Communicatio Socialis 34 (2001), Nr. 4: 421–437
Quelle: www.communicatio-socialis.de

Franz-Josef Eilers

Missionarische Kommunikation ins Dritte Jahrtausend

Theologische Anmerkungen für eine Grundlegung

Alles Gerede und alle Sorgen vor dem Beginn des Jahres 2000 mit ‚Computerbug' und apokalyptischen Voraussagen sind inzwischen Geschichte. Wir haben uns schon an die Jahreszahl 2001 gewöhnt und unser Leben hat sich offensichtlich doch nicht so sehr verändert. Das Dritte Jahrtausend hat endgültig begonnen und die Aufgaben und Verpflichtungen als Christen sind die gleichen, auch wenn das neue Jahrtausend sie uns noch dringlicher erscheinen lässt. Dies gilt besonders für die missionarische Kommunikation, die nicht nur verstärkt, sondern wohl auch neu durchdacht werden muss.

Als Anfang Januar 2001 die Nachrichtenagenturen ein 29seitiges Dokument aus Rom auf den Tisch brachten, legte ich es zunächst einmal zur Seite. Wer liest schon ein solches Dokument in einem Zuge und so ‚zwischen' den vielen anderen Arbeiten? Als ich aber dann einige Tage später den Text als Reiselektüre mitnahm, war ich tief beeindruckt. Hier handelte es sich um eine Sicht und einen pastoralen Plan für die Kirche des Dritten Jahrtausends, der alles andere war, als eine „how to do" Angelegenheit. Novo Millennio Ineunte, „Zum Beginn des Neuen Jahrtausends", enthielt Überlegungen von großer Tragweite für jede missionarische Arbeit und Kommunikation der Kirche.

Johannes Paul II., der nach Vatikan-Insidern das Dokument wohl persönlich geschrieben hat, begnügt sich nicht mit einer weithin positiven Bilanz des Jubiläumsjahres 2000. Er verlangt eine Zukunftsplanung, die weit über unsere gewohnten Vorstellungen hinausgeht.

Er beginnt mit einer Meditation über das Geheimnis Christi, das alle pastorale und missionarische Arbeit prägen muss: „Wichtig ist, dass alles, was wir uns mit Gottes Hilfe vornehmen, tief in Betrachtung und Gebet verwurzelt ist. Unsere Zeit ist in ständiger Bewegung, in dauernder Ruhelosigkeit, mit der Gefahr des ‚Machens um des Machens willen'. Wir müssen dieser Versuchung dadurch widerstehen, dass wir versuchen 'zu sein', bevor wir uns um das ‚Machen' mühen. Wie sagte Jesus zu Martha? ‚Du machst dir viele Sorgen und Mühen. Aber nur eines ist notwendig ...' (Lk 10,41-42). In diesem Geiste möchte ich" - so schreibt Johannes Paul II. - „vor einigen praktischen Leitlinien Anregungen zur Meditation über das Geheimnis Christi vorlegen. Er ist ja das absolute Fundament unseres ganzen pastoralen Wirkens."

Geht es uns bei Überlegungen zur missionarischen Kommunikation

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

nicht auch so, dass wir mehr um das ‚Machen' als um das ‚Sein' besorgt sind?[1] Dies ist wohl ein erstes theologisches Prinzip missionarischer Kommunikation, welches uns in Novo Millennio Ineunte vorgestellt wird: Bevor wir zu praktischen Leitlinien kommen, müssen wir das ‚Antlitz Christi' betrachten. Folgen wir deswegen weiter den Gedanken Johannes Paul II. - immer im Blick auf die missionarische Kommunikation ins Dritte Jahrtausend:

- Missionarische Kommunikation wächst aus dem Glauben.
  „Allein der von Petrus und mit ihm von der Kirche aller Zeiten bekannte Glaube trifft das Herz, weil er die Tiefe des Geheimnisses erreicht: ‚... Du bist der Messias, der Sohn des lebendigen Gottes' (Mt 16,17). Wie war Petrus zu diesem Glauben gelangt? Matthäus gibt uns ... einen erleuchtenden Hinweis: ‚... nicht Fleisch und Blut haben dir das offenbart, sondern mein Vater im Himmel' (Mt 16,18)." ‚Fleisch und Blut' genügen im Falle Jesu nicht. „Es braucht eine Gnade der ‚Offenbarung', die vom Vater kommt. Lukas weist in dieselbe Richtung, wenn er anmerkt, dass dieses Gespräch mit den Jüngern stattfand, als ‚Jesus in der Einsamkeit betete' (Lk 9,18). Beide Hinweise zeigen, dass wir allein mit unseren Kräften nicht zur vollen Betrachtung des Angesichts des Herrn gelangen, sondern nur, wenn uns Gottes Gnade an die Hand nimmt. Allein die Erfahrung des Schweigens und des Gebetes bietet jenes Umfeld, in dem das wahre, treue und beständige Wissen „um das Geheimnis der Menschwerdung sich entfaltet: ‚Und das Wort ist Fleisch geworden und hat unter uns gewohnt, und wir haben seine Herrlichkeit gesehen, die Herrlichkeit des einzigen Sohnes vom Vater, voll Gnade und Wahrheit.' (Joh 1,14)." (Nr. 19, 20)
- Alle pastoralen und missions-kommunikativen Initaitiven stehen in Beziehung zu und sind eingebettet in Heiligkeit.
  „Der pastorale Weg ist eingebettet in jene Wirklichkeit, die Heiligkeit heißt ... Sie ist eine Aufgabe, die die ganze christliche Existenz leiten

[1] Erich Fromm verweist in seinem Werk „Haben oder Sein - Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft" (dtv-Sachbuch Nr.1490) wohl in eine ähnliche Richtung, wenn er u.a. schreibt: „So sehr die Auffassungen auch sonst auseinander gehen mögen, eine Überzeugung haben alle Zweige des Christentums gemein: den Glauben an Jesus als Retter, der aus Liebe zu seinen Mitmenschen sein Leben hingab. Er war der Held der Liebe, ein Held ohne Macht, der keine Gewalt anwendete, der nicht herrschen wollte, der nichts *haben* wollte. Er war ein Held des *Seins*, des Gebens, des Teilens." Und: „In dem Maße, in dem wir die Existenzweise des *Habens* bzw. des Nichtseins abbauen, ... kann die Existenzweise des *Seins* durchbrechen. Um zu *sein* müssen wir unsere Egozentrik und Selbstsucht aufgeben bzw. uns *arm* und *leer* machen, wie es die Mystiker oft ausdrücken."

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

muss. ‚Das ist es, was Gott will: eure Heiligung ...' (1 Thess 4,3). Auf den ersten Blick scheint es fast unmöglich, diese wesentliche Wahrheit als Grundlage pastoraler Planung zum Beginn des neuen Jahrtausends zu sehen. Kann man etwa ‚Heiligkeit' planen? Was bedeutet ein solcher Begriff im Zusammenhang eines pastoralen Planes? Einen Pastoralplan unter das Stichwort ‚Heiligkeit' zu stellen, hat tatsächlich weitgehende Folgerungen. Es kennzeichnet die Überzeugung, dass es widersinnig ist, auf ein Leben der Mittelmäßigkeit und oberflächlicher Religiosität zu setzen. Die Taufe ist durch die Einverleibung mit Christus und die Einwohnung des Heiligen Geistes ein wahrer Eintritt in die Heiligkeit Gottes. Katechumenen zu fragen ‚Möchtest Du getauft werden?' bedeutet auch, sie vor die radikale Forderung der Bergpredigt zu stellen: ‚Seid vollkommen, wie auch euer himmlischer Vater vollkommen ist.' (Mt 5,48) (Nr. 30, 31)

- Die ‚Kunst des Gebetes' ist existenzieller Bestandteil missionarischer Kommunikation.
  „Diese Übung in Heiligkeit verlangt ein christliches Leben, das sich vor allem in der Kunst des Gebets auszeichnet. (...) Wir müssen beten lernen ... wie die ersten Jünger: ‚Herr lehre uns beten!' (Lk 11,1). Gebet entwickelt jenen Dialog mit Christus, der uns zu seinen intimen Freunden macht: ‚Bleibt in mir und ich in Euch!' (Joh 15,4). Dieses ist der eigentliche Kern, die Seele christlichen Lebens und die Voraussetzung für jede echte Seelsorge ... Ist es nicht vielleicht ein ‚Zeichen der Zeit', dass in der heutigen Welt trotz aller Säkularisierung ein verbreitetes Bedürfnis nach Spiritualität zu verzeichnen ist, das sich großenteils in einem erneuernden Gebetsbedürfnis ausdrückt? ... Unsere christlichen Gemeinschaften müssen wieder echte Schulen des Gebetes werden, wo die Begegnung mit Christus sich nicht im Flehen um Hilfe erschöpft, sondern sich auch in Danksagen, Loben, Anbeten, Kontemplation und zuhörender und brennender Hingabe ausdrückt, bis das Herz wirklich im vollen Lieben aufgeht ..." (Nr. 32, 33)
- Missionarische Kommunikation muss den Vorrang der Gnade vor aller Aktivität beachten.
  „Wenn wir uns für die Zukunft zuversichtlicher einer Planung unterwerfen, die dem persönlichen und gemeinschaftlichen Gebet genügend Platz gibt, verwirklichen wir ein wesentliches Prinzip christlichen Lebens: den Vorrang der Gnade. Es gibt eine Versuchung, die dauernd jeden geistlichen Weg und pastorales Wirken gefährden: zu glauben, dass der Erfolg unserer Arbeit von unser Fähigkeit zur Planung und Aktivität abhängt. Natürlich bittet uns

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Gott, mit seiner Gnade mitzuwirken und er erwartet, dass wir unsere intellektuellen und praktischen Fähigkeiten im Dienst des Gottesreiches entwickeln. Es wäre aber fatal, dabei zu vergessen, dass wir ‚ohne Christus nichts tun können' (cf. Joh 15,5). Gebet gründet uns in dieser Wahrheit. Es erinnert uns beständig an den Primat Christi und in Vereinigung mit ihm an den Vorrang innerlichen Lebens und der Heiligkeit. Muss man sich wundern, wenn pastorale Vorhaben scheitern oder uns mit dem entmutigenden Gefühl der Frustration zurücklassen, wenn dieses Prinzip nicht eingehalten wird? Wir machen dann die gleiche Erfahrung wie die Jünger im Evangelium beim wunderbaren Fischfang: ‚Wir haben die ganz Nacht gearbeitet, aber nichts gefangen' (Lk 5,5). Dies ist der Augenblick des Glaubens, des Gebets, des Gesprächs mit Gott, um unsere Herzen für den Überfluss der Gnade zu öffnen und für das Wort Christi, uns mit seiner ganzen Kraft zu durchdringen: Duc in Altum! Bei jener Gelegenheit sprach Petrus das Wort das Glaubens: ‚Auf Dein Wort hin wollen wir die Netze auswerfen'." (Nr. 38)

- Missionarische Kommunikation ist eine Aufgabe der christlichen Gemeinschaft.

  Die glühende Leidenschaft des Paulus ‚Weh mir, wenn ich das Evangelium nicht verkünde!' (1 Kor 9,16) ist sicher auch heute zum Beginn dieses Jahrtausends Priorität der Kirche. Eine solche missionarische Kommunikation kann nicht nur die Aufgabe einiger Spezialisten sein. Sie muss von christlichen Gemeinschaften gelebt werden. Die Leidenschaft des Paulus muss das Kennzeichen der ganzen Gemeinschaft sein: „Wer Christus wirklich begegnet ist, kann ihn nicht für sich behalten, er muss ihn weitergeben. Ein neuer apostolischer Aufbruch ist notwendig, der als tägliche Verpflichtung der christlichen Gemeinden und Gruppen gelebt werden muss." Eine solche missionarische Kommunikation vollzieht sich jeweils im Kontext einer gegebenen Kultur, die auch für die Wege und Mittel der Kommunikation eine entsprechende Inkulturation verlangt. (Nr. 40) Missionarische Kommunikation braucht deswegen eine Spiritualität der ‚communio' und ‚communicatio', die sich in christlicher Gemeinschaft ausdrückt. „Wenn wir dem Plan Gottes gehorsam und dem tiefsten Verlangen der Welt entsprechen wollen, müssen wir die große Herausforderung zum Beginn des neuen Jahrtausends aufgreifen, die darin liegt, die Kirche zur Heimat und Schule der Gemeinschaft zu machen. Was aber bedeutet dies konkret? Auch hier könnten wir wieder sofort versuchen, praktisch zu werden. Doch wäre es falsch, dieser Versuchung nachzugeben. Vor der Planung konkreter Initiativen gilt es, eine Spiritualität der Communio (Ge-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

meinschaft) zum Leitprinzip aller Erziehung und Bildung zu machen." Eine solche Spiritualität bedeutet etwa:

- den Blick des Herzens auf das Geheimnis der Dreifaltigkeit zu lenken, das in uns lebt und auch auf dem Angesicht der Brüder und Schwestern neben uns wahrgenommen werden muss.
- Die Fähigkeit, den Bruder oder die Schwester im Glauben als Teil ‚mystischen' Leibes zu erkennen, d.h. es geht um jemanden, der ‚zu mir gehört' und dem ich tiefe Freundschaft anbieten kann.
- Dem Bruder oder der Schwester Raum zu geben, indem einer des anderen Last (Gal 6,2) trägt und den egoistischen Versuchungen widersteht. (Nr. 43)

Eine solche Spiritualität der Kommunikation legt den Grund für missionarische Kommunikation, die weit über Methoden and die Anwendung bestimmter Mittel hinausgeht. Eine solche Kommunikation wächst aus dem tiefsten Sein der Kirche als christlicher Gemeinschaft.

Wie nun begründet sich missionarische Kommunikation?

Über viele Jahrzehnte hat es immer wieder Versuche zu einer Theologie der Kommunikation gegeben. Man versuchte, den Gebrauch der Massenmedien und jede Arbeit mit den Medien theologisch zu begründen, um nicht zu sagen zu ‚dekorieren'. In einer Zeit der Instrumentalisierung der Kommunikation - die entsprechende Vatikanische Stelle hieß: „Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation" und auch im Deutschen nennen wir sie noch heute den „Päpstlichen Medienrat" - versuchte man, dem Gebrauch dieser Medien ein theologisches Mäntelchen umzuhängen.

In Wirklichkeit liegt die theologische Begründung kirchlicher und missionarischer Kommunikation aber viel tiefer. Es war der jüngst zum Kardinal erhobene amerikanische Theologe Avery Dulles, der schon in den 70er Jahren ein Papier für die Amerikanische Bischofskonferenz mit dem Satz überschrieb: „Church is Communication", Kirche ist Kommunikation. Er wies nach, dass es zum Wesen der Kirche gehört, zu kommunizieren, Kommunikation zu sein. Dieses Thema hat ihn nie wieder ganz losgelassen und so schrieb er z.B. 1992, dass der Gesamtbereich der Theologie in allen ihren Disziplinen unter dem Blickwinkel der Kommunikation betrachtet werden könne. Er sieht alle Bereiche der Theologie als von der Kommunikation bestimmt. Nach ihm ist das Christentum „an erster Stelle eine Religion der Kommunikation", denn Gott ist in seinem Innersten ein Geheimnis der Selbst-Kommunikation, der Selbst-Mitteilung. Er sieht die gesamte Schöpfung, Erlösung und Heiligung des Menschen als eine Verlängerung der inneren Hervorbringungen der Dreifal-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

tigkeit. Zusammen mit Carlo Martini und anderen sieht er so Kommunikation nicht nur als Aktion, sondern mehr als theologisches Prinzip. Kommunikation ist der Schlüssel zum Verständnis der gesamten Theologie und nicht so sehr ein Instrument oder technisches Mittel zur Informationsvermittlung und Überzeugung (1992). Es ist hier vielleicht bezeichnend, dass Herbert Vorgrimler in seiner jüngsten Veröffentlichung, „Neues Theologisches Wörterbuch" (2000) ein eigenes Stichwort „Kommunikation" einfügt, das mit keinem einzigen Wort die Massenmedien oder andere mediale Vermittlungen erwähnt. Kommunikation ist für ihn „auch ein theologischer Begriff". Sie „beruht ja auf personalem Hören können und freier Offenheit und führt zu einer Gemeinsamkeit von Mitteilenden und Empfangenden, die ‚Kommunion' heißt" (S. 356).

Wenn man in diesem Geiste tiefer in die theologischen Grundlagen missionarischer Kommunikation vordringt, kann man dies vielleicht in vier Schritten tun, die auch bestimmten theologischen Disziplinen zugeschrieben werden können: Von der innertrinitarischen Kommunikation der göttlichen Personen kommen wir zur Offenbarung dieses in sich und mit uns kommunizierenden Gottes, deren Höhepunkt in der Menschwerdung seines Sohnes (Inkarnation) ihren Ausdruck findet. Mit dem Tod Jesu Christi, seiner Auferstehung und der Geistsendung wird diese Kommunikationsbewegung Gottes als Jesu Vermächtnis an die Kirche übertragen, die die Menschwerdung Jesu Christi jeweils immer wieder neu in das Hier und Heute der Menschen und Kulturen vollziehen muss.

1. Trinitarische Kommunikation

„Das innere Leben Gottes, soweit wir es in dieser Welt wahrnehmen können", schreibt Carlo Martini (1996), „ist eine tiefe, immerwährende Kommunikation zwischen den drei göttlichen Personen: Der Vater ‚spricht' den Sohn und gebiert und kommuniziert so alles was er ist und hat. Der Sohn ruft den Vater und gibt sich selbst im vollen Gehorsam. Der Heilige Geist geht vom Vater und vom Sohne aus als lebendiges Band, die vollkommene und persönliche Frucht des liebenden Zwiegesprächs zwischen Vater und Sohn". Oder, wie die lateinamerikanischen Bischöfe es bei ihrer Versammlung in Puebla (1978) ausdrückten: „Christus offenbart uns, dass göttliches Leben eine trinitarische Gemeinschaft ist, wo Vater, Sohn und Geist in dem Geheimnis der Einheit in vollkommener und liebender Gemeinschaft - Interkommunikation - leben." Wir Menschen können kommunizieren, miteinander sprechen und uns austauschen, weil wir nach dem Bild und Gleichnis dieses in sich kommunizierenden Gottes geschaffen sind (Gen 1,26). Die Berechtigung missionarischer Kommunikation beruht auf dieser theologischen Tatsache.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

2. Offenbarung

Der trinitarisch in sich selbst kommunizierende Gott bleibt aber nicht allein und für sich selbst. Er schafft den Menschen und tritt so in das Zwiegespräch mit seinen Geschöpfen. Er offenbart sich, damit auch sie am dreifaltigen, innergöttlichen Dialog teilhaben. Diese Offenbarung des kommunizierenden trinitarischen Gottes vollzieht sich auf den zwei Ebenen von Natur und Gnade. Die Natur ‚spiegelt' den kommunizierenden Gott, der durch die Natur seine Gegenwart offenbart. Auf der Ebene der Gnade aber ‚spricht' Gott mit den Menschen, die er nach seinem Bild und Gleichnis erschaffen hat. Das Alte Testament ist voll von Zeugnissen wie Gott verbal und non-verbal mit jenen kommuniziert, die er als sein Volk erwählt hat. Das Zweite Vatikanum drückt dies in „Dei Verbum" (Nr. 6,4) so aus: „Durch die göttliche Offenbarung wollte Gott sich selbst und die ewigen Entscheidungen seines Willens über das Heil der Menschen kundtun und mitteilen, um Anteil zu geben am göttlichen Reichtum, der die Fassungskraft des menschlichen Geistes schlechthin übersteigt (Vat. I)." Gott ‚teilt sich mit', ‚spricht' mit Adam und Eva, mit Abraham, Moses und den Propheten. Er benutzt alle Mittel und Wege menschlicher Kommunikation. Er spricht in Worten und Taten, im Augenblick ebenso wie auch in geschichtlichen Entwicklungen über längere Zeit. Der Gott des Alten Testamentes ist ein kommunizierender Gott, ein Gott des Gesprächs mit seinen Geschöpfen und der Mensch kann in diesen Dialog eintreten, weil er selbst nach dem Bild und Gleichnis eines kommunizierenden Gottes geschaffen ist.

3. Menschwerdung

Seinen Höhepunkt erreicht die Kommunikation Gottes im Kommen seines Sohnes Jesus Christus: „Und das Wort ist Fleisch geworden und hat unter uns gewohnt" (Joh 1, 14) oder wie der Hebräerbrief (Hebr 1,1-3) es ausdrückt: „Viele Male und auf vielerlei Weise hat Gott einst zu den Vätern gesprochen durch die Propheten; in dieser Endzeit aber hat er zu uns gesprochen durch den Sohn, den er zum Erben des Alls eingesetzt und durch den er auch die Welt erschaffen hat." Die vom Konzil (Inter Mirifica, Nr. 23) geforderte Pastoralinstruktion zur sozialen Kommunikation, Communio et Progressio, (1971) beschreibt diese Tatsache folgendermaßen: „Während seines Erdenwandels erwies sich Christus als Meister der Kommunikation. In der ‚Menschwerdung' nahm er die Natur derer an, die einmal die Botschaft, welche in seinen Worten und seinem ganzen Leben zum Ausdruck kam, empfangen sollten. Er sprach ihnen aus dem Herzen, ganz in ihrer Mitte stehend. Er verkündete die göttliche

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Botschaft verbindlich, mit Macht und ohne Kompromiss. Andererseits glich er sich ihnen in der Art und Weise des Redens und Denkens an, da er aus ihrer Situation heraus sprach."

Es ist aufschlussreich und anregend, das Leben und Wirken Jesu unter dem Gesichtspunkt missionarischer Kommunikation zu betrachten. Wie ‚kommuniziert', missioniert nun dieser Jesus?

- Er ‚spricht' schon durch die Umstände seines Lebens: Die Menschwerdung im Heiligen Geist, die Geburt im Stall, die verborgenen Jahre in Nazareth, die 40 Tage in der Wüste, aber auch besonders sein Tod am Kreuz und seine Auferstehung sind Ausdruck - Kommunikation - seiner erlösenden Sendung.
- Die Orte und Wege seiner Verkündigung sind vielfältig: er wirkt als Wanderprediger, spricht in Synagogen und privaten Häusern, auf Marktplätzen und Straßen, am Meer und in den Bergen ... Wo immer er geht ‚verkündigt' er durch Worte und Taten, aber auch einfach durch seine Gegenwart.
- Und wie ist die Art und Weise seiner Verkündigung?
  - Alle Kommunikation Jesu gründet im nächtlichen Gespräch mit dem Vater (Gebet).
  - Er beginnt immer mit dem konkreten Leben und den Erfahrungen seiner Zuhörer und bringt diese in den Willen des Vaters. Er verkündet nie sich selbst, sondern den Vater in das Hier und Heute seiner Zuhörer.
  - Alle Kommunikation Jesu gründet und ist eingebettet in die Schriften des Alten Testamentes, das in seinem Kommen erfüllt ist.
  - Er spricht aus der Erfahrung des alltäglichen Lebens (Sämann, Fischer, Hausfrau usw.) in Geschichten, Parabeln und Gleichnissen.
  - Er stellt immer wieder Fragen, die seine Zuhörer zum Nachdenken zwingen sollen. Hans Wijngaards hat allein im Johannesevangelium 161 solcher Fragen gezählt.
  - Jesus bringt durch seine Verkündigung die Zuhörer zur Entscheidung und zur radikalen Erfüllung von Gottes - des Vaters - Willen. Er verweist jene, die nicht bereit sind, die Wirklichkeit ihres Lebens und ihrer Situation vor Gott zu sehen und daraus Folgerungen zu ziehen.
  - Er arbeitet mit ‚dialektischer' Methode und bringt Menschen in Krise und Konfrontation, um sie mehr für die Selbstoffenbarung Gottes zu öffnen.
  - Alle seine Heilungen machen nicht nur körperlich gesund, sondern verbinden die durch Sünde unterbrochene Kommunika-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

tionslinie mit Gott: „Deine Sünden sind dir vergeben" steht vor der körperlichen Heilung.
- Die Kommunikation Jesu ist nicht einfache Informationsweitergabe, sondern Mit-Teilung des ganzen Menschen, seines ganzen Da-seins, was sich schlussendlich in seinem Tod am Kreuz vollendet. Keine Worte - sondern nur noch das Schweigen der vollständigen Hingabe an den Vater ...
- Jesu Kommunikation beschränkt sich schließlich nicht auf diese Welt. Sie hat in der Ausrichtung zum Vater immer auch eine eschatologische Dimension ...

4. Kirche als Weiterführung göttlicher Kommunikation

Gottes Kommunikation ist aber mit dem Tode Jesu nicht beendet. In seiner Auferstehung und mit der Sendung des Heiligen Geistes gebiert er die Kirche, die Ausdruck und Weiterführung seiner Kommunikationsaufgabe ist. Diese Kirche muss die kommunizierende Dreifaltigkeit, den sich offenbarenden und Mensch gewordenen Gott in das Hier und Heute der jeweiligen Zeit bringen. Kommunikation ist deswegen das Wesen der Kirche. Sie ist geschaffen, um zu verkündigen, zu kommunizieren, ähnlich wie es das 2. Vatikanum im Dekret Ad Gentes über die missionarische Tätigkeit der Kirche feststellt (AG 2): „Die pilgernde Kirche ist ihrem Wesen nach ‚missionarisch', da sie selbst ihren Ursprung aus der Sendung des Sohnes und der Sendung des Heiligen Geistes herleitet gemäß dem Plan Gottes des Vaters ..."

Im Kommen des Heiligen Geistes an Pfingsten sind alle Völker der damaligen Welt versammelt und alle hören die Botschaft in ihrer Sprache, einem bestechenden Ereignis interkultureller Kommunikation. Diese Sendung von Pfingsten ist eine Sendung bis ans Ende der Zeit. Die Kirche Jesu Christi hat nur eine Daseinsberechtigung als kommunizierende, verkündende Kirche. Schon in der Apostelgeschichte als dem ersten Buch und Bericht von der Kommunikationsaufgabe der jungen Kirche wird dies deutlich. Wohin auch immer die Mitglieder der Urkirche versprengt werden: Sie 'verkünden', kommunizieren in Wort und Tat. Mit seinem „Weh mir, wenn ich das Evangelium nicht verkünde!" (1 Kor 9,16) trifft Paulus den Kern des Anliegens! [Ich warte noch immer auf eine Dissertation, die gerade die Apostelgeschichte als erstes Buch über die Kommunikation der Kirche analysiert und darstellt!]

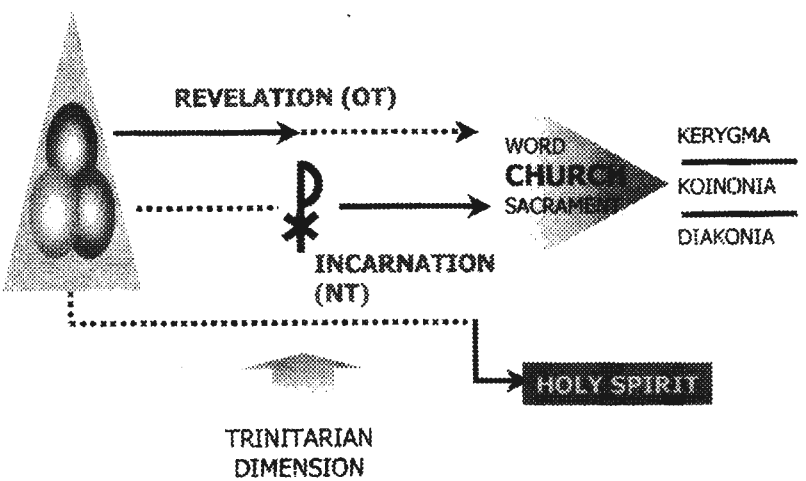
Es ist aufschlussreich, dass in jüngster Zeit moderne Marketing-Fachleute Paulus als Kommunikator und Meister des Marketing entdeckt haben. Sie sprechen von einem „Paulusprinzip" für Marketing. Für Franz S. Berger und Harald Gleissner, die Autoren des Werkes (Econ Verlag

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

1998) ist dieses Paulusprinzip „die erfolgreichste Marketingstrategie der Weltgeschichte" (Untertitel). In Paulus' Missionsarbeit - so der Klappentext - „kommen alle vier Aspekte des Marketings, die vier großen P, Product, Price, Placement, Promotion zur Wirkung ... Das Geheimnis seines Erfolges ist der Einsatz des fünften P's, der Einsatz der eigenen Persönlichkeit ..." Offensichtlich sehen sie in ihm den größten Meister der Kommunikation in der Geschichte der Menschheit überhaupt. Ob wir nicht auch davon lernen sollten?

Die alte Kirche sah ihre Kommunikationsaufgabe vor allem in drei Bereichen: der direkten Verkündigung (Kerygma), der Gemeinschaft (Koinonia) und dem Dienst (Diakonia). Missionarische Kommunikation heute sollte wohl auch diese drei Bereiche im Auge haben und sich nicht auf das Kerygma oder gar eine enge Instrumentalisierung allein beschränken lassen. Schließlich ist missionarische Verkündigung an erster Stelle nicht eine Frage der Anwendung dieser oder jener Mittel und Methoden. Missionarische Kommunikation ist das Wesen der Kirche - Kirche ist Kommunikation und alle ihre Tätigkeiten müssen aus diesem Wesen fließen und von dieser Sendung bestimmt sein, wie Jesus in allem von der Sendung des Vaters - Abba - bestimmt war. Missionarische Kommunikation begründet sich aus dem dreifaltigen (trinitarischen) Leben, der Offenbarung und Menschwerdung Gottes und der Sendung des Heiligen Geistes.

Schematisch kann man die Schritte einer solchen Kommunikationstheologie vielleicht so darstellen:



https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Kommunikationsmodelle der Kirche

Der amerikanische Theologe Avery Dulles hat die Dokumente des Zweiten Vatikanischen Konzils auf mögliche Ansätze für eine 'kommunizierende' Kirche untersucht. In Sinne eines seiner Hauptwerke "Models of the Church" kommt er dabei auf fünf verschiedene Ansätze oder Modelle einer Kommunikation der Kirche, die sich nicht unbedingt gegenseitig ausschließen.

1. Kirche als Institution/Hierarchie (‚hierarchic-institutional model')

Hier ist die Kirche in ihrer Kommunikation „ziemlich engführend besorgt um die Autorität des Amtes und des verpflichtenden Charakters der offiziellen Lehre". Die Kommunikation ist ein Prozess von oben nach unten. Er beginnt bei Gott und führt durch die hierarchischen Strukturen zu den einzelnen Mitgliedern der Kirche. Die ‚Ecclesia Docens' ist hier unterschieden von der ‚Ecclesia Discens'. Kommunitaktionsformen dieses Ansatzes sind kirchliche Dokumente wie etwa amtliche Verlautbarungen, Hirtenbriefe, Enzykliken. Bevorzugte Mittel sind gedruckte Unterlagen, also die Presse.

2. Kirche als Verkündiger (‚herald model')

Dieser ‚kerygmatische' Ansatz - nach den Konzilsdokumenten ‚Dei Verbum' und ‚Ad Gentes' - sieht die Kirche als Verkünderin, als Botin der ‚guten Nachricht'. Sie richtet sich vor allem an Außenstehende (‚ad extra'), während sich der erste Ansatz mehr an die Menschen innerhalb der Kirche (‚ad intra') wendet. In diesem Ansatz sind auch alle Glieder der Kirche Boten und Verkünder, denn die Kirche ist in ihrem Wesen missionarisch. Kommunikationsmittel sind hier alle Formen traditioneller Kommunikation, wie etwa die Traditionen oraler Kulturen, aber auch die modernen Massenmedien, einschließlich des Internet. In der Mitte steht eine Verkündigung, die zur Bekehrung führt.

3. Kirche als Sakrament (‚sacramental model')

Missionarische Kommunikation geschieht nicht nur durch Worte und unmittelbare Verkündigung, sondern auch durch die Kirche als sichtbares Zeichen. „Jesus Christus kommuniziert nicht nur durch das was er sagt, sondern auch durch das was er ist und tut." Deswegen sieht dieser Ansatz die Kirche als Zeichen und Instrument der sichtbaren Gegenwart Gottes. Zu dieser Kommunikation gehört u.a. die Liturgie (‚Sacrosantum

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Concilium'), in der heilige Zeichen innerlich das bewirken, was sie äußerlich ausdrücken. Kommunikationsmittel sind hier vor allem Zeichen und Symbole, Gesten und Geschehnisse. In der Kommunikationswissenschaft könnte man hier vielleicht von einem semiotischen Ansatz sprechen.

4. Kirche als Gemeinschaft (‚communion or community model')

Hier ‚kommuniziert' die Kirche als lebendige, glaubende und liebende Gemeinschaft, als das Volk Gottes, wie es etwa in „Lumen Gentium" (9-17) beschrieben ist. Die Kirche als Gemeinschaft, als ‚Koinonia', ist Zeichen der Gegenwart des Herrn. Adressaten dieser Kommunkation sind über die eigene Gemeinschaft hinaus auch andere christliche Kirchen und Gemeinschaften. Kommunikationmittel sind nicht nur Worte, sondern auch alle Mittel und Wege, die Jesu Gegenwart untereinander deutlich machen. Aus dieser Haltung wächst dann auch der letzte Ansatz.

5. Kirche als Dialog mit der Welt (‚secular-dialogic model')

Fußend auf ‚Gaudium et Spes' und ‚Nostra Aetate' wird hier die Welt außerhalb der Kirche nicht einfach als „Rohmaterial für Bekehrung oder als bloßes Objekt missionarischen Eifers" gesehen. Sie ist vielmehr eine Einladung zur Betrachtung darüber, wie sich der schöpferische und erlösende Wille Gottes auch außerhalb des Christentums - zunächst in Ansätzen - ausdrückt. Hierher gehört das Gespräch, der Dialog mit den Kulturen und der Welt. Dabei sollte man dann auch den ersten ‚Areopagus' - Marktplatz - der modernen Welt, den der sozialen Kommunikation (cf. Redemptoris Missio 37c) nicht übersehen. In diesem Ansatz versucht die Kirche, kommunizierend die Zeichen der Zeit zu deuten. Dulles weist darauf hin, dass Gottes Kommunikation nicht erst mit Schrift und Tradition oder gar Jesus Christus beginnt, sondern im WORT, in dem alles erschaffen ist. Für den kirchlichen Kommunikationsbereich wird dann später dieser Ansatz durch die Pastoralinstruktion „Communio et Progressio" (1971) weiter entfaltet, welche die weltweite Gemeinschaft der Menschheit als einen großen ‚runden' Tisch betrachtet, um den alle zum Austausch von Informationen und Erfahrungen versammelt sind.

Ein christliches Kommunikationsmodell

In der Geschichte der Kirche kann man den heiligen Augustinus wohl als den ersten Lehrer und Theoretiker der Kommunikation bezeichnen. In

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

seiner „De doctrina christiana" wendet er die Prinzipien und Erfahrungen seines ureigenen Faches Rhetorik auf den kirchlichen Dienst an und begründet damit die kirchliche Homiletik. In seinem Werk „De catechecandis rudibus" unterweist er den Diakon Deogratias in Methoden und Praxis kirchlicher Kommunikation für die Katechese bis hin zu signifikanten Kleinigkeiten („Biete deinem Gegenüber eine bequemen Stuhl zum Sitzen, damit er ausgeruht zuhören kann"). Einige meiner Studenten an der Santo Tomas Universität in Manila, der ältesten Universität Asiens (1611), haben neulich aufgrund dieser beiden Werke ein Modell christlicher Kommunikation entwickelt, das generell, vor allem aber für die missionarische Kommunikation bedeutende Folgerungen hat. Es unterscheidet sich vom herkömmlichen linearen Modell der Kommunikationswissenschaft, wo wir den Kommunikationsprozess als Vorgang vom „Sender" über die „Message" zum „Receiver" (SMR Modell) beschreiben. Angeregt durch St. Augustin, beginnt das neue, christliche Modell mit der „Message" und der „Sender" wird zum „Messenger", der dann die Botschaft an den und die Empfänger (einzeln und als Gemeinschaft) weitergibt. Statt SMR ist es hier also M S/M R, wie der Kommunikationsvorgang beschrieben wird. Während im klassischen Modell mit linearer Ausrichtung der Sender und sein Bemühen um den Empfänger zentral stehen, ist es in diesem christlichen Modell die Botschaft, welche zentral steht. Der „Sender" wird zum „Messenger" als einfachem Instrument der Botschaft und je mehr er sich auf diese Botschaft einlässt und mit ihr identifiziert, wird er zum Instrument der Weitergabe an den/die Empfänger. Gottes Wort, ja er selbst ist die Botschaft, und der „Sender" ist nur noch ein Gegenstand, durch den diese Botschaft zum Empfänger fließt. Die von Johannes Paul II. geforderte geistliche Begründung missionarischer Kommunikation wird hier auch aus einer neuen christlichen kommunikationstheoretischen Sicht deutlich.

Wie verwirklicht sich nun missionarische Kommunikation?

Vielleicht sollten wir jetzt noch fragen, wie sich eine solche missionarische Kommunikation, die auf der Sendung Gottes beruht, konkret verwirklicht. Wir haben dabei schon auf ein wesentliches Prinzip hingewiesen, das in dem Schreiben Novo Millennio Ineunte deutlich wird: So, wie Jesu Verkündigung vom Vater bestimmt wird, hat auch alle missionarische Verkündigung zunächst eine geistliche Grundlage und muss von dieser in Gebet und Kontemplation, Heiligkeit und Gnade bestimmt werden. Nur so verwirklicht sich missionarische Kommunikation nicht nur als technische Methode (Instrument, Mittel), sondern fließt aus dem

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Wesen des Christentums als Menschwerdung Gottes in dieser Zeit und an diesem Ort.

In der konkreten Verwirklichung dieser missionarischen Kommunikation ist es immer hilfreich, auf die Darstellung Papst Pauls VI. in seiner Apostolischen Exhortation Evangelii Nuntiandi (1975) zurückzugreifen, die er als Schlussdokument einer Synode (1974) über die Evangelisierung veröffentlicht hat. Nach seinen Überlegungen zum Begriff und Inhalt der Evangelisation handelt er im vierten Kapitel von den Mitteln (Nr. 40-48). Er nennt sie die am meisten „brauchbaren und wirksamsten Mittel zur Verkündigung des Evangeliums für die Männer und Frauen unserer Zeit" (Nr. 40). Sie sind wohl auch heute noch als entscheidende Mittel missionarischer Kommunikation anzusehen:

1. Bezeichnenderweise beginnt Paul VI. seine Liste der Evangelisationsmittel mit dem Zeugnis des Lebens (Nr. 41), auf das er noch bei zwei weiteren Gelegenheiten im gleichen Dokument ausführlich zu sprechen kommt (Nr 21, 76). „Für die Kirche ist das Zeugnis eines echt christlichen Lebens mit seiner Hingabe an Gott in einer Gemeinschaft, die durch nichts zerstört werden darf, und gleichzeitig mit seiner Hingabe an den Nächsten in grenzenloser Einsatzbereitschaft der erste Weg der Evangelisierung. ‚Der heutige Mensch ... hört lieber auf das Zeugnis als auf Lehrer und wenn er auf Lehrer hört, dann deshalb, weil sie Zeugen sind'." Ohne zu reden, gewannen sie diejenigen, welche sich weigerten, an das Wort zu glauben, heißt es im 1. Petrusbrief (3,1) von den Frauen gegenüber ihren Männern.
2. Eine lebendige Predigt (Nr. 42) ist ein weiterer Weg, denn „wie sollen sie an den glauben, von dem sie nichts gehört haben? Wie sollen sie hören, wenn niemand verkündet? ..." (Röm 10,14.17). In der Sicht Pauls VI. ist diese mündliche Verkündigung nach wie vor unverzichtbar: „Die Müdigkeit, die sich heute angesichts einer solchen Flut leerer Worte und der Aktualität anderer Kommunikationsformen einstellt, darf indes die bleibende Kraft des Wortes nicht schwächen oder das Vertrauen zum Wort verloren gehen lassen. Das Wort bleibt immer aktuell, zumal wenn es die Macht Gottes in sich trägt." (cf. 1 Kor. 2,1-5)
3. Besondere Bedeutung erhält eine solche Verkündigung in der Liturgie (Nr. 43). Im engeren und im weiteren Sinne muss sie als ein wichtiges Element missionarischer Kommunikation gesehen werden. Wir brauchen „ein echtes geistliches Gespür, um aus den Ereignissen die Botschaft Gottes zu vernehmen". Dies geschieht vor allem auch in der Feier der Liturgie mit der Homilie als wesentlichem Teil. „Diese Verkündigung, die in besonderer Weise in die eucharistische Feier eingefügt ist ..., nimmt in der Evangelisierung sicher einen vorrangi-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

gen Platz ein, und zwar in dem Maß, wie sie den tiefen Glauben des Predigers zum Ausdruck bringt und wie sie von Liebe getragen ist ..."

4. Die Katechese (Nr. 44) als „systematische religiöse Unterweisung" nicht nur in der Kirche oder Schule, sondern auch in der Familie, ist ein weiterer Bereich.
5. Die Massenmedien (Nr. 45) sind „bei der ersten Bekanntmachung mit dem Glauben, bei der katechetischen Unterweisung und bei der weiteren Vertiefung des Glaubens" unverzichtbar. „Die Kirche würde vor ihrem Herrn schuldig, wenn sie diese machtvollen Mittel nicht nützte, die der menschliche Verstand immer noch weiter vervollkommnet." [Vielleicht ist es gut, hier darauf hinzuweisen, dass die einzelnen Massenmedien in den drei genannten Stufen der Bekanntmachung, der Einführung und der Vertiefung des Glaubens vor allem den Massenmedien verschiedene Möglichkeiten bieten. Während Fernsehen und Hörfunk wohl eher zu einem positiven ‚Umfeld' für den Glauben beitragen können, sind es die interpersonale, die Gruppenkommunikation und wohl die Presse (Bücher, Zeitschriften), die helfen, unmittelbar in den Glauben einzuführen und ihn zu vertiefen.] In jedem Falle muss - nach ‚Evangelii Nuntiandi' - die Massenkommunikation in der Evangelisierung so sein, dass „sie immer den Einzelnen innerlich zu treffen vermag, sich in das Herz eines jeden einsenkt, als wäre er/sie allein, in seiner/ihrer ganzen persönlichen Einmaligkeit ..."
6. Trotz aller technischen Möglichkeiten unserer Zeit bleibt aber auch der persönliche Kontakt (Nr. 46) ein entscheidendes Element missionarischer Kommunikation. „Wird es im Grunde je eine andere Form der Mitteilung des Evangeliums geben als die, in der man einem anderen seine eigene Glaubenserfahrung mitteilt?" fragt Paul VI. „Die Dringlichkeit, die Frohbotschaft den vielen zu verkünden, darf nicht jene Form des Mitteilens übersehen, in welcher das ganz persönliche Innere des Menschen angesprochen wird." Jesus selbst war Meister des persönlichen Gesprächs, wie wir etwa bei seinen Gesprächen mit Nikodemus, Zachäus, der Samariterin und anderen sehen.
7. Missionarische Kommunikation lebt nicht nur in Verkündigung und Lehre, sie lebt auch in den Sakramenten (Nr. 47) der Kirche. Wort und Sakrament sind keine Gegensätze, sondern die Quellen, aus denen die Kirche lebt. Sakramente sind äußerer Ausdruck eines lebendigen inneren Lebens und eines geistlichen Geschehens, das nach Außen strahlt und damit kommuniziert.
8. Eine besondere Form missionarischer Kommunikation sieht ‚Evangelii Nuniandi' schließlich in der Volksfrömmigkeit (Nr. 48). Sie hat

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ihre Grenzen und mag manchmal in Fehlformen oder gar Aberglauben abgleiten. Man darf andererseits aber nicht übersehen, dass sie auch wertvolle Reichtümer in sich birgt. Oft kommt in ihr ein „Hunger nach Gott zum Ausdruck, wie ihn nur die Einfachen und die Armen kennen. Sie befähigt zu Großmut und Opfer, ja zum Heroismus, wenn es gilt, den Glauben zu bekunden. In ihr zeigt sich ein feines Gespür für tiefe Eigenschaften Gottes: seine Vaterschaft, seine Vorsehung, seine ständige liebende Gegenwart. Sie führt zu inneren Haltungen, die man sonst kaum in diesem Maße findet: Geduld, einen Sinn für das Kreuz im täglichen Leben, Entsagung, Wohlwollen für andere, Ehrfurcht ..."

9. Wäre Evangelii Nuntiandi 25 Jahre später geschrieben, hätte Paul VI. wohl noch einen weiteren Punkt über die Bedeutung der neuen Kommunikationsmittel, wie etwa des Internets, für die Evangelisation und den starken Einfluss der Kommunikationsrevolution auf die Werte vor allem junger Menschen zugefügt. Wahrscheinlich hätte er sich dann die Überlegungen seines Nachfolgers Johannes Paul II. in dessen Missionsenzyklika Redemptoris Missio (37c) zu eigen gemacht, die von der sozialen Kommunikation als dem ersten und hervorragendsten Marktplatz (Areopagus) der modernen Welt sprechen, „die die Menschheit immer mehr eint und - wie man zu sagen pflegt - zu einem ‚Weltdorf' (global Village) macht", wo die Menschen ihre ‚Werte' mehr an den Medien messen als an den ewigen Werten eines christlichen Glaubens. Er würde wohl auch mit der Feststellung übereinstimmen, dass die modernen Medien nicht nur die christliche Verkündigung stärken können, sondern eine neue, tiefere Wirklichkeit schaffen, „da die Evangelisierung der modernen Kultur selbst zum großen Teil von ihrem Einfluss abhängt. Es genügt also nicht, sie nur zur Verbreitung der christlichen Botschaft und der Lehre der Kirche zu benutzen; sondern die Botschaft selbst muss in diese, von der modernen Kommunikation geschaffene neue Kultur integriert werden. Es ist ein komplexes Problem, da diese Kultur noch vor ihren Inhalten aus der Tatsache selbst entsteht, dass es neue Arten der Mitteilung in Verbindung mit einer neuen Sprache, mit neuen Techniken und mit neuen psychologischen Haltungen gibt. Mein Vorgänger Papst Paul VI. sagte, dass der Bruch zwischen Evangelium und Kultur ohne Zweifel das Drama unserer Zeit ist" (Evangelii Nuntiandi, 1975,20).

Der Welttag der Kommunikationsmittel dieses Jahres (2001) hat als Thema „Die Predigt von den Dächern: Das Evangelium im Zeitalter globaler Kommunikation". In seiner Botschaft zu diesem Tag fordert Johannes Paul II., „dass sich die Kirche immer eingehender auf die sich rapid

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

entwickelnde Welt der Kommunikation einlassen muss." Dies erfordere eine tiefere Beschäftigung mit den Erscheinungen und Möglichkeiten der modernen, auch von Cyberspace und Internet bestimmten Welt. Wir sollten hier für die ‚missionarische Kommunikation' mit der Botschaft dieses Tages (27.5.2001) davon überzeugt sein, dass auch für das Dritte Jahrtausend trotz aller Hindernisse „der aktive und phantasievolle Einsatz der Medien durch die Kirche dringend geboten" ist. Ein solcher Einsatz verlangt allerdings heute mehr denn je auch eine solide theologische Grundlegung, die uns in der Vergangenheit bei fast ausschließlicher „Instrumentalisierung" der Kommunikation oft gefehlt hat.

Literatur

Franz S. Berger/Harald Gleissner: Das Pausprinzip. Die erfolgreichste Marketingsstrategie der Weltgeschichte. München/Düsseldorf (Econ) 1998

Avery Dulles: Church is Communication. Roma (Multimedia) 1971

Ders.: The Church and Communications: Vatican II and beyond. In: Reshaping Catholicism. Current Challenges in the Theology of the Church. San Francisco 1988

Ders.: The Craft of Theology, From Symbol to System. Dublin (Gill and Macmillan) 1992

Johannes Paul II.: Redemptoris Missio, Enzyklika zur bleibenden missionarischen Sendung der Kirche, Vatikan, 7. Dezember 1990

Ders.: Novo Millenio Inuente.Apostolisches Schreiben zum Beginn des neuen Jahrtausends, Vatican, 6. Januar 2001

Ders.:Botschaft zum 35. Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel (27.Mai 2001) vom 24. Januar 2001

Carlo Maria Martini: Effata„Apriti', Lettera per il programma pastorale ‚Communicare'. Milano (Centro Ambrosiano) 1990

Paul VI.: Evangelii Nuntiandi. Apostolische Exhortation über die Evangelisation in der modernen Welt, Vatikan, 8.Dezember 1975

Herbert Vorgrimler: Neues Theologisches Wörterbuch. Freiburg (Herder) 2000

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2001-4-421 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY