

Die deutschen Bischöfe
Publizistische Kommission

Nr. 35

Virtualität und Inszenierung

Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft
– Ein medienethisches Impulspapier –

29. Juni 2011

Virtualität und Inszenierung

Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft
– Ein medienethisches Impulspapier –

29. Juni 2011

Virtualität und Inszenierung. Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft. – Ein medienethisches Impulspapier – / hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz. – Bonn 2011. – 88 S. – (Die deutschen Bischöfe – Publizistische Kommission ; 35)

INHALT

Vorwort.....	5
I. Einleitung – Die Zeichen der Zeit	9
II. Virtualität – Ein Kennzeichen der digitalen Mediengesellschaft	17
A. Merkmale digitaler Medien	17
B. Virtualität – Eine Begriffsbestimmung.....	19
C. Verschmelzung von Virtualität und Realität	21
D. Cyberkultur und Cyberökonomie	23
E. Fazit	27
III. Inszenierung – Ein Imperativ der digitalen Mediengesellschaft	29
A. Wettbewerb um Aufmerksamkeit.....	29
B. Bedeutung der Inszenierung.....	31
C. Fazit	34
IV. Authentizität – Kriterium für eine zukunftsfähige digitale Mediengesellschaft	36
A. Die moralische Bedeutung von Authentizität – drei ethische Leitideen.....	36
A.1 Menschliche Kommunikation und Authentizität....	36
A.2 Ethik und Ästhetik des Bildes	38
A.3 Öffentlichkeit und Demokratie.....	42
B. Authentizität im Netz – drei ethische Bewährungsfelder.....	45
B.1 Formen von Gewalt	46
B.2 Datenschutz	48
B.3 Soziale Netzwerke	51
C. Fazit	55

V.	Orientierung – Kompetenzen in der digitalen Mediengesellschaft.....	57
A.	Notwendigkeit eines neuen Bildungs- und Kompetenzbegriffs.....	57
B.	Medienkompetenzen der Prosumer.....	63
C.	Fazit.....	64
VI.	Handlungsempfehlungen für ausgewählte Problemfelder der digitalen Mediengesellschaft.....	67
A.	Appell an Verantwortung.....	67
B.	Ausgewählte Problemfelder.....	69
B.1	Formen von Gewalt.....	69
B.2	Datenschutz.....	72
B.3	Soziale Netzwerke.....	74
C.	Fazit.....	77
VII.	Schlusswort – Kirchliche Medienarbeit in der digitalen Mediengesellschaft.....	78
	Anregungen und Empfehlungen des Impulspapiers im Überblick.....	85
	Mitglieder der Arbeitsgruppe des medienethischen Impulspapiers.....	88

Vorwort

Unsere Gesellschaft befindet sich seit einiger Zeit in einem großen Umbruch. Ein wichtiger Motor der Veränderungen sind die Medien. Die technische Entwicklung hat zu einem Medienwandel geführt. Der Wandel hat weit reichende Folgen, gerade auch für das soziale Gefüge. Die Aufspaltung in viele Kleingruppen, erweiterte Kommunikationsmöglichkeiten unabhängig von Zeit und Ort, zunehmende Individualisierung und neue Lebens- und Kommunikationsgewohnheiten sind nicht zuletzt Symptome einer medialen Revolution. Dieser Prozess ist längst nicht abgeschlossen. Das Medienangebot wächst explosionsartig, weil im Internet täglich Neues hinzukommt. Es vergeht kein Tag, an dem nicht neue Websites gestaltet und neue Communities gegründet werden. Sie werden erstellt von traditionellen Medienunternehmen, neuen professionellen Anbietern oder Amateuren. Das Internet ist zu einem Meta-Medium geworden. Es bringt die bisher getrennten Mediensegmente zusammen und vernetzt diese. Es integriert Wort, Bild und Ton. Es verfügt über eigene Sprachcodes, Zeichensysteme und Inhalte. Das Internet ist ein gigantisches Kommunikations- und Vertriebssystem, das jedwede Angebote umgehend den Menschen zustellt.

