

MEEDIAÜHISKOND KUI VÄLJAKUTSE PRAKTILISELE TEOLOOGIALE¹

Christian Grethlein

grethle@uni-muenster.de

DISKUSSIOONI SEISUST

Kultuurilooliselt ülikiiresti, ent elulooliselt aegamööda on uus meedia – fotograafiast, telefonist, raadiost ja televisioonist internetini – meie ühiskonna kommunikatsioonitingimusi oluliselt muutnud. Vahepeal on ka teoloogid hakanud selle valdkonnaga tegelema, ja nimelt kolmes suunas:

- Selleks, et pikaajases – näiteks reformatsioonist lähtuvas – traditsioonis meedia poolt pakutud uusi võimalusi kuulutuse teenistuses ära kasutada, tekib nõudlus kristliku publitsistika järele.²

¹ Neid mõtteid oli mul võimalik tutvustada Eesti-Saksa akadeemilise nädala ACADEMICA raames 29. septembril 2004. a Tartu Ülikooli usuteaduskonnas. Ulatuslikumalt põhjendatuna on nad esitatud: Chr. Grethlein, “Kommunikation des Evangeliums in der Mediengesellschaft”, *Theologische Literaturzeitschrift* 10 (2003); artikli varasem variant on avaldatud ajakirjas *Evangelische Theologie* 63 (2003), 421–434.

² Kirikupoolsetest meediateemalistest seisukohavõttudest ja vastavatest uurimustest annab hea ülevaate ning kommunikatsiooniteoreetilise ja teoloogilise perspektiivist kriitilise analüüsi R. Uden, *Kirche in der Mediengesellschaft. Anstöße der Kommunikationswissenschaft zur praktischen Wahrnehmung der Massenmedien in Theologie und Kirche* (Erlangen, 2002), 33–78. Lõpuks veel paavsti nõukogu seis-

- Seejärel kirjeldatakse – samuti pikaajase traditsiooni, nimelt pildikriitika ning sopa-ajakirjanduse vastu võitlemise traditsiooni raames – meediakriitiliste väljenduste³ jätkuna neid ohte, mis tulenevad uuest meediast. Muuhulgas ka pedagoogilisest vastutusest ajendatuna hoiatatakse sisemise kalestumise, kontsentratsioonivõime vähenemise jms eest.
- Lõpuks – ja need hääled on viimasel ajal sagenenud – peetakse nn uut meediat religiooni uueks vormiks *resp.* – ettevaatlikumalt formuleerituna – religiooni aseaineks. Selle funktsionaalsele religioonimõistele tugineva analüüsiga võivad liituda – lähtuvalt Karl Barthi religioonikriitikast – teoloogiline kriitika⁴ või – lähtuvalt liberaalsest antropoloogilisest religioonimõistest – uue meedia arengu religiooniloovate potentsiaalide väärtustamine.⁵

Kõik kolm rohkem või vähem väljakujunenud diskursust annavad võimaluse oluliselt paremini mõista:

- massimeedia tähtsust avaliku arvamuse kujunemisel,
- ebakriitilise meediakasutuse ohtusid,
- meedia arengu tähendust religioonisüsteemile.

Kui mõista kristlikku teoloogiat kui “ristiusu refleksiooni kõigis kogemise, teadmise ja tegutsemise dimensioonides, suurendamaks kristliku elu orienteerumisvõimet ja kujundamisjõudu”,⁶ siis peitub

kohavõtt sotsiaalsest kommunikatsioonivahendite kohta *Kirik ja internet* (2002), vt Vatikani koduleheküljel.

³ Vt head ülevaadet peaaasjalikult sotsioloogilise kriitika vastavatest vormidest: P. Kottlorz, *Fernsehmoral: Ethische Strukturen fiktionaler Fernsehunterhaltung* (Berlin, 1993), 13–38.

⁴ Vrd nt G. Thomas, *Medien-Ritual-Religion: Zur religiösen Funktion des Fernsehens* (Frankfurt, 1998).

⁵ Vrd nt W. Gräß, *Sinn fürs Unendliche – Religion in der Mediengesellschaft* (Gütersloh, 2002).

⁶ I. Dalferth, *Kombinatorische Theologie: Probleme theologischer Rationalität* (Freiburg, 1991), 12; vt ka sama autori veelgi põhjalikumalt käsitlust “Evangelische Theologie als Interpretationspraxis”, *Theologische Literaturzeitschrift* 11/12 (2004).

selles ka praktiline küsimus evangeeliumi kommunikatsiooni edendamisest. Siit tuleneb praktilises teoloogias uus, kõigi kolme eelnimetatud diskursuse jaoks põhjanev ülesanne: rekonstrueerida meedia arengust tulenev kommunikatsioonitingimuste muutumine ning selle põhjal kontekstuaalteoreetiliselt välja selgitada nii arvestatavad raamtingimused kui ka vajalikud eristused evangeeliumi kommunikatsiooniks. Vastavalt minu piiratud perspektiivile teen seda Saksamaa olude ning sealse praktilise teoloogia diskussiooni taustal. Siiski lasevad sarnaste arengute ja probleemialdkondade piirjooned Eestis⁷ oletada, et vähemalt minu järgnevalt esitatud argumentatsioonistruktuurid võivad ka siin huvi pakkuda.

Augsburgi usutunnistuses tähistati seda, mida mina nimetan “evangeeliumi kommunikatsiooniks”, “evangeeliumi õpetamise” ja “sakramentide haldamisega”, dialektilise teoloogia domineerimisfaasis “kuulutusega”.

Neil väljendeil oli omal ajal kahtlemata kindel tähendus. XVI sajandi oludes, mil rahvas tegeles väga kasinates tingimustes põlluharimise ja loomakasvatusega ega omanud valdavas enamuses mingeid õigusi, oli tõepoolest primaarne just õpetamine. Ja arvestades rasket olukorda natside valitsemisajal, oli selline mõiste nagu “kuulutus” vägagi mõttekas, hoides ära problemaatilised sünteesid.⁸

Erinevatel teoloogilistel ja empiirilistel põhjustel tundub täna, et mõiste “kommunikatsioon” on siiski kõige sobivam:

- Põhimõtteliselt arvestab “kommunikatsioon” retseptiooniesteetilist tõdemust, et suhtlemisprotsessis osalevad mõlemad kommunikerajad aktiivselt – vastupidiselt ühesuunalisele saatja-vastuvõtjamudelile.
- Tegelikult haarava dimensiooni osas on “kommunikatsioonil” see eelis, et mõiste hõlmab nii verbaalse kui ka mitteverbaalse kommunikatsiooni tasandit.

⁷ Väga instruktiivne ülevaade on esitatud artiklis: P. Valk, T. Lehtsaar, “Developments of Practical Theology in Today’s Estonia”, *International Journal for Practical Theology* 7 (2003), eelkõige 116–129.

⁸ Esmajoones jutlustamisülesande raames kasutatud “kuulutuse” mõiste ülekandmisest katehheetika ja usuõpetuse valdkonda tingitud probleemide kohta vt R. Dross, *Religionsunterricht und Verkündigung* (Hamburg, 1964).

- Üks tähtis (ehkki laiemas perspektiivis ühekülgsem) impulss kommunikatsioonimõiste kasutamiseks – samuti mõiste “evangeeliumi kommunikatsioon” (või “usu kommunikatsioon”) loomiseks – tuli oikumeenilisest liikumisest. Juba 1956. a soovitas Hendrik Kraemer kasutada terminit *communication*:⁹ “Kommunikatsioon eeldab juba eksisteerivat solidaarsust, milles asutakse oma kohale maailmas teise inimese maailma osana, mitte selle vastandina...”¹⁰

1964. a võttis Ernst Lange saksa praktilise teoloogia diskussioonis kasutusele mõiste “evangeeliumi kommunikatsioon” ning piiritles sellega oma dialoogitaotlust,¹¹ mis vastab tänasele võrdõiguslikkusest mõjutatud ühiskonnaformatsioonile.

Lõpuks tundub mulle antud kontekstis mõiste “evangeelium” väga hästi sobivat, tähistamaks siin käsitletava kommunikatsiooni sisulist poolt:

- “Evangeelium” ei ole mitte ainult “lühivormel kristliku tegelikkusemõistmise tähistamiseks”,¹² vaid – nagu hiljem nähtub – viitab ühtlasi erinevatele vahendusvormidele, puudutades nii otseselt meedia valdkonda. See kokkupuude sünnib teoloogilise põhjalikkusega, kaasates traditsioonilise dogmaatilise eristuse sõna välise ja seemise tähenduse vahel.¹³
- Samas sisaldub juba sõna “evangeelium” alguses tähenduses positiivne suund, mis takistab implitsiitse viite kaudu Jeesuse tegevusele ja saatusele kristliku sisu pelga formaliseerimise, nagu see on tavaline orientatsiooni puhul funktsionaalsele religioonimõistmisele.¹⁴

⁹ H. Kraemer, *Die Kommunikation des christlichen Glaubens* (Zürich, 1958), inglise keeles ilmunud 1956.

¹⁰ *Ibid.*, 47.

¹¹ Gerhard Müller et al., hrsg., *Theologische Realenzyklopädie*, Bd. 3 (Berlin, New York: Walter de Gruyter, 1990), “Kommunikation/Kommunikationswissenschaft”, von Chr. Bäumler, 348–402, 388.

¹² Vrd R. Preul, “Kommunikation des Evangeliums unter den Bedingungen der Mediengesellschaft”, – R. Preul, R. Schmidt-Rost, hrsg., *Kirche und Medien* (Gütersloh, 2000), 9–50, 10.

¹³ E. Herms, “Äußere und innere Klarheit des Wortes Gottes bei Paulus, Luther und Schleiermacher”, – Chr. Landmesser, H.-J. Eckstein, H. Lichtenberger, hrsg., *Jesus Christus als Mitte der Schrift. Studien zur Hermeneutik des Evangeliums* (Berlin, 1997), 3–72, 8jj.

¹⁴ Näitena Gräbi impulsside kaasamisest kirikuteooriasse vt M. Kumlehn, *Kirche im Zeitalter der Pluralisierung von Religion: Ein Beitrag zur praktisch-theologischen Kirchentheorie* (Gütersloh, 2000), 219–261.

Täna ka praktilise teoloogia meediateemalistes uurimustöodes tihti esinev religioonimõiste on – muude probleemide kõrval¹⁵ – sisuliselt alamääratletud, mis nähtub juba vastavates töodes esinevast mõistelisest kõikumisest: *religiös* ‘religioosne’, *religionsaffin* ‘religioosse suunitlusega’, *religiös valent* ‘religioosse väärtusega’ vms.

Enamikule praktilise teoloogia meediateemalistele uurimustele nii Saksamaal kui ka – minu arusaama kohaselt – inglise keeleruumis on ühine vähene või täielikult puuduv ajalooline põhjalikkus. See on imestamapanev, arvestades asjaolu, et evangeeliumi kommunikatsioon seisis algusest peale vahendamisülesande, seega meedia valdkonda kuuluva probleemi ees, sest siin on olemuslikult tegemist meeltega vahetult mittetunnetatava suhtega Jumala ja inimese vahel. Niisiis ei ole evangeeliumi kommunikatsiooni puhul küsimus meediumide kasutamises – ka teine inimene on meedium –,¹⁶ vaid selles, milliseid meedieid kasutatakse.

Sisuliselt viib ajaloolise dimensiooni puudumine muuhulgas selleni, et küsimust personaalsete ja impersonaalsete meediumide suhte määratlemisest¹⁷ nähakse kas häguselt või üldse mitte. Just siin, “vahetu kommunikatsiooniga” (*face-to-face communication*) seotud, ent sellele siiski vastanduvate materiaalsete infokandjate (paber, televisioon vms) poolt määratletud meedias näib minu jaoks peituvat praktilise teoloogia seisukohalt otsustav probleem.

Esmalt tahan kahe ristiusu ajaloo jaoks olulise meediumimurrangu¹⁸ meenutamise ja juhtida tähelepanu personaalsete ja impersonaalsete meediumide eristamise tähtsusele praktilises teoloogias.

¹⁵ Vt meediateemaga seotud olulisi probleeme kajastavat ülevaadet: M. Laube, *Himmel-Hölle-Hollywood. Religiöse Valenzen im Film der Gegenwart* (Münster, 2002), 1–18, 12–17.

¹⁶ Werner Faulstich räägib oma praeguseks juba neljakõitelises meedia ajaloos “inim-meediumitest”.

¹⁷ H. Wokittel, “Medienbegriff und Medienbewertungen in der pädagogischen Theoriegeschichte”, – S. Hiegemann, W. Swoboda, hrsg., *Handbuch der Medienpädagogik* (Opladen, 1994), 25–36, 26.

¹⁸ Siin peab autor silmas murrangulist muutust vahetult kommunikatsioonilt vahendatud kommunikatsioonile. – Tlk.

Teisalt torkab asjakohase kirjanduse läbivaatamisel silma madal empiiriline maandus. Nii käsitleb suur osa funktsionaalsele religioonimõistele tuginevatest töödest kinofilme – arvestades tõsiasja, et iga sakslane käib vaid *ca* kaks korda aastas kinos,¹⁹ on see küsitav rõhuasetus.

Ehkki enamikku kinofilme saab hiljem näha ka televisioonis, on sotsiaalökoloogiliselt ja retseptiooni-esteetiliselt oluline vahe filmi vaatamisel kinos ja televiisoris.

Seetõttu tuleb teise sammuna empiiriliselt täpsustada mõistet “meediaühiskond”. Seejuures ajendab mind – praktilise teoloogia perspektiivist – huvi mitte niivõrd meediaproduktiooni, vaid meediakasutuse vastu.²⁰ Lisaks tuleb – ka seda enamasti ei tehta – empiiriliselt rekonstrueeritud situatsiooni teoloogiliselt hinnata, enne kui on võimalik praktilise teoloogia seisukohalt olulisi tegevusvaldkondi eksemplaarselt määratleda.

AJALOOLOSED PERSPEKTIIVID

Heidame esmalt pilgu meediumide välistele tingimustele ja nende muutumisele varases kristluses, kus kohtame struktuuriliselt tänaseni jätkuvat pinget personaalsete ja impersonaalsete meediumide vahel. Teiseks vaatleme reformatsiooniaega, kuivõrd just siis toimus nende kahe meediumitüübi suhtes sügavale ulatuv muutus, mille mõju kiriku tegevusele on veel tänagi vaevalt teadvustatud.

¹⁹ G. Neckermann, “Das Kinopublikum 1993 bis 2000: Besucherstruktur, Besucherverhalten und Image des Kinos”, *Media Perspektiven* 10 (2001), 514–523.

²⁰ Vt kõnealuseid teoreetilisi lähtekohti käsitlevat ülevaatlisku ja materjalirohket uurimust: U. Sander, R. Vollbrecht, *Wirkungen der Medien im Spiegel der Forschung. Ein Überblick über Theorien, Konzepte und Entwicklungen der Medienforschung.* – Hiegemann, Swoboda, hrsg., *Handbuch der Medienpädagogik*, 361–385.

Varakristlus

Kirjasõna – selle kahes tähenduses – suure tähtsuse taustal juutluses on tähelepanuväärne, et juut Jeesus Naatsaretist, kristlaste jaoks peamine vahendaja Jumala ja inimese vahel, ei jätnud endast maha kirjalikke ülestähendusi, piirdudes vaid oma isiku vahetu mõjuga.

Personaalse meediumina tegutses Jeesus suulise kõne, ühiste söömaaegade ja vahetute heategude kaudu. Seejuures oli eriline, et nendes toimingutes moodustasid üksikud kommunikatiivsed aktid ja kogu elukorraldus ühtse terviku.²¹ Meediateoreetiliselt vaadatuna oli selle terviku veenmisjõud lahutamatu seotud vahetu kommunikatsiooniga Jeesuse ja tema kaasinimeste vahel, mis tegi võimalikuks nende kohtumiste ainulaadse intensiivsuse.

Personaalne dimensioon toimus edasi ka pärast Jeesuse surma, kuivõrd ristimise ja armulaua näol kristalliseerusid välja kaks Ülestõusnuga seotute elus põhjanevat riiust. Neis riiustes on vahetu personaalne kommunikatsioon hädavajalik. Siiski näib, et sellest jäi väheks, isegi koos suuliselt edasi antud pärimusega Jeesuse sõnadest. “Evangeeliumist” – alguses “röömusõnumina” misjonäride poolt levitatud “ülekandmismeediumist” – sai ka ühe “säilitamismeediumi”²² tähistus, näiteks Markuse evangeeliumi jt kujul.²³ Evangeeliumi esimesi kirjalikke fikseeringuid, niisiis impersonaalset meediumi, kohtame apostel Pauluse kirjades. Siin ilmnevad tülid kogudustes näitavad, et personaalsetest meediumidest, st rändavatest misjonäridest ja usule tulnutest pikemas perspektiivis ilmselt ei piisanud, rahuldamiseks erinevates linnades ja piirkondades tekkivate koguduste integratsioonivajadust.²⁴

²¹ Vt J. Becker, *Jesus von Nazareth* (Berlin, 1996), 100–398.

²² Nende kahe mõistega tahab autor tõenäoliselt öelda järgmist: algul röömusõnumit üksnes edastati, ta oli n-õ elav ja värske; hiljem muutus oluliseks tema alalhoidmine, n-õ konserveerimine või säilitamine tulevastele põlvedele. – Tlk.

²³ J. Hörisch, *Der Sinn und die Sinne: Eine Geschichte der Medien* (Frankfurt, 2001), 71j.

²⁴ Vrd N. Luhmann, *Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien*. – N. Luhmann, *Soziologische Aufklärung 3: Soziales System, Gesellschaft, Organisation* (Opladen, 1981), 309–320.

Sellest ajast peale valitseb kristluses meediumide pinge:

- personaalsete meediumide välistamisel ähvardab meid kaugene mine algsündmustest – vanakiriklik ketserluse ajalugu on tulvil taolistest näidetest;
- kontsentreerumises evangeeliumi kirjalikule fikseeringule seisneb aga vastupidi historiseerumise ja pelgalt muuseumiväärtu seks kängumise oht – areng, mida võib täna osaliselt täheldada näiteks teoloogilises väljaõppes.

Liturgialooliselt on eelkirjeldatu taustal huvitav, et kristlased oskasid pikka aega sellest pingest nii üle saada, et impersonaalset meediumi, Piiblit, instseneeriti personaalse meediumina. Sest enamikul koguduseliiikmeil ei olnud ju kirjarulle ega hiljem koodekseid kodus, nii et nad kuulsid pühade kirjade lugemist ainult jumalateenistusel vahetult teise kohalolija suust. Seda, et tollastele kristlastele ei olnud ettekandmise akt sugugi ükskõik, näitab lektori ameti kõrge tunnustamine. Siia kaasati meelsasti lapsi, kuna nende muretus avaldas muljet ning tugevdas lootust Jumala halastusele.²⁵ Piibel oli niisiis pikka aega mõlemat korruga: ristikoguduste integratsiooniülesande kandjate jaoks säilitamisfunktsiooniga impersonaalne meedium ja kogudusele jumalateenistusel personaalne meedium.

Kokkuvõtvalt võib tõdeda: evangeeliumi vahendasid algusest peale personaalsed meediumid. Jeesuse evangeeliumist ajendatud uut orientatsiooni saab ilmselt kohaselt vahendada ainult usutava vahetu kommunikatsiooni teel. See protsess nõuab – nagu näitab Jeesuse tegevus – partitsipatoorset, mitte instrumentaalset kommunikatsiooni.²⁶ Samas muutis aga integratsiooniülesanne vajalikuks ka impersonaalsete meediumide – kirjutatud tekstide – kasutamise,

²⁵ M.-R. Bottermann, *Die Beteiligung des Kindes an der Liturgie von den Anfängen der Kirche bis heute* (Frankfurt, 1982), 42–47.

