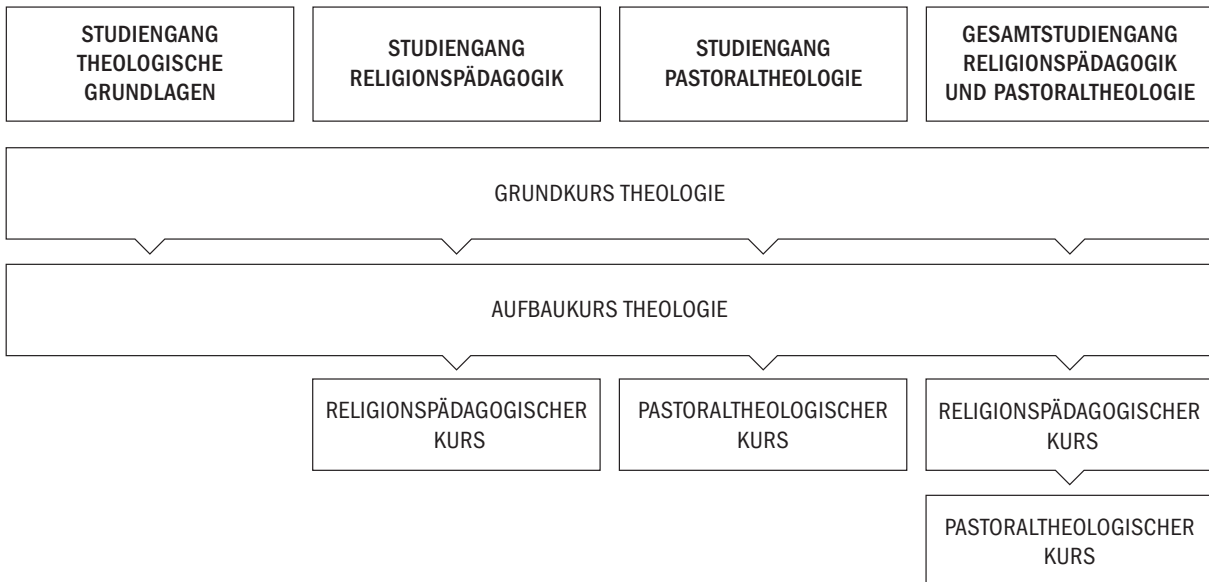


2.4

Pastoraltheologischer Kurs

LEHRBRIEF MODUL 2.4

Katholische Kirche und Medien



2.4

Pastoraltheologischer Kurs

LEHRBRIEF MODUL 2.4

Katholische Kirche und Medien

Code-Nr. 24.01.17

Pastoraltheologischer Kurs

LEHRBRIEF MODUL 2.4

Katholische Kirche und Medien

Code-Nr. 24.01.17

Autor: Wolfgang Beck
Fernstudiendidaktik:
und Redaktion: Marievonne Schöttner

Auflage 2020

Herausgeber: Theologie im Fernkurs / Domschule Würzburg
Postfach 11 04 55, 97031 Würzburg

Imprimatur: Würzburg, 11. Februar 2020,
Thomas Keßler, Generalvikar

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, Vervielfältigung und
Übersetzung, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher
Genehmigung von Theologie im Fernkurs gestattet.

Gesamtherstellung: Schleunungdruck GmbH, Marktheidenfeld



Einleitung

Der Mensch „kann nicht nicht kommunizieren“. Diese Beobachtung geht auf den Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick (1921-2007) zurück, der **Kommunikation v.a. als Beziehungsgeschehen** versteht. Damit wird zugleich das Dilemma beschrieben, vor dem Menschen immer stehen. Menschliches Leben ist durch alle Stadien seiner individuellen Entwicklung in unterschiedlichen Formen und Intensitäten sowie auch durch die kulturgeschichtlichen Epochen mit der Kommunikation verbunden.

Auch Religion baut immer als Kommunikation zwischen dem Menschen und dem Göttlich-Transzendenten bis hin zu einem personalen Gottesverständnis auf Kommunikation auf. Zudem bildet sich Religion mithilfe von generationsübergreifenden Tradierungsprozessen und ist dabei auf **zwei grundlegende Funktionen von Medien** angewiesen:

- erstens dem Überbrücken von zeitlichen und/oder räumlichen Distanzen,
- zweitens der Speicherung von Informationen, also dem Erinnern.

Diese beiden Funktionen markieren die wesentlichen Bedeutungsgehalte aller Medien. Sie sind auch die Grundlage einer Einführung in die theologische Reflexion zum Verhältnis von katholischer Kirche und den Medien, die im vorliegenden Lehrbrief (= LB) unternommen werden soll. Mit ihr wird deutlich, dass sich der Gegenstand der Betrachtung nicht eindeutig abgrenzen lässt: **Alles kann Medium sein**, sodass der Gegenstand der Untersuchung sich als verwirrend komplex darstellt.

An kaum einem anderen gesellschaftlichen Phänomen werden zudem die rasanten gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen des 20. und 21. Jh. so sichtbar wie im Umgang mit den Medien. Daraus ergibt sich eine Vielzahl an Möglichkeiten. Allerdings entsteht für größere Bevölkerungsteile auch Verunsicherung. Dies könnte es nahelegen, für die nachfolgende Beschäftigung ein Vorgehen zu wählen, das den Eindruck vermittelt, die Thematik nun im Griff zu haben. In der Betrachtung des Themas würde dabei ein (scheinbar) neutraler Beobachtungsort aufgesucht, um die komplexe Realität als Einheit zusammenfassen zu können. Dass damit lediglich eine scheinbare Sicherheit und Souveränität entstünde, liegt auf der Hand. Es wäre der Versuch, eine verwirrende Vielfalt durch massive Komplexitätsreduktion handhabbar zu machen. **Stattdessen soll die Unübersichtlichkeit der Welt ausgehalten und die Differenz des Vielfältigen sichtbar bleiben.**

Deshalb soll zu Beginn des LB eine Wahrnehmung der gegenwärtigen Situation stehen. Erst später folgt dann ein Blick in die geschichtliche und lehramtliche Entwicklung, wie auch die Frage nach einer digitalen Theologie. Schon in der Wahl des Vorgehens wird also erkennbar, dass das Anliegen hier nicht in der Entwicklung eines Rasters besteht, mit dem eine komplexe Wirklichkeit handhabbar werden könnte. Dies entspräche einem vormodernen, sicherheitsorientierten Wissenschaftsverständnis. Stattdessen wird hier ein **fragmentarisches Vorgehen** gewählt, das darauf abzielt, durch Irritationen neue Fragen aufzuwerfen.

- **Kapitel 1** beschreibt die **gegenwärtigen Wahrnehmungen im Bereich der Medien**. Neben der grundlegenden Einführung zu ausgewählten Medientheorien werden auch die Nutzerinnen und Nutzer von Medien thematisiert. Gegenstand dieser Einheit werden überdies die verschiedenen Bereiche kirchlicher Medienarbeit sowie die vielfältigen Herausforderungen digitaler Mediennutzung sein.
- **Kapitel 2** geht näher auf die **Verkündigung der Reich-Gottes-Botschaft in den Medien** ein. Dabei verdeutlicht der Blick in die Bibel und in die Kirchengeschichte die unterschiedlichen Wege der Verkündigung in den Medien.
- **Kapitel 3** thematisiert **neuere Entwicklungen im Bereich kirchlicher Medienarbeit**. Ein besonderes Augenmerk soll hierbei auf den lehramtlichen Äußerungen der Kirche gegenüber den Medien liegen.
- **Kapitel 4** stellt bedeutende **Aufbrüche und Neuentwicklungen** im Bereich der Medien vor. In diesem Abschnitt werden u.a. neue Formen der Social Media (dt. Soziale Medien) aufgeführt und Veränderungen für die Arbeits- und Lebenswelt dargestellt.
- **Kapitel 5** weitet den Blick auf **Grundelemente einer Kultur der Digitalität**. Dabei spielt nicht nur die Vorstellung zentraler Elemente digitaler Medien eine Rolle. Auch die Fragen, welche Konsequenzen die digitalen Medien für pastorale und liturgische Angebote haben sowie welche Kommunikationsstrategien sich für die katholische Kirche ergeben, werden behandelt.
- **Kapitel 6** gibt ein abschließendes **Fazit** sowie einen **Ausblick** zum spannungsreichen Verhältnis von katholischer Kirche und Medien.

Viel Freude und Gewinn bei der Erarbeitung dieses LB!

– Der Autor des Grundtextes dieses LB
und die Redaktion von Theologie im Fernkurs –



Aufgabe



Denkanstoß



Textaufgabe



Querverweis



Literaturhinweis



Praxishinweis

Inhaltsverzeichnis

1	Gegenwärtige Wahrnehmungen im Bereich der Medien	8
1.1	Theorie der Medien	9
1.1.1	Theorieansätze	9
1.1.2	Grundlegende Medientheorien	10
1.1.3	Bildmedien	11
	▪ Katholische Kirche und das Bild	11
	▪ Bedeutung der Fotografie	12
1.2	Zielgruppe der Mediennutzung	13
1.2.1	„Digital Natives“ und „Digital Immigrants“	13
1.2.2	Digitale Medien als umfassendes gesellschaftliches Phänomen	14
1.3	Kirchliches Medienengagement	14
1.3.1	Ebenen kirchlicher Medienarbeit	14
1.3.2	Pfarrbrief als Beispiel unterschätzter Potenziale	18
1.4	Herausforderungen digitaler Mediennutzung	19
1.4.1	Medienpädagogik	19
	▪ Didaktik der Ambivalenz	19
	▪ Ziele der Medienbildung	20
1.4.2	Medienethik	20
	▪ Deutscher Presserat und Deutscher Werberat	21
	▪ Medienethische Fragestellungen im Bereich des Internets	21
	▪ Gegenwärtige Auseinandersetzungen	21
	▪ Bewertung von Informationen	22
2	Verkündigung in den Medien	25
2.1	Biblische und historische Perspektiven	25
2.1.1	Biblische Grundlagen	26
2.1.2	Buchdruck, Reformation und Aufklärung	27
2.1.3	Massenmediale Aufbrüche	28
2.2	Funktionale und strukturelle Perspektiven	28
2.2.1	Gesellschaft gestalten und Themen setzen	29
	▪ Neue Politische Theologie	29
	▪ Öffentliche Theologie	29
	▪ Schlussfolgerungen für die Medienarbeit	30

2.22	Freiheitsfördernde und freiheitsmindernde Effekte	30
2.23	Weltkirchliche und vatikanische Ebene	31
3	Neuere Entwicklungen im Bereich kirchlicher Medienarbeit	33
3.1	Kirche und Medien im 18. und 19. Jahrhundert	33
3.11	Verlust des Bildungs- und Kommunikationsmonopols	33
3.12	Ausbildung der katholischen Presse	33
3.2	Kirche und Medien im 20. und 21. Jahrhundert	34
3.21	Kirchliche Suche nach dem eigenen Medienverständnis	34
3.22	Lehramtliche Aussagen in Bezug auf moderne Medien	35
	▪ Inter mirifica	35
	▪ Communio et Progressio	36
	▪ Aetatis novae	37
	▪ Chancen und Risiken der Mediengesellschaft	37
	▪ Virtualität und Inszenierung	38
	▪ Medienbildung und Teilhabegerechtigkeit	38
3.3	Alte und neue kirchliche Medienformate	39
3.31	Katholisches Zeitungswesen	39
3.32	Weitere Bereiche der kirchlichen Medienarbeit	40
	▪ Filmdienst	40
	▪ Katholischer Medienpreis	40
	▪ Katholischer Kinder- und Jugendbuchpreis	40
4	Aufbrüche und Neuentwicklungen	41
4.1	Krisenphänomene	41
4.11	Herausforderungen für Zeitungen	41
4.12	Herausforderungen für Rundfunk und Fernsehen	42
4.2	Neue Formen der Sozialen Medien	42
4.21	Social-Media-Formate	43
4.22	Digital-Games	45
4.23	Storytelling	46

4.3	Veränderungen der Arbeits- und Lebenswelt	47
4.31	Neue Arbeitskultur	48
4.32	Grenze zwischen Mensch und Technik	48
4.4	Gegenwärtige Diskussion	49
4.41	Vorwurf der Manipulation	49
4.42	Datenspeicherung	50
5	Grundelemente einer Kultur der Digitalität	52
5.1	Partizipation und Nähe	52
5.11	Aufgelöste Privatheit	52
5.12	Vereinsamung	52
5.2	Kommunikationsstrategien und Internetangebote	53
5.21	Mehr als Kirchenmarketing	53
5.22	Pastorale und liturgische Angebote im Internet	54
	▪ Seelsorge	54
	▪ Gottesdienst	55
5.23	Digitalität und Pastoral	56
5.3	Demokratisierungseffekte digitaler Medien	57
5.31	Partizipationsmöglichkeiten	57
5.32	Privatheit, Öffentlichkeit und Kontrolle	57
5.33	Tendenz zu neuen Gemeinschaftsformen	58
6	Fazit und Ausblick	60
6.1	Rückgriffe in vormoderne Medienpraxis	60
6.2	Theologie der Digitalität	60
	Anhang 1: Literaturhinweise	62
	Anhang 2: Abbildungsnachweise	64

1 Gegenwärtige Wahrnehmungen im Bereich der Medien

Es bedarf einer gewissen Willkür, für diesen LB einen Schwerpunkt zu legen, zugleich ist dies aber unerlässlich. In Orientierung an dem Medienwissenschaftler Jochen Hörisch (geb. 1951) erscheint es jedoch vertretbar, nachfolgend **den Schwerpunkt der Betrachtungen auf die seit dem 19. Jh. aufkommenden Medienformate zu legen**. Sowohl in der technologischen Entwicklung, insbesondere in den digitalen Medien, als auch in der Ausbildung einer „Kultur der Digitalität“ (Felix Stalder) können zwei Elemente aufgegriffen werden, die auch in öffentlichen Diskussionen immer wieder benannt werden: Beschleunigungseffekte und Skandalisierungen.

■ In jüngerer Vergangenheit wurden **gesellschaftliche Beschleunigungseffekte** v.a. von dem Soziologen Hartmut Rosa (geb. 1965) als bestimmendes Element einer nach Wachstums- und Steigerungslogiken funktionierenden Gesellschaft analysiert. Diese werden in der Entwicklung neuer Medienformate, im technologischen Fortschritt, wie auch in der inhaltlichen Gestaltung digitaler Medien besonders anschaulich: Wer gestern noch als Nutzer bzw. Nutzerin eines sozialen Netzwerkes in dem Gefühl lebte, auf der Höhe der Zeit zu sein, zählt heute schon zur belächelten Gruppe derer, die die neuesten Entwicklungen nicht mitbekommen haben.

■ Diese Beschleunigungseffekte, die alle gesellschaftlichen Bereiche durchziehen, werden in den Medien besonders anschaulich; die digitalen Medien bilden nämlich im 21. Jh. eine beeindruckende Wirkkraft auf öffentliche Diskurse und Meinungsbildungsprozesse aus. Und zunehmend scheinen hier **Mechanismen der Skandalisierung** an Bedeutung zu gewinnen, an und in denen es fortlaufend zu lernen gilt. In diesen Prozessen haben digitale Medien eine enorme Bedeutung erlangt, da mit und in ihnen Tendenzen der Theatralisierung und Inszenierung verstärkt werden.

Mit der Wahrnehmung aktueller Entwicklungen im Bereich der Medien, die in den nächsten Schritten weiter vorgenommen werden soll, ist immer auch die grundlegende Frage verbunden, **welche gesamtgesellschaftlichen Phänomene** sich daran ablesen lassen. Entsprechend eines wahrnehmungswissenschaftlichen Verständnisses der Pastoraltheologie gehört die Beobachtung des Zeitgeschehens zu ihren konstitutiven Merkmalen, bevor sie zu pastoraltheologischen Reflexionen im engeren Sinn übergeht. Es geht also im Folgenden nicht darum zu klären, was gut oder schlecht sein könnte, sondern darum, zu beobachten, zu verstehen und nach möglichen theologischen und kirchlichen Lernfeldern Ausschau zu halten.

Das 1. Kapitel (= Kap.) beschäftigt sich mit der **Wahrnehmung der gegenwärtigen Situation im Bereich der Medien**.

- Zunächst werden verschiedene **Ansätze einer Medientheorie** beschrieben **(1.1)**.
- Im Anschluss wird die **Zielgruppe der Nutzerinnen und Nutzer von Medien** in den Blick genommen **(1.2)**.
- Daran schließen sich **Perspektiven kirchlichen Medienengagements** an **(1.3)**.
- Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen werden **Herausforderungen digitaler Mediennutzung**, und zwar im Hinblick auf die Medienpädagogik und die Medienethik benannt **(1.4)**.

1.1 Theorie der Medien

Zunächst werden verschiedene Medientheorien und deren Ansätze für Soziologie und Philosophie vorgestellt. Im Anschluss werden die Bildmedien näher beleuchtet.

1.11 Theorieansätze

Unterschiedliche Ansätze für soziologische und philosophische Medientheorien sind im 20. Jh. entstanden. So beschäftigt sich der italienische Schriftsteller **Umberto Eco** (1932-2016) mit der Kritischen Medientheorie der Frankfurter Schule (d.h. eine Gruppe von Wissenschaftlern verschiedener Disziplinen, die an die Theorien von Friedrich Hegel, Karl Marx und Sigmund Freud anknüpften und deren Zentrum das 1924 in Frankfurt a. M. eröffnete Institut für Sozialforschung war) und setzt sich von deren Interpretation der Medien als Verfallsphänomen ab. Eco entwickelt ein positives Verständnis der „Massenkultur“, zu der auch die Medien gehören.

Der deutsche Schriftsteller **Hans Magnus Enzensberger** (geb. 1929) bemüht sich weniger um eine vermittelnde und differenzierende Bewertung von Medien und betrachtet sie v.a. in ihrer Verbindung mit gesellschaftlichen Machtstrukturen, also der Politik. Medien sind bei ihm daher auch als Teil der volkswirtschaftlichen Prozesse zu verstehen. Ein zentrales Anliegen ist bei ihm die demokratische Kontrolle der Medien, und zwar im Wissen um die gesellschaftsprägende Kraft der Medien als Inbegriff kommunikativen Handelns. Aus medientheoretischer Perspektive vertritt Enzensberger die Position, dass alle als Kommunikationsmedien wirken können, aber aufgrund ihrer technischen Eigenarten unterschiedlich stark darauf abzielen und daher eine demokratische Kontrolle benötigen.

Schon hier wird erkennbar, dass die **Rolle des Publikums** ausgeprägt als eine aktive verstanden wird, die auf die Kommunikationsverläufe der Medien Einfluss nehmen und dies im Sinn ihrer demokratischen Rechte auch tun. Inwiefern dies auf einer allzu optimistischen Sicht von Konsumenten und Konsumentinnen im Sinn eines mündigen Mediengebrauchs beruht, gilt unter Medientheoretikern bzw. Medientheoretikerinnen als umstritten, dürfte aber gerade mit der Verbreitung des Internets und der Etablierung der Social Media realistischer geworden sein.

Von besonderer Bedeutung ist die philosophische Betrachtung der Medien hinsichtlich des Konzepts vom „herrschaftsfreien Diskurs“ bei **Jürgen Habermas** (geb. 1929), wenngleich er sich selbst nur am Rande seiner Theorie mit Massenmedien beschäftigt. Medien gehören für ihn offenbar so sehr zu den Selbstverständlichkeiten menschlicher Kommunikation, dass sie kaum in ihrer Eigenart betrachtet werden müssen.

Die hier lediglich angedeuteten Theorieansätze veranschaulichen die entstandene **Vielfalt und Unübersichtlichkeit der Medienreflexionen** in den unterschiedlichen Feldern von Medienwissenschaft, Kommunikationswissenschaft, Philosophie und Soziologie. Die zunehmende Innovationsgeschwindigkeit ereignet sich vornehmlich im Bereich moderner Medien. Die mögliche Live-Übertragung von privaten Kameraaufnahmen mit dem Smartphone steigert diese Beschleunigung. Diese weitreichenden Dimensionen der Wandlungsprozesse

sind für den Soziologen **Ulrich Beck** (1944-2015) Anlass, von einer „Verwandlung“ der Welt zu sprechen, um deren überfordernde Dimension auszudrücken. Die bloße Rede von einer „digitalen Revolution“ erscheint ihm demgegenüber als unzureichend. Der Philosoph **Christoph Türcke** (geb. 1948) identifiziert vor dem Hintergrund dieser Entwicklung in der „Logik der Sensation“ ein zentrales Merkmal einer als „erregt“ erfahrenen Mediengesellschaft.

Das 20. Jh. kann nicht zuletzt aufgrund der Entstehung von Massenmedien, v.a. von Rundfunk, Film sowie Fernsehen und in seinem letzten Jahrzehnt mit dem Internet als wichtige Wendemarke betrachtet werden. Nachdem anfangs Unterhaltungssendungen das Rundfunkprogramm dominieren, entsteht erst in den 1930er Jahren ein Bewusstsein für die politische Relevanz der neuen Massenmedien. Das aufkommende **Bewusstsein für deren strategische Verwendung im Rahmen der politischen Propaganda und als Instrument wirtschaftlichen Marketings** charakterisieren das 20. Jh. als wichtige Umbruchphase.

Es wäre aber zu kurz gegriffen, wollte man diese Problematik der Instrumentalisierungen und Manipulationen auf bestimmte Epochen und wenige Akteure begrenzen. Generell gilt, dass es keine weltanschauliche oder politische Neutralität geben kann. Deshalb ist gerade die Pluralität von Akteurinnen bzw. Akteuren und Institutionen sowie das Vermeiden von Monopolstellungen zentraler Bestandteil einer **demokratischen Medienpolitik**.

1.12 Grundlegende Medientheorien

Der kanadische Medienwissenschaftler **Marshall McLuhan** (1911-1980) entwickelt in der Faszination für das Fernsehen eine **Kulturtheorie der Medien** und spricht vom **Ende der „Gutenberg-Galaxis“**, in der der von Johannes Gutenberg Mitte des 15. Jh. erfundene Buchdruck zum bestimmenden Medium geworden war. McLuhan analysiert Strukturen moderner Mediengesellschaften, die von ihm zwar an der Beobachtung des Fernsehens (insbesondere in den nordamerikanischen Gesellschaften) festgemacht werden, aber darüber hinaus bis in die Gegenwart für die Einordnung der digitalen Medien als Verstehenshilfe genutzt werden. Dies wird gerade im Blick auf seine drei zentralen Thesen deutlich:

- Medien sind Körperausweitungen.
- Wir leben in einem globalen Dorf.
- Das Medium ist die Botschaft.

Gerade die dritte These bedarf der weitergehenden Beschäftigung, um nicht missverstanden zu werden: Medium und Botschaft sind untrennbar miteinander verbunden und aufeinander verwiesen.

In den drei genannten Thesen wird erkennbar: **Die Arbeit mit Medien**, insbesondere den modernen Medien des 20. und 21. Jh. **erweitert den Wirkradius menschlicher Kommunikation massiv und lässt erkennen, dass Medien immer Bestandteil menschlichen Lebens waren** (und damit nicht nur sein Instrumentarium!). Zu beachten sind die Eigengesetzlichkeiten von Medien, welche sich bei bildgebenden Formaten des Fernsehens und des Internets noch einmal beträchtlich steigern. Sie gehören dabei zu den sehr einflussreichen Größen gegenüber den Inhalten, die bis in die Gegenwart vielfach unterschätzt werden.

Des Weiteren kann auf den tschechischen Kommunikationswissenschaftler und Philosophen **Vilém Flusser** (1920-1991) verwiesen werden, der das **Konzept einer „Kommunikologie“** entwickelt hat. Er entwirft einerseits (ähnlich wie auch McLuhan) eine Kulturgeschichte der Medien und knüpft andererseits an dessen „Epochenkonstruktion“ an. Zentral ist dabei die Vorstellung der Entropie (von griech. *en*; dt. an, in und griech. *trope*; dt. Wendung; thermodynamische Zustandsgröße mit der SI-Einheit Joule pro Kelvin): Informationen zerfallen, werden vergessen und verschwinden. Hier wird eine häufig übersehene Funktion von Medien in der Speicherung von Informationen und in der Tradierung von Wissen sichtbar. Medien transportieren Informationen nicht nur über räumliche, sondern auch über zeitliche Distanzen hinweg.

Mit McLuhan und Flusser wird eine entscheidende Komponente der Medientheorien des 20. Jh. erkennbar: Medien sind nicht nur etwas, mit dem der Mensch zu tun hat und wozu er sich auf unterschiedliche Weise verhält. Sie sind weit mehr: **Medien bestimmen ihrerseits menschliche Kommunikation, menschliches Leben überhaupt und sind nicht vom Menschsein zu lösen.**



- C. Bohrer, *Babel oder Pflingsten. Elektronische Medien in der Perspektive Marshall McLuhans*, Ostfildern (Schwabenverlag) 2009.
- M. McLuhan, *Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters*, Bonn/Paris (Addison-Wesley) 1995.

1.13 Bildmedien

Eng verbunden mit der medialen Entwicklung des 20. Jh. und deren Analyse durch McLuhan ist die Rede vom „Iconic Turn“ (dt. Ikonische Wende). Einerseits ist damit die **zunehmende Ausrichtung von Medien auf Bilder in der Alltagskultur** gemeint, die gerade bei Fernsehen und Internet zentral ist. Andererseits umschreibt der „Iconic Turn“ jedoch weitergehende Elemente in allen gesellschaftlichen Bereichen (z.B. ihre philosophischen und kulturtheoretischen Reflexionen).

Im Kontext der Medienentwicklung des 20. Jh. fällt auf, dass **das Bild zunehmend die Funktionen der Bezeugungsinstanz und der Bindung von Aufmerksamkeit übernimmt** – und darin hinter den eigentlichen Potenzialen der Bildmächtigkeit zurückbleibt. Gleichwohl steht solch eine Entwicklung auch einer ganzen kulturgeschichtlichen Reihe von „Pictorial Turns“ (dt. Hinwendungen zum Bild) nahe, in denen die eindeutige Abgrenzung von bildlichen und sprachlichen Elementen ebenso problematisch wäre wie eine eindeutige Bestimmung visueller Medien in der Moderne.

- Katholische Kirche und das Bild

In einer Mediengesellschaft, in der die Bildmedien zu einer dominierenden Stellung gelangen, findet sich die katholische Kirche in einer ungewohnten und vieldimensionalen Situation wieder: Hochformen barocker Kirchengestaltung, eine ungebrochene Spiritualität der Ikonografie und eine sinnenfreudige Liturgie gehen hier mit einer ins Geheimnisvolle gehenden Intransparenz organisationaler Abläufe ein Gemenge ein, das Raum für Verschwörungstheorien und Vorlagen für fiktive Romane bietet. **Ist die katholische Kirche damit tatsächlich eine ideale Medienreligion?** Stimmt die Annahme, müsste sich damit ein großes Evangelisationspotenzial verbinden. Das ist jedoch kaum zu beobachten.

Dass sich eine Bildreligion in einer auf Bilder ausgerichteten Mediengesellschaft erkennbar schwer tut, ihre Rolle zu finden, könnte in einem Paradox begründet sein: Während die klassische ikonografische Bedeutung des Bildes darin liegt, Menschen in andere Welten und komplexe religiöse Wirklichkeiten zu führen, **besteht die Funktion des Bildes in modernen Mediengesellschaften gerade in der Reduktion von Komplexität und der Steigerung von Verständlichkeit.** Die katholische Kirche vermag zwar nach wie vor, in der klassischen Logik des Bildes zu agieren; sie ist aber durch die visuelle Praxis der Postmoderne herausgefordert, sich auf gesellschaftliche Mechanismen einzulassen, von denen ihre eigenen Mitgliederinnen bzw. Mitglieder und verantwortlichen Akteure bzw. Akteurinnen ohnehin auch selbst geprägt sind.

Mit der gesellschaftlich zunehmenden Bedeutung digitaler Medien steigern sich auch die Inszenierungstendenzen sowie die Bedeutung des Visuellen. **In der Stellungnahme „Virtualität und Inszenierung“ der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz wird diese Bedeutung des Bildes aufgegriffen und in medienethischer Einordnung reflektiert.**



- Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.), *Virtualität und Inszenierung. Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft. Ein medienethisches Impulspapier (Die deutschen Bischöfe – Publizistische Kommission 35)*, Bonn 2011.

- Bedeutung der Fotografie

Eine besondere Rolle kommt in der Entwicklung medientheoretischer Ansätze der Fotografie zu. Gerade die Reproduzierbarkeit des Bildes in der Fotografie ermöglicht zunächst eine **archivarische Funktion**, später auch eine **dokumentarische Funktion**. Einerseits wird die Fotografie in der Nachkriegszeit des 20. Jh. zu einem Teilgebiet des Journalismus. Andererseits etabliert sie sich im Kontext der modernen Kunst und ordnet sich so in die Kulturgeschichte ein.

Schließlich wird auch die Fotografie **durch die Entwicklung der Digitalisierung grundlegend verändert**. Die Möglichkeiten, mit einem einfachen Smartphone relativ hochwertige Spontanaufnahmen anzufertigen, macht die Fotografie zu einem Feld der digitalen Massenkultur und erschwert die Profilierung professioneller Berufsbilder. Insbesondere die breite gesellschaftliche Etablierung von „Selfies“ mit Hilfe von mobilen Digitalgeräten (z.B. Smartphone oder Tablet), hat zu einer philosophisch-anthropologischen Reflexion des Fotos in seiner Bedeutung für die Selbstwahrnehmung und die Inszenierung in der Öffentlichkeit geführt.



Das Thema „Medien“ wird ebenfalls im RK-LB 2.5 „Medienpädagogik, Mediendidaktik und Religionsunterricht“ behandelt.

1.2 Zielgruppe der Mediennutzung

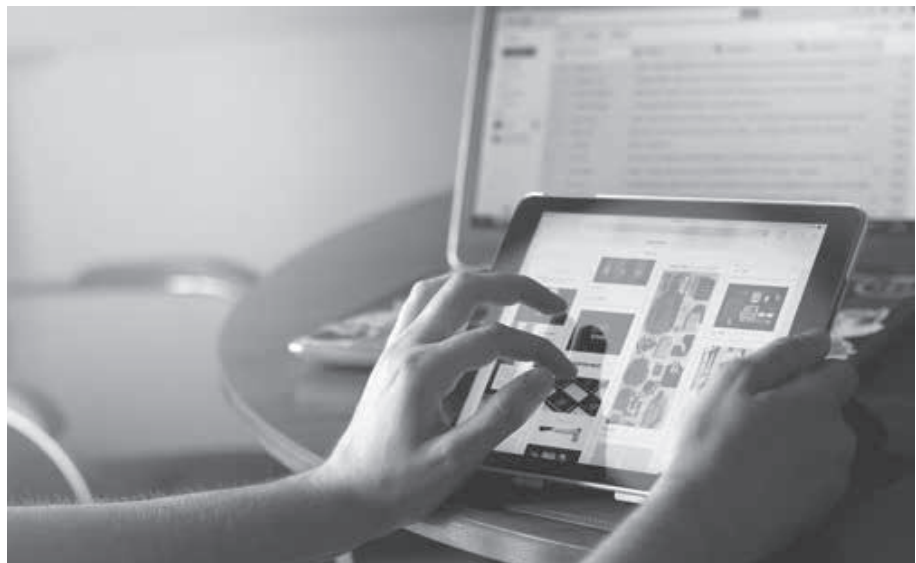
Jüngere Bevölkerungsgruppen, zu deren Kindheitserfahrungen spätestens ab der Grundschule die Nutzung von digitalen Medien und mobilen Kommunikationsgeräten gehören, werden im Rückgriff u.a. auf den US-amerikanischen Autor **Marc Prensky** (geb. 1946) als „Digital Natives“ (dt. digitale Eingeborene) bezeichnet.

Häufig werden sie in soziologischen Ansätzen mit der **Generation Y** identifiziert. Die selbstverständliche Nutzung digitaler Medien ist für Prensky wiederum Anlass, Konzepte des E-Learnings und damit internetgestützte Formate pädagogischer Arbeit innerhalb des schulischen Unterrichts und auch in außerschulischen Angeboten zu entwickeln und zu etablieren.

1.21 „Digital Natives“ und „Digital Immigrants“

„Digital Natives“ sind jedoch nicht nur durch die **größere Selbstverständlichkeit in der Nutzung digitaler Medien** zu bestimmen. Aus ihrer Medienprägung ergeben sich Konsequenzen für die Ausbildung persönlicher Identitäten und Fragen der Selbstwahrnehmung, Konsequenzen für eine veränderte Verhältnisbestimmung von Privatheit und Öffentlichkeit, der Fähigkeit zu kritischer Reflexion von Informationsangeboten, der Wahrnehmung von Suchtpotenzialen und in vielen anderen Bezügen.

Insbesondere die selbstverständliche Nutzung digitaler Medien, aber darüber hinaus auch andere soziologische Merkmale wie ein verändertes Bewusstsein für ein ausgewogenes Verhältnis von Arbeit und Freizeit (Work-Life-Balance) oder Veränderungen im Konsumverhalten (abnehmende Bedeutung von immobilen Statussymbolen) bewirken in vielen Ansätzen eine **scharfe Kontrastierung gegenüber älteren Bevölkerungsgruppen**.



Arbeit am Laptop und Tablet

Insbesondere die erwerbstätige Bevölkerungsgruppe, die bis in die Mitte des 21. Jh. die Arbeitswelt prägen wird, ist mehrheitlich als „Digital Immigrants“ (dt. digitale Einwanderer) zu bestimmen: Sie eignen sich **erst im Lauf ihrer Ausbildungsbiografie oder ihres Berufslebens die unterschiedlichen Fähigkeiten zur Nutzung und Gestaltung digitaler Medien** an, um die fehlende Selbstverständlichkeit im Umgang mit ihnen zu ersetzen.

1.22 Digitale Medien als umfassendes gesellschaftliches Phänomen

Parallel zeichnet sich ab, wie sehr die Eigenarten der „Digital Natives“ zunehmend die verschiedenen Gesellschaftsbereiche bestimmen werden. In wirtschaftlichen Prozessen ist zu beobachten, dass mit den digitalen Medien das Konsumverhalten von Verbrauchern bzw. Verbraucherinnen massiven Wandlungsprozessen unterliegt. Mit Beginn des 21. Jh. wurde dies etwa durch die gesellschaftliche Etablierung des Online-Bankings sowie mit Internetportalen für den Online-Handel (z.B. Amazon, Ebay) auch breite Bevölkerungsschichten erreicht. Hier wird sichtbar, **dass digitale Medien kein separater Bereich privater Lebensvollzüge, sondern ein alle Gesellschaftsbereiche durchziehendes Kontinuum** (Zusammenhängendes; von lat. continere; dt. zusammenhalten) darstellen.

Längst ist die **klassische Unterscheidung von virtueller und realer Welt in dieser Entwicklung hinfällig** geworden. Einerseits dürften sich damit auch Typologien wie „Digital Natives“ und „Digital Immigrants“ nivellieren und eineben. Andererseits fällt auf, dass es insbesondere in der Soziologie mit einer systemtheoretischen Prägung kaum möglich ist, in der Digitalität überhaupt einen alle Gesellschaftsbereiche (und damit alle Systeme) bestimmendes Phänomen und Charakteristikum der Postmoderne auszumachen.

1.3 Kirchliches Medienengagement

Kirchliche Medienarbeit ist mehr als das Marketing einer Organisation, die wie alle gesellschaftlichen Institutionen von Bekanntheit leben, um Mitglieder und Mitgliederinnen zu gewinnen und an sich zu binden. Kirchliche Medienarbeit als eine Ausformung kirchlicher Verkündigung gehört zum Selbstverständnis christlicher Nachfolge schlechthin. Die Medienarbeit kann in den **Kontext der Verkündigung des Glaubens an die Reich-Gottes-Botschaft Jesu** eingeordnet werden.

1.31 Ebenen kirchlicher Medienarbeit

Neben dieser Einordnung der Medienarbeit in den Kontext der Verkündigung kommt es aber seit der Mitte des 20. Jh. und der gesellschaftlichen Verbreitung von bildgebenden Medien (zunächst v.a. des Fernsehens) zu einer beachtlichen Mediatisierung der katholischen Kirche. Hierfür können in besonderer Weise das **Pontifikat Papst Johannes Pauls II.** (1920-2005, Amtszeit 1978-2005) und die **Einrichtung von Weltjugendtagen** als herausragendes, internationales Medienereignis angesehen werden.

Unter **Papst Benedikt XVI.** (geb. 1927, Amtszeit 2005-2013) kam es zu bemerkenswerten Aufrufen an Kirchenmitglieder und auch an Kleriker, die

sozialen Kommunikationsmittel aktiv zu nutzen. Dem entsprechen neue Initiativen auf Seiten des Vatikans zur eigenen Nutzung der Social Media, wie etwa die Internetpräsenz „pope2you.net“.

Auch auf **diözesaner und örtlicher Ebene** ist es in der katholischen Kirche Deutschlands seit 2005 zunehmend zur Entwicklung von Verkündigungsformaten mit einer Fokussierung auf den Social Media gekommen:

- Die Entwicklung eigener Apps als Programme für mobile Digitalgeräte bieten klassische Gebets- und Liturgieformen an.
- Die Angebote im Bereich der Berufungspastoral mit YouTube-Produktionen, wie z.B. „Valerie und der Priester“.
- Kirchliche Verkündigungssendungen im Rahmen des digitalen Programms „FUNK“ der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender, wie „Pen & Paper“.



- *Weisen Sie junge Menschen zwischen 14 und 29 Jahren in Ihrem Umfeld oder aus Ihrer Kirchengemeinde auf die einzelnen Filme von „Pen & Paper“ (fernsehen.katholisch.de/formate-serien/funk-pen-and-paper) hin. Eine Möglichkeit ist es, einen Link des einzelnen Films in Ihrem bevorzugten Medienformat zu veröffentlichen.*

Viele dieser Aktivitäten werden auf der seit 2004 bestehenden **Internetplattform katholisch.de** vernetzt oder eigens dafür produziert. Sie stellt das reichweitenstärkste Forum für katholische Medienarbeit im Bereich der digitalen Formate dar. Durch diese Initiativen im Bereich digitaler Medien und vor dem Hintergrund gegenwärtiger kirchlicher Krisenphänomene entwickeln sich immer wieder Diskussionen um geeignete und zeitgemäße Formen der religiösen Kommunikation.

Stärker als über schriftliche Verlautbarungen oder Predigten ereignet sich die **Kommunikation im Bild** und wird damit ihrerseits von modernen Medien bestimmt. Sie wird Bestandteil einer globalen Kommunikation, in der die Macht der Bilder zu einer bestimmenden politischen Größe wird. Erst dem argentinischen **Papst Franziskus** (geb. 1936, Amtszeit 2013-heute) gelingt es, aufgrund seiner Spontaneität an diesen Trend anzuknüpfen.

Ihre Höhepunkte findet diese Form moderner kirchlicher Medienarbeit und Verkündigung in den **Events der Weltjugendtage**. Sie fungieren als inszenierte Symbiose von Jugendkultur sowie Papstamt und zeigen dabei die Ambivalenz einer verstärkten Papstzentrierung der Kirche mit entsprechenden Risiken. Das Risiko, das die Ambivalenz dieser Entwicklung ausmacht, besteht darin, dass die auf das singuläre Amt fokussierte Aufmerksamkeit zentrale theologische Positionen, etwa die der Volk-Gottes-Theologie, durchkreuzen kann und die Chancen für die Vermittlung zentraler Inhalte mit der Begeisterung eher ab- als zunehmen.

Das kirchliche Medienengagement baut auf einer Reihe von rechtlichen Grundlagen auf, die in Deutschland das Verhältnis zwischen Staat und Kirche als Kooperationsmodell fundieren. **Dies ermöglicht es den Kirchen als Körperschaften öffentlichen Rechts auch innerhalb staatlicher bzw. öffentlich-rechtlicher Rundfunkangebote, eigene Sendeplätze mit rein kirchlichen Themen und in eigener Verantwortung für die inhaltliche Gestaltung zu prägen.**

■ Im vierzehntägigen Rhythmus werden beispielsweise evangelische und katholische **Sonntagsgottesdienste in ARD oder ZDF** übertragen.

■ Das „**Wort zum Sonntag**“ stellt ein weiteres Beispiel für derartige Kooperationen dar. Als zweitälteste Sendung im deutschen Fernsehen ist das „Wort zum Sonntag“ immer wieder auch aufgrund seiner klassischen Gestaltung belächelt und in seinem Bedeutungsverlust analysiert worden. Es verfügt aber dennoch über eine beträchtliche Einschaltquote und erreicht durchschnittlich etwa eine Million Zuschauer bzw. Zuschauerinnen. Die Formen der Kooperation zwischen Staat und Gesellschaft stellen nicht nur ein Spezifikum des bundesdeutschen Verhältnisses von Staat und Kirche, sondern auch ein Privileg dar. Diese Privilegien verdeutlichen auch, dass kirchliche Sendungen in den staatlichen Medien auf eine gesamtgesellschaftliche Verantwortlichkeit ausgerichtet sind und inhaltlich nicht bloß auf einen rein binnenkirchlichen Adressatenkreis ausgerichtet sein sollen.

■ Ähnliches gilt für **Morgenandachten und andere kirchliche Sendungen im Hörfunk**, die auf „Drittensenderechten“ aufbauen, eine gesellschaftliche Pluralität innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks abbilden und die dem gesellschaftlichen Zusammenhalt dienen sollen. Auch hier wurde mit der Etablierung digitaler Medien immer wieder eine Krise bis hin zum Niedergang des ganzen Mediums prognostiziert. Dennoch hat sich der Hörfunk einen festen Platz im Zusammenspiel unterschiedlicher Medien erhalten können.

Die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten und Privilegien, die den Kirchen im öffentlichen Rundfunk und (in deutlich geringerem Umfang) auch bei privaten Sendern zugestanden werden, haben Überlegungen zu eigenen Fernseh- und Rundfunksendern in alleiniger Verantwortung der Kirchen immer wieder blockiert. Zwar gibt es entsprechende Angebote in vielen anderen Staaten. Sie sind jedoch nur mit einem enormen finanziellen Aufwand möglich und erreichen i.d.R. nur eine sehr viel kleinere Zuschauer- und Zuhörerschaft aus kirchlich fest beheimateten Kreisen.

Ansätze, mit Rundfunkangeboten auch jüngere Bevölkerungsschichten zu erreichen, haben zur Entstehung neuer Sender, wie z.B. „1Live“, geführt. Seit der Jahrtausendwende konnten sie sich auffallend erfolgreich gegenüber Fernsehsendern wie MTV und auch gegenüber digitalen Medien behaupten. In ihrer Unterschiedlichkeit wird schnell erkennbar, dass kirchliche Sendebeiträge hier von Menschen wahrgenommen werden, die sonst kaum durch klassische Verkündigungsformen der Kirchen erreicht werden. Dieses „**Erreichen**“ **neuer Nutzerinnen und Nutzer** ist jedoch nicht in einer restaurativ-missionarischen Form zu instrumentalisieren. Es ist vielmehr ein Lernort für die Kirche selbst, die hier ohne Rückgriffe in vormoderne Machtmechanismen ausschließlich Inhalte ihrer Botschaft und deren Konfrontation mit den alltäglichen Lebenserfahrungen als etwas Relevantes für das Leben anzubieten hat. In dem Bemühen von medienhermeneutischen Ansätzen wird ein prophetischer Ansatz bedeutsam, der nicht nur von vagen Zukunftsprognosen und auch nicht nur von kritischen Gegenwartsanalysen bestimmt ist, sondern sich als aktives Einmischen in Prozesse der Gegenwart versteht, um darin zeitgenössische Solidarität zu realisieren. So ist die naheliegende Frage, wie ein „Einmischen“ in den Mediensektor in der katholischen Kirche beobachtet und analysiert werden kann.

In der Nachkriegsgeschichte der katholischen Kirche in Deutschland ist mit der institutionellen Ausdifferenzierung der Kirche auch eine **Fülle von Medienaktivitäten** entstanden.

■ Zu ihnen gehören auf diözesaner Ebene die **Pressestellen**, aber auch **religions- und medienpädagogische Arbeitsstellen**. Diese Arbeitsstellen sollen einerseits Medien für Katechese und Religionsunterricht für Haupt- und Ehrenamtliche anbieten und andererseits der Entwicklung von Medienkompetenzen bei pastoralen Akteurinnen bzw. Akteuren fördern.

■ Im weiteren Sinn sind auch **Diözesanbibliotheken und Pfarrbibliotheken** zu diesem Angebot zu zählen.

■ **Einzelne Diözesen** haben darüber hinaus in der Gestaltung eines eigenen, regionalen Medienprofils profilierte Schwerpunkte gebildet. Das kann beispielhaft an dem **Internetradio www.domradio.de** der Erzdiözese Köln veranschaulicht werden, aus dem seit seiner Gründung im Jahr 2000 ein wichtiger Anbieter von kirchlichen und gesellschaftlichen Informationen, Debatten und gottesdienstlichen Angeboten geworden ist.

Zu den großen Ansätzen der Bischofskonferenz gehört ein eigenes Institut zur Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten, das 1968 gegründet wurde. Es hat sich weit über kirchliche Kreise hinaus einen herausragenden Ruf in der Szene journalistischer Ausbildung erworben. Seit 2008 ist das **„Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses“ (ifp)** in München angesiedelt und bietet studienbegleitende Ausbildungsgänge und berufsbegleitende Seminare an.

Ähnliche Ausbildungsangebote zur Vermittlung journalistischer Kompetenzen werden von kirchlichen Einrichtungen auch im Umfeld universitärer Felder angeboten. Sie verstehen sich als Beitrag, Kommunikationsprobleme zwischen kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit und Journalisten zu verringern. Eng verbunden mit der Qualifizierung journalistischer Nachwuchskräfte und der Arbeit von www.katholisch.de ist die **Katholische Nachrichtenagentur (KNA)**. Sie bietet kirchliche und kirchennahe Informationen, unterhält Korrespondentenbüros, Landes- und Regionalbüros.

In weitgehender institutioneller Unabhängigkeit ist schon 1995 das **Internetportal www.kath.de** entstanden. Es stellt eines der frühen Informationsportale von kirchlichen und gesellschaftlichen Veröffentlichungen im Internet dar. Zu einer besonderen Herausforderung haben sich daneben Portale und Internetforen aus dem traditionalistischen Milieu entwickelt. Sie zeichnen sich i.d.R. durch Schwerpunktsetzungen im traditionell-liturgischen Bereich, wie durch eine politische Nähe zu national-konservativen und rechtspopulistischen Gruppierungen aus.

Dass die rechtliche Basis der Konkordate kaum mehr der kirchlichen Stellung in der Gesellschaft, wie auch der Entwicklung der Medien entspricht, wird im Aufbau von Spartensendern, wie KiKA, Arte oder 3Sat oder bei Internetformaten von ARD und ZDF sichtbar. Da hier nicht auf jahrzehntelange Erfahrungen und Traditionen aufgebaut werden kann, müssen neue Formate und das Maß kirchlicher Präsenz durch eigenverantwortete Sendungen jeweils neu verhandelt werden. **Als Beispiel kann auf die Kooperation von ARD und ZDF verwiesen werden, die mit dem Titel „FUNK“ im Jahr 2016 ein internetbasiertes Fernsehprogramm für junge Erwachsene entwickelte (www.funk.net).**

Darin sind die katholische und evangelische Kirche mit der Sendung „frei.willig.weg“ vertreten.

Zu den großen Veränderungen der Medienarbeit der katholischen Kirche gehörte **die Gründung des Katholischen Medienhauses in Bonn**. Unter einem gemeinsamen Dach wurde hier die KNA mit „www.katholisch.de“, der Zeitschrift „Filmdienst“ (mittlerweile als reines online-Angebot) und bis 2016 der ZEIT-Beilage „Christ und Welt“ (vormals Rheinischer Merkur) zusammengeführt und die Videoproduktion konzentriert.

Das **Portal „www.katholisch.de“** gehört in den zurückliegenden Jahren zu den profiliertesten und ambitioniertesten Aufbrüchen der institutionellen katholischen Medienarbeit. Es bildet das lange Zeit erfolglose Bemühen einer gemeinsamen und einheitlichen Medienpräsenz der deutschen Diözesen ab.

Neben diesem vielbeachteten Projekt der Bischofskonferenz haben sich freie Initiativen mit beachtlicher Kreativität und Nutzerzahlen entwickelt. Im überkonfessionellen Bereich der Printmedien kann dies für das „**Froh-Magazin**“ gesagt werden. Im Bereich digitaler Veröffentlichungen sind das „**sinnstiftermag**“ oder seit 2014 das theologische Feuilleton „**www.feinschwarz.net**“ zu nennen.

1.32 Pfarrbrief als Beispiel unterschätzter Potenziale

Ein Printmedium, das über lange Zeit auch innerkirchlich in seiner Bedeutung stark unterschätzt wurde und oftmals noch wird, stellen Schriften auf Pfarr- und Gemeindeebene dar. Die Deutsche Bischofskonferenz hat dazu 1995 und 2001 Grundlagenpapiere veröffentlicht. Diese Mitgliedermagazine werden i.d.R. unter dem Titel „Pfarrbrief“ aufgeführt und von Pfarreien verantwortet. **Unter dem übergeordneten Titel gibt es nicht nur eine große Bandbreite in der inhaltlichen Gestaltung zwischen einfachen Gottesdienstordnungen bis hin zu redaktionell erstellten Zeitschriften. Die inhaltliche Bandbreite und die Professionalität in der grafischen Gestaltung drücken die jeweilige Zielrichtung der „Pfarrbriefe“ aus.**

Gerade in der Zusammenlegung mehrerer Pfarreien zu Großpfarreien sind vielerorts Bemühungen entstanden, **mit den Pfarrbriefen alle Kirchenmitglieder innerhalb des Pfarrgebietes zu erreichen** und sie in die Gestaltung eines Medienkonzeptes auf Pfarreebene mit entsprechender Internetpräsenz zu integrieren. Viele Pfarrbriefe erreichen damit eine Auflagenstärke von mehr als 10.000 Exemplaren. Sie werden überwiegend in ehrenamtlichen Redaktionsteams erstellt und oftmals auch noch von Ehrenamtlichen als Hauswurfsendung verteilt. Bemerkenswert erscheint zudem die starke Beachtung durch die Adressatenschaft. Die wichtigsten Unterscheidungsmerkmale ergeben sich daher aus der grundsätzlichen Ausrichtung eines Pfarrbriefes. Sowohl in der redaktionellen Erarbeitung und den journalistischen Beiträgen als auch in Design und Layout kommt es bei dem wichtigsten Medium der Kirche immer noch zu Qualitätsdefiziten, so dass eine Diskrepanz zu den Standards anderer Postwurfsendungen oftmals unübersehbar ist.

Um Pfarreien im Bemühen um die Gestaltung ihrer Magazine zu unterstützen, wurde 2002 der überdiözesane Hilfsdienst www.pfarrbriefservice.de gegründet.

Ähnliche Unterstützungsformen bieten einzelne Diözesen bei dem Design und der Pflege von Internetseiten an, wie auch mit dem Angebot von Fortbildungsmaßnahmen für Haupt- und Ehrenamtliche.



Der Pfarrbrief ist ein wichtiges Medium in der Gemeinde. Schauen Sie sich den Pfarrbrief Ihrer Heimatgemeinde genauer an.

- *Welche Informationen werden darin gegeben?*
- *Gibt es aus Ihrer Sicht Möglichkeiten, den Pfarrbrief in grafischer und inhaltlicher Hinsicht aufzuwerten? Welche Elemente ziehen Sie dafür in Betracht?*
- *Informieren Sie sich im Internet unter www.pfarrbriefservice.de nach Unterstützungsmöglichkeiten für die Gestaltung des Pfarrbriefs.*

1.4 Herausforderungen digitaler Mediennutzung

Mit der Entstehung von Massenmedien und der flächendeckenden Etablierung von digitalen Medien zeigen sich spezifische Fragestellungen, die im Kontext von Theologie und Kirche v.a. in zwei Bereichen aufgegriffen werden: der Befähigung zum Umgang mit Medien und der Reflexion ethischer Fragestellungen. Beide Segmente werden im Folgenden näher beleuchtet.

1.4.1 Medienpädagogik

Innerhalb der Pädagogik hat sich die Medienpädagogik als Teilgebiet in den zurückliegenden Jahrzehnten zunehmend etabliert. Die Vermittlung von Medienkompetenzen ist dabei nur ein Teil einer umfassenden Medienbildung.

- Didaktik der Ambivalenz

Medien sind nicht nur **Informationsquellen**, sie sind auch **Instrument zur sozialen Vernetzung und Interaktion**. Sie sind in ihrer Prägekraft auf die Identitätsentwicklung, die Orientierung an Vorbildern und Werten für Heranwachsende von ähnlich großer Bedeutung wie Peergroups (Gruppe von etwa gleichaltrigen Kindern oder Jugendlichen; von engl. peer; dt. die Gleichaltrigen und engl. group; dt. Gruppe). Medien sind damit auch **Machtinstrument** und können in ihrer Komplexität und gesellschaftlichen Wirkung auch zur Erfahrung von Überforderung führen.

Medienpädagogik wird sich deshalb immer auch einer Didaktik der Ambivalenz verpflichtet sehen. Zunehmend sind damit in den zurückliegenden Jahren auch im Bereich des Religionsunterrichtes Chancen und Ambivalenzen internetbasierter Kommunikation in den Blick gerückt. Der Umgang insbesondere mit digitalen Medien macht Mechanismen sozialer Ausgrenzung sichtbar und kann Schwierigkeiten in der Kommunikationskultur verschärfen. Dementsprechend ist die **Befähigung zum Umgang mit modernen Medien als zentrale Aufgabe jeglicher Pädagogik zu identifizieren**.

Schon hier wird deutlich, dass sich Medienpädagogik nicht auf didaktische Einzelfragen und die Vermittlung von Kompetenzen beschränken lässt und deshalb zur Medienbildung weiterzuentwickeln ist.

- Ziele der Medienbildung

In der Medienbildung ergeben sich vielfältige Zielsetzungen. Dazu gehört zunächst die Befähigung von Menschen zu einem **verantwortungsbewussten Umgang mit Medien**. Zunehmende Bedeutung erhält dabei auch ein **vernetztes Lernen** (engl. Blended Learning), in dem unterschiedliche Lernebenen miteinander verknüpft werden und beispielsweise eine zeitgemäß gestaltete Unterrichtseinheit mit Onlineangeboten (engl. E-Learning) verknüpft wird.

Diese Kombinationen steigern nicht nur die **Flexibilität**, sodass Lernangebote orts- und zeitunabhängig werden. Sie ermöglichen auch eine **größere Eigenständigkeit** der Lernenden und fördern damit – ein entscheidendes Kriterium für den Einsatz digitaler Medien in der religionspädagogischen Arbeit – die Motivation und Selbstständigkeit. Wenn sich auch in der Religionspädagogik bei Lernenden und Lehrenden in dem Bewusstsein für die Bedeutung von E-Learning und Blended Learning Unsicherheiten ergeben, kann dies viele Gründe haben. Es kann aber in der Verunsicherung eine Chance ausgemacht werden: Die Gegenüberstellung und profilierte Abgrenzung von Lernenden und Lehrenden wird in der Arbeit mit digitalen Medien gemildert.

Grundlage für eine solche kooperative Konzeption von Religionspädagogik ist die **ausreichende Kenntnis zur Nutzung digitaler Medien**. Die Lernplattformen www.rpi-virtuell.net oder www.rpp-katholisch.de bieten dazu Materialien für die Gestaltung von Religionsunterricht und katechetischen Einheiten. Als Beispiel sei hier auf den Firmkurs „vernetzt“ hingewiesen, bei dem in die einzelnen katechetischen Einheiten auch die Arbeit mit mobilen Kommunikationsgeräten und Social-Media-Formaten integriert ist.



- *Informieren Sie sich im Internet auf den Lernplattformen www.rpi-virtuell.net und www.rpp-katholisch.de nach Materialien für den Religionsunterricht. Vielleicht können Sie für Ihre nächste Religionsstunde Anregungen und Möglichkeiten der Gestaltung finden.*
- *Suchen Sie das Online-Portal der medienpädagogischen Arbeitsstelle, die es in Ihrer (Erz-)Diözese gibt. Informieren Sie sich auf der entsprechenden Internetseite über Angebote und Nutzungsmodalitäten.*



- *K. Vellguth, **Firmung vernetzt. Die Welt ist nicht genug**, München (Kösel) 2015.*

1.42 Medienethik

Mit der flächendeckenden Verbreitung der Internetnutzung im beruflichen und privaten Bereich war zu beobachten, dass hier Herausforderungen für die Formen zwischenmenschlicher Kommunikation entstanden, welche unter dem Stichwort der „**Netiquette**“ (von engl. net; dt. Netz und franz. etiquette; dt. Verhaltensregeln; achtendes und angemessenes Verhalten in der Online-Kommunikation) Verbreitung fanden.

Ansätze für die **Frage nach einem angemessenen Umgang mit den Medien** bestimmen in Deutschland v.a. in der Zeit nach 1945 das Anliegen neu aufzubauender Medienformate, v.a. im Zeitungswesen. Dabei kommt der demokratischen Absicherung durch Rundfunkräte, aber auch der journalistischen Selbstkontrolle ein hoher Stellenwert zu, um einen Schutz vor einseitiger,

politischer Einflussnahme zu gewährleisten. Neben dem Schutz der Pressefreiheit (Art. 5 GG) entsteht Regulierungsbedarf insbesondere im Jugendschutz und beim Schutz von Persönlichkeitsrechten Einzelner, sodass es auch Missformen der „regulierten Selbstkontrolle“ gibt. Nicht nur aufgrund der technischen Entwicklung, sondern auch aufgrund der sich wandelnden Rechtswahrnehmungen entsteht die Notwendigkeit, das Maß der Regulation immer neu zu bestimmen. Die Rede vom „Regulierungsloch“ – etwa hinsichtlich der Verbreitung von privaten Fotoaufnahmen – offenbart, dass medienethische Bewusstseinsbildung und rechtliche Bestimmung mit technischen Entwicklungen und mit dem praktischen Medienverhalten kaum Schritt halten.

- Deutscher Presserat und Deutscher Werberat

Eine herausgehobene Bedeutung kommt in der Selbstkontrolle der Medien seit 1956 dem Deutschen Presserat zu. Dessen Ziel ist die **Wahrung von Pressefreiheit und journalistischen Arbeitsmöglichkeiten** (seit 2009 auch in Zuständigkeit für journalistische Onlineangebote). Da der Deutsche Presserat lediglich Rügen und Missbilligungen aussprechen kann, ansonsten aber nicht über Sanktionsmöglichkeiten verfügt, kommt es immer wieder zu Diskussionen über dessen Effektivität. Das größte Problem aber ist seine Beschränkung auf reine Pressearbeit, also seine fehlende Zuständigkeit für Rundfunk, Fernsehen und Internet.

Ähnlich ausgerichtete Gremien als Instrumente der Medienselbstkontrolle entstanden mit den Rundfunk- und Fernsehräten. Hinzu kommt der Deutsche Werberat, der sich naturgemäß nicht an journalistischen Grundsätzen der Wahrheit und Informationspflicht ausrichtet. Er kümmert sich darum, dass rechtlich zulässige **Werbung auch ethische Grenzen nicht überschreitet**.

Da sich zu Beginn des 21. Jh. die Grenzen dieser Mediensegmente kaum noch eindeutig ziehen lassen, zeigt sich zunehmend Klärungsbedarf. Überlegungen zu einer alle Medien umfassenden „Stiftung Medientest“ haben dies zum Ausdruck gebracht.

- Medienethische Fragestellungen im Bereich des Internets

Ein besonderes Feld stellen medienethische Fragestellungen im Bereich des Internets und insbesondere der Social Media dar. Aufgrund der jungen Entwicklungsgeschichte ergeben sich **viele Fragen**, die nicht zuvor schon in ähnlicher Weise gesellschaftlich geklärt werden konnten:

- der Umgang mit personenbezogenen Daten;
- die Frage von rechtlicher und ethischer Verantwortlichkeit weitgehend eigenständig agierender Technik;
- die Internationalität im Umgang mit Datenschutzbestimmungen;
- die Wahrung von Urheberrechten, für die im Jahr 2017 bei der Interessenvertretung von Autoren bzw. Autorinnen und Verlagen, der VG-Wort, neue Regelungen gefunden werden konnten.

- Gegenwärtige Auseinandersetzungen

In der Gegenwart gibt es viele Diskussionen um medienethische Fragestellungen. Die zentralen Beiträge werden im Folgenden aufgeführt.

■ Um die gesellschaftliche Diskussion dieser Fragestellungen zu beschleunigen und innerhalb der EU-Staaten zu einer abgestimmten Gesetzgebung zu finden, wurde im Jahr 2016 eine „**Digitalcharta**“ entwickelt, in der Grundsätze für ethische Bestimmungen zur Digitalität formuliert und in das EU-Parlament eingebracht wurden (www.digitalcharta.eu).

■ Ein profiliert theologischer Beitrag zu Fragen der Medienethik wurde von der evangelischen Theologin Johanna Haberer (geb. 1956) zum Schluss ihres Buches „Digitale Theologie“ mit der Formulierung von „**10 Geboten für die digitale Welt**“ vorgelegt, in denen v.a. eine ausgeprägte Skepsis gegenüber den Social Media erkennbar wird.

■ Aktuelle Beschäftigungen mit medienethischen Fragestellungen und Problemfeldern aus katholisch-theologischer Perspektive finden zunehmend in der Zeitschrift „**Communicatio socialis**“ statt. Bereits 1968 von dem Theologen und Publizisten Franz-Josef Eilers (geb. 1932) gegründet, wurde die Zeitschrift 2013 in einer Profilierung auf die Medienethik spezifischer ausgerichtet.



■ *Lesen Sie die Digitalcharta (www.digitalcharta.eu) und markieren Sie die Absätze, aus denen sich Folgeprobleme, wie etwa eine fragwürdige Zensur, ergeben könnten.*

- Bewertung von Informationen

Mit dem Erstarken populistischer Parteien in einer ganzen Reihe westlicher Gesellschaften entstand **gegenüber etablierten Medien eine breit aufgestellte Kritik und der Verdacht der interessegeleiteten Auswahl von Informationen**. Diese Auswahl von Informationen ist Bestandteil jeder redaktionellen Arbeit und erzeugt immer wieder Spekulationen über offene und verdeckte Motive für entsprechende Prioritätensetzungen.

Die negative Einschätzung klassischer Medienformate und die Bevorzugung direkter Kommunikation in Social Media-Formaten (z.B. Twitter) bewirken in der Regierungszeit des US-Präsidenten Donald Trump (geb. 1946) ein gesteigertes Problembewusstsein im Umgang mit Medien. Neben der geschilderten strategischen Auswahl von Informationen gehören auch bewusst eingesetzte Falschmeldungen, sog. „**Fake News**“ zu aktuellen gesellschaftlichen und politischen Ereignissen. Mit der karikaturesk beschönigenden Umschreibung „alternativer Fakten“ markieren „Fake News“ nichts anderes als die altbekannten Phänomene von Lügen, Fälschungen und Betrug. Werden diese Phänomene und ihre Auswirkungen auf gesellschaftliche Debatten und konkrete Regierungsarbeit in der Fokussierung auf digitale Medien besonders dramatisch dargestellt, zeugt dies auch von Geschichtsvergessenheit.

Das anschaulichste Beispiel liefert hier ausgerechnet die Kirchengeschichte mit der „**Konstantinischen Schenkung**“. Der auf die Fälschung aufbauende Betrug konnte maßgeblich zum Aufbau der weltlichen Macht des Papstamtes und zur Rechtfertigung der dominanten Position des Patriarchates von Rom gegenüber den östlichen Teilen der Kirche beitragen.

Als „Konstantinische Schenkung“ wird ein um das Jahr 800 n.Chr. verfasstes Schriftstück bezeichnet, das angeblich vom römischen Kaiser Konstantin I. (272-337 n.Chr.) stammte. Darin wird Papst Silvester I. (285-335 n.Chr., Amtszeit 314-335 n.Chr.) und allen nachfolgenden Päpsten sämtliche kaiserliche Vollmachten über Rom, Italien und weite Teile des römischen Reiches übertragen. Die Päpste nutzten lange Zeit die Urkunde, um ihre Vormachtstellung in der Christenheit und territoriale Ansprüche zu begründen. Als im 15. Jh. die Fälschung nachgewiesen wurde, blieb dies bis zur Kritik der Reformation am Papsttum weitgehend unbekannt.

Die Schwierigkeit der Bewertung von verlässlichen Informationen erzeugt Unsicherheitserfahrungen. Diese legt zunächst eine **Grundhaltung des Verdachtes** nahe, der sich kaum durch eigene Überprüfungen ausräumen lässt,

als Medienkritik formuliert wird und dabei in extreme Ausformungen von Verschwörungstheorien übergeht. Demgegenüber stellt der **Ruf nach Transparenz** insbesondere gegenüber Institutionen und die damit einhergehende Vulnerabilität (Verwundbarkeit; Verletzlichkeit von lat. *vulnerare*; dt. verwunden) die Spiegelung der eigenen Verunsicherung dar. Der **Ruf nach Authentizität** ist der fast verzweifelte Versuch, einen verlässlichen Realitätsbegriff zurückzugewinnen.

Ob sich die Kirchen als Institution und ihre Amtsträger diesen Erwartungen stellen – etwa im transparenten Agieren bei Skandalen oder im Umgang mit kirchlichen Finanzen – wird vielen Zeitgenossen bzw. Zeitgenössinnen zum Ausweis ihrer Demokratiefähigkeit. Eine **unmittelbare Konsequenz für kirchliche Kommunikation und für den Verkündigungsdienst** ergibt sich aus der gesteigerten Erwartung an Authentizität, insofern die Bedeutung des persönlichen Glaubenszeugnisses innerhalb der kirchlichen Verkündigung an Bedeutung zunimmt.

Im theologischen und kirchlichen Bemühen um Fragestellungen der modernen Medien fällt auf, dass es zu **ausgeprägter Einseitigkeit der medienethischen Themenfelder** kommt: etwa die medienethische Profilierung von wissenschaftlichen Instituten und Lehrstühlen oder die medienethische Ausrichtung von diözesanen und überdiözesanen Einrichtungen. Dies zeugt i.d.R. einerseits davon, dass deren gesellschaftliche Prägekraft v.a. hinsichtlich ihrer problematischen Aspekte wahrgenommen wird. Es ist andererseits Ausdruck einer problematischen Reduzierung der kirchlichen Verkündigung auf moralische und ethische Fragestellungen, die seit der Mitte des 20. Jh. für die öffentliche Wahrnehmung der katholischen Kirche auf fatale Weise dominierend geworden ist und den Eindruck einer – freilich kaum mehr akzeptierten – moralischen Kontrollinstanz erzeugt.

Die in den Social Media vervielfachte Zahl möglicher Informationsquellen und -formate können für Nutzer bzw. Nutzerinnen zu einem Überangebot von Nachrichten führen. **Die Bewertung unterschiedlicher Informationsquellen und die Reflexion der eigenen, selektiven Wahrnehmung als Grundkompetenz bürgerlichen Medienverhaltens ist damit auch elementarer Bestandteil moderner Medienpädagogik.** Gerade im Segment der Social Media verschmelzen zudem die klassischen Rollen von Anbieter und Nutzer. Frühere Monopolstellungen zur Steuerung von öffentlicher Kommunikation sind dadurch zunichte geworden, wie sie beispielsweise für die staatlichen Sicherheitsbehörden (z.B. Polizei) im Rahmen eines Katastrophenfalls akzeptiert waren. Daraus entstehen nicht nur für staatliche Institutionen Anfragen an die Sicherheitsstruktur einer Gesellschaft. Die Möglichkeiten zur Veröffentlichung von Fotos, Audio- und Videoaufnahmen oder einfachen Statements von jedermann und jederfrau zu jeder Zeit mildert traditionelle Autoritäten. Versuche, mit dem „Recht am eigenen Bild“ widerstrebende Rechte miteinander abzustimmen, erscheinen eher hilflos.



■ *J. Haberer, Digitale Theologie. Gott und die Medienrevolution der Gegenwart, München (Kösel) 2015.*



1. *Welche Medientheorien führt der LB auf? Benennen und beschreiben Sie diese!*
2. *Welche Herausforderungen digitaler Mediennutzung können im Umgang mit Medien und in der Reflexion ethischer Fragestellungen ausgemacht werden?*
3. *Welche Medienformate für kirchliche Themen im Bereich staatlicher bzw. öffentlich-rechtlicher Angebote gibt es?*
4. *Welche Möglichkeiten können herangezogen werden, den Pfarrbrief als geeignetes Medienformat zur Geltung zu bringen?*
5. *Welche medienethischen Fragestellungen im Bereich des Internets (v.a. Social Media) gibt es? Nennen und beschreiben Sie diese näher!*