Die Dynamik der Medienwelt provoziert nahezu reflexartig Verurteilungen oder Verklärungen. So prognostizieren die einen den kulturellen Niedergang des Abendlandes, die anderen ergehen sich in lautstarken Jubelszenarien, sehen gar in der Anwendung der digitalen Medien die Überwindung großer gesellschaftlicher Probleme. Eine medienethische Analyse, so wie wir sie vornehmen möchten, verfolgt das Anliegen, mit Distanz und Gelassenheit aktuelle Entwicklungen in der Mediengesellschaft wahrzunehmen, über Prozesse zu reflek-

tieren und Einordnungen vorzunehmen. Ziel unseres Nachdenkens ist es, medienethische Impulse und Anregungen für eine gerechte und menschendienliche Medien- und Kommunikationsordnung zu geben.

Wir verstehen Medienethik als Beobachtung von Entwicklungen und Veränderungen, die durch die Medien ausgelöst und beschleunigt werden. Nach unserem Verständnis ist es Aufgabe der Medienethik, solche Prozesse aufzuzeigen und auf mögliche Konsequenzen für den Menschen und die Gesellschaft hinzuweisen. Aus dieser Perspektive ergeben sich zentrale Fragen: Was bedeuten die Entwicklungen der Medientechnik für Öffentlichkeit und Gesellschaft? Welche Auswirkungen haben sie für unsere zukünftige Selbstwahrnehmung und unser Handeln? Wie beeinflussen die Umbrüche die gegenwärtigen und zukünftigen Vorstellungen der Menschen von einem sinnvollen Leben? Wird bei der Handhabung und Nutzung der neuen medialen Möglichkeiten die Menschenwürde geschützt? Wie steht es jetzt und in Zukunft um die kommunikative Beteiligung der Bürger, d. h., wie steht es um Zugangsvoraussetzungen und Partizipationschancen, um Grundnormen von Gerechtigkeit?

Im Mittelpunkt einer christlich-ethischen Bewertung der medialen Veränderungsprozesse stehen Person und Personengemeinschaft: „Der Mensch und die Gemeinschaft der Menschen sind Ziel und Maßstab für den Umgang mit den Medien. Kommunikation sollte von Mensch zu Mensch und zum Vorteil der Entwicklung des Menschen erfolgen.“¹ Aus dieser Perspektive geht es um die zentrale Frage: Wie stellen sich

¹ Päpstlicher Rat für die sozialen Kommunikationsmittel (Hrsg): Ethik in der sozialen Kommunikation. Rom 2000, 5. Vgl. ferner Päpstlicher Rat für die sozialen Kommunikationsmittel (Hrsg): Ethik im Internet, Rom 2002.

die gegenwärtigen Entwicklungen der Mediengesellschaft aus der Sicht des christlichen Glaubens dar? Schließlich gilt: Zeitgerecht zu sein ist für christliches Handeln genauso entscheidend wie sachgemäß zu sein – im Blick auf die Zeit wie im Blick auf das Evangelium –. Bei der Sache des Evangeliums zu sein und sich den Fragen der Zeit auszusetzen, sind zwei Bedingungen christlicher Zeitgenossenschaft, die stets zugleich zu erfüllen sind. Denn Anliegen und Anspruch des Christentums ist es, das zur Sprache zu bringen, was in der Zeit an der Zeit ist und zugleich über die Zeit hinaus weist. Den Anfang macht die Beschreibung von Ereignissen und Entwicklungen, die allen vor Augen stehen: „Schreib das, was du siehst ...!“ (Offb 1,11). Zu notieren ist, was sich dem Beobachter zeigt, was die Zeichen der Zeit sind.