²⁶ W. Engemann, “Zum Problem der Maschinisierung der Kommunikation. Herausforderungen für den Erwerb und die Pflege von Religiosität in der Gegenwart”, *Wege zum Menschen* 52 (2000), 141–155, 155.

kusjuures nende seos personaalse kommunikatsiooniga säilis liturgias vähemalt esialgu.

Reformatsioon

Reformatsiooni “väljapaistev roll meedia üldajaloos”²⁷ on vaieldamatu. Kõigepealt torkab silma, et reformaatorid eesotsas Martin Lutheriga kasutasid sihikindlalt uut trükitehnikat, ilma milleta oleks reformatsiooni laiaulatuslik mõju kujuteldamatu. Selle taustal jäetakse aga tihti kahe silma vahele probleemid, mis evangeelseid kirikuid tänaseni saadavad. Neid võib vaadelda kahe reformatsioonile iseloomuliku meediumi – jutlustaja ja Piibliga aset leidnud muudatuste näitel.

Reformaatorid ei väsinud rõhutamast jutluse tähtsust, *de facto* aga tõrjusid trükised jutlustajad aja jooksul avalikkusest kõrvale. Siinjuures ei olnud mitte vähetähtis, et trükitud raamat viis seni iseenesestmõistetavana kehtinud hierarhia ja autoriteedistruktuuri ulatusliku relativeerumiseni. Trükitud teksti puhul ei olnud lõpuks enam oluline selle taga peituv autoriteet, vaid kasu lugejatele. Suulise jutluse ülesande võtsid peatselt üle hingekosutuslikud trükitud jutlused jms. Pärast märkimisväärseid raskusi jutlusega XVII sajandil²⁸ kerkisid kantslikõne mantlipärijatena avalikkuse ees esile moraalsed nädalalehed jms, ilma et see siiski oleks mõjutanud jutluse teooriat.

Ka teine reformatsiooni juhtmeedium, Piibel, omandas aja jooksul täielikult teistsuguse väärtuse. Kui tal – nagu eelnevalt mainitud – algselt oli jumalateenistusel kindel sotsiaalne ruum ja ettelugemise (või hiljem ettelaulmise²⁹) kaudu personaalne iseloom,

²⁷ W. Faulstich, *Medien zwischen Herrschaft und Revolte: Die Medienkultur der frühen Neuzeit (1400–1700)* (Göttingen, 1998), 143.

²⁸ U. Sträter, *Meditation und Kirchenreform in der lutherischen Kirche des 17. Jahrhunderts* (Tübingen, 1995).

²⁹ H. Huckle, “Gesangvortrag der Perikopen”, – R. Berger et al., *Gottesdienst der Kirche 3: Gestalt des Gottesdienstes* (Regensburg: Pustet Verlag, 1987) 84–87.

siis nüüd sai Piiblist impersonaalne meedium, mis üha enam – soodustatuna arvatavast üleminekust väljuhäälselt vaikselt lugemisele – tõmbus tagasi privaatsfääri. Piibli ainult personaalsete meediumide kaudu teostatav ülesanne tutvustada ülekandmismeediumina rõõmusõnumit inimestele taandus üha enam Piibli kui säilitamismeediumi iseloomu ees. Tahes-tahtmata jääb mulje, et Piibel siirdus palvekambri üha rohkem professionaalsete eksegeetide töökabinettidesse. Temast sai niiöelda säilitamismeedium religiooniloost huvitatud ekspertide ja raskete usuõpetuse tundide jaoks koolis. Piibli seos jumalateenistuse ja kogudusega tuhmus.

Ilmselt ei õnnestunud reformatsioonist alguse saanud liikumistel leida personaalsetele meediumitele kohta, mis vastanuks nende tähendusele evangeeliumi kommunikatsiooni jaoks. Niikaua kui valitseva ühiskonnakihi survevahendite toel oli kristlaseks olemine iseenesestmõistetav, ei tulnud eelkirjeldatud nihetes peituvad evangeeliumi kommunikatsiooni probleemid selgelt päevavalgele. Pluraliseerumise ja individualiseerumise üldine protsess põhjustab aga muu hulgas üha suurema vajaduse õpetada inimestele evangeeliumi kommunikatsiooni. See ei ole aga – eelnimetatud kommunikatiivsetel põhjustel – impersonaalsete meediumide vahendusel reeglina võimalik.³⁰

EMPIIRILISED PERSPEKTIIVID

Arvestades asjaolu, et tänapäeval on internetis ja erialajakirjades³¹ kerge leida vastavaid andmeid ja ka sotsiaalempiirilisi analüüse meedia kasutamise kohta, võin siinkohal piirduda lühikese ülevaatega. Tuginen seejuures Saksamaa kohta käivatele andmetele. Siiski

³⁰ Viimane esinduslikum katoliiklaste seas korraldatud küsitlus kinnitab seda ilmselgelt: Allensbachi Demoskoopia Instituut, *Trendmonitor "Religiöse Kommunikation 2003"*: *Bericht über eine repräsentative Umfrage unter Katholiken zur medialen und personalen Kommunikation* (Allensbach, 2003), 88jj, 97–99.

³¹ Saksamaa kontekstis tuleb siinkohal eriti viidata ajakirjale *Media Perspektiven*.

võib eeldada, et ka teistes kaasaegsetes ühiskondades esineb sarnaseid tendentse, ehkki nende konkreetsed vormid võivad olla erinevad. Pisut täpsemalt vaatlen ma seejärel massimeedia oletatavat mõju kaugemas perspektiivis.

Elektroonilise meedia populaarsuse kasv

Elektroonilise meedia, eelkõige raadio, televisiooni ning viimasel ajal ka – esmajoones noorte seas – interneti kasutamine areneb pidevas tõusujoones.

Keskmiselt vaatas üks sakslane aastal 2000 päevas ca kolm tundi televiisorit ning kuulas ca kolm ja pool tundi raadiot. Sellele lisandus keskmiselt pool tundi ajalehe, kümme minutit ajakirja ja kaheksateist minutit raamatu lugemist, 36 minutit CD vms kuulamist ja 13 minutit interneti kasutamist. Ilma siinkohal lähemalt vaatlemata huvitavaid erinevusi vanuse, piirkondlike tendentside jms osas, võib tõdeda: kui jätta magamine kõrvale, kulub meediakasutusele – aastal 2000 umbes 502 minutit – keskmise sakslase elus kõige rohkem aega.

Kultuurilise juhtmeediumina³² figureerib kaasaegsetes lääne ühiskondades juba pikemat aega televisioon – vähemalt kasutajate vaatenurgast. Viited interneti väidetavalt domineerivale rollile interaktiivse meediumina ei leia lähemal empiirilisel vaatlusel (veel?) kinnitust. Tihti aetakse segamini tehnilised võimalused ja tegelikult realiseeritud kommunikatsioon.

Täna kasutab Saksamaal vaid vaevalt veerand interneti kasutajatest seda kui interaktiivset meediumi, osaledes näiteks jututubades. Valdav enamus kasutajatest (81%) saadab eelkõige e-maile, vähem on neid, kes otsivad informatsiooni (55%) või surfavad vahetevahel ilma kindla

³² Vt diskussiooni kokkuvõtet televisiooni kui “kultuurilise eneseväljenduse meediumi” kohta: M. L. Pirner, *Fernsehmythen und religiöse Bildung: Grundlegung einer medienerfahrungsorientierten Religionspädagogik am Beispiel fiktionaler Fernsehunterhaltung* (Frankfurt, 2001), 99–101.

eesmärgita (54%).³³ Nad kasutavad seega internetti konventsionaalsel viisil kiirema postiteenuse või teabehankimisvõimalusena, mitte aga interaktiivse kommunikatsioonivahendina. Arvestades tõsiasja, et tänapäeva juhtmeedium televisioon juba aastakümneid süvendab passiivseid retseptioonihoiakuid, jääb lahtiseks, kas praegune konventsionaalne internetikasutus lähemal ajal muutub.

Siiski ütleb televisiooni domineerimine – raadio toimib juba pikemat aega pelgalt saatva meediumina – üsna vähe tema mõju kohta. Empiirilised uurimused näitasid, et nn *stimulus-response*-mudel, st oletus elektroonilise meedia otsesest sisulisest mõjust inimestele ei pea paika. Põhjuseks on taju selektiivsus ja produktiivsus.

Nii näitasid uurimused, et “ühe nädala jooksul jääb meelde vaid 12–14% meedia sisust. Ja veel vaid umbes pool sellest niigi kahanenud mäletatavast ainekust pärineb vastavast meediumist. Ülejäänud poole saab rekonstrueerida inimese enda eelteadmistest, muudest infoallikatest või oma järeldustest.”³⁴

Sellest tulenevalt on – nagu näitasid viimaste aastate arvukad praktilise teoloogia uurimustööd – filmide sisuanalüüsidel vaid piiratud väärtus. Nad juhivad eelkõige tähelepanu võimalikule materjalile näiteks usuõpetuse või ka hingehoiuvestluse tarbeks, ei ütle aga midagi filmi mõju vms kohta.

Vastupidiselt sellele on kasutajate produktiivsus nii valiku tegemisel kui ka tegeliku retseptiooni osas suure tähtsusega. Seda tõdemust väljendab kontseptuaalselt *uses-and-gratifications*-teooria, mis lähtub meediumi konkreetsest kasutamisest retsiipiendi poolt. Teisest küljest on retsiipient jällegi mõjutatud eelnevatest meediakogemustest, nii et võib oletada ringikujulist seost, mis aga individuaalselt on väga erinev ning millele avaldab olulist mõju konkreetne kasutussituatsioon ruumilise ja sotsiaalse ümbruse kaudu.

³³ B. van Eimeren, H. Gerhard, B. Frees, “Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland: Mehr Routine, weniger Entdeckerfreude (ARD/ZDF-Online-Studie 2002)”, *Media Perspektiven* 8 (2002), 346–362, 354.

³⁴ A. Kunkel, *Fernsehen. Mediennutzung als Sozialisationsfaktor. Auswirkungen des Fernsehens auf Gesellschaft und Individuum* (München, 1998), 33.

Elektroonilise meedia mõju

Vaatamata neile retseptiooni-esteetilistele peensustele võib oletada üldisemate ja kaugete ulatuvamate mõjude olemasolu sedavõrd pika meediakasutuse ajaloo vältel.

Neid on aga võimalik adekvaatselt mõista vaid siis, kui kasvõi lühidalt manada silme ette elektroonilise meedia kasu.

Elektroonilised meediumid, võiks öelda, täidavad inimese kolm soovunelmat:

- nad ületavad aja ja ruumi piirid,
- võimaldavad laialdasemat taju – mõningaid asju on võimalik haarata vaid aegluubis või suurendatult,
- parandavad materiaalselt varustatust kiirema ja laiaulatuslikuma andmevoo kaudu. Lisaks sellele aitavad nad olulisel määral kaasa kaasaegse massiühiskonna integratsioonile.

Ent veelgi olulisem on see, et elektrooniline meedia eesotsas televisiooniga lahutab meelt ja viidab aega.³⁵

Et “meelelahutuse” puhul ei ole tegemist pelgalt rohkem või vähem meeldiva lisandiga, näitab pilguheit mõistelukku.³⁶ Algselt tähistati nii toetust (*Unterstützung*), tähenduses “kedagi millegagi toetama” (*jmdm. etw. unterhalten*); sellest tuletus hiljem “teineteist toetama” (*sich unterhalten*) vestluse tähenduses, mis lõpuks sai “meelelahutuseks” (*Unterhaltung*) lõbustuste tähenduses. Kultuuri- loo kontekstis vaadelduna on “meelelahutus” (*Unterhaltung*) neis kolmes dimensioonis ilmselt midagi inimesele hädavajalikku, ehkki – või pigem kuna – tal ei ole selget funktsiooni. Sarnaselt mängule võimaldab meelelahutus eesmärgivaba tegevust. Järjest enam eesmärgipäraselt ja ratsionaalselt korraldatud maailmas võib oletada meelelahutuse tähtsuse kasvu.

³⁵ Vt erinevaid interpretatsioone ja hinnanguid tele-meelelahutuse kohta ühiskonna- kriitilisest, antropoloogilisest ja psühhosotsiaalsest perspektiivist: Kottlorz, *Fernsehmoral*, 13–69.

³⁶ Gerhard Müller *et al.*, hrsg., *Theologische Realenzyklopädie*, Bd. 34 (Berlin, New York: Walter de Gruyter, 2002), “*Unterhaltung*”, von H. Schröder-Wittke, 397–403.

Samas ei saa peita meelelahutusega kaasnevaid varjukülgi – näiteks “inimeste häbistamine, paljastamine, lahtiriietamine ja alandamine” kollases ajakirjanduses.³⁷

Igal juhul ei ole meediakriitika, mis jätab tähelepanuta selle nii raskesti haaratava, inimeste jaoks aga ilmselt nii tähtsa faktori – meelelahutuse –, tõsiseltvõetav.

Elektroonilise meediaga kaasnevad muutused inimeste elus

Uus meedia on muuhulgas endaga kaasa toonud järgmised muutused inimeste elus:

- Vaba aja veetmise viisid (vabaajategevused) ja ka aja jaotamine on muutunud. Kuni 70. aastate alguseni küsitlustes figureerinud hobi “aknast välja vaatamine”,³⁸ mis toona oli tähtis naaberliku osavõtlikkuse vorm, on nüüdseks küsimustikest välja võetud ja peaaegu täielikult telerivaatamise ees taandunud. Võib oletada, et seeläbi muutusid ka naaberlikud suhted.

