

## JOHANN BAPTIST METZ

missionen im deutschen Sprachgebiet, 1989) gegen die Berufung auf eine neue Arkandisziplin zu lesen ist.

<sup>4</sup> In: «Die Zeit» 10/1993.

<sup>5</sup> In: «Der Spiegel» 6/1993.

<sup>6</sup> Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, 1. und 2. Fassung in: W. Benjamin, Gesammelte Schriften I 2 (Frankfurt 1974).

1928 in Auerbach (Bayern) geboren; 1954 zum Priester geweiht; Doktor der Philosophie und der Theologie; Professor für Fundamentaltheologie an der Universität Münster; seit 1993 Professor für Religionsphilosophie und Weltanschauungslehre in Wien. Zu seinen wichtigsten Veröffentlichungen zählen: Zur Theologie der Welt (Mainz <sup>5</sup>1985); Jenseits bürgerlicher Religion (Mainz <sup>4</sup>1984); Glaube in Geschichte und Gesellschaft (Mainz <sup>5</sup>1992) Anschrift: Freyung 6/II/4, A-1010 Wien, Österreich.

Gregory Baum

## Kirche und Massenmedien<sup>1</sup>

Seit dem Zweiten Vatikanischen Konzil hat die katholische Kirche eine offene Haltung gegenüber der säkularen Kultur, in der sie lebt, eingenommen. Katholiken glauben, daß der Gott, der sich in Jesus Christus offenbart hat, in der menschlichen Geschichte insgesamt, in den Lebensläufen einzelner Menschen, in ihren kulturellen Errungenschaften, ihren gesellschaftlichen Bestrebungen und ihren politischen Bemühungen, eine gerechte Gesellschaft zu schaffen, wirksam ist. Diese Öffnung bewirkte eine neue Achtung und Beachtung der Welt. Gemäß dem Konzilsdokument *Gaudium et spes* muß die Kirche ihre Botschaft der Kultur, in der sie lebt, in der Sprache dieser Kultur mitteilen, d.h. sie muß die Vorstellungsmuster und Begrifflichkeiten, die in dieser Kultur verstanden werden, benutzen. *Gaudium et spes* (Nr. 44) nannte dies das «Gesetz aller Evangelisation».

### *Die Kommunikation der Frohen Botschaft*

Die konziliare Theologie entwickelte einen neuen Ansatz der Kommunikation. Das Ge-

spräch der Kirche mit der Gesellschaft, in der sie lebt, erfordert, daß die Kirche geeignete Symbole, Metaphern und Ausdrucksweisen findet, damit ihre Botschaft gehört wird. Aber was ist die Botschaft der Kirche? Es herrscht allgemeine Übereinstimmung in der Meinung, daß das Evangelium der Vergebung und des neuen Lebens nicht auf die im engeren Sinne religiöse Dimension begrenzt ist, sondern daß es einen ethischen Imperativ und eine gesellschaftliche Vision impliziert. Das Neue Testament verkündet das anbrechende Reich Gottes. Dieses Reich wird offenbar, indem Gott unseren Zynismus durch Glauben, unsere Verzweiflung durch Hoffnung, unsere Feindschaft durch Liebe, unsere Gleichgültigkeit durch Solidarität und unsere Gewalttätigkeit durch Frieden überwindet. Die Gebote des Evangeliums sind keine «Fremdlinge» in unserer Gesellschaft, da sie von vielen Menschen, die sich nicht als Christen bezeichnen, geachtet werden. Paradoxerweise erscheinen diese Gebote aus der Perspektive ihrer dominierenden Strukturen gleichzeitig als «Fremdlinge» der Gesellschaft.

