

Ottmar Hertkorn

Jankowski, Hans Norbert: Die kanalisierte Botschaft

1988

<https://doi.org/10.17192/ep1988.4.6420>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hertkorn, Ottmar: Jankowski, Hans Norbert: Die kanalisierte Botschaft. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 5 (1988), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1988.4.6420>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Hans Norbert Jankowski: Die kanalisierte Botschaft. Religion in den Medien - Medienreligion.- Gütersloh: Gerd Mohn 1987, 128 S., DM 14,80

Der von Hans Norbert Jankowski herausgegebene Band bietet keine systematisch-grundsätzliche Auseinandersetzung 'Wort versus Bild', sondern versammelt zehn Beiträge von neun Autoren, die unterschiedliche Aspekte und Medien jeweils getrennt untersuchen und kritisieren. Deshalb greift auch die Rezension lediglich einige Punkte mit der Absicht auf, zu einer vertieften Beschäftigung mit dem Thema hinzuführen - zumindest in der innerchristlichen Konstellation 'protestan-

tisch versus katholisch'. Gerade im Zusammenhang mit der heutigen audiovisuellen Vielfalt sind Fragen zum Verhältnis von Religion und Sinneswelt zu vertiefen, wie sie schon früher Sprachmeistern wie Goethe und Thomas Mann, die im Protestantismus aufgewachsen sind, angesichts katholischer Traditionen gestellt haben.

'Die kanalisierte Botschaft' bringt sieben 'Stichworte' zu 'Bildmagie - Wortkultur'. Dies läßt u.a. auch eine Gegenüberstellung der medien-spezifischen Möglichkeiten für das 'Wort' im rein akustischen Kanal (Wort-Medium Rundfunk) im Unterschied zum mehrere Sinneskanäle zugleich ansprechenden audiovisuellen Kanal (Medium Fernsehen) erwarten sowie, im Zusammenhang mit Religion, einen Beitrag zum 'rechten' Verhältnis von Wort und Sinnenfülle. Die Klischees der innerchristlichen Auseinandersetzung wären auf die neuen Medien zu durchdenken, die auch heute noch anzutreffen sind und die, wenn auch ablehnend, Teichert als 'monomedial' (moderner Protestantismus) und multimedial (früherer Katholizismus) erwähnt. Vom Herausgeber stammen außer der Einleitung ('Das Medium als Botschaft') zwei weitere Beiträge, jeweils einer für jeden der beiden Teile des Taschenbuchs: 'Szenarien' (insgesamt drei Beiträge) und 'Stichworte' (insgesamt sieben). Der Tenor scheint im letzten, stark an Postman orientierten Abschnitt durch, worin Jankowski den Indikativ nur noch für die sich zuspitzende 'prekäre Lage' gebraucht, die von Formulierungen in Konjunktiven abhängt, vor allem von der "kulturpessimistischen Behauptung" (S. 124) Postmans, daß eben Unterhaltung alles, somit auch den religiösen Glauben dominiere. Heiner Michel kommentiert recht witzig Probleme um das 'Wort zum Sonntag'. Hildegunde Wöller erläutert vor dem Hintergrund ihres Kreuz-Verlages, warum das religiöse Buch als "Medium der Freiheit des Geistes" (S. 20) auch heute der wahre, wenn auch geheime Bestseller ist. Parallel dazu verteidigt Martin Greiffenhagen die 'Wortkultur' und bricht in guter protestantischer Tradition "Eine Lanze für das Wort" (S. 34). Er polemisiert zugleich gegen das Bild mit einem eigenen Abschnitt: 'Das Bild bringt uns um den Verstand', ein 'Spiel', das Teichert ausdrücklich ablehnt (vgl. S. 43).

Das 'Szenario' des Herausgebers beschäftigt sich mit dem 'Medienpapst', einem auch bei Nichtkatholiken beliebten Thema. Ein Ergebnis: Der 'Unterhaltungswert' kann den Papst um seine Glaubwürdigkeit bringen. Demgegenüber wird der 'protestantische Pluralismus' hervorgehoben und rhetorisch gefragt, ob nicht 'Kirchentage mit ihrem bunten Pluralismus' sich auf dem Bildschirm 'glaubwürdiger' erweisen. Treffender schreibt im positivsten Beitrag (S. 41-47) der als Pfarrer, Studienleiter und Redakteur publikumsnah arbeitende und alltags- und medienerfahrene Martin Teichert, die Wirkung eines Bildes entscheide sich im Betrachter, was auch die Berichte der international erfahrenen Jürgen Hilke über die Fernsehevangelisten (S. 64-80) und Reinhart Hummel über Esoterik (S. 81-93) zeigen. Teichert: "Wir sehen also nicht, was man uns sehen machen will, sondern was wir sehen können und wollen und wozu uns die innere Gestimmtheit befähigt." (S. 42) Fast noch wichtiger ist Teicherts Hinweis, bezugnehmend auf den Italiener Perniola, daß das Fernsehen ein Ding wie vieles andere geworden ist, ein Objekt, das Wärme, Nähe, "Atem und Haut" und

"gelebte Wirklichkeit" (S. 46) nicht ersetzt, sondern der personalen Kommunikation zu einer neuen Hochschätzung verhelfen kann. Dies entspricht einer Beobachtung bei erwachsenen (ausländischen) Lernern mit objektiviertem Lehrmaterial: Der relativ selten auftretende betreuende (deutsche) Lehrer wurde als Person weit höher geschätzt, als wenn er ständig zur Verfügung stand. Auf Dauer können 'kalte' Medien seltener gewordene menschliche Wärme und Nähe bewußter wahrnehmen und höher schätzen lassen.

Religiöses in audiovisuellen Medien sollte insbesondere in narrativer Form präsentiert werden. Ausführlich stellt Hans Ekkehard Bahr 'Geschichten vom gelingenden Leben' vor, eine Titulierung, die weniger modisch ist als seine Zwischenüberschrift 'Befreiungsabsichten'. Außerdem verweist der Herausgeber beispielhaft auf das 'Bibliodrama' von Teichert, das biblische Inhalte in spielerischer Form erzählt. Narrative Formen können "erkenntnisfördernde und orientierende Unterhaltung" (S. 121) am ehesten gewährleisten, meint Jankowski. Filmkenner denken bei dieser Frage ohnehin an italienische Traditionen, etwa bei Antonioni, Fellini, Pasolini. Linguisten, Soziologen, Kulturanthropologen und Theologen weist Hummel auf einen weiteren Punkt. Der im Fernsehen verwendete Sprachgebrauch bringt auch religiöse Aussagen, Themen und Werte auf eine immer unverbindlichere Stufe. Das Harmoniebedürfnis der Zuschauer in der pluralen Gesellschaft drängt auch religiöse Aussagen in Richtung auf eine neutrale Ausdrucksweise, was etwa dazu führen kann, daß der einzelne auch seinen eigenen Werten gegenüber stärker auf Distanz geht. Auch diesen Prozeß hat das Massenmedium Fernsehen nicht initiiert, gleichwohl verstärkt es ihn.

Je länger man nachdenkt, desto seltsamer berührt einen das immer wieder erwähnte 'kommerzielle Element' im Zusammenhang mit Glaubensfragen. 'Die kanalisierte Botschaft' kritisiert in dieser Beziehung allerdings keine deutschen Sender, wohl aber die Tele-Evangelisten der elektronischen Kirche in den USA und ihre diversen Missionstätigkeiten. Da wird gefragt, ob deren Privatflugzeuge und Industrieunternehmen Luxus oder notwendig sind. Man erinnert sich an den geheimen Bestseller: das religiöse Buch (vgl. hierzu den Beitrag von Hildegunde Wöller, S. 20), man erinnert sich auch daran, daß der in Gütersloh diese Beiträge publizierende Verlag ebenfalls ein Welt-Medien-Riese geworden ist, dessen Wurzeln im 19. Jahrhundert Druck und Verbreitung religiöser, dezidiert missionarischer Schriften gewesen sind und der heute bei Fernsehsendern mitbestimmt, also auch an elektronischen Medien, wenn auch nicht unbedingt an der elektronischen Kirche beteiligt ist. Auch die Umschlaggestaltung dieses Taschenbuchs stammt von einer Werbeagentur.

Ottmar Hertkorn