

EUGEN BISER

Der Mensch im Medienzeitalter

Die Medien in ihren verschiedenen Erscheinungsformen bestimmen heute den Ablauf unseres Alltags wesentlich mit. Und neben unser eigenes Erleben tritt eine „Welt aus zweiter Hand“, deren Realitätsbezug unklar bleibt. Daraus ergeben sich grundlegende Fragen nach dem Sein, nach der Erkenntnis, nach den prägenden Faktoren unseres Bildes von der Welt und dem Menschen sowie nach unserer Freiheit. Das sind letztlich philosophische Fragen, denen sich der Verfasser, emeritierter Professor für Christliche Weltanschauung und Religionsphilosophie in München, stellt. Er bleibt nicht bei den Fragen stehen, sondern macht in einer prekären Situation auch ein therapeutisches Angebot, indem er die heilende Kraft des Lesens propagiert. Den Ausführungen liegt ein Vortrag beim „Aktionskreis Wirtschaft — Politik — Wissenschaft“ in München zugrunde. (Redaktion)

Weltverlust und Weltgewinn

„Welche Gestalt hat das Universum?“ fragt der in ein utopisch fernes Endstadium der gegenwärtigen Welt „entrückte“ Berichterstatter von *Franz Werfels* „Stern der Ungeborenen“ den „Hochschwebenden“, in dem das Wissen der Epoche seinen gestalthaften Ausdruck findet. Und er bekommt die überraschende Antwort: „Das Ganze hat die Gestalt des Menschen.“ Das ist die Umkehrung des Bildgedankens, in dem der Mensch von der Antike bis zum Verfall dieser Sinnfigur während der ersten Phase der Neuzeit seine höchste Sinndeutung

gefunden hatte: der Mikrokosmosidee.¹ Daß der Mensch „quodammodo omnia“, in gewisser Hinsicht das Universum sei, hatte schon *Aristoteles* in seiner berühmten Abhandlung über die Seele gelehrt. Und am Ende der vielfältigen Wiederholungen und Abwandlungen des Gedankens versicherte *Nikolaus von Kues*:

„Der Mensch ist Gott; aber nicht der absolute Gott, da er doch Mensch ist: er ist somit der menschliche Gott. Und der Mensch ist eine Welt; jedoch nicht das konkrete Universum, da er doch Mensch ist: er ist vielmehr eine Welt im Kleinen, der Mikrokosmos.“²

Daß diese Idee in der Folge — trotz gelegentlicher Rückblenden — verblaßte, so daß Werfel nur noch in Form einer ironischen Reminiszenz auf sie zurückkommen konnte, geht auf den Verfall des Orientierungsrahmens zurück; denn die Entdeckung der tatsächlichen Weltgestalt entzog dem statischen Weltbild der Antike den Boden; und zudem trat an die Stelle des physikalisch geprägten Weltbegriffs immer mehr der soziale, der sich im anti-kartesischen Zug des neuzeitlichen Denkens durchsetzte. Was als „Welt“ erfahren und eingeschätzt wurde, war nicht mehr der von den Himmelskörpern gebildete Kosmos, sondern die „ganz gewiß vom Menschen gemachte“ Menschenwelt, der als Schlüsselbegriff im Denken des Renaissancephilosophen *Giambattista Vico* auftauchende „mondo civile“, verstanden als die zur Weltgestalt überhöhte Gesellschaft.³

¹ Näheres zu diesem Motiv in meiner „Theologischen Sprachtheorie und Hermeneutik“, München 1970, 66 ff.

² *Cusanus*, De coniecturis II, c. 14

³ Um die Klärung dieses Zusammenhanges hat sich vor allem *K. Löwith* verdient gemacht; dazu seine Abhandlung „Weltgeschichte und Heilsgeschehen“ im titelgleichen Band II seiner Sämtlichen Schriften, Stuttgart 1963, 125—149.

im Zentrum des — mit seiner Spitze gegen *Marx* und *Heidegger* gerichteten — Denkens des Heidelberger Philosophen *Karl Löwith* stand das Programmziel der „Wiedergewinnung der Welt“. Getragen war diese Antithese von der Sorge, daß die durch den Marxismus und seine Folgen weltlos gewordene Philosophie unvermeidlich einem historischen Relativismus verfallen werde. Daß diese Sorge nur allzu begründet war, zeigt die sich als „Postmoderne“ ausgebende Denkweise, in der die Beliebigkeit geradezu den Rang eines Prinzips erlangte. Inzwischen kam es jedoch zu einer Wiederherstellung der Welt auf einem Weg, den *Löwith* nur mit größter Skepsis zur Kenntnis genommen hatte: auf dem Weg der Medien! Die Paradoxie dieser Entwicklung lag darin, daß es ausgerechnet die Gesellschaft war, die sich in den Medien das bisher perfektste Instrument schuf, mit dem sie den Menschen ihren Zwecken unterwarf und adaptierte. Doch ungeachtet dessen erzeugen die Medien nun einmal ein neues Welt-Bild, das Gefühl einer neuartigen Welt-Bürgerschaft und das Bewußtsein ihrer Rezipienten, Welt-Kinder in einem neuartigen Sinn des Ausdrucks geworden zu sein. In ihnen erwacht das Bedürfnis, nicht nur im eigenen Lebens- und Wirkbereich, sondern überall „dabei zu sein“. Umgekehrt sind die von den Medien vermittelten Inhalte mit der Konnotation verbunden, daß man sich um den angemessenen „Platz an der Sonne“ brachte, wenn man sie versäumte. Doch wo ist dieser Ort? Die Antwort kann nur lauten: überall und nirgendwo! Und das besagt: die Medien vermitteln ein utopisches Weltbewußtsein, das ebenso Aufschluß über ihre

Wirksamkeit wie über ihre Herkunft gibt und in diesem Zusammenhang genauer bedacht werden muß. Wie steht es zunächst um ihre Herkunft?

Medien und Hochtchnik

Wesen und Wirken der Medien sind nur aus ihrem Zusammenhang mit der modernen Hochtchnik zu verstehen. Von dieser traf *Sigmund Freud* in seinem hellsichtigen Essay über das „Unbehagen in der Kultur“ die Feststellung, daß sie im Begriff stehe, sich von ihrer ursprünglichen Zwecksetzung als Instrument der Daseinserleichterung abzulösen und sich damit von der Seite des leidenden Menschen auf die des träumenden zu schlagen.⁴ Nicht die Beseitigung der unbewältigten Notstände, sondern die Realisierung uralter Menschheitsträume sei zu ihrem Vorzugsziel geworden. Eine zeitgeschichtliche Gegenprobe bestätigt die stupende Treffsicherheit dieser Diagnose. Denn mit der Freisetzung der Kernenergie kam das himmlische Feuer des Prometheus — als Wirklichkeit gewordener Mythos — in die Hand des Menschen; mit der Mondlandung realisierte er den Traum von der Sternenreise, mit der Herztransplantation das Hauffsche Märchen vom „Kalten Herzen“. Diesem Zug verdanken auch die Medien ihre Entstehung. Das klärt sich vollends, wenn man das Problem, wiederum mit Freud, auf die theologische Ebene verlagert und davon ausgeht, daß die Menschheit mit dem Instrument der Hochtchnik das ins Werk zu setzen sucht, das *Nietzsche* ihre „schönste Apologie“ genannt hatte: die Usurpierung göttlicher Attribute.⁵

Tatsächlich greift die Hochtchnik mit der

⁴ *S. Freud*, Das Unbehagen in der Kultur (von 1930), in: Kulturtheoretische Schriften, Frankfurt 1974, 191–270.

⁵ In einer Nachlaßaufzeichnung besteht *Nietzsche* darauf, daß der Zeitpunkt gekommen sei, die an die göttliche Überwelt abgetretenen Attribute für den Menschen zurückzugewinnen; dazu meine Schrift „Gottsuche oder Antichrist? Nietzsches provokative Kritik des Christentums“, Salzburg 1982, 37.

Entsendung von Raumsonden nach dem Hochziel göttlicher Allgegenwart, mit der Gentechnik und der Ermöglichung eines atomaren „overkills“ nach göttlicher Schöpfer- und Geschichtsmacht — Evolution und Apokalypse geraten tendentiell in menschliche Regie — und mit der Medientechnik nach einem Anteil an göttlicher Allwissenheit. Insofern fügt sich diese voll in jenes Konzept menschlicher Selbstüberhöhung ein, das Freud mit der Bemerkung apostrophierte, daß der homo faber auf der gegenwärtigen Stufe seines Könnens im Begriff stehe, sich mit Hilfe technischer Prothesen zur Figur des „Prothesengottes“ aufzublähen.