Silmatorrakav on ka tõsiasi, et sakslaste magamisharjumused – tingituna töönädala lühenemisest – on muutunud televisiooni levikuga.³⁹ Tööpäevadel jäävad inimesed õhtuti kauem üles, enamasti telerivaatamiseks, nädalalõpul magatakse hommikuti kauem, sageli pärast pikki õhtuid televiisori ees.

Tänapäeval on üldiselt tähtsaks peetavad üritused, nagu näiteks jalgpallimatšid, autode võidusõidud vms lahutamatu seotud televisiooniga. On tekkinud meelelahutuse uued vormid, elektrooni-

³⁷ M. Schibilsky, “Kirche in der Mediengesellschaft”, – Preul, Schmidt-Rost, hrsg., *Kirche und Medien*, 51–71, 66.

³⁸ E. Noelle-Neumann, E. Piel, *Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie 1973–1983* (München, 1983), 112.

³⁹ M. Meyen, *Hauptsache Unterhaltung: Mediennutzung und Medienbewertung in Deutschland in den 50er Jahren* (Münster, 2001), 147, 149.

lisest rahvamuusikast *talk show*'deni, mis lisaks televisioonile ulatuvad ka inimeste igapäevaellu.

- Elektrooniline meedia mõjutab inimeste ajatunnet. See on tiheidalt seotud üleüldise ajanappuse ja igapäevaellu kiirenemisega. Järjest lühemad kaadrid filmides toovad selle samasuguse selgusega esile kui andmeedastuse kiirus arvutis.

Götz Großklaus on üritanud eelneva kahe näite najal kirjeldatud muutust mõisteliselt haarata: “Ma arvan, et meil on üldises moderniseerumisprotsessis, kus hakkavad hävinema ajalised ja ruumilised kaugused, tegemist olevikulisuse ja hetkelisuse tihenemisega. Kõik kaldub olema olevik, olema siin, toimuma praegu.”⁴⁰

Samal ajal aitavad televisioon ja raadio, teatud mõttes ka ajalehed ja ajakirjad kaasa ajalise korrastatuse stabiliseerimisele. Muutumatuks jäävad ajaskeemid – nagu näiteks Saksamaal riikliku telekanali (ARD) päevauudiste (*Tagesschau*) algus kell 20.00 – sugereerivad stabiilset korda. Sama võib oletada arvukate korduste, üksluiste seriaalide vms kohta televisioonis. Selles väljendub – segatuna väikese vahelduse ja põnevusega – sõnum, et kõik on ikkagi korras.⁴¹

- Meediakasutuse ajalise kestuse taustal on ilmselge, et meedia vähendab inimeste kontakti nende elektrooniliselt vahendamata ümbrusega. Eriti laste puhul on sellel koosmõjus linnade piiratud kogemusruumiga mõnikord kurioossed tagajärjed. Nii maalisid ühes põhikooliklassis mõned lapsed kõik lehmad lilla-

⁴⁰ G. Großklaus, *Medien-Zeit, Medien-Raum: Zum Wandel der raumzeitlicher Wahrnehmung in der Moderne* (Frankfurt, 1995), 21.

⁴¹ Funktsionaalsest religioonikäsitlusest lähtuvalt võib televisiooni mõista tööpoolest religiooni aseainena, nii näiteks K. Hieckethier, “Transformationen: Sinnstiftung, Wertvermittlung und Ritualisierung des Alltags durch das Fernsehen”, – G. Thomas, hrsg., *Religiöse Funktionen des Fernsehens?* (Wiesbaden, 2000), 29–44, 42; J. Reichertz, *Die Frohe Botschaft des Fernsehens: Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diesseitsreligion* (Konstanz, 2000), eelkõige 242–250. Siiski tuleb märkida, et enamus inimesi ei nõustuks taolise interpretatsiooniga; vt Neckermann, *Das Kinopublikum 1993 bis 2000*, 522. Niisiis ei ole see interpretatsioon subjektile orienteeritud lähtekohaga ühildatav.

värvilisteks nagu ühes tuntud šokolaadireklaamis. Pedagoogilise psühholoogia seisukohalt tuleb viidata sellele, et ruumiline ja sotsiaalne kontekst aitab õpitud meelde jätta. Televisioonis toimuv pakub selleks vähe pidepunkte, kui toimunud just näiteks järgnevas vestluses ei süvendata ja sotsiaalselt ei kinnistata.

- Ka perekonnad kui oluline sotsialisatsiooniruum muutuvad elektrooniliste meediumide toimele mitmeti, alates kindlatest saadete poolt etteantud ajarütmidest kuni nähtu kujunemiseni vestlusteemaks. Eriti lasterikastes või ühe vanemaga perekondades kujutab televisioon endast sageli olulist konfliktipotentiaali.⁴² Lisaks aitavad elektroonilised meediumid, sh üha enam internet kaasa sellele, et teadmiste valdkonna varem iseenesestmõistetavaks peetud vanemate edumaa laste ees väheneb, muutudes kohati isegi vastupidiseks.
 - Tagajärgederohke on televisiooni mõju eelkõige avaliku arvamuse kujunemisele. *Agenda Setting*-teooria⁴³ järgi on avaliku diskussiooni teemad peamiselt massimeedia poolt ette antud. Seda teooriat tuleb siiski täiendada *Uses and Gratifications*-teooriaga, mille kohaselt niisugused teemad peavad seostuma inimeste igapäevaeluga. Meediavaldkonna kasvava ökonoomsusetaotluse taustal, kus märksõnadeks on vaatajate arv või tiraaž, on negatiivsed arengutendentsid etteaimamatud.⁴⁴
 - Lõpuks kaotab uus meedia traditsioonilise eluvaldkondade lahususe. Näiteks televisioonile omane huvi personaliseerimise vastu põhjustab poliitikas osaliselt avaliku ja privaatse vahelise piiri kadumise.⁴⁵
- Mobiiltelefonid muudavad üha enam küsitavaks töö ja vaba aja erinevuse.⁴⁶

⁴² M. Petzold, *Die Multimedia-Familie. Mediennutzung: Computerspiele, Telearbeit, Persönlichkeitsprobleme und Kindermitwirkung in Medien* (Opladen, 2000), 26–29.

⁴³ M. Jäckel, *Medienwirkungen* (Wiesbaden, 2002), 199, 203.

⁴⁴ Vt *Ibid.*, 207 (kriteeriumide loetelu uudiste võimalikult kasutoovaks väljavalimiseks).

⁴⁵ J. Meyrowitz, *Überall und nirgends dabei: Die Fernsehgesellschaft 1* (Weinheim, 1990), 143.

⁴⁶ G. Reischl, H. Sundt, *Die mobile Revolution: Das Handy der Zukunft Das*

TEOLOOGILISED PERSPEKTIIVID

Evangeeliumi kommunikatsioon uutes tingimustes

Eelpool visandatud elektroonilise massimeedia poolt põhjustatud muutustest tulenevad uued raamtingimused evangeeliumi kommunikatsioonile. Esiteks tähendab see kontekstualiseerimist. Teiseks kuulub kontekstualiseerimise juurde ka kontrakultuuriline aspekt: evangeelium võib olla ka vastuolus kultuuriliste arengutega ja seda vastuolu ei tohi harmoniseerida, kui ei taheta evangeeliumi eluedendavat iseloomu ohustada. Otsustamaks, kuidas kujundada evangeeliumi kommunikatsiooni paremini – kohandades seda muutunud kommunikatsioonitingimustele või nendega vastuolus –, läheb vaja teoloogilisi kriteeriume.

Selleks tuleb sisuliselt täpsustada seni üsna formaalselt kasutatud mõistet “evangeelium”. Arvestades ettekande alguses Jeesuse tegevuse näite varal välja toodud evangeeliumi kommunikatiivset põhiolemust, ei saa siin olla tegemist üldiste, konkreetsest kommunikatsioonisituatsioonist sõltumatult formuleeritavate õpetuste deduksiooniga.⁴⁷ Pigem valin ma oma normatiivseks lähtepunktiks praktilise elu, nimelt iga kristlase jaoks fundamentaalse toimingu – ristimise. Siin sõnastatakse usutunnistuses ristiusu ja evangeeliumi elementaarne tuum, mille najal saab kontrollida, kuidas tuleb meediaühiskonnas kujundada evangeeliumi kommunikatsiooni.

Kinopublikum 1993 bis 2000 und die drahtlose Informationsgesellschaft (Wien, 1999), 210.

⁴⁷ Vrd Gräb, *Sinn fürs Unendliche – Religion in der Mediengesellschaft*, 255, kes õigustatult viitab evangeeliumi sisu jaoks olulisele “teatud eksistentsiteadmise hankimise protsessile”, määratledes seda samas hämmastavalt abstraktselt “vabaduse eluvormina”.

Usutunnistus evangeeliumi kommunikatsiooni normina

Põhiline on siin Jumala kui Looja tunnistamine. Sellega kinnitatakse, et ei inimene ega tema ümbruskond ole ennast ise esile toonud, vaid võlgnevad oma olemasolu eest tänu Jumala teole.

Juba Jeesuse kõnedele on – tema kaasaegse juutliku teoloogia taustal üsna silmatorkavalt – iseloomulik inimese kreatuursuse rõhutamine.⁴⁸ Selgelt väljendub see Mäejutluses (Mt 6:25–34). Kuulutus Jumala Riigist ja Looja tunnistamine on siin teineteisega lahutamatult seotud. Evangeelium väljendub siin Jumala muretsemises oma loodu pärast.

- Teine artikkel formuleerib Jeesuse Kristuse tunnistamise. Käesolevas kontekstis on oluline siin avanev lai ajaline raamistus. Jeesuse elu meenutatakse üksikute sündmustena, sünnist ristisurmani. Seejärel visandatakse käesolevast maailma-ajastust kõrgemalseisev eskatoloogiline horisont, kusjuures mõlema ajaperspektiivi kese on Jeesuse Kristuse ülestõusmine.
- Apostlik usutunnistus lõpeb pühade osaduse tunnistamisega. Sellega väljendatakse põhjanevalt seda, mis kõlas juba meedia-teoreetilistes viidetes varakristlikule ajale iseloomuliku personaalse meedia rõhutamisel. Suhte uuendamine Jumalaga (pattude andeksandmine) ja lootus bioloogilisest surmast kaugemale ulatuvale Jumala ustavusele (surnuist ülestõusmine) on seotud osadusega. Seejuures ei ole see osadus, nagu näitab *ekklēsia* Uues Testamendis,⁴⁹ täielikult samastatav vahetu kommunikatsiooniga. Ta väljendub aga näost-näku kommunikatsioonina mõlemas põhilises riituses – ristimises ja armulauas.

⁴⁸ Vt üksikasjalikumalt Becker, *Jesus von Nazareth*, 155–168.

⁴⁹ G. Kittel, G. Friedrich, hrsg., *Theologisches Wörterbuch zum Neuen Testament*, Bd. 3 (Stuttgart: Kohlhammer, 1938/57), “kaleo usw.”, von K. L. Schmidt, 488–539, 505–512.

Meediaühiskonna probleemid

Kui vaadelda neist sisulistest kriteeriumidest lähtuvalt meediaühiskonda, on ambivalentsused ja probleemid ilmselged. Olgu nad siinkohal nimetatud märksõnadena, mille tausta moodustavad ülalnimetatud elektroonilise meedia atraktiivsuse põhjused.

- Kaasaegne meedia võib – nagu eelpool näidatud – raskendada seostatust looduga, kuna ta juba ainuüksi ajaliselt lühendab oluliselt kontakti mittefunktsionaalselt korraldatud ümbruskonnaga. Sellest tulenevatele kasvava põlvkonna sotsialisatsiooniprobleemidele viitas lillade lehmade näide.

Teisest küljest avab elektrooniline massimeedia televisiooniga eesotsas sõna otseses mõttes silmad maakera mitmekesisusele ja ilule. Ühelgi põlvkonnal ei ole olnud nii laialdasi teadmisi – isegi kui turism kõrvale jätta – maakera eri paigust kui tänapäeval. Siiski tuleb retseptiooniستهتيلسelt küsida, kas see viib ka loogilise jätkuna Jumala loodu kiituseni.

- Kogetu fikseerimine olevikule on selges pinges teise usuartikli laia ajahorisondiga. Kui vaadelda evangeeliumi kommunikatsiooni praktikat, nagu see kõige kontsentreeritumalt väljendub jumalateenistusel, võib oletada, et siin peitub suurim pinge meediaühiskonnaga. Sest liturgiast osavõtmine nõuab aega: aega vaikimiseks, kuulamiseks, palvetamiseks, pühitsemiseks, lühidalt – oma elu paigutamiseks igavikust igavikku ulatuvale Jumala horisonidile.

Tuleb siiski tähelepanu juhtida sellele, et mõned meediaproduktid – alates kuuldemängu ja filmina produtseeritud romaanist *Momo* kuni *Truman Show*'ni – lahkavad kõnealust probleemi ja käsitlevad kiiresti seemise tühjuseni viivat fikseeritust olevikule kriitiliselt.

- Lõppude lõpuks on ka evangeeliumi poolt initsieeritud osadus ambivalentne. Kasvav ökonoomsusetaotlus vastandub inimeste võrdsusest Jumala ees tulenevale kristlaste osadusele, kuna siin funktsionaliseeritakse inimlikud suhted professionaalsetel eesmärkidel. Saated, kus inimesi häbistatakse ja hingeliselt

ruineeritakse, manavad selle vastasseisu ilmekalt silme ette. Siiski on elektrooniline meedia ja eriti internet ka hierarhia-kriitiline, egaliseeriv nähtus, mis toetab inimeste Jumala poolt seatud võrdväärset osadust. Siiski on see ainult üks võimalik tendents, mida takistavad tänapäeval ebavõrdsed omandisuhted ja ainult inimkonna rikkamale osale võimalik juurdepääs elektroonilisele meediale.

TÕDEMUSED JA ÜLESANDED

Kirikule kui organisatsioonile, mille esmaseks ülesandeks on edendada evangeeliumi kommunikatsiooni, esitab meedia areng tõsise väljakutse.

Kiriklik personaalne meedia

Nii ajaloost kui kommunikatsiooniteoreetilistest vaatlustest nähtus, et evangeeliumi kommunikatsioon teostub eelkõige vahetus kommunikatsioonis. Siin võimalikuks saav – impersonaalse meedia poolt saavutamatu – lähedus ja sellega kaasnev potentsiaalne usutavus avab ainsana võimaluse evangeeliumiga kooskõlas olevaks uueks elusuunaks. Niisiis tuleb kirikute tegevust vaagides küsida, kas see vastab järgnevatele kriteeriumitele:

- Näiteks mahaloetud jutlused⁵⁰ või palved jumalateenistusel mängivad olulised võimalused käest, sest siin asub personaalse meediumi asemele impersonaalne meedium nagu klade või paberileht – kes teab, kes selle tegelikult kirjutas?
- Haridustöös tuleb selles meediateoreetilises kontekstis jälgida, et tekiksid sümmeetrilised kommunikatsioonisituatsioonid, mis vastavad ainult evangeeliumi kommunikatsioonile. Näiteks leeriõpetust ikka veel laialdaselt mõjutav õppetunni struktuur

⁵⁰ Vrd seevastu väga huvitavat lähenemist: M. Nicol, *Einander ins Bild setzen: Dramaturgische Homiletik* (Göttingen, 2002).

on ebasoodne. Pigem võib ajaliselt avatumatest ning õpetajate ja õpetatavate traditsioonilist hierarhiat lödvendavatest vormidest oodata, et evangeeliumi pinnal tekiks mõttevahetus.

- Hingehoius tuleb eelistada saatvaid vorme nn terapeutilisele seadele orienteeritud vormidele.⁵¹

Kiriklik impersonaalne meedia

Samal ajal on aga – ja ka seda näitas pilguheit ajalukku – impersonaalne meedia asendamatu:

- Ainult impersonaalse meedia kaudu on võimalik erinevates kohtades ja erinevates tingimustes elavate kristlaste ja nende koguduste integratsioon. Siin pakub internet või kiriklik intranet võimalusi, mida tuleb inimeste üha laieneva orientatsiooni-puuduse taustal kindlasti ära kasutada.
- Just televisioonil on – nagu näitavad empiirilised uurimused⁵² – jumalateenistuste ülekannete näol tähtis ülesanne, mis puudutab eelkõige vanemaid inimesi, kelle kogemused koguduse jumalateenistustel osalemisest võimaldavad neil osa võtta ka rahvusvahelisest televisioonijumalateenistustest.
- Lõpuks tuleneb *Agenda Setting*-teoorias formuleeritud elektroonilise massimeedia tähendusest vajadus kristliku publitsistika järele, et evangeeliumi perspektiiv võiks jõuda avalikku diskursusse.

Siiski sõltub impersonaalse meedia mõjususe evangeeliumi kommunikatsiooni jaoks olulisel määral sellest, kas ja kuipalju õnnestub siin nähtut ja kuuldut ühendada vahetu kommunikatsiooniga (ühendmeedia).

⁵¹ I. Reuter, "Seelsorge als eingeräumte Zeit. Zum pastoraltheologischen Spezifikum seelsorgerlichen Handelns in einer zeitökonomisierten Gesellschaft", *Praktische Theologie* 36 (2001), 279–288. (Autor peab tõenäoliselt silmas, et hingehoid ei tohiks olla primaarselt "ravimine", vaid peaks inimese elu ja hingelist tervenemist toetama ning "saatma". – Tlk.)

⁵² B. Gilles, *Durch das Auge der Kamera: Eine liturgie-theologische Untersuchung zur Übertragung von Gottesdiensten im Fernsehen* (Münster, 2000).

Kiriku kontrakultuurilised ülesanded

Eelnimetatud pingete taustal meediaühiskonna ja evangeeliumi sõnumi vahel on kirikul ka kontrakultuurilised ülesanded:

- Evangeeliumi kommunikatsiooni üks olulisi eeldusi on õigesti planeeritud ja “hajutatud” aeg. Tuleb kasutada niisugust “vaba aega”, mis ei ole mõjustatud kokkuhoiust või tungist aega säästa, vaid annab võimaluse nii omaette mõtisklemiseks kui ka vastastikuseks mõttevahetuseks. Sisuliselt on taolise “vaba aja” puhul eesmärgiks avada meediaühiskonnas olevikule fikseeritud ajahorisont minevikule ja tulevikule. Kirikuaasta suured pühad pakuvad selleks arvukalt mitmekesiseid võimalusi.
- Eelkõige laste sotsialisatsioonis on – arvestades Jumala loomisteo tähtsust evangeeliumi kommunikatsiooni jaoks – oluline luua “vabu ruume”, mis võimaldavad omandada kogemusi “liiliatega väljal” (Mt 6:28). Siin ei ole tegemist elu- ja piiblikauge loodusromantikaga, vaid selle näitlikustamisega, et kogu loodu võlgneb oma eksistentsi eest tänu Jumalale.
- Meediaühiskonna tagajärgede kriitilisel analüüsimisel võivad uue meedia produktid ise abiks olla, kuivõrd siin, nagu eelnevalt mainitud, käsitletakse olulisi küsimusi ja probleeme. Siin on praktilise teoloogia ja eelkõige religioonipedagoogika filmi-analüüsid teinud tähtsat eeltööd, mida tuleks eraldi peatükina käsitleda üldises meediapedagoogikas.⁵³ Ka hingehoius saavad – nagu nähtub vastavatest psühhoteraapia alastest katsetest⁵⁴ – filmidest pärit pildid ja sümbolid üle võtta traditsioonilisi ülekandmisfunktsioone. Jutlus võib vastavate seoste läbi muududa elulähedasemaks.

⁵³ Th. Strohm, “Medienpädagogik – eine unerledigte Aufgabe in Kirche und Schule”, *Praktische Theologie* 31 (1996), 294–309.

⁵⁴ J. W. & J. G. Hesley, *Rent Two Films and Let's Talking in the Morning. Using Popular movies in Psychotherapy* (New York, 1998).