Dieses Paradox verdient besondere Aufmerksamkeit. Die zwei kontrastierenden Weisen des Verständnisses von Gottes Gegenwart in der Welt werde ich im folgenden als «liberal» und «radikal» bezeichnen. Liberale Christen betonen, daß die Werte des Evangeliums keine «Fremdlinge» in der Welt sind. Diese Christen haben eine optimistische Sicht der Gesellschaft. Sie sehen Gottes Gegenwart in den Freiheiten des Individuums: der Freiheit, dem eigenen Gewissen zu folgen, der Freiheit, die aus der Demokratie, der Chancengleichheit und der freien Marktwirtschaft entsteht und der Freiheit der Menschen, nach persönlicher Selbstverwirkli-

chung streben zu können. Diese Freiheiten, so ist festzustellen, schätzen ebenso die nicht-christlichen Liberalen.

Radikale Christen vertreten dagegen eine eher an Augustinus orientierte Sicht der Gesellschaft. Sie meinen, daß die Werte des Evangeliums «Fremdlinge» in der Welt sind. Radikale Christen haben ebenso wie die nicht-christlichen Radikalen ein sehr waches Gespür für die Widersprüche der Gesellschaft: Ihre Kritik konzentriert sich auf das globale Wirtschaftssystem, das die Ressourcen der Welt in einer gewaltsam ungerechten und umweltzerstörenden Weise verwaltet. Sie verurteilen die vorherrschende Klassenkultur, die die gegenwärtige Krise bagatellisiert, das momentan herrschende System legitimiert und die Menschen davon überzeugt, daß nichts getan werden kann, um diese Umstände zu verändern.

Für radikale Christen ist Gott in der Welt vor allem als Richter präsent: Gott erklärt die Welt für sündhaft. Dennoch ist der Gott des Gerichts gleichzeitig der Gott des neuen Lebens. Für radikale Christen ist das neue Leben in den Menschen gegenwärtig, die sich gegen Ungerechtigkeit erheben und versuchen, sie zu überwinden. Während liberale Christen von den «Ähnlichkeiten» zwischen Evangelium und moderner Kultur beeindruckt sind, konstatieren radikale Christen die «Differenz»; sie suchen stattdessen nach «Ähnlichkeiten» in der von Gesellschaftskritikern geschaffenen Gegenkultur.

Sowohl die liberalen wie auch die radikalen Perspektiven haben große Überzeugungskraft. Aber da sie auch je eigene Schwächen aufweisen, ist es wichtig, daß Liberale und Radikale im Gespräch miteinander bleiben. Die Schwäche der Liberalen ist, zu glauben, daß guter Wille und persönliche Rechtschaffenheit genügen, um die Gesellschaft gerechter zu machen. Die Schwäche der Radikalen ist es, so beeindruckt von der Macht der vorherrschenden Strukturen zu sein, daß die Macht der einzelnen, diesen Zustand zu verändern, unterschätzt wird.

Die Unterscheidung zwischen «liberal» und «radikal» kann uns helfen, die Aufgabe der Kirche, ihre Botschaft in der Sprache, Begrifflichkeit und Vorstellungswelt der modernen Gesellschaft mitzuteilen, besser zu verstehen. Sollten diese also von der kulturell dominierenden Strömung übernommen werden, wie es die Liberalen vorschlagen? Oder sollten sie von den Ge-

sellschaftskritikern und aus dem kämpferischen Ansätzen der sozialen Randgruppen übernommen werden, wie es die Radikalen empfehlen? Diese Frage kann nicht pauschal beantwortet werden. Christen müssen dieses Problem in ihrem je eigenen kulturellen Kontext diskutieren. So müssen sie zum Beispiel entscheiden, welche Haltung die Kirche gegenüber den Massenmedien einnehmen sollte und ob die Kirche sie zur Mitteilung ihrer Botschaft einsetzen kann.

### *Die Kritik der Massenmedien*

Die Massenmedien stellen eine aufregende Entwicklung im Kern der modernen Gesellschaft dar. In ihnen kommen menschliche Intelligenz, künstlerische Begabung und technische Innovation zum Ausdruck. Sie üben großen Einfluß auf die Gestaltung der gegenwärtigen Kultur aus. In Nordamerika ist die von ihnen geschaffene Kultur im wesentlichen bestimmt durch auf Konkurrenz basierenden Individualismus, konsumorientierte Werte und ethischen Relativismus. Die Massenmedien beschränken sich nicht auf die Vermittlung von Information: Sie stellen die Kategorien auf, durch die wir die Welt wahrnehmen. Es ist allgemein bekannt, daß das Leben in Familie, Schule, Geschäftsleben, Gesellschaft und sogar Kirche stark durch die Massenmedien beeinflusst wird.

Aus der Feststellung dieser enormen Macht erwachsen der Kirche vor allem zwei Fragen. Erstens: Wie kann die Kirche ihren Mitgliedern helfen, angesichts dieses machtvollen kulturellen Drucks ihre spirituelle Freiheit zu bewahren? Und zweitens: Kann die Kirche die Massenmedien einsetzen, um dem kulturellen Trend entgegenzuwirken und vielleicht sogar ihre eigene Botschaft mitzuteilen? Die Kirche, so meine ich, muß auf die Massenmedien in zweifacher Weise reagieren: durch *Kritik* und *Intervention*, d. h. sie muß bei ihren Mitgliedern ein kritisches Bewußtsein wecken und sie darin unterstützen, die Massenmedien intelligent und kreativ zu benutzen.

Die Kritische Theorie der Frankfurter Schule begründete die Medienkritik vor heute mehr als 50 Jahren. Neuere Gesellschafts- und Literaturkritiker mit unterschiedlichen philosophischen Hintergründen haben inzwischen eine bedeutende Literatur der Medienkritik geschaffen<sup>2</sup>. Durch eine Entschlüsselung der Medienbot-

schaften befähigen diese Untersuchungen die Menschen, sich davor zu schützen, von diesen Botschaften überwältigt zu werden und ihren eigenen Überzeugungen treu zu bleiben. Diese Literatur läßt sich von ihrer Tendenz her dem — wie ich es nannte — radikalen Paradigma zuordnen. Sie analysiert die Macht der Massenmedien, den menschlichen Geist zu kontrollieren und die Interessen der herrschenden Gruppen der Gesellschaft zu protegieren. Diese Literatur könnte meiner Ansicht nach der Kirche helfen, ihre eigene Kritik an den Massenmedien zu formulieren und mitzuteilen.

Gleichzeitig leidet selbst die scharfsichtigste Medienkritik auch an den Schwächen des radikalen Paradigmas: Sie würdigt nicht die Freiheit des individuell Handelnden — und das heißt hier: des Kommunikators (des Mitteilenden) und Künstlers, der im Medienbereich tätig ist —, verändernd einzugreifen. Die kritische Literatur erzeugt den Eindruck, daß die Menschen, die beim Fernsehen, Radio oder der Zeitung arbeiten, trotz ihres guten Willens und ihrer Kreativität in diesem großen, korporativen Mechanismus gefangen sind, der jede neue Vision zu einer Ideologie der bestehenden Ordnung werden läßt. Wenn dies wahr wäre, erübrigte sich jede Intervention der Christen in den Medien.

### «Medienfähigkeit»

Medienkritik wurde unlängst von einem internationalen Netzwerk von Erziehern entwickelt, die der Meinung sind, daß Schulkinder schon in den ersten Klassen die einfachsten Fähigkeiten zur Entschlüsselung von Medienbotschaften erlernen sollten, um dadurch fähig zu werden, aus ihnen zu lernen und sie zu genießen, ohne durch sie manipuliert zu werden. Diese Erzieher nennen diesen Ansatz «Medienfähigkeit» (frz.: *éducation au médias* oder *éducation communication* — in der englischen Übersetzung wird die verkürzte Variante verwendet). Programme zur Medienfähigkeit wurden schon in den Schulsystemen von Australien, England, Schottland und — vor ein paar Jahren — der Provinz Ontario/Kanada eingeführt. Das Ministerium für Erziehung von Ontario hat ein Buch mit dem Titel *Media Literacy* herausgegeben, einen Leitfaden für Lehrer, die ihren Klassen diese kritischen Fähigkeiten vermitteln wollen<sup>3</sup>. Obwohl dieses Buch den religiösen Be-

reich nicht berührt, könnte sein Ansatz sinnvoll in katholischen Schulen, Seminaren und Akademien eingeführt werden. Ich möchte an dieser Stelle eine kurze Vorstellung der acht «Kernthesen», die in der Einleitung des Buches aufgeführt und später immer wieder aufgegriffen werden, vornehmen. Diese Kernthesen stehen durchaus in Bezug zu der Aufgabe der Kirche, Medienkritik zu betreiben.

### *These 1: Alle Medien sind Konstruktionen*

«Die Medien sind keine bloßen Spiegelungen der äußeren Wirklichkeit: Sie stellen Produktionen dar, die spezielle Zwecke verfolgen. Der Erfolg ihrer Produktion liegt in ihrer scheinbaren Natürlichkeit ... Tatsächlich handelt es sich um sorgfältig und geschickt gemachte Konstruktionen, die in Abhängigkeit von vielfältigen Determinanten und Entscheidungen entstanden sind.» Weil sie so geschickt produziert werden, «ist es beinahe unmöglich für uns, sie als etwas anderes als eine bruchlose Fortsetzung der Wirklichkeit zu verstehen.» Die kritische Aufgabe besteht darin, «die Komplexität der Medien darzulegen und dadurch ihre Brüche sichtbar zu machen.» Sicher gibt es viele fiktive Darstellungen, die nicht vorgeben, die äußere Wirklichkeit zu spiegeln, aber auch sie sind äußerst komplex und auch sie wurden durch einen Prozeß, der Entscheidungen auf verschiedenen Ebenen der Produktion beinhaltet, hergestellt.

### *These 2: Die Medien konstruieren Wirklichkeit*

«Jeder von uns hat sich ein Konstrukt geschaffen — ein Bild davon, was die Welt ist und wie sie funktioniert —, das uns im Kopf herumgeht. Das ist ein Modell, das von der Sinngebung ausgeht, die wir aufgrund all unserer Beobachtungen und Erfahrungen vollziehen. Wenn also ein bedeutender Teil dieser Beobachtungen und Erfahrungen von den Medien vorgeformt und mit ebenso vorgefertigten Meinungen, Interpretationen und Schlußfolgerungen verbunden wird, dann konstruieren nicht wir, sondern eher die Medien unsere Wirklichkeit.»

Die Medien produzieren einen Blick, der die Welt interpretiert. Dieser Kerngedanke hilft uns zu verstehen, daß Christen die Medien weder nur dazu verwenden wollen, religiöse Informa-

tionen zu vermitteln, noch, religiöse Themen im engeren Sinne darzustellen, sondern vielmehr, einen «Blick» — eine Weise der Weltsicht, die dem Evangelium entspricht — mitzuteilen.

*These 3: Das Publikum produziert die Bedeutung der Medien*

Dieser Gedanke macht deutlich, daß zum Verständnis der Medien dazugehört, daß wir nicht nur passive Empfänger sind, sondern unseren eigenen Beitrag leisten. Wir tragen zum Verständnis eines Textes etwas bei. Wir reagieren auf die Kommunikation vermittelt durch unsere eigenen Nöte oder unseren eigenen gesellschaftlichen Standort oder — bewußter — durch unser eigenes kritisches Bewußtsein. Wenn ich jemand bin, der von seinem Vater schlecht behandelt und geschlagen wurde, und wenn ich darunter immer noch leide, werde ich Erzählungen, die von Kindern und ihren Eltern handeln, auf eine ganz besondere Weise «lesen» und in ihnen Botschaften entdecken, die andere Menschen nicht sehen können. Und wenn ich zu einer offenkundigen Minderheit gehöre, wird mir eine spezifische Sensibilität ermöglichen, gewisse Nuancen in der Kommunikation zu «hören», die der Mehrheit der Zuhörer entgehen. Wenn ich jemand bin, der sich bewußt mit dem Evangelium Jesu Christi identifiziert, werde ich auch die Erzählung, das Theaterstück, die Nachrichten oder den Dokumentarfilm in einer bestimmten Weise «lesen», nämlich sensibel für das, was wir die «Ähnlichkeiten» und die «Differenz» zwischen allgemein-gesellschaftlichen Werten und den Werten des Evangeliums genannt haben. Diese Kernthese stellt die vom Leser, Hörer oder Betrachter der öffentlichen Medien empfundene Freiheit vor Augen.

*These 4: Die Medien haben kommerzielle Implikationen*

«Medienfähigkeit impliziert ein Bewußtsein von der wirtschaftlichen Basis der Massenmedien-Produktion und davon, wie diese auf Inhalt, Technik und Vertrieb der Medien einwirkt. Wir sollten uns dessen bewußt sein, denn die Massenmedien-Produktion ist aus praktischer Sicht ein Geschäft und muß Profit machen.» Die Lernenden sollten sich die zunehmende Besitzkonzentration in immer weniger

Händen sowie die gegenseitigen Verflechtungen der Besitzverhältnisse im Medienbereich klar machen.

*These 5: Die Medien transportieren ideologische und Wertbotschaften*

«Medienfähigkeit beinhaltet ein Bewußtsein für die ideologischen Implikationen und Wertsysteme der Medientexte. Alle Medienprodukte werben in gewisser Hinsicht für sich selbst, aber auch für Werte oder Lebensstile.» Die ideologischen Botschaften, die in Fernsehfilmen enthalten sind, sind fast nicht wahrnehmbar, weil sie mit den Werten der herrschenden Kultur korrespondieren. Würden diese Programme von Menschen einer anderen Kultur gesehen, dann träte ihre ideologische Botschaft klar zutage. Aber für Menschen, die zu dieser Kultur gehören, bedarf es einer besonderen intellektuellen Anstrengung, um diese Programme zu entschlüsseln.

Die fünfte Kernthese eröffnet für Christen und andere Kritiker die Möglichkeit, Texte, Programme und Berichte zu produzieren, die die kulturell dominierenden Werte hinterfragen und Alternativen präsentieren.

*These 6: Die Medien haben gesellschaftliche und politische Konsequenzen*

«Ein wichtiger Aspekt der Medienfähigkeit ist das Bewußtsein für die vielfältigen gesellschaftlichen und politischen Folgen, die durch die Medien bewirkt werden.» Die Medien nehmen Einfluß auf die sich verändernde Form des Familienlebens und die Gestaltung von Freizeit und Erholung. Die Massenmedien der Populärkultur werden oft zur Matrix, innerhalb derer junge Menschen ihre Beziehungen untereinander und zur Gesellschaft definieren. Die Medien bestimmen oftmals die Art und Weise, in der Menschen sich mit den eigenen politischen Fragen und mit den Problemen anderer Länder beschäftigen.

*These 7: Form und Inhalt sind in den Medien eng miteinander verschränkt*

Die These von Marshall McLuhan, daß «das Medium die Botschaft ist», mag etwas übertrieben sein, weist aber auf die wichtige Tatsache hin,

daß die Form der Kommunikation ihren eigenen Stil und ihre eigene Grammatik hat und folglich die Wirklichkeit auf ihre ganz eigene Weise kodifiziert. Diese Wechselbeziehung ist der Grund, warum Christen sich gefragt haben, ob die Massenmedien geeignet sind, die Botschaft des Evangeliums mitzuteilen. Verwandeln die Medien das Heilige ins Profan-Weltliche? Nach langem Zögern hat die Kirche schließlich entschieden, die Bemühungen, die christliche Botschaft über die Massenmedien zu verbreiten, zu unterstützen. Aber das Problem bleibt ungelöst.

*These 8: Jedes Medium hat eine einzigartige ästhetische Form*

Die Entschlüsselung und das Verstehen der Medien sind nicht genug. Medienfähigkeit sollte den Lernenden außerdem dazu verhelfen, die Schönheit, die gefälligen Formen und die Effekte der verschiedenen Medien zu genießen. Die künstlerische Dimension der Kommunikation verdient voll und ganz, gewürdigt zu werden. Dieser Kerngedanke eröffnet die Möglichkeit der Kreativität für den Kommunikator und Künstler, der im Medienbereich arbeitet.

*Medien-Intervention*

Die oben genannten acht Kernthesen sagen nicht viel darüber, wie man die Macht und Freiheit des Kommunikators, zu intervenieren und Veränderungen zu bewirken, vergrößern könnte. Dennoch beinhalten diese Schlüsselthesen drei Hinweise, die ausbaubar sind. Der erste betrifft den ausgedehnten Bereich der vielfältigen Determinanten und Entscheidungen, die die sorgfältig ausgearbeitete Konstruktion der Botschaft mitbestimmen. Hier eröffnet sich die Möglichkeit zur Intervention. Denn ein Kommunikator — zum Beispiel ein Christ —, der einen Blick auf die Dinge hat, der dem kulturellen Zeitgeist widerspricht, kann sehr wohl eine Position einnehmen, in der er die Entscheidungen über Medienpolitik, Programme und Inhalte beeinflusst. Zweitens ließen die Kernthesen erkennen, daß die Medien Wertbotschaften enthalten und dadurch gesellschaftliche und politische Konsequenzen haben. Auch hier besteht die Möglichkeit zur Intervention. Es ist mög-

lich, Texte und Programme zu produzieren, die die Werte des Evangeliums widerspiegeln und die Gerechtigkeit und gegenseitige Anteilnahme in der Gesellschaft fördern. Hier ist Raum für Kreativität. Und drittens beinhalten die Kernthesen einen Bezug auf den ästhetischen Bereich. Die Medien sind mächtig, weil sie gefallen: Manchmal unterhalten sie uns einfach, manchmal begeistern sie uns, weil sie etwas zeigen, das schön ist, und manchmal bewegen sie uns tief, weil sie durch Zeichen und Symbole ein Verstehen mitteilen, das Gedanken und Vorstellungen transzendiert. Der aufregende Bereich der Medienproduktion, der Künstlertum und Kreativität erfordert, ist ein Raum der möglichen Intervention.

Die oben genannten Kernthesen nehmen keinerlei Bezug zur Religion. Was die religiöse Medienproduktion vermitteln will — so halten wir fest —, ist nicht nur die Kritik an der Gesellschaft und das Einbringen gesellschaftlicher Werte wie Liebe, Gerechtigkeit und Frieden, sondern gleichzeitig eine Andeutung des Heiligen. Gott ist Liebe, Gerechtigkeit und Friede, aber Gott ist auch immer der Andere, der von uns Unterschiedene, der Transzendente, dessen Liebe, Gerechtigkeit und Friede unsere eigenen Vorstellungen und Gedanken übersteigen. Ist es möglich, religiöse Erfahrung über die Massenmedien zu vermitteln? Kann uns ein Radio- oder Fernsehprogramm zu dem Punkt bringen, wo sich die engen Perspektiven des Lebens öffnen, wo wir die tieferen Wahrheiten, die wir verinnerlicht haben und doch nicht befolgen, wahrnehmen, wo wir von einer gütigen Macht berührt werden, die uns als Erlösung und als neues Leben begegnet? Ich bin davon überzeugt.