Dennoch stehen die Medien zum Komplex der übrigen Technik zugleich in einem Spannungsverhältnis, das dann zum Vorschein kommt, wenn man bei der Rede von den realisierten Utopien und Menschheitsträumen den Akzent auf „Träume“ legt. Denn es ist, als besinne sich die technische Entwicklung in der Medientechnik darauf, daß sie sich auf die Seite des träumenden Menschen geschlagen hatte. Die Differenz betrifft somit das Realitätsproblem. Während die sonstige Hochtechnik darauf ausgeht, Utopien in Wirklichkeit umzusetzen, verwandeln die audiovisuellen Medien allabendlich die harte Alltagswirklichkeit in Traum und Show. Damit setzen sie nicht nur den großen Kontrapunkt zu der noch vorherrschenden Tendenz der Hochtechnik; vielmehr greifen sie auch mit zunehmender Macht ins Wirklichkeitsgefüge der modernen Lebenswelt ein. Neben die Schreckfigur des „Big Brother“ tritt mit ihnen der „elektronische Entertainer“ auf den Plan, der auf persuasive Weise erreicht, was jener mit dem Einsatz seiner terroristischen Mittel nie ganz erzwingen konnte. Der Unter-

schied betrifft jedoch nicht nur die Mittel, sondern das neu entstehende Weltgefühl. Konnte man unlängst noch mit *Odo Marquard* von einem Prozeß der „Anästhetisierung“ des modernen Lebensgefühls sprechen, so setzt mit den Medien eine umfassende Reästhetisierung der bestehenden Verhältnisse ein. Gleichzeitig üben sie, ohne ihre Herkunft aus gesellschaftsimmanenten Interessen zu verleugnen, stillschweigend Kritik am Profil der modernen Gesellschaft, das durch ihren Zug zur Konsum- und Leistungsgesellschaft bestimmt ist. Was gesellschaftlich zählt, ist in ihrer Perspektive nicht so sehr der Konsum und die Leistung als vielmehr das, was Unterhaltungswert besitzt. Vermutlich hängt es damit zusammen, daß das Fernsehen den Menschen, wie mit *Hans Blumenberg* formuliert werden könnte, einseitig als das Wesen der Neugier und der rasch wechselnden Sensationen anspricht und dadurch auf eine extrem extravertierte Haltung festlegt, so daß er Gefahr läuft, ohne es zu bemerken den Boden der Realität unter den Füßen zu verlieren.⁶ Doch bevor der anthropologischen Rückwirkung nachgegangen werden kann, muß die noch offene Frage nach der Wirksamkeit der Medien beantwortet werden.

Das Medium als Botschaft

Mit dem Hinweis auf die Ästhetisierung der menschlichen Lebenswelt ist die Wirksamkeit der Medien erst von ihrem Rand her berührt, es sei denn, daß man sich genauer auf das ästhetische Erlebnis in seiner Beziehung zur Realität einläßt. Was wir als schön empfinden, tritt für uns in einen verklärenden Nimbus. Es spricht uns in erster Linie nicht als Faktum, noch nicht einmal als Kunstwerk oder Natur-

⁶ Dazu *Blumenbergs* Ausführungen zum Prozeß der theoretischen Neugierde im dritten Teil seines Werks „Die Legitimität der Neuzeit“, Frankfurt 1966, 201–432.

schönes, sondern als Versprechen und Verheißung an. Aus dem, was sich uns als Rose zeigt, ergeht an uns, wie *Rilke* dichtete, die Einladung, ihr in das hinein zu folgen, was sich unter ihren „Lidern“ verbirgt. Im Erlebnis des Schönen wird uns deutlich, daß mit dem, was als „Faktenwelt“ in Erscheinung tritt, noch nicht das letzte Wort über das Sein der Dinge gesprochen ist. Vom Schönen geht ein Impuls aus, der auf die „Entrückung“ des Erlebenden hinwirkt. Das Erlebnis des Schönen ist dem des Mystikers benachbart.

Wenn man sich fragt, was die ungeheure Faszination des Fernsehens ausmacht, sieht man sich auf eine ähnliche Spur verwiesen. Weit mehr als durch seine Inhalte schlägt das Fernsehen durch die Suggestion der Daseinserleichterung in seinen Bann. Das zur Unentbehrlichkeit gewordene Medium entlastet von der harten Form der Berufsarbeit, es „enthebt“ seine Rezipienten aus einer oft als unentrinnbar empfundenen Situation, es erschließt ihnen Dimensionen, die ihnen unter dem Druck der phantasielosen Arbeitswelt verwehrt blieben, es entrückt sie in einen Zustand wohlthuender Schweben und Beziehungslosigkeit. Und es bewirkt dies nicht etwa durch die von ihm vermittelten Inhalte, sondern vor jedem inhaltlichen Angebot bereits durch sich selbst. Denn beim Empfang von audiovisuellen Sendungen kommt es, von den meisten unbemerkt, zu einer Inversion der Verhältnisse, zu der sich nur in der christlichen Offenbarungsreligion ein Gegenstück findet. Es ergibt sich aus dem unausdenklichen Eingangssatz des Johannesevangeliums, der anstelle eines Inhalts den Vermittler dieser Inhalte zum Anfang aller Dinge erklärt: „Im Anfang war das Wort.“ Es wirkt wie eine Anleihe oder doch wie

eine ferne Rückerinnerung an diesen johanneischen Grundsatz, wenn der kanadische Medientheoretiker *Marshall McLuhan* zu Beginn seiner berühmten Abhandlung „*Understanding Media*“ erklärt:

„In einer Kultur wie der unseren, die es schon lange gewohnt ist, alle Dinge, um sie unter Kontrolle zu bekommen, aufzusplittern und zu teilen, wirkt es fast schockartig, wenn man daran erinnert wird, daß in seiner Funktion und praktischen Anwendung das Medium die Botschaft ist.“⁷

Grund der Faszination ist somit das Medium, das im Spiel der von ihm vermittelten Inhalte stets selbst die von ihm ausgehende Botschaft ist. Das aber ist die für den unter dem Konsum- und Leistungszwang stehenden Menschen der Gegenwart denkbar eingängige und verheißungsvolle Botschaft, daß er nach des Tages Mühe, Not und Enttäuschung auf Stunden der Entlastung und Enthebung hoffen darf; es ist somit die große eskapistische Verheißung, auf die er während des ganzen Arbeitstages insgeheim gewartet hatte. Doch wie kommt dieser Effekt zustande? Die Gründe lassen sich auf drei Begriffe bringen: Illusionierung, Denkentwöhnung und Narkotisierung.

Illusionierung

Die Illusionierung des Rezipienten wird vor allem durch den konsequenten Einsatz von Surrogaten erreicht. Imitationen und Reproduktionen treten an die Stelle des Umgangs mit dem Originären. In diesem Tatbestand schlägt die Herkunft der audiovisuellen Medien aus der Welt der Photographie und des Bildes durch, verstärkt durch den Umstand, daß sie die Abbilder und Reproduktionen an die Stelle der „Originaldaten“ setzen und diese zudem nach medienspezifischen Zwecken

⁷ *M. McLuhan*, Die magischen Kanäle, Frankfurt und Hamburg 1970, 17; auf den eklatanten Zusammenhang mit der johanneischen Fundamentalaussage verwies meine Schrift „Gott verstehen. Erwägungen zum Verhältnis Mensch und Offenbarung“, München und Freiburg 1971, 131 ff.

und Gesichtspunkten arrangieren. Im selben Maß, wie sie den Rezipienten auf diesem Weg der realen Alltagswelt entfremden, versetzen sie ihn in eine Sphäre der Imagination, in der ihm die harten Fakten und Verhältnisse in einer schweren, unverbindlichen und geschönten Form wiederbegegnen. Es ist, als sei das Lied der Alltäglichkeit, das ihm bis zum Überdruß in den Ohren klingt, in eine höhere Tonart transportiert, in der es sich ungleich heller und leichter ausnimmt. Unwillkürlich drängt sich die Erinnerung an den Schluß des alttestamentlichen Weisheitsbuches auf, das die ägyptischen Plagen mit einem musikalischen Vergleich zu erläutern sucht: damals hätten sich die Elemente in ihrem Verhältnis untereinander geändert, „wie wenn auf einer Harfe die Töne den Rhythmus ändern und doch den gleichen Klang behalten“ (Weish 19,18). Nur der mit dieser Illusionierung verbundene Verlust bleibt dem Rezipienten in der Regel verborgen. Eingehüllt in eine Welt der Imitationen und Reproduktionen wird er nicht nur der Erfahrungswelt entfremdet, sondern auch dem, was die Originalität ihrer Gegenstände ausmacht. In diesem Zusammenhang schlägt vor allem die Differenz zu Buche, die *Walter Benjamin* im Vergleich des Kunstwerks mit seiner Reproduktion aufgegangen war. Auch wenn diese noch so vollkommen gelingt, verliert das Werk mir ihr doch den Nimbus der Ursprünglichkeit und Einmaligkeit. Der von Benjamin in diesem Zusammenhang verwendete Begriff „Verlust der Aura“ bietet sich einer kritischen Medienanalyse geradezu als Schlüsselbegriff an.⁸

Denkentwöhnung

Die von den Medien bewirkte Denkentwöhnung folgt demgegenüber aus der

Umkehrung des natürlichen Verhältnisses von Wort und Bild. Während im Regelfall das Bild illustrierend zum Wort „hinzu kommt“, so daß die Konsekution der Erlebnisse vom Denken gesteuert und von der Optik lediglich beleuchtet wird, ist das, was die audiovisuellen Medien vermitteln, eindeutig durch die von ihnen gebotenen Bilder beherrscht. Die „Sequenzen“, in denen diese ablaufen, gehorchen eigenen, wesentlich optischen Gesetzen. So gerät beim Fernsehempfang die Denklogik des Rezipienten stets in einen Konflikt mit der Bildlogik des Gebotenen. Da diese seinem denkenden Nachvollzug aber stets zuvorkommt, erlahmt sein logischer Wille, zumal er alsbald bemerkt, daß er leichter folgen kann, wenn er sich einfach dem Spiel der Bilder überläßt. Umso radikaler ist der Eingriff in sein Selbstverhältnis, den er unter dem lustvollen Eindruck dieser Entlastung tatsächlich erleidet. Man schwärzt das Fernsehen nicht an, wenn man die Behauptung wagt, daß es den Rezipienten hinter den kulturellen Stand, der mit dem Eintritt in die Schrift- und Denkkultur erreicht worden war, auf archaische Orientierungs- und Verständigungsformen zurückwirft. Die vielfach behauptete Wiederkehr des Mythos läßt keinen Zweifel daran, daß mit dieser These kein Gespenst beschworen, sondern eine Realität angesprochen wird.

Narkotisierung

Aus beidem, der Illusionierung und Denkentwöhnung, ergibt sich der narkotisierende Effekt der audiovisuellen Medien. Mit dieser Wirkung stehen die Medien durchaus nicht allein; wohl aber erzielen sie die Narkotisierung konsequenter und anhaltender als alle ihre Konkurrenten. Diese sind, bezeichnend

⁸ *W. Benjamin*, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (von 1935), in: *Illuminationen*, Frankfurt 1980, 136–169.

genug, vor allem im Feld der Pseudo- und Ersatzreligionen angesiedelt, das sich in breiter Fächerung von den Pop- und Rockfestivals über die Jugendsekten und asiatische Meditationsformen bis hin zu den Symbolfiguren der New-Age-Bewegung erstreckt. Gemeinsam ist ihnen der Zug zum „holistischen“ Bewußtsein, zur „Vernetzung“ der Denkformen, zu kosmischen Verschmelzungs- und Enthebungs-erlebnissen. Gemeinsam ist ihnen freilich auch, daß sie diese Suggestionen nur kurzfristig vermitteln können und die davon Ergriffenen alsbald wieder den Zwängen der Alltäglichkeit überlassen müssen. Damit verglichen sind die „leichten Ekstasen“ des Fernsehens weniger spektakulär, dafür aber von Dauer. So arbeitet das Medium unwillkürlich, aufgrund der ihm eingeschriebenen „Botschaft“ aber umso wirksamer, auf eine Transformation seines Rezipienten hin, die von diesem als Entrückung in einen anhaltenden Trancezustand empfunden wird. Der aber kommt seinem Verlangen nach Entlastung und Enthebung in einer Weise entgegen, daß er zum Medium nachgerade eine symbiotische Beziehung eingeht. Es wird für ihn zur „elektronischen Droge“, gegen die keine von den bisher empfohlenen Entwöhnungskuren aufkommt. Das Wort von der „Medienabhängigkeit“ des heutigen Menschen ist nicht zu hoch gegriffen; es beschreibt einfach einen Tatbestand.

Verschwinden der Wirklichkeit

Wenn man versucht, die drei aufgezeigten Wege in einen einzigen ausmünden zu lassen, sieht man sich mit dem Einfluß der Medien auf das Realitätsbewußtsein konfrontiert. Was die Medien vermitteln, sind durchwegs Reproduktionen und Sekun-

därerfahrungen, die jedoch unter dem Anschein von Primärerlebnissen dargeboten werden. Zu der von ihnen ausgehenden Suggestion gehört deshalb vor allem auch die Verschleierung dieser Differenz. Gleichzeitig erlahmt das Unterscheidungsvermögen des heutigen Menschen zwischen dem, was er in Form von Primärerfahrungen erlebt und dem, was ihm in Form immer vollkommenerer Reproduktionen „vorgespiegelt“ wird. Vermutlich wird es der mit dem Medienkonsum verbundene Gewöhnungseffekt schon in Bälde mit sich bringen, daß der Durchschnittsrezipient der Reproduktion sogar den Vorzug vor dem Originären gibt. Im Bild des Freudschen „Prothesengottes“ könnte man sagen, daß die technischen Prothesen im Maß, wie er mit ihnen „verwächst“, ihm zur „zweiten Natur“ werden. Was das für sein Realitätsbewußtsein besagt, hat *Hartmut von Hentig* mit der Formel vom „allmählichen Verschwinden der Wirklichkeit“ auf den Begriff gebracht.⁹

Damit ist die zweifellos folgeschwerste Wirkung der Medien angesprochen. Ungeachtet der Weltläufigkeit, die sie vermitteln, entziehen sie ihrem Verwender zugleich den Boden, auf dem er steht. Sie treiben einen Keil zwischen ihn und die ihn tragende Wirklichkeit. Wenn man sich vergegenwärtigt, daß alle religiösen Akte und Verhaltensweisen auf „Realitätsgewinn“ abzielen, angefangen von den Gottesbeweisen, die Gewißheit über das göttliche *ens realissimum*, die absolute Wirklichkeit, zu verschaffen suchen, bis hin zum Gebet, dem es letztlich um die Fühlung der Gotteswirklichkeit zu tun ist, kommt hier der unterschwellige Atheismus der Medien zum Vorschein. Und es erweist sich aufs neue, daß sie das bisher perfekte Instrument einer Gesellschaft

⁹ *H. von Hentig*, Das allmähliche Verschwinden der Wirklichkeit, München und Wien 1984.

sind, die weder um die menschliche Person noch um ihre religiöse Bestimmung weiß und überdies mit allen Mitteln darauf ausgeht, den Tod aus ihrem Einflußbereich zu verdrängen, um den Menschen weder zum Bewußtsein seiner Personwürde noch seiner Gottesbeziehung kommen zu lassen. Doch wie steht es um ihn im Medienzeitalter?

Die deformierende Information

Wenn man versucht, aus der gewonnenen Analyse die anthropologische Summe zu ziehen, sieht man sich zu dem Schluß genötigt, daß der medienabhängig gewordene Mensch Gefahr läuft, zu einer Reproduktion seiner selbst herabzusinken. Im Blick auf die Feststellung, daß die Medien den Rezipienten auf eine „vorkulturelle“ Position zurückwerfen, könnte man auch sagen: sie betreiben seine Demontage als Kulturwesen.¹⁰ Wenn das als Ausdruck eines exzessiven Medienpessimismus aufgefaßt würde, wäre die These freilich völlig mißverstanden. Denn der ganzen Ableitung liegt die Überzeugung von der Schicksalhaftigkeit der modernen Medienszene zugrunde. Daß sie zustande kam, war weniger die Folge des sie ermöglichenden technischen Entwicklungsstandes als vielmehr einer auf sie hinführenden kulturgeschichtlichen Konsequenz. Wie die gesamte Hochtechnik haben auch die Medien als ein metaphysisches Phänomen zu gelten. In und mit ihnen zieht der im Kulturleben wirksame Geist letzte Folgerungen aus den von ihm selbst geschaffenen Prämissen. Die Medien sind und bleiben unser Schicksal, so daß jede Ver-teufelung auf den unsinnigen Versuch hinausläuft, aus der Welt, die uns umfängt und trägt, zu emigrieren. Das heißt frei-

lich keinesfalls, daß sie mit ihren Auswirkungen einfach hingenommen werden müßten. Denn menschenwürdig handelt nicht, wer sich dem Schicksal fatalistisch überläßt, sondern wer es zu meistern sucht. Und dazu bieten die Medien von sich aus die Chance. Denn sie stehen zum Ursprung der abendländischen Kultur in einem ebenso zwiespältigen Verhältnis wie zur Hochtechnik. Von ihrer Wurzel her ist die Kultur ebenso ihre Ursache wie ihr Korrektiv. Darin besteht die Chance eines verantwortlichen Umgangs mit ihnen. Und alle Kritik dient, recht verstanden, nur der Wahrnehmung dieser Chance.

Das gilt auch von der extremen These, daß die Medien den Verwender zu einer Reproduktion seiner selbst herabwürdigen. Mit ihr ist im Grunde nur gesagt, daß die Medien dem Rezipienten ihr eigenes Strukturgesetz — ihre „Botschaft“ — aufnötigen. Das kommt dadurch zustande, daß sie ihn auf Haltungen festlegen, die für ihn nur als „Kontrastprogramme“ sinnvoll und heilsam wären. Denn sie verschaffen ihm nicht nur die ihm zustehende Entspannung, sondern verwandeln diese in einen Dauerzustand und verurteilen ihn so zur Lethargie. Zwar ist es für ihn nach dem Lärm des Alltags ebenso anregend wie wohltuend, mit faszinierenden Bildsequenzen konfrontiert zu sein. Die Gefahr beginnt jedoch, wenn sich der natürliche Vorrang des Wortes vor dem Bild in sein Gegenteil verkehrt und, wie bereits beschrieben, eine Bildlogik die Funktion der Denklogik an sich reißt. Ebenso kommt es einem menschlichen Bedürfnis entgegen, von einem starken Erlebnis hingenommen und dadurch für eine Weile aus der Fron des Leistungs-

¹⁰ Damit ist selbstverständlich nur die in der abendländischen Lebenswelt herrschend gewordene Schrift- und Denkkultur gemeint und in keiner Weise in Abrede gestellt, daß auch die ihr vorausliegenden Denk- und Lebensformen als ausgesprochene Kulturleistungen zu gelten haben. Der Mensch ist von Natur aus Kulturwesen und nur als solches existenz- und überlebensfähig.

zwangs entlassen zu werden. Wenn sich dieser Zustand jedoch hinzieht und verfestigt, wächst die Bereitschaft des Rezipienten, anstatt sich selbstverantwortlich zu seinen Bewußtseinsinhalten zu verhalten, seine Lebensgestaltung einer Fremddirektive zu überlassen. Was dann entsteht, ist von *David Riesman* mit dem Bild des „außengesteuerten“ Menschen verdeutlicht worden.¹¹ Doch damit ist auch schon der Punkt erreicht, an dem die Auswirkungen der Medien mit den Interessen einer Gesellschaft zusammenfallen, der lediglich an der Funktionalität des Menschen als Leistungs- und Konsumwesen, nicht jedoch an seiner ebenso unverrechenbaren wie unververtretbaren Persönlichkeit gelegen ist. Unterstrichen wird diese Gefahr allenfalls noch durch die den Medien — als Derivaten der Unterhaltungsindustrie — eingeschriebene Tendenz, den Rezipienten in eine zuständige Hab-Gier zu versetzen und dadurch das Gleichgewicht von „Haben und Sein“ definitiv zugunsten eines unersättlichen und unstillbaren Habenwollens zu verschieben.¹²

Wird damit aber nicht der Teufel an die Wand gemalt? Ist die von den Medien ausgehende „Botschaft“ so wirkungsvoll, daß sie tatsächlich an den Kern des Menschen und seine Fähigkeit zu personaler Selbstbestimmung rührt? Gehören denn die elektronischen Medien nicht einfach zu dem von der modernen Zivilisation gebotenen Komfort, der wie alle Luxusartikel nur schadet, wenn er im Übermaß genossen wird? Gegen diese naheliegenden Einwände könnten schon statistische Erhebungen geltend gemacht werden, die auf ein bedenkliches Auswuchern des Medienkonsums, vor allem in Kreisen

Jugendlicher, hindeuten. Indessen darf in dieser Frage nicht der Statistik das letzte Wort gelassen werden. Denn den angeführten Einwänden wäre erst dann die Spitze abgebrochen, wenn sich zeigen sollte, daß im Menschen selbst eine Anfälligkeit zu seiner „medialen Demontage“ besteht, eine Anfälligkeit dafür also, zu einer Reproduktion seiner selbst zu entarten. Damit wird die Rückfrage nach der „*conditio humana*“ unumgänglich.

Das plastische Wesen

Es ist keine Übertreibung, wenn man die Behauptung wagt, der Mensch sei noch nie in seiner Geschichte so sehr auf den Prüfstand gestellt worden wie in diesem Jahrhundert. Das gilt ebenso von seiner Belastung durch die diktatorischen Herrschaftssysteme, die sich während der ersten Jahrhunderthälfte in ganz Europa etablierten, wie von seiner aktuellen Herausforderung durch die ständig eskalierende Medienszene. Hier wie dort ging es um den Versuch, ihn unter sein personales Niveau zu drücken, den Spielraum seiner Selbstbestimmung einzuschränken und ihn so einer politischen oder ökonomischen Fremdsteuerung zu unterwerfen. Nur die Wege waren verschieden: während die diktatorischen Systeme ihr Ziel auf dem Wege der Einschüchterung und des Terrors zu erreichen suchten, setzt die Medienszene auf die ungleich größere Wirksamkeit der persuasiven Mittel. In richtiger Einschätzung der psychischen Gegebenheiten geht sie davon aus, daß der Mensch leichter noch dazu überredet als gezwungen werden kann, sich als Personwesen aufzugeben und sich den vorgegebenen Denk- und Verhaltensmustern zu verschreiben.

¹¹ *D. Riesman*, *Die einsame Masse*, Reinbek 1965, 177 f.

¹² Das von *Gabriel Marcel* mit seinem Werk „*Sein und Haben*“ (von 1954) in den philosophischen Disput eingebrachte Begriffspaar wurde vor allem von *Erich Fromm* aktualisiert, dazu seine Abhandlung „*Haben oder Sein. Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft*“, München 1976.

Wenn man die Zusammenhänge auch nur bis hierhin verfolgt, wird klar, daß damit die Frage nach dem Menschen neu gestellt werden muß. Denn die klassische Frage „Was ist der Mensch?“ — nach Kant die Grundfrage alles philosophischen Forschens und alles kulturellen Schaffens — führt immer nur zu einem Wesensbild des Menschen, dem aus biblischer Sicht der Satz entspricht, daß er „nach dem Bild Gottes“ geschaffen sei (Gen 1,26).¹³ Was unter dem Druck der modernen Herausforderung jedoch zu erfragen ist, bezieht sich nicht auf die Wesensgestalt, sondern auf die Gestaltbarkeit des Menschen. Denn er ist unter allen Kreaturen die einzige, die sich zugleich gegeben und aufgegeben ist. Und das besagt, daß er das, was er von Natur aus ist, in Akten der Selbstverwirklichung immer erst noch „aus sich machen“ muß. So ist er das Wesen einer einzigartigen Bildsamkeit und Plastizität, das Wesen des Übergangs und als solches ein immer noch einzulösendes Versprechen. Nicht umsonst nannte ihn Nietzsche, auf den diese Formulierung zurückgeht, das „noch nicht festgestellte Tier“.¹⁴ In diese Tiefenschicht des Menschseins stößt immer schon die Frage hinein, die dem Menschen nach der biblischen Paradiesgeschichte nachgerufen wurde, als er im Begriff stand, den angestammten Ort seiner Geborgenheit unwiederbringlich zu verlieren: „Wo bist du?“ (Gen 3,9).¹⁵ Es waren, höchst bezeichnend, die beiden schärfsten Kritiker des idealistischen Den-

kens, die diese biblische Frage zu philosophischen Ehren brachten: Kierkegaard und Rosenzweig, für den der Mensch durch die Frage in ein lebenslanges Zwiegespräch mit seinem Gott gerufen und, radikaler noch, als selbständiges Ich konstituiert ist.¹⁶ Indessen klingt das nur wie ein Nachhall der bestürzenden Satzfolge, in der Kierkegaard seinem „stummen Mitwisper“ gestand:

„Mein Leben ist zum Äußersten gebracht, ich ekle mich am Dasein, es ist geschmacklos, ohne Salz und Sinn . . . Man steckt den Finger in die Erde, um zu riechen, in welchem Land man ist; ich stecke den Finger ins Dasein: es riecht nach — Nichts. Wo bin ich? Was will das besagen: die Welt? Was bedeutet dieses Wort? Wer hat mich in dieses Unternehmen hineingestellt und einfach stehenlassen? Wer bin ich?“¹⁷

Was bringt die Sonde dieser Wo-Frage zum Vorschein? Im Sinne Guardinis, der gleichfalls zu den Pionieren dieser neuen Perspektive des Menschseins gehört, ist darauf zu antworten: die ins Wesen des Menschen eingeschriebene Geschichtlichkeit.¹⁸ Danach gehört im Fall des Menschen die Geschichte zum Wesen hinzu; denn die Geschichtlichkeit des Menschen erklärt sich letztlich nur daraus, daß er eine „Geschichte mit sich selbst“ auszutragen hat, eine Geschichte, deren „Siege“ in Akten der personalen Selbstverwirklichung und deren „Niederlagen“ in Zuständen der Selbstentfremdung bestehen. Als das „noch nicht festgestellte Tier“ verfügt der Mensch als einzige Kreatur über die Fähigkeit zur Selbstüberschreitung, über

¹³ In diesem Zusammenhang kann außer Betracht bleiben, daß sich die biblische Lehre von der Gottebenbildlichkeit des Menschen ursprünglich nicht auf dessen Ähnlichkeit mit Gott, sondern auf seine Ermächtigung durch ihn bezieht; erst in spätjüdischer Zeit tritt das Abbild-Verhältnis in den Vordergrund, das dann auch die Paulusbriefe (wie etwa 1 Kor 11,7 und 15,47 ff) voraussetzen.

¹⁴ F. Nietzsche, *Jenseits von Gut und Böse* III, § 62.

¹⁵ Dazu die Ausführungen meiner Abhandlung „Menschsein in Anfechtung und Widerspruch“, Düsseldorf 1980, 13–21.

¹⁶ So M. Buber in seiner Darstellung der Geschichte des dialogischen Prinzips (Werke I, München und Heidelberg 1962, 296); dazu meine Schrift „Buber für Christen“, Freiburg 1988, 66.

¹⁷ Auf den überragenden Stellenwert dieser Sätze aus Kierkegaards Wiederholungsschrift (von 1843) verwies K. Löwith in seiner Abhandlung „Wissen, Glaube und Skepsis“, Göttingen 1956, 79.

¹⁸ R. Guardini, *Unsere geschichtliche Zukunft*, Würzburg 1953, 95–108.

die Freiheit, von seinen Möglichkeiten einen stets besseren Gebrauch zu machen und das je Bessere aus sich herauszuholen; doch schwebt er gleichzeitig auch in der Gefahr, von sich selber abzufallen und zu einem Schatten, im Grenzfall sogar zu einer Reproduktion seiner selbst herabzusinken. Darin besteht die von der Modal-Anthropologie entdeckte „Plastizität“ seines Seins. Von der Chance seiner Optimierung sprach die christliche Tradition schon immer im Zusammenhang mit seiner Berufung zur Gottesfreundschaft und Gotteskindschaft. Die Möglichkeit seines Abfalls von sich selbst gehört dagegen zu den bestürzenden Einblicken, die der auf den Prüfstand gestellte Mensch dieser Zeit in sein eigenes Unwesen gewann. In der Erkenntnis, daß er unter sein Niveau gedrückt und manipuliert werden könne, setzten die Diktaturen ihren Macht- und Propagandaapparat auf ihn an. Und im gleichen Feld fanden auch die persuasiven Strategien der modernen Vergnügungsindustrie ihre Angriffsfläche. Damit ist dann aber auch schon der „Ort“ ausgemacht, von dem aus die Medien ihren Einfluß auf den Menschen ausüben.

Der mediatisierte Mensch

Im Vorfeld der skizzierten Modal-Anthropologie hatte *Nietzsche* die Besorgnis zum Ausdruck gebracht, daß der abendländische Mensch einer zunehmenden Mediatisierung verfallen sei. Er habe nur noch ein gebrochenes Verhältnis zu sich selbst; die Freuden des Daseins genieße er nur noch mit schlechtem Gewissen; ja er sei dazu gekommen, das Schwergewicht aller Dinge hinter die Welt, in ein weltfernes Jenseits zu verlagern. An die Stelle der ihm zukommenden Freiheit trete das Gesetz; sein ganzes Leben sei in ein moralisches

Regelsystem eingespannt; selbst seine Sprache, die natürlichste Form der Kommunikation, sei grammatischen Regeln unterworfen. Dafür macht er in erster Linie das Christentum verantwortlich, das den Menschen dazu gebracht habe, sich einem göttlichen Imperator verantwortlich zu fühlen und alles Glück von einer jenseitigen Vergeltung zu erwarten. In diese Kritik des Christentums sind neben massivem Mißverständnis auch hellsichtige Erkenntnisse eingemischt.¹⁹ Nicht zuletzt gilt das von dem ihr zugrundeliegenden Begriff der „Mediatisierung“ des Menschen, der durch die moderne Medienszene eine ganz überraschende Aktualität gewann. Tatsächlich können die durch sie hervorgerufenen Beeinträchtigungen unter keinen Begriff so glaubhaft zusammengefaßt werden wie unter dem der Mediatisierung. Unter diesem Leitbegriff sollen nun die bereits angesprochenen Auswirkungen der Medienszene nochmals bedacht und bis in jene Konsequenzen hinein durchgezogen werden, die Rückschlüsse auf eine mögliche Therapie erlauben.

Bei Licht betrachtet wiederholt die Rede von der Mediatisierung des Menschen lediglich den Schlüsselsatz *McLuhans*, wonach die zentrale „Botschaft“ des Mediums nicht in den von ihm jeweils vermittelten Inhalten, sondern in ihm selbst besteht, nur daß die Wahrheit dieses Satzes nun auf den Medienverwender zurückbezogen wird. Was ihm schadet, sind danach nicht so sehr aufgenommene Inhalte als vielmehr die Folgen seiner Medienverwendung. So bedenklich Fernsehsendungen mit unmoralischen und brutalen Szenen auch immer sind; ungleich bedenklicher noch ist der zunehmende Freiheitsverlust, den die kontinuierliche Medienverwendung nach sich

¹⁹ Dazu nochmals meine bereits erwähnte Schrift „Gottsucher oder Antichrist? Nietzsches provokative Kritik des Christentums“ sowie mein Taschenbuch „Nietzsche für Christen“, Freiburg 1983.

zieht. Sie erzeugt eine Art „kalter“ Süchtigkeit, durch die es dazu kommt, daß der Rezipient vom Fernsehen nicht mehr ablassen kann und am Ende sogar so etwas wie ein „schlechtes Gewissen“ entwickelt, wenn er die eine oder andere Sendung versäumt. In der „Medienabhängigkeit“ des heutigen Menschen kündigt sich der bereits vorhersehbare Zustand an, den *Freud* in seinem Schreckbild vom künftigen „Prothesengott“ voraussah, und der — weniger ironisch — als der einer „elektronischen Symbiose“ beschrieben werden kann. Im Grunde hat das elektronische Medium schon aufgehört, ein technisches Mittel in der Hand des Menschen zu sein. Genauer besehen ist nämlich noch nicht alles mit dem Satz gesagt, daß sich im Medienbereich das Verhältnis von Mensch und Mittel ins Gegenteil kehrt und der Schöpfer zum Sklaven seines Werkes geworden sei. Vielmehr wird dieses Verhältnis insgesamt durch die Tatsache übergrieffen, daß das Medium schon lange nicht mehr als „Mittel“, sondern eher schon als eine Art „Organ“ empfunden, eingeschätzt und verwendet wird.

Die modernen Medien sind, so gesehen, technische Organe der Horizonsweiterung und Daseinserleichterung, die bereits in den Lebensbereich des Menschen hineingehören und nicht mehr nur die Rolle eines Instrumentariums spielen. Zur vollen Wahrheit dieses Tatbestands gehört vor allem aber noch die Erkenntnis, daß das wahre Subjekt dieser Relation nicht etwa der symbiotisch mit dem Medium „verwachsene“ Mensch ist, sondern weit mehr schon das Medium, das im Begriff steht, den Verwender unmerklich seinen eigenen Strukturen zu unterwerfen, so daß er immer mehr einer medialen Fremdbestimmung verfällt. Eben dies sollte der Begriff seiner „Mediatisierung“ zum Ausdruck bringen.

Doch in welchem Sinn schaltet sich das Medium so „dazwischen“, daß mit Fug und

Recht von einer Mediatisierung gesprochen werden kann? Grundsätzlich geantwortet: indem es sich seinen Inhalten nach Art einer „Zentralbotschaft“ auferlegt. Mit ihr appelliert es gleichzeitig an das Überhöhungs- wie das Entlastungsbedürfnis des rezipierenden Menschen. Was das erste betrifft, so verheißt es ihm nicht nur wie die bekannte Zigarettenreklame den „Duft der weiten Welt“, sondern diese selbst. Man braucht sich nur noch an die Frühzeit des deutschen Fernsehens zu erinnern, als ganze Trauben von Menschen vor den damals noch seltenen Geräten standen, um beim Ereignis der englischen Krönung „dabei zu sein“. Was sie anzog, war die Erwartung einer raumübergreifenden Gleichzeitigkeit, also die Hoffnung auf eine globale Expansion ihres audiovisuellen Vermögens. Was manche von ihnen aber wenigstens damals noch irritiert haben mochte, war der Eindruck, nur Bilder nach Art einer Filmreportage zu Gesicht bekommen zu haben, also nur eine Reproduktion dessen, was sie im Sinne eines „Spontanerlebnisses“ zu sehen und hören hofften. Inzwischen arbeitet die Technik jedoch unablässig an der Verwischung dieser Differenzen, so daß der Medienrezipient immer mehr der Illusion verfällt, den ihm als Sinnenwesen gezogenen Grenzen entzückt und zum „allgegenwärtigen“ Zeitzeugen überhöht zu sein.

Daß die Medien gleichzeitig auch seinem Entlastungsbedürfnis entgegenkommen, wird in dem Maß deutlich, wie man die Rückwirkung der medialen Zentralbotschaft auf die jeweils vermittelten Inhalte ins Auge faßt. Aus dem militärischen Nachrichtenwesen hervorgegangen, stilisieren die Medien diese grundsätzlich zu einer Nachricht, mit der sie jedoch — aufgrund ihrer Zugehörigkeit zur Vergnügungsindustrie — weniger an das Informationsbedürfnis als vielmehr an die Neugierde des Rezipienten appellieren. So

bieten sie eine möglichst bunte Palette von Tagesneuigkeiten, bei deren Aufmachung weit mehr Gewicht auf den Aktualitäts- als auf den Sachwert gelegt wird. Nicht als sei dieses Angebot, wie an dieser Stelle nochmals hervorgehoben sei, illegitim; denn der Mensch kann sich nicht kontinuierlich auf der Höhe seines Existenzaktes halten. Vielmehr hat er ein unbestreitbares Recht auf Entspannung und Erholung, und dies nicht zuletzt auch im Zug seiner geistigen Selbstverwirklichung. Doch schlägt die Befriedigung dieses Anspruchs in sein Verhängnis um, wenn er in der Entspannungshaltung fixiert und vom „Empfänger“ zum „Opfer“ des Medienangebotes degradiert wird. Noch stärker tritt dieser Zug in Erscheinung, wenn man die Stilisierung berücksichtigt, die sich aus dem gegensinnigen Verhältnis der Medien zur modernen Hochtechnik ergibt: die Stilisierung der Inhalte zu Gegenständen von Show und Traum. Im ersten Fall appellieren die Medien an die Sensationslust des Rezipienten, im zweiten arbeiten sie auf einen herabgesetzten Bewußtseinszustand hin, der die gebotenen Inhalte mehr und mehr seiner intellektuellen Kontrolle entzieht. Damit verliert er dann schließlich auch die Freiheit gegenüber dem Medium, das nun seinerseits aufhört, ein Instrument und „Mittel“ in seiner Hand zu sein und ihn stattdessen — „mediatisiert“.

Der Sinn für den Imitationscharakter des medial Gebotenen ist heute schon fast völlig verschwunden. Das aber zieht zwei schwerwiegende Folgen nach sich. Zum einen verliert der Medienrezipient zunehmend den Sinn für das Primäre, Originäre und Authentische. Daß das Original, wie *Benjamin* deutlich machte, von der „Aura“ des Einmaligen, Ursprünglichen und Unwiederholbaren umgeben ist, kann er, wenn überhaupt, nur noch mit Mühe nachvollziehen. Nur zu gerne vertauscht er deshalb die Atmosphäre des Kultraums

oder des Fußballstadions mit der größeren Anschaulichkeit der medialen Reproduktion. Daß der damit erzielte Gewinn in keinem Verhältnis zu dem in Kauf genommenen Verlust steht, kommt ihm kaum noch zu Bewußtsein. Die zweite und ungleich gravierendere Folge besteht in dem von *Hartmut von Hentig* angesprochenen Realitätsverlust. Wer sich dem Sog der Medien überläßt, verliert zusehends den Boden der Wirklichkeit unter seinen Füßen. Und das Bestürzende daran besteht noch nicht einmal so sehr in dem Vorgang als solchem als vielmehr darin, daß er dem Betroffenen gar nicht erst zum Bewußtsein kommt. Im Gegenteil: die ungeheure Suggestion, die von der Medienszene ausgeht, erklärt sich nicht zuletzt daraus, daß sie die harte Alltagsrealität in ein Spielwerk von Illusionen auflöst und am Ende dieses Prozesses den Rezipienten selbst in einen Illusionär verwandelt.

Eine Reproduktion seiner selbst

Jetzt erst kann die anthropologische Konsequenz der Medienverwendung auf den Begriff gebracht werden. Dazu ist es nur noch erforderlich, die gewonnenen Daten auf den Menschen und seinen Existenzakt zurückzubeziehen. Was diesen anlangt, so erleidet er durch fortgesetzten Mediengebrauch eine progressive Erosion. Darauf wirkt bereits der Narkotisierungseffekt der Medien hin. Um zu sich selbst zu finden, bedarf der Mensch der fortgesetzten „Erweckung“; denn wir kommen nur in dem Maß zu uns selbst, wie wir zu unserer Sinnbestimmung „erwachen“. Die Medien dagegen betäuben den Rezipienten in der Tiefenschicht seiner Selbstverantwortlichkeit. Hierin besteht vermutlich die bedenklichste Wirkung, die von seiner Entrückung in eine Traumwelt ausgeht. Darauf zielt die hellsichtige These *Neil Postmans*, daß heute nicht mehr diejenigen gefürchtet zu werden brauchen,

die Bücher verbrennen als vielmehr diejenigen, die den Menschen die Neigung zum Bücherlesen abgewöhnen; nicht mehr diejenigen, welche die Wahrheit verbieten als vielmehr jene, die sie in einem Schaum von Belanglosigkeiten untergehen lassen, also nicht mehr die Unterdrücker als vielmehr die sanften Verführer.²⁰ Der unterdrückte Mensch ist immer noch zu Akten jener „Großen Weigerung“ fähig, in welcher *Herbert Marcuse* die letzte Rückzugsposition gegenüber der gesellschaftlichen Gleichschaltung entdeckte.²¹ Im Maß seiner Illusionierung geht ihm aber auch noch diese letzte Rückzugsstellung verloren. Eine Lähmung befällt ihn, die zuletzt sogar seinen Existenzakt ergreift und ihn zur Selbstbestimmung unfähig macht. In diesem Zustand wird er zum mehr oder weniger willenlosen Spielball manipulatorischer Einflüsse, da das in ihm entstandene Vakuum geradezu einen Anreiz zur Fremdbestimmung bietet. So erstickt im Medienzeitalter der Jubelruf, mit dem der neuzeitliche Mensch zu Beginn der Epoche zu sich selbst erwachte. Und die großen Definitionen des Menschseins, die in der Folge entwickelt wurden, verkehren sich in ihr passives Gegenteil. Es war der Stolz des neuzeitlichen Menschen, im Sinn der Darwin'schen Evolutionstheorie seinen Entwicklungsgang von anthropoiden Vorstufen bis hin zum *homo sapiens* nachzuzeichnen.²² Bei all seiner Angefochtenheit sonnte er sich in

dem Bewußtsein, Subjekt seiner Weltorientierung und Herr im Haus des eigenen Denkens zu sein. Diesem „Glück“ hatte freilich schon *Freud* mit seiner Lehre von den „drei Kränkungen“ und dem damit verbundenen Nachweis, daß das bewußte Denken nur die Oberfläche über dem Bereich unbewußter Komplexe und Triebwünsche bilde, einen tödlichen Stoß versetzt.²³ Mit der durch die Medien bewirkten Verdrängung der Denklogik durch Formen einer ausgesprochenen Bildlogik gerät aber auch das noch verbliebene Restbewußtsein in Gefahr, von seinen Wurzeln her angegriffen und in Frage gestellt zu werden. Gleiches gilt von der Bestimmung des Menschen als *homo pictor*, in welcher *Hans Jonas* das Unterscheidungsmerkmal zwischen Mensch und Tier erblickte.²⁴ Denn mit ihren Bildsequenzen besetzen die audiovisuellen Medien zunehmend den Raum der kreativen Phantasie, der sie mit ihren „Vorspielungen“ immer schon zuvorkommen.²⁵ Sogar der Triumph, den der neuzeitliche Mensch durch den bis an den Himmel der Utopien reichenden Siegeszug der Technik errang, droht in sein Gegenteil umzuschlagen. Denn die Medien bilden insofern den Kulminationspunkt der Umkehrung des Verhältnisses von Schöpfer und Werk, als die Abhängigkeit von diesem in ihnen nicht mehr wie unter den industriellen Produktionsverhältnissen erlitten, sondern lustvoll genossen wird. So bleibt

²⁰ *N. Postman*, *Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*, Frankfurt 1985, 7 f.

²¹ *H. Marcuse*, *Der eindimensionale Mensch. Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft*, Neuwied und Berlin, 83 f., 266 ff.

²² Dazu *B. Resch*, *Homo Sapiens. Vom Tier zum Halbgott*, Göttingen 1959.

²³ *S. Freud*, *Eine Schwierigkeit der Analyse* (von 1917); dazu *C. F. von Weizsäcker*, *Der Garten des Menschlichen. Beiträge zur geschichtlichen Anthropologie*, München und Wien 1977, 441.

²⁴ *H. Jonas*, *Die Freiheit des Bildens*, in: *Zwischen Nichts und Ewigkeit. Zur Lehre vom Menschen*, Göttingen 1963, 26–43.

²⁵ Damit beginnt dann auch die angesprochene Suspendierung der Denklogik, da diese auf die kreative Rekonstruktion der sprachlichen Bildelemente angewiesen ist; wer sich das ihm Zugespochene nicht mehr „einbilden“ kann, ist im Grunde auch nicht mehr imstande, es im Sinne eines logischen Nachvollzugs zu verstehen.

als letzte Bestimmung nur noch die von *Johan Huizinga* vorgeschlagene: der Mensch als *homo ludens*.²⁶ Doch auch sie trifft auf den Medienverwender nur bedingt zu, da ihm — bis auf den schmalen Bereich der Computerspiele — durch den Mediengebrauch eher „mitgespielt“ als ein Freiraum des Spielverhaltens geboten wird. Im Medienalter bricht also der stolze Turm der Bestimmungen, mit dem sich der neuzeitliche Mensch ein Denkmal seiner Größe und Überlegenheit zu setzen suchte, lautlos in sich zusammen.

Was ergibt sich aus diesen Beobachtungen als Schlußbilanz? Die Beantwortung dieser Frage wird durch die Abwandlung dieser Frage erleichtert, in der *Postman* das Theorem von der dem Medium eingeschriebenen Botschaft wiederholte. Anstelle von „the medium is the message“ sagt er: „Das Medium ist die Metapher.“²⁷ Diesen Gedanken entwickelt er im Anschluß an die These *Ernst Cassirers*, daß sich der von einem auf Bilder und Zeichen gegründeten Kulturkreis umgebene Mensch nicht mehr mit den Dingen, sondern im Grunde nur noch mit sich selbst unterhalte.²⁸ An die Stelle der Dingwelt ist für ihn eine Welt von Metaphern getreten. Von da führt dann schon ein einziger Schritt zu der Schlußfolgerung, daß der medienabhängig gewordene Mensch dieser Zeit Gefahr laufe, zu einer Metapher seiner selbst zu verkümmern.

Damit ist nichts Neues gesagt, sondern lediglich eine längst schon von *Lessing* gehegte Befürchtung auf die heutige Situation bezogen worden. In seiner hellsichtigen Flugschrift „Über den Beweis des Geistes und der Kraft“ (von 1777) hatte *Lessing* dem Christentum seiner Zeit vorgeworfen, der für eine Schriftreligion typischen Gefahr erlegen zu sein. Es sei

unter das Diktat des „toten Buchstabens“ geraten, zu einer starren Gesetzesreligion geworden und so immer mehr um das gekommen, was sein ursprüngliches Leben ausmachte: um den von *Paulus* (1Kor 2,4) beanspruchten Beweis des Geistes und der Kraft. So besitze die Welt in ihm nur noch eine Reproduktion von dem, was es in seiner originären Ursprungsgestalt gewesen sei. Deutlicher könnte die Bedrohung des Menschen im Medienzeitalter nicht mehr angesprochen werden. Er läuft Gefahr, infolge der exzessiven Medienverwendung zu einer Reproduktion seiner selbst herabzusinken. Und das besagt: wer sich kritiklos dem Sog der Medien überläßt, wird von ihm in einen Hades hinabgezogen, wo er nur noch als ein Schatten seiner selbst fortexistiert. Selbstverständlich ist das eine den tatsächlichen Verhältnissen vorausgreifende Prognose. Noch leben wir; doch ist nicht schon längst die Farbe der Lebensfreude aus den Gesichtern gewichen? Und beweist nicht das Verstummen der Lieder und des Lachens auf unseren Straßen, wie sehr sich das Erscheinungsbild des öffentlichen Lebens bereits dem einer Schattenwelt angenähert hat?

Die Stärke der Verlierer

Die Einsicht in die Möglichkeit einer Therapie beginnt mit der Wahrnehmung des Konflikts, der sich in der heutigen Medienszene abspielt. Eine wahre Gigantomachie kam in Gang, in der alles auf die Überwältigung der klassischen Printmedien durch ihre elektronische Konkurrenz hindeutet. Was sich schon seit geraumer Zeit abspielt, kann nur mit dem harten Wort von „Kannibalismus“ innerhalb der gegenwärtigen Medienszene zulänglich beschrieben werden. Zwar täu-

²⁶ *J. Huizinga, Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel, Leiden 1938.*

²⁷ *Postman, a.a.O., 11–25.*

²⁸ *Postman, a.a.O., 20.*

schen sich Schriftsteller und Verleger angesichts steigender Verkaufsraten immer noch über ihre wahre Situation hinweg; doch sprechen die Fakten eine ebenso harte wie unüberhörbare Sprache. Längst schon ist eine der liebenswürdigsten Gattungen der Schriftkultur, der Liebesbrief, außer Gebrauch gekommen, da der Telefonkontakt eine spontanere Verständigung der Partner verspricht. Und wer wird sich in Bälde noch den Luxus eines Lexikons leisten, wenn er die gesuchte Information rascher und in zudem stets aktualisierter Form vom Bildschirm abrufen kann? Zudem wird man sich fragen müssen, ob das so gerne gekaufte Buch inzwischen nicht schon von einem Gebrauchsartikel zu einem Dekorationsstück geworden ist? Es ist die Frage, ob das Buch nicht nur seinen Käufer, sondern auch den von ihm gesuchten Leser findet. Und doch besteht die Chance der Heilung gerade in den in die Defensive gedrängten Printmedien und dem von ihnen geforderten Leseakt! Wie so oft in der Geschichte kommt auch hier das Heil von den — zumindest scheinbar — Unterlegenen. Dazu bedürfte es freilich eines Aktes kulturgeschichtlicher Rückbesinnung, durch den die Basis der abendländischen Kultur deutlicher als bisher ins Bewußtsein gerückt würde. Sie besteht, wie gerade die neuere Forschung deutlich machte, in der Schriftlichkeit, die nach *Walter Wimmel* als Ursprung und Mutterboden aller Kulturleistungen anzusehen ist.²⁹ Denn ohne den durch die Textualität ermöglichten Rückvergleich gibt es keine Ideenverknüpfung, kein Analogiedenken und im Gefolge dessen dann auch keine Philosophie, Mathematik, Geschichtsschreibung, also nichts von alledem, worauf sich gerade der abendländische Kultur-

kreis in seinen Hervorbringungen begründet. Indessen drängt dieser Indikativ darauf, in einen Imperativ umgesetzt zu werden. Und der kann nur lauten: die Kultur müßte in einem Akt kollektiver Rückbesinnung ihre Fundamente freilegen, wenn der Sogwirkung der elektronischen Massenmedien Einhalt geboten werden soll.

Dieser Appell richtet sich gleicherweise an den Schriftsteller wie an den Leser. Was jenen anlangt, fragte sich *Otto F. Walter* skeptisch, ob das, was uns zerstört, denn überhaupt „mittels des Alphabets“ zurückgedämmt werden könne; doch antwortete er selbst gleich zweifach auf die von ihm aufgeworfene Frage: einmal schon dadurch, daß er sein schriftstellerisches Werk unablässig weiterführt; zum andern mit dem Grundsatz, daß das Unrecht erst dann vollkommen sei, „wenn das letzte Wort dagegen verstummt“. Auf das Problem der Medien angewendet, besagt das, daß es des schriftstellerischen Wortes bedarf, damit dem von ihnen heraufbeschworenen großen Verstummen Einhalt geboten werde. Was uns so nötig ist wie das tägliche Brot, sind somit Dichtungen, über die gesprochen wird und die dadurch insbesondere das Familiengespräch erneut in Gang setzen, das durch den Medienkonsum nahezu zum Erliegen kam. Doch das Wort verhallt im Wind, wenn es keinen Hörer findet; und der Text bleibt stumm, wenn er nicht die Aufmerksamkeit des Lesers auf sich zieht. Nicht minder nötig als das „anregende“ Wort ist somit eine Strategie, die dem Verfall der Lesekultur in unserer Zeit entgegenwirkt. Und die kann ihrer ganzen Natur nach nur mit einer Rehabilitierung des Lesers und des sachgerechten Leseverhaltens ihren Anfang nehmen.

²⁹ *W. Wimmel*, Die Kultur holt uns ein. Die Bedeutung der Textualität für das geschichtliche Werden, Würzburg 1981.

Was wäre davon zu erwarten? Grundsätzlich geantwortet: die Erneuerung jener „Tugenden“, die durch den Medienkonsum außer Kurs gesetzt wurden. Denn im Gegensatz zur „elektronischen Zerstreuung“ zwingt der Leseakt zur Sammlung und Konzentration. Wer liest, ist in einem überdurchschnittlichen Sinn „bei der Sache“, weil er nur in gespannter Aufmerksamkeit aufzunehmen und zu verstehen vermag. Er ist aber in einem schon selten gewordenen Sinne auch „bei sich selbst“; denn Lesen ist immer auch ein Akt der Verinnerlichung; in jedem Text finden wir ein mehr oder minder deutliches Spiegelbild unserer selbst. Alles Sinnverstehen wirkt auf den Prozeß der Selbstfindung zurück; wer verstanden hat, brachte damit sich selbst wesentlicher als zuvor in Besitz. Damit aber wehrt der Leseakt der „elektronischen Zerstreuung“, durch die der Medienkonsument in Zustände der Selbstabhaltung und Selbstentfremdung abgeleitet. Und nicht zuletzt widersetzt sich der Leseakt der zuständlichen Konsumhaltung, welcher der Medienverwender unwillkürlich verfällt. Denn die von den Medien begünstigte Neugierde ist mit der Hab-Gier wurzelverwandt, in der die von *Gabriel Marcel* und *Erich Fromm* repräsentierte Kulturkritik ein Grundübel der Gegenwart vermutet.³⁰

Zwar ist auch der Leser der Konsument des von ihm rezipierten Textes; doch sucht er im Informationsgewinn letztlich den Selbstgewinn, so daß sich in ihm das gestörte Gleichgewicht von Sein und Haben wiederherstellt. So ist ihm der Appell das *Angelus Silesius* „Mensch, werde wesentlich!“ aus der Seele gesprochen; und nicht weniger gilt das für den Vers, mit dem der schlesische Dichter sein Werk beschließt:

„Freund, es ist auch genug. Im Fall du mehr willst lesen, So geh und werde selbst die Schrift und selbst das Wesen.“³¹

Indessen wäre das Postulat einer Erneuerung der Schriftkultur gleichfalls in den Wind gesprochen, wenn es nicht von einer umfassenderen Initiative unterbaut würde. Sie hat mit der generellen Vernachlässigung der Rezeptivität in der gegenwärtigen Lebenswelt zu tun. Diese hat sich so sehr dem gesellschaftlichen Leistungsdruck unterworfen, daß Stille, Besinnung, Sammlung, vor allem aber alle Formen des Leidens für sie jede Bedeutung verloren. Was zählt, ist nur noch das hergestellte Produkt, die vorzeigbare Leistung, der verbuchte Erfolg. Daß zur Vollständigkeit des Menschseins auch die dunkle Kehrseite von alledem, also Mißerfolg, Rückschläge, Enttäuschungen und Leiden gehören, wird vom Zeitbewußtsein konsequent verdrängt. Nur von seinen Rändern her kündet sich, wenn auch erst ansatzweise, ein Perspektivenwechsel an. Doch sind wir noch weit davon entfernt, daß der Leidensfähigkeit, um es provokativ zu formulieren, der gleiche Stellenwert wie der Leistungsfähigkeit zugewillt wird. Wenn es aber zutrifft, daß der Mensch noch nie in seiner Geschichte so wie heute auf den Prüfstand gestellt wurde, muß er sich in den passiven Tugenden üben, um bestehen — und überleben — zu können. Hier müßte ein breitgefächertes Umdenken einsetzen, das sich ebenso auf den theologischen und philosophischen Gedanken wie auf den Umgang mit der Natur und die gesellschaftliche Werteskala zu beziehen hätte. Dort, im Bereich von Theologie und Philosophie, müßte die altchristliche Überzeugung wieder an Boden gewinnen, daß das Gottes- und Weltgeheimnis mehr noch

³⁰ Dazu nochmals die in Anm. 12 erwähnten Schriften.

³¹ A. *Silesius*, *Der cherubinische Wandersmann* VI, § 263.

durch Leiden als durch Forschen erschlossen wird. Hier, im Feld der sozialen Wertungen, müßte dem Rat der Alten und dem Beitrag der Leidenden und Kranken zur Stabilität der Gesellschaftsordnung zu größerer Geltung verholfen werden. Und im Verhältnis zur Natur müßte daran erinnert werden, daß dem Befehl „Macht euch die Erde untertan!“ (Gen 1,28) der Auftrag des Schöpfers an den Menschen gleichwertig gegenübersteht, den ihm anvertrauten Garten zu bebauen und zu hüten (Gen 2,15). Im Schnittpunkt dieser Umwertung stünde dann zweifellos auch eine Neueinschätzung des Leseverhaltens.

Es erschiene dann nicht länger als eine geistvolle Weise des Zeitvertreibs, sondern als eine ebenso wichtige wie aktuelle Kulturleistung. Wer liest, kommt zu sich; damit aber bildet er die lebendige Barriere gegenüber einer Medienszene, die bei allem, was sie an Unterhaltungs- und Informationswerten bietet, doch von ihrer Struktur her auf den Abbau des personalen Besitzstandes ihrer Rezipienten hinwirkt. Ihr Einfluß ist so lange nicht zu fürchten, als noch kompetent gesprochen, effizient geschrieben und konzentriert gelesen wird.

PETER LANG

Jugend und Religion in Europa – Bericht eines Symposiums
Herausgegeben von Ulrich Nembach

1990. 384 S., zahlreiche Abbildungen und Tabellen

Forschungen zur praktischen Theologie. Bd. 2

2. durchgesehene Auflage

ISBN 3-631-42564-3

br. DM 79.– / sFr. 75.–

Das Christentum ist in einem Wandel begriffen. Die Jugend kann von diesem Geschehen nicht unbeeinflusst bleiben, zumal sie selbst sich in einem Wandel zwischen Kindheit und Erwachsenen befindet.

Die daraus resultierenden Fragen bedürfen einer Ideologie, Länder und Blöcke überschreitenden, europäischen kirchen- und religionssoziologischen Analyse. Diesem Ziel diente ein Symposium, das vom 8. bis 10. Mai 1986 in Göttingen stattfand.

Nembach, Ulrich

Radio neu gesehen, Hörfunk als modernes Brauchtum

Ein Beitrag zu einer Theorie des Hörens und Sendens und für eine zukünftige Rundfunkhomiletik

Forschungen zur Praktischen Theologie. Bd. 6

1989. 165 S. ISBN 3-631-42206-7

br. DM 39.– / sFr. 35.–

Die vorliegende Arbeit beschreibt den Hörfunk als ein modernes Brauchtum. Verhalten der Einzelnen und soziales Umfeld prägen das Radio-Hören, lassen oft Zehntausend selbst von

Minderheitsprogrammen Gebrauch machen. Dieses individuelle Brauchtum kann, will und soll durch die Sender zu überindividuellem werden.

Kirchliche Sendungen sind als Teil des Hörfunks davon ebenso betroffen wie alle anderen Sendesparten.

Nembach, Ulrich

Gruppe : Chance der Gemeinde

Zur Theologie und Empirie lebendiger Gruppenarbeit

Forschungen zur Praktischen Theologie. Bd. 7

1989. 166 S. ISBN 3-631-42207-5

br. DM 39.– / sFr. 35.–

Woche für Woche treffen sich in Gruppen eineinhalbmal so viele Menschen wie zu den Gottesdiensten. Werden diese Chancen genutzt? Wenden sich Gruppenleiter und Kirchengemeinden den einzelnen, deren Problemen und Wünschen, nicht genügend zu? Jesus hat die Menschen direkt im Blick und sagt selbst kleinen Treffen seine Teilnahme zu (Mt. 18,20). Die Kirchengemeinde besitzt heute und morgen Chancen. Die Möglichkeiten einer einzigen Gruppe sind zahlreicher sowie intensiver als dies den Beteiligten oft selbst bewußt ist. Das Leben innerhalb der Gruppen ist ebenso rege wie mannigfaltig. Untersuchungen belegen es.

VERLAG PETER LANG AG – JUPITERSTRASSE 15 – CH-3000 BERN 15

Telefon 031 / 32 11 22

Telex 912 651 pela ch

Telefax 031 / 32 11 31