

Ronald Uden: Kirche in der Medienwelt. Anstöße der Kommunikationswissenschaft zur praktischen Wahrnehmung der Massenmedien in Theologie und Kirche

Erlangen: Christliche Publizistik Verlag 2004 (Studien zur christlichen Publizistik, Bd. 10), 280 S., ISBN 3-933992-09-5, € 21,-

Aus der Beobachtung einer tiefgreifenden theologischen Skepsis gegenüber dem expandierenden Medienangebot heraus untersucht der Erlanger Theologe Ronald Uden das Beziehungsgeflecht zwischen Kirche und elektronischen Medien (vgl. S.14f.). Die beiden doch sehr unterschiedlichen Möglichkeiten des Herangehens an die Verhältnisbestimmung von christlicher Tradition und moderner Medienkultur – die theologische Reflexion einer religiösen Ersatzfunktion der Massenmedien einerseits und die praktische Konzeption einer massenmedialen Vermittlung christlicher Glaubensinhalte andererseits – verbinden sich für ihn dabei in der Fragestellung, „wie Gott in einer massenmedial geprägten Lebenswelt zu denken und zu formulieren ist“ (S.85).

Der erste Teil der Arbeit hat den Charakter eines Forschungsberichtes, der von einem ausführlichen (mehr als 60 Seiten umfassenden) Literaturverzeichnis begleitet wird. Die theologische „Entdeckung der Medien“ (S.24) seit Beginn des 20. Jahrhunderts vollzog sich demnach zunächst einmal in Gestalt ihrer praktischen Nutzung für die kirchliche Verkündigung, während sich eine dezidierte

Reflexion der spezifischen Wirklichkeit von Hörfunk und Fernsehen nur zögerlich entwickelte. Bis heute existieren im kirchlichen Bereich teilweise starke Vorbehalte gegen die elektronischen Medien als Kommunikationsform von scheinbar geringerem Authentizitätsgrad im Vergleich zur postulierten Unmittelbarkeit der gemeindlichen Verkündigung. Gegen eine theologische Geringschätzung technisch vermittelter Kommunikation erinnert der Autor allerdings an die erfolgreiche Ausbreitung der Reformation (vgl. S.130), welche sich in entscheidendem Ausmaß den aufkommenden Flugschriften als den „ersten Massenmedien mit beträchtlicher Reichweite“ (S.13f.) verdankte. Angesichts der räumlichen und zeitlichen Allgegenwart der Massenmedien (vgl. S.107f., S.174f.), erscheint es zudem vollkommen illusionär, die Vermittlung des christlichen Glaubens auf die Face-to-face-Kommunikation zu begrenzen, ohne ihn damit zugleich der Gefahr lebensweltlicher Irrelevanz auszusetzen. Vielmehr sind „Medien [...] der entscheidende kulturelle Prägefaktor der gegenwärtigen Gesellschaft, auf den sich die Theologie einzulassen hat, wenn sie weiterhin Menschen in der Öffentlichkeit [...] begleiten und erreichen will“ (S.182). Vielleicht hätte in diesem Zusammenhang noch stärker auf die neuartigen Herausforderungen des Internets eingegangen werden müssen, in dem sich interpersonale und massenmediale Kommunikation ja oft gar nicht mehr klar voneinander trennen lassen (vgl. S.76).

Der zweite Teil bietet medientheoretisches Basiswissen für Theologinnen und Theologen: Der Autor diskutiert abrißartig die kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung hinsichtlich Mediennutzung, Medienrealität und Medienwirkung und erörtert ihre theologische Relevanz. Dabei zeigt sich, dass eine theologische Auseinandersetzung mit medialen Interaktionsprozessen über die kirchliche Publizistik hinaus Rückwirkungen auf die klassischen Handlungsfelder der Praktischen Theologie (wie Predigt, Seelsorge und Unterricht), ja auf das Selbstverständnis des christlichen Glaubens überhaupt hat (vgl. S.162f.).

Besonders anregend ist hier das leidenschaftliche Eintreten für eine Wertschätzung der Unterhaltung, welche eine Distanzierung von der alltäglichen Zweckrationalität menschlicher Existenzsicherung erstrebe, aber eben deshalb nichts „Überflüssiges und Verzichtbares“ (S.141) sei, sondern vielmehr ein anthropologisches Grundbedürfnis darstelle. Um „kulturpessimistische Vorurteile“ (S.146) gegen die dominierende Unterhaltungsfunktion der Massenmedien zu entkräften, weist der Autor darauf hin, dass gerade auch der sonntägliche Gottesdienst idealerweise unterhaltenden Charakter haben sollte, um so (im Sinne von Matthäus 6, 25-34) eine verheißungsvolle Ahnung von der gelassenen Sorglosigkeit im Horizont des Reiches Gottes zu vermitteln.

Insgesamt hätte man von einer Habilitationsschrift hinsichtlich der theologischen Reflexion vielleicht ein wenig mehr Originalität erwartet. Hier muss sich der Autor fragen lassen, ob der von ihm gegenüber kirchlichen Stellungnahmen erhobene Vorwurf, dass mit einer kompetenten Wahrnehmung der Medienwelt

häufig ein „faktischer Theologieverlust“ (S.63) einhergehe, nicht über weite Strecken auch auf seine eigenen Ausführungen zutrifft. Die im Buchtitel angekündigten Anstöße für Theologie und Kirche, die unhintergehbare Prägung aller modernen Lebensvollzüge durch die Kultur der Massenmedien (vgl. S.203) wahr- und ernstzunehmen, verlangen über kurz oder lang eben doch nach einer systematischen Medientheologie, zumindest aber nach einer „Praktischen Theologie der Medien“ (S.11), zu der man den Autor trotz aller methodologischen Bedenken (vgl. S.20) nur ermutigen kann. Sein Plädoyer für eine „Integration kommunikationswissenschaftlicher Forschungsergebnisse in theologische Denkprozesse“ (S.164) ist ihm jedenfalls schon einmal gelungen.

Lars Klinnert (Iserlohn)