Dieses Problem führt uns noch einmal zum anfänglich genannten «Gesetz aller Evangelisation» zurück, d.h. zur Aufgabe der Kirche, die Frohe Botschaft in der Sprache der Kultur, in der sie lebt, mitzuteilen. Was aber ist die Sprache der heutigen Kultur? Radikale Christen neigen zu der Behauptung, daß die Geschichten und Symbole der heutigen Kultur ausnahmslos von der Ideologie der Herrschaft geprägt seien. Wenn sie in der religiösen Kommunikation verwendet werden, so die Prognose der Radikalen, dann werden sie dahin tendieren, die Menschen mit der Gesellschaft in ihrem jetzigen Zustand zu versöhnen und also eine ideologische Funktion einnehmen.

Ich möchte dagegenhalten, daß die Radikalen einer solch verallgemeinernden Verurteilung widerstehen sollten. Hier wird die liberal-christliche Perspektive wichtig: Gott ist immer schon gegenwärtig und wirksam unter den Menschen, selbst bevor das Wort der Kirche sie erreicht. Die gegenwärtige Kultur setzt sich aus vielen Schichten und Trends zusammen, und manche darunter bringen die Erlösungsgeschichten der menschlichen Existenz zum Ausdruck: die Heilung der Zerbrochenen, die Befreiung aus Gefangenschaft, den Durchgang vom Dunkel ins Licht, die Freude über eine unerwartete und unverdiente Gnade, die Auferstehung von den To-

ten. Hier ist Gott in seiner Güte gegenwärtig. Diese Geschichten gibt es mitten unter uns: Sie spiegeln nicht den Gang der Welt, sondern sie retten uns vor der Welt. Diese Geschichten sind, wie das Evangelium selbst, paradoxer Natur: Sie sind sowohl «Fremdlinge» als auch «Nicht-Fremdlinge» in der modernen Gesellschaft. Weil Gott aber in den Kämpfen des menschlichen Lebens und in den menschlichen Bemühungen, sie zu artikulieren, gegenwärtig ist, bleibe ich bei der Behauptung, daß christliche Künstler und Kommunikatoren fähig sind, das Evangelium in der Sprache der heutigen Kultur zu kommunizieren.

<sup>1</sup> Dieser Aufsatz ist die veröffentlichte Fassung einer Rede, die ich auf dem Kongreß des kanadischen «Office nationale des communications sociales» auf Cap Rouge/Québec, am 4. Juni 1992 gehalten habe.

<sup>2</sup> Th. W. Adorno, *The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture*, hg. v. J. M. Bernstein (London 1991); R. Collins (Hg.), *Media, Culture and Society. A Critical Reader* (London 1986); N. Garnham, *Capitalism and Communication* (London 1990); D. Miller, *Material Culture and Mass Consumption* (New York 1987); R. Williams, *The Sociology of Culture* (New York 1982).

<sup>3</sup> *Media Literacy: Resource Guide*, Ministry of Education, Government of Ontario (Queens Park, Toronto 1989).

Aus dem Englischen übersetzt von Astrid Dehé

#### GREGORY BAUM

geboren 1923 in Berlin; seit 1940 wohnhaft in Kanada; studierte an der McMaster Universität in Hamilton (Kanada), der Ohio State University (USA), der Universität Fribourg (Schweiz) und der New School for Social Research in New York (USA); Master of Arts und Doktor der Theologie, Professor für Theologie und Sozialethik an der McGill Universität in Montréal; Herausgeber der Zeitschrift «The Ecumenist»; veröffentlichte u. a.: *Religion and Alienation* (1975); *The Social Imperative* (1978); *Catholics and Canadian Socialism* (1980); *The Priority of Labor* (1982); *Ethics and Economics* (1984); *Theology and Society* (1987). Anschrift: McGill University, 3520 University St., Montréal, Que. H3A 2A7, Kanada.