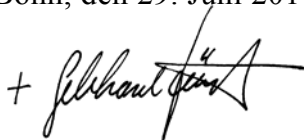
Christliche Zeitgenossenschaft spricht aus der Mitte der Gegenwart kritisch über diese, um sich widerständig und weiterführend auf den Lauf der Dinge im Hier und Jetzt einlassen zu können. Es ist ein Engagement, das in gleicher Weise der Gegenwart wie der Zukunft zugewandt ist. In diesem Sinne verstehen wir auch unsere Beobachtung und Einordnung der gegenwärtigen Medienentwicklung – eine Einordnung, die aufgrund der rasanten Veränderungen im Medienbereich nur eine Momentaufnahme sein kann. Angesichts der vielfachen Veränderungen, die die digitale Revolution mit sich bringt, ist eine Auswahl erforderlich. Wir wollen uns bei unserer Reflexion auf zwei Kennzeichen konzentrieren, die wir als Phänomene unserer Mediengesellschaft identifiziert haben: Virtualität und Inszenierung.

So werden nach einer Deutung der digitalen Mediengesellschaft unter den Stichworten Virtualität und Inszenierung als Zeichen der Zeit, der Entwicklung von ethischen Leitkriterien im Begriff der Authentizität und einer Einordnung dieser

Kriterien mit Blick auf die Bedeutung der Medienkompetenz, abschließend ausgewählte Akteure und ihre Verantwortung für Authentizität in der digitalen Mediengesellschaft benannt. Die Handlungsempfehlungen beziehen sich auf drei exemplarische Problemfelder: Formen von Gewalt, Datenschutz, Soziale Netzwerke.

Die medialen Wandlungsprozesse stehen für Chancen und Gefahren. Wir möchten die Vorzüge benennen, aber auch auf die Risiken hinweisen. Mit diesem medienethischen Impulspapier wollen wir uns in die Diskussion um die Umbrüche und Auswirkungen in der digitalen Mediengesellschaft einbringen. Wir verstehen dieses Papier als medienethischen und bildungspolitischen Beitrag für eine Debatte, an der sich möglichst viele Menschen und Gruppen beteiligen mögen. Dieses Impulspapier richtet sich daher sowohl an die Mitglieder unserer Kirche und alle Menschen in unserem Land, die sich an diesem öffentlichen Diskurs beteiligen möchten, vor allem aber auch an alle, die in der Medienpolitik und Medienpädagogik Verantwortung tragen, die sich im Bildungsbereich engagieren oder die in den Medien tätig sind.

Bonn, den 29. Juni 2011

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gebhard Fürst', with a small '4' written above the 'st' part of the name. The signature is written in a cursive style.

Bischof Dr. Gebhard Fürst
Vorsitzender der Publizistischen Kommission
der Deutschen Bischofskonferenz

I. Einleitung – Die Zeichen der Zeit

1. Die Enthusiasten des Medienzeitalters stellen globale Vernetzung, universale Kommunikation, gleichberechtigten Zugang zu jeder Art von Information, den Abbau von Hierarchien, die Überwindung kultureller Schranken und die direkte elektronische Demokratie in Aussicht. Die Skeptiker hingegen warnen vor Informationsoverkill, visueller Überforderung, Datenmüll und elektronischer Ausspitze- lung. Sie fürchten den Verlust kultureller Identitäten, den elektronisch hochgerüsteten Überwachungsstaat und eine virtuelle, schein- und wahnhaftige Wirklichkeitswahrneh- mung, mit der der Mensch sich selbst verfehlt.
2. Auch außerhalb theologischer Diskurse wird über die Am- bivalenz der Medien diskutiert. Ebenso wie kirchliche Pa- piere von Chancen und Risiken der Mediengesellschaft² sprechen, werden in der medienpolitischen Debatte Fakten ausgewertet und Entwicklungen im Blick auf ihre mögli- che zukünftige Bedeutung geprüft. Beide Aspekte, die Vorzüge wie die Gefahren, sind von besonderer Bedeu- tung für jene entscheidenden Phänomene und Trends in der Mediengesellschaft, denen im Folgenden vor allem un- ser Augenmerk gilt. Reflexionen über die neuen Medien- wirklichkeiten beziehen sich auf sehr konkrete und tief greifende Veränderungen und Entwicklungen im Blick auf Inhalt, Format und Gebrauch vor allem der digitalen Me- dien. Diese Umbrüche erweitern das Verhältnis der Me-

² Vgl. Kirchenamt der Evangelischen Kirche in Deutschland/Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hgg.): Chancen und Risiken der Me- diengesellschaft. Gemeinsame Erklärung der Deutschen Bischofskonfe- renz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland. Bonn 1997.

dienproduzenten, Medienanbieter und Mediennutzer um neue Dimensionen. Sie bergen neuartige Ziel- und Wertkonflikte, da bisherige Unterscheidungen von Privatraum und Öffentlichkeit nicht mehr greifen, neue Darstellungsformate entstanden sind, mediale Kommunikation nicht mehr nur einseitig vom Sender zum Empfänger verläuft. Zugleich sind die zur Verfügung stehenden Informationen unüberschaubar geworden. Herkömmliche (Aus-)Bildungsvorstellungen und kulturelle Orientierungsmuster sind möglicherweise nicht mehr angemessen.

3. Längst sind die Kommunikationsmedien neben der Ökonomie zum Leitsystem moderner Industriegesellschaften geworden. Alles, was in einer Gesellschaft öffentliche Geltung, Relevanz und Aktualität beansprucht, wird über die unterschiedlichen Medien publik gemacht: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“³ Medien erschließen und vermitteln Wirklichkeitsdeutungen. Durch sie vollzieht sich die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Dies führt zu weitreichenden Folgen für die öffentliche Moral einer Gesellschaft und ihre Selbstverständigungsdebatten. Ethische Diskurse finden heute auch in den (Massen-)Medien statt. Daher ist entscheidend, *wie* ein ethisches Problem in den Medien erscheint und dargestellt wird, denn die Art und Weise prägt den jeweiligen Diskurs und bestimmt seine Ergebnisse mit.⁴
4. Die Medien handeln mit den wichtigsten Rohstoffen moderner Gesellschaften: Wissen, Information und Aufmerksamkeit. In den modernen digitalen Medien findet sich die

³ Luhmann, N.: Die Realität der Massenmedien. Opladen 1996, 9. Vgl. auch ders.: Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt 1997, 190–412.

⁴ Als Beispiel sei auf die Stammzelldebatte verwiesen.

Schlüsseltechnologie für ein neues Stadium der menschlichen Zivilisation. Ihr kommt eine entscheidende Bedeutung zu, wenn es darum geht, die Konkurrenzfähigkeit postindustrieller Gesellschaften in einer globalisierten Ökonomie zu sichern. Sie wandelt den technologischen Vorsprung in einen wirtschaftlichen Vorteil um. Hier zeigt sich auch bereits ihre Ambivalenz. Moderne Medien und ihre Technologie sind einerseits ökonomisch-technische Instrumente der soziokulturellen Teilhabe (Inklusion) und Ausgrenzung (Exklusion). Wer über sie verfügt, definiert, wer am technisch-wissenschaftlichen Fortschritt teilnimmt, wer davon profitieren kann oder außen vor bleibt (digital divide). Zugleich entgrenzen und demokratisieren moderne Medien bisheriges Herrschaftswissen. Sie stellen Hierarchien in Frage, ermöglichen neue Gemeinschaftsformen und verschaffen letztlich völlig unterschiedlichen sozialen Schichten, Kulturen und Subkulturen Zugänge zu umfassenden Ressourcen von Informationen.

5. Politisch betrachtet kommt den Medien eine Aufklärungs- und Kritikfunktion zu. Sie bilden das zentrale Themensetzungs- und Gesprächsforum der gesellschaftlichen Öffentlichkeit. Und weit mehr: Sie stellen Öffentlichkeit überhaupt erst her und ermöglichen Teilhabe am öffentlichen Leben. Sie können Skandale auslösen, aber auch zu deren Verdeckung instrumentalisiert werden. Sie vermögen, einzelne Akteure zu Helden zu machen oder sie in Verruf zu bringen. Medien legitimieren sich zu Recht auch mit dem Hinweis darauf, dass sie den Funktionserfordernissen der Demokratie dienen. Allerdings folgt daraus nicht zwingend, dass sich die Medienakteure ihrerseits auch primär und verantwortlich an den Erfordernissen der Demokratie orientieren.

6. Die Medienrealität ist geprägt vom Wettbewerb um Aufmerksamkeit. Die Medien konkurrieren untereinander um Auflage und Einschaltquote, was immer wieder die Auswahl von Nachrichten und die Art und Weise der journalistischen Aufbereitung beeinflusst. Wo mit Nachrichten und Informationen gehandelt und Geld verdient wird, besteht auch die Gefahr, dass ihr Wert weniger an ihrem Wahrheitsgehalt gemessen wird als an der Möglichkeit, sie gut und vor allem schneller als die Konkurrenten zu verkaufen. Durch den Wettbewerbsdruck wächst die Neigung, den Wert einer Nachricht vorrangig an Kriterien des Kommerzes, der Profitoptimierung und des Spektakulären auszurichten. Die Gefahr besteht, dass dann nicht das Informationsbedürfnis der Mediennutzer, sondern ihre Sensationsgier befriedigt wird. Solche Fehlentwicklungen müssen benannt werden.
7. Zugleich gilt es, auf die Vorzüge der Medien für die Verständigung der Menschen untereinander und für die Verkündigung des Wortes Gottes hinzuweisen. Schon in der Pastoralinstruktion *Communio et progressio* von 1971 ist die Rede von Christus als einem „Meister der Kommunikation“ (Nr. 11), um den Stellenwert von Vermittlung und damit die grundsätzliche Bedeutung der medialen Dimensionen menschlicher Existenz kenntlich zu machen.⁵ Letztlich verdankt sich alle menschliche Wirklichkeit der Kommunikation über mediale Ausdrucksformen: Nur so weiß und versteht die Gegenwart etwas von der Vergan-

⁵ Der Rückgriff auf *Communio et progressio* mag überraschen. Tatsächlich haben die Grundlegungen dieser Schrift weiterhin Geltung. Viele ihrer Forderungen hinsichtlich der Ausbildung von Medienkompetenz im kirchlichen Raum harren weiter der Umsetzung. Ebenso ist ihr Verständnis von Kommunikation, Öffentlichkeit, Meinungsfreiheit und Autonomie der Mediennutzer noch lange nicht Gemeingut.

genheit, und nur so begründet sich die Gemeinschaft der Menschen durch die Zeit. Nur so wird die Erkenntnis der Einzelnen fruchtbar für die Gesellschaft, und nur so wirkt diese zurück auf ihre Mitglieder.

8. Das II. Vatikanische Konzil hat in seiner Pastoralkonstitution *Gaudium et spes* nachdrücklich darauf verwiesen, dass es Auftrag und Anliegen der Kirche ist, „nach den Zeichen der Zeit zu forschen und sie im Licht des Evangeliums zu deuten, so dass sie in einer der jeweiligen Generation angemessenen Weise auf die bleibenden Fragen der Menschen nach dem Sinn des gegenwärtigen und des zukünftigen Lebens und nach dem Verhältnis beider zueinander Antwort geben kann. Es gilt also, die Welt, in der wir leben, ihre Erwartungen, Bestrebungen und ihren oft dramatischen Charakter zu erfassen und zu verstehen“ (GS, Nr. 4).⁶ Die folgenden Sondierungen von Trends und Tendenzen der Mediengesellschaft, die die Gegenwart prägen wie die Zukunft zu bestimmen scheinen, sind einer solchen kritisch-solidarischen Zeitgenossenschaft verpflichtet.
9. Medienanalyse und Medienkritik mögen neue Herausforderungen für das Christentum sein. Der Umgang mit Medien und seine kritische Reflexion ist es gleichwohl nicht. Religionsgeschichte ist eng verknüpft mit Mediengeschichte. Religion kann sich ohne Zeichen, Worte und Bilder nicht mitteilen. Gerade dem Christentum war dieser Zusammenhang immer bewusst. Es hat sich der Medien

⁶ Vgl. Hünemann, P. (Hrsg.): Das Zweite Vatikanische Konzil und die Zeichen der Zeit heute. Freiburg – Basel – Wