





"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