablösung des alten hierarchischen, vertikal-monologischen Kommunikationssystems durch einen horizontal-dialogischen Informationsaustausch, der die Entwicklung zur demokratisch strukturierten Öffentlichkeit der Gegenwart einleitete und ermöglichte.¹⁹ Ohne den Buchdruck wäre Luther nicht zum Reformator geworden.²⁰ Das Flugblatt zum Beispiel vermittelte ihm, dem Einzelnen, ein Publikum von bisher unbekannter Größe und Streuung und damit zugleich ein ganz neues Kommunikationsfeld mit seinen eigenen Gesetzmäßigkeiten und Möglichkeiten, die er genial zu nutzen verstand.

Die modernen Medien Hörfunk, Film und Sehfunk stellen die Weiterentwicklung dieses Prozesses der Schaffung neuer, sich dem alten Ordo emanzipierender Kommunikationsräume dar. Es fällt auf, daß die Bereitstellung neuer Medien und damit das Entstehen neuer Kommunikationsräume Hand in Hand gehen mit dem Verlust der Monopolstellung der Kirche, ihrem Verlust an Einfluß auf Politik und Gesellschaft und zugleich mit dem Auszug der Wissenschaft aus ihrem Hegemonie- und Kontrollbereich. Die Medien ermöglichen einen neuen Pluralismus, der die Kirche in eine fast urkirchliche Situation rückverweist. Nur scheint es, daß sie sich heute mit ihrem Auftrag zur Verkündigung in das jeweils vorliegende Kommunikationsfeld der Gesellschaft hinein nicht mehr so selbstverständlich zurechtfindet wie früher.

Das Verhältnis der Kirche zu den modernen Kommunikationsmedien

Das Verhältnis der Kirche zu den heutigen Kommunikationsmedien aufgrund ihrer geschichtlichen „Belastung“ ist charakterisiert durch eine dreifache Dichotomie: eine politische, technische und geistig-kulturgeschichtliche.

1. Politische Dichotomie

Die Anfänge der Massenpresse brachten der Kirche nur Herrschaftsverluste. Sie standen im Zeichen eines kirchenfeindlichen Liberalismus. Aber schon in den frühesten Epochen der Kirchengeschichte hatte sich die Publizistik als ein sehr wirksames anti-kirchliches Kampfmittel erwiesen. Man könnte eine Geschichte der abendländischen Publizistik schreiben, die zugleich eine Geschichte der Häresien sein könnte, und zwar schon von der frühen Patristik an. Man könnte nachweisen, daß gerade diejenigen, die gegen die orthodoxe Lehre der Kirche eingestellt waren, meistens große publizistische Gaben hatten, die sie wirksam zu gebrauchen wußten (vgl. Marcion, Arius u. a.). So waren gerade die Gnostiker²¹, mit denen sich schon Paulus und später Johannes auseinandersetzen mußten, ganz hervorragende Publizisten. Erst durch diese gnostischen Publizisten herausgefordert, entwickelte sich auch eine orthodoxe kirchliche Publizistik.²²

Diese Entwicklung ließe sich weiterverfolgen bis hin zu den Erschütterungen der Kirche im Mittelalter durch die Propaganda der manichäischen Sekten, der Katharer und vieler anderer, die es mit Hilfe aller damals zur Verfügung stehenden publizistischen Mittel — vor allem der Laienpredigt — zu einer großen Anhängerschaft brachten. Damals entstanden als positive kirchlich-publizistische Gegenreaktion der große Predigerorden des Dominikus und die Laienpredigerfraternitäten des Franziskus. Aber das Mißtrauen der Kirche gegen eine unkontrollierte, ihr feindliche Publizistik führte schon früh zu restriktiven Gegenmaßnahmen: mehr und mehr wurde — besonders im Spätmittelalter — die Predigt den Klerikern vorbehalten.²³ Zwar zieht die Kirche stets die Kommunikationsmedien an sich mit dem Ziel der Monopolisierung und Vereinnahmung, aber dennoch bleibt in ihr die Angst und die Scheu, Publizität und Publizistik könnten den wahren Glauben antasten, wie ein Trauma zurück.

In der Reformationszeit gipfelte diese Einstellung in einer Art von „Institutionalisierung des Mißtrauens“ gegen die Publizistik im „Imprimatur“, jener oberhöflichen Lizenz-Regelung für alle Druckerzeugnisse vom Buch bis zum Andachtsbildchen, für Bibelübersetzungen, für alle Bücher schließlich, die irgendwie ihren Herrschaftsbereich berührten. Ihr negatives Komplement formierte sich nach der Mitte des 16. Jahrhunderts im „Index der verbotenen Bücher“.²⁴ Auch diese Maßnahme wollte — wie das Verbot der Laienpredigt — alle gesellschaftliche Kommunikation der Kontrolle einer für Heil und Unheil aller Menschen und ihrer gesellschaftlichen Beziehungen sich verantwortlich fühlenden Institution unterwerfen, was freilich nicht zuletzt durch die den publizistischen Mitteln inneliegenden Gesetzmäßigkeiten, die die Kirche verkannte, scheitern mußte.

2. Technisch-institutionelle Dichotomie

Das kirchliche Verkündigungsmonopol wurde durch die neue prinzipiell für jedermann offenstehende Zugänglichkeit zu den technischen Mitteln der Kommunikation gewissermaßen enteignet und vergesellschaftet. Mit Hilfe der neuen Medien können nun auch solche Gruppen, Ideen, Theorien, Heilsbotschaften, Interessen und Ideologien zur Sprache kommen, „die bis dahin schon darum kein großes Gewicht innerhalb der menschlichen Gesellschaft haben konnten, weil die entsprechende Quantität von Predigern, Rednern — wie sie aufseiten der Kirche immer gegeben war — weithin gefehlt hatte“.²⁵

Diese Gruppen, die durch die neuen Techniken der Kommunikation nur gewinnen konnten, während die Kirche sich plötzlich in eine ihr ungewohnte Konkurrenzsituation versetzt sah, konnten ein ungebrochenes Verhältnis zu den neuen Medien gewinnen. Während sie sich in ihren Organisationsgestalten immer wieder den neuen Medien anpaßten, beharrte die Kirche auf den alten institutionellen Strukturen, und ihr tiefes Ressentiment der emanzipierten und durch die Medien vermittelten demokratischen Öffentlichkeit gegenüber bewahrte sie davor, ihre eigene Organisationsgestalt entsprechend zu modifizieren und so zu adäquaten Strategien gesellschaftlicher Präsenz und Wirksamkeit zu kommen.²⁶

3. Geistesgeschichtliche Dichotomie

Das ererbte Kommunikationsmonopol ließ die Kirche zudem versäumen, ihre Verkündigungs Inhalte dem geschichtlichen Prozeß sich ändernder Daseins- und Existenz erfahrung anzupassen, wie es für Paulus selbstverständlich war.²⁷ In der antiken und mittelalterlichen Christenheit wurden die christliche Philosophie, der christliche Glaube und das christliche Gottesverständnis in ihrer Form durch die griechische Metaphysik bestimmt. Heute jedoch haben sich die profane Welt und die allgemeine Erfahrung der Menschheit über die griechische Form hinausentwickelt. Nur der christliche Glaube spricht sich noch in griechischen Denkformen aus.²⁸

„Theologie der Massenmedien?“

Diese dreifache Dichotomie erfährt die Kirche heute konkret in der Konfrontation ihrer Verkündigungsbotschaft mit den Medien der Vermittlung dieser Botschaft. Solange eine Kongruenz von Verkündigungskategorien und Art und Weise ihrer Vermittlung in den jeweiligen Kommunikationsraum besteht, verläuft der Kommunikationsprozeß geradlinig und ungestört. Dies war in den Epochen der von Paulus her geprägten Kommunikationsstrategie der Anpassung noch der Fall. Der personalen Kommunikation, der „Mundpropaganda“ der Glaubensboten, entsprach die Definition der Verkündigung der Kirche (d. h. die Bezeugung der Heilstaten Gottes an den Menschen) als „personale Begegnung“ oder als „Akt der personalen Kommunikation“. Von daher bietet sich die christliche Wahrheit weitgehend, ja ausschließlich in den sprachlichen Kategorien einer personalisierenden Intimtheologie dar. Diesem personalen Verkündigungsprinzip entspricht die kirchliche Organisationsstruktur. Das hierarchische Prinzip, dessen Rechtfertigung wiederum aus einer ganz auf den Person begriff aufbauenden Theologie bezogen wird, scheint nur eine rein personal bestimmte Organisationsstruktur zuzulassen, in der die Entscheidungsstellen — das Parochialprinzip auf der untersten und die Episkopalverfassung auf der oberen Ebene — primär personal-repräsentativ und nicht kategorial orientiert sind. Das Amt geht vor der Funktion, die personbezogene Ebene überlagert die sachbezogene.

In der Neuzeit aber, die durch das Heraufkommen der Massengesellschaften gekennzeichnet ist, trat neben die direkte, personale Kommunikation die indirekte, technisch vermittelte Medienkommunikation. In den Medien und durch sie entwickelte sich entscheidend das neue menschliche Daseinsverständnis. Es bleibt nun zu fragen, ob die kirchliche Verkündigung und die ihr zugrundeliegende Theologie diese Entwicklung mitvollzogen oder auch nur durchreflektiert haben; ob sie die Kategorien bereitstellen, um die Phänomene der Massenkommunikation in ihr Selbstverständnis zu integrieren. Genau hier stellt sich für die Kirche das Problem einer theologischen Theorie-

bildung der kirchlichen Verkündigung im Kommunikationsfeld der modernen Massengesellschaft, wie es in der letzten Zeit in der Forderung nach einer „Theologie der Massenmedien“ immer eindringlicher formuliert wird.²⁹

Scheint uns der Ruf nach einer „Theologie der Massenmedien“ auch in die Modeströmung einer Inflation von neuen Theologien zu passen, so halten wir doch eine theologische Besinnung in Richtung auf eine Theoriebildung für unerlässlich. Von der kirchlichen Tradition her ist es die Theologie, die für das Selbstverständnis der Kirche die Funktion eines Aktionsprogramms in die Gesellschaft hinein wahrnimmt. Im heutigen Kommunikationsprozeß geht es nun gerade um die Erarbeitung eines adäquaten, klaren Aktionsprogramms, mit dem die Kirche als gesellschaftliche Gruppe in das vielschichtige Feld öffentlicher Kommunikation tritt. Wenn und wie sich dann die Kirche als Heilsanstalt versteht, wird konkrete Auswirkungen auf ihr Auftreten, ihre Strategie und Organisation als gesellschaftliche Gruppe haben. Sollte zwischen Kirche qua Heilsanstalt und Kirche qua gesellschaftlicher Gruppe eine Dichotomie und damit ein Identitätsbruch bestehen, so kann dies auf den Kommunikationsvorgang, auf ihr Wirken via Massenmedien in die Gesellschaft hinein nicht ohne weitreichende Folgen bleiben. Wie für das Überleben des abendländischen Christentums das Bündnis mit der Politik entscheidend gewesen ist, so wird es heute — wenn wir recht sehen — für die Kirche eine Existenzfrage sein, ob es ihr gelingt, ein ungebrochenes Verhältnis zu den Medien gesellschaftlicher Kommunikation in diesem Zeitalter der pluralistischen Massengesellschaften zu finden.³⁰ Sie wird diese Medien nicht im Sinne einer dirigistischen, monologisch-hierarchischen Einflußnahme okkupieren können, sondern den Gesetzmäßigkeiten der Medienkommunikation gemäß das öffentliche Gespräch der Gesellschaft als Forum, als Umschlagplatz und Treffpunkt von Problemlösungs- und Heilsangeboten, als eine neue Agora inmitten der Kommunikationswege der modernen Weltgesellschaft akzeptieren müssen.

Anmerkungen:

1. Zitiert nach Zürcher Bibel. Das Neue Testament (Siebenstern-Taschenbuch 15/16), München und Hamburg 1964.
2. H. Halbfas, Kirche und Gesellschaft, in: „Katedhetische Blätter“ 93. Jg. H. 10 (Oktober 1968), S. 579.
3. Vgl. H.-R. Müller-Schwefe, Gibt es eine Theologie der Massenmedien?, in: Breit/Höhne (Hrsg.), Die provozierte Kirche, München 1968, S. 143—156.
4. Der schlagwortartige Titel „Theologie der Massenmedien“ scheint uns zu hochgegriffen; wir ziehen den Begriff „Theoriebildung“ vor.
5. Apg 11, 30; 14, 23; 21, 18; Jak 5, 14; 1 Petr 5, 1 f.
6. Phil 1, 1; 1 Tim 3, 2.
7. Nach Eph 4, 7—12 der erhöhte Herr. Vgl. Art. „Kirche“, in: Handbuch theologischer Grundbegriffe, München 1962, S. 795.
8. Vgl. Chr. Dawson, Die Religion im Aufbau der abendländischen Kultur, Düsseldorf 1953.
9. Th. Eschenburg, Über Autorität, Frankfurt 1965, S. 58.
10. Vgl. L. Neundörfer, Amt und Dienst, in: Soziologie und moderne Gesellschaft. Verhandlungen des 14. deutschen Soziologentages, Stuttgart 1959, S. 160 f.
11. Vgl. Rö 12, 2; 1 Kor 5 f.
12. Die Missionsbewegung des 18. bis 20. Jahrhunderts ist dieser alten Strategie treu geblieben (vgl. den unseligen Ritenstreit, der gegen die Anpassungsstrategie der Jesuiten unter P. Ricci entschieden wurde), so daß sich die Mission heute noch des Vorwurfs des Kolonialismus kaum erwehren kann.

13. Die ganze Eucharistiefrömmigkeit des frühen Mittelalters könnte als Derivat des germanisch-barbarischen Wunderglaubens beschrieben werden; vgl. P. Browe, *Die eucharistischen Wunder des Mittelalters*, in: „*Studien zur historischen Theologie*“ NF 4, Breslau 1938; ders., *Die Verehrung der Eucharistie im Mittelalter*, München 1933; H. de Lubac, *Corpus mysticum. L'Eucharistie et l'Eglise au moyen-âge*, Paris 1949.
14. Vgl. die erhellenden Studien von A. Mirgeler, *Kritischer Rückblick auf das abendländische Christentum* (Herder Bücherei Bd. 329), Freiburg 1969.
15. Vgl. H. Hoffmann, Ivo von Chartres und die Lösung des Investiturstreits, in: „*Deutsches Archiv*“ 15:1959, S. 417.
16. A. Mirgeler, a.a.O. S. 117, 119.
17. Vgl. M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy*, London 1967.
18. Vgl. H.-E. Bahr, *Verkündigung als Information. Zur öffentlichen Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*, Hamburg 1968.
19. Vgl. J. Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Neuwied und Berlin 1969.
20. Vgl. O. Clemen, *Die lutherische Reformation und der Buchdruck* (Schriften des Vereins für Reformationsgeschichte 167), 1939.
21. Vgl. P. Gordan, Kirche und Publizistik, in: „*Erbe und Auftrag*“, Benediktinische Monatschrift 43:1967, S. 459 f.
22. Die antignostische Propaganda der urkirchlichen Gemeinden ist der Grund der Entstehung vieler Paulusbriefe. Vgl. Rö 16, 17 ff; 1 Kor 1, 10 ff; Phil 3, 2 ff; Kol 2, 8 f; 2 Thess 2, 1 ff; 1 Tim 1, 3 ff; 4, 1 ff; 2 Tim 2, 14 ff; 3, 1 ff; Tit 1, 10 ff; 3, 8 ff; ferner die Entstehung der Apokalypse: Sendschreiben an die sieben Gemeinden 2, 1 ff.
23. Vgl. R. Zerfaß, *Predigtmonopol — Predigtmonolog*, in: „*Diakonia*“ 3:1968, S. 257 ff.
24. Der Index wurde am 7. 12. 1965 durch das Motu proprio „*Integrale servandae*“ aufgehoben. Aber eine „Bekanntmachung“ des Heiligen Offiziums wies bereits am 14. 6. 1966 darauf hin, „daß der Index seinen moralischen Stellenwert behält, insofern er das Gewissen der Christgläubigen belehrt, sie sollten — was selbst das natürliche Recht fordert — sich vor denjenigen Schriften hüten, die den Glauben und die guten Sitten in Gefahr bringen können. Der Index wird jedoch nicht weiter den Status eines kirchlichen Gesetzes mit den dazugehörigen Untersuchungs- und Strafmöglichkeiten besitzen.“ (*Acta Apostolicae Sedis LVIII:1966*, S. 445: „*Notificatio de libris prohibitis*.“ Vgl. „*Decretum de libris prohibitis*“ vom 15. 11. 1966, ebda. S. 1186).
25. K. Schuster/K. Hoffmann, Massenmedien und Verkündigung, in: „*Concilium*“ 4:1968, S. 220.
26. Vgl. J. Ruedin, *Führungsstile in Wirtschaft und Kirche*, in: „*Orientierung*“ 33:1969, Nr. 16, S. 173 f.
27. Vgl. 1 Kor 9, 20 ff: „Ich bin den Juden wie ein Jude geworden, damit ich Juden gewinne . . . denen, die ohne Gesetz sind, als ob ich ohne Gesetz wäre . . . , damit ich die, welche ohne Gesetz sind, gewinne; . . . allen bin ich alles geworden, damit ich auf alle Weise einige rette“ (vgl. Rö 1, 14.16).
28. Vgl. die Thesen von L. Dewart, in: *Die Zukunft des Glaubens*, Einsiedeln 1968; vgl. T. Sartory, *Eine Neuinterpretation des Glaubens*, Einsiedeln 1966.
29. Vgl. G. Deussen, *Die Diskussion um eine „Theologie der Massenmedien“*, in dieser Zeitschrift, 3:1970, S. 209—225.
30. Abälard schon erlaubte sich die Feststellung, daß die Erfolge der christlichen Mission vor ihrer massiven Unterstützung durch die Kaiser doch recht mager gewesen seien: „*Nec ipsos majores nostros ad fidei vestrae confessionem tam ratione ductos quam vi victos cederemus, sicut et vestrae consentiunt historiae. Ante imperatorum quippe vel principum ad fidem vestram per miracula, ut dicitur conversionem, paucos sapientum vel nullos vestra purificatio acquisivit, quamvis tum facile a patentissimis idolatriae erroribus gentes possent evelli et in quemcumque unius Dei cultum transferri*“ (aus: *Dialogus inter philosophum et christianum*, PL 178, 1658 B C).

S U M M A R Y

Beginning with the message of Jesus in the gospel (Mat. 28, 18—20) the church was always looking for certain ways of communications. These various methods of communications are related to the specific social condition of the church. Her identification with the State (Reich, Imperium) since Constantine the Great secured for the church for many centuries

a monopoly of communication in Europe. However, this also lead to stagnation. With the invention of printing in the 15th century modern means of mass media appeared on the scene, various communicators — scientists, publicists, theological reformers — all of a sudden were no longer dependent on the monopolistic communications net of the church. The church was for a long time helpless towards this beginning process of secularisation. The unfortunate relation towards mass media could be clarified by a theology of mass communication from the side of the church. The author regards a direct relation to social communication as an obligatory one for the modern church.

R E S U M E N

Siguiendo las palabras del mandato de Cristo de predicar el Evangelio (Mt. 28, 18—20), la Iglesia buscó desde su comienzo modos y caminos determinados de predicación. Los varios métodos de predicción están de acuerdo con las diferentes concepciones sociales de la Iglesia. Su identificación con el estado (imperio) desde Constantino el Grande proporcionó a la Iglesia durante muchos siglos, el monopolio de la comunicación en Europa. Esto ocasionó, sin embargo, una falta de flexibilidad. Cuando, mediante la publicación del libro impreso en el siglo XV, apareció el primer medio de comunicación social moderno y técnico, los comunicadores — científicos, publicistas, teólogos reformadores — se independizaron de la red monopolista de comunicación de la Iglesia. Frente a este nuevo proceso de secularización, la Iglesia permaneció por mucho tiempo impotente. Esta desgraciada relación frente a los medios de comunicación pudo ser resuelta por parte de la Iglesia a través de una teología de los medios de comunicación. Una sincera y genuina relación frente a la comunicación social pública es considerada por el autor de este artículo una necesidad vital para la Iglesia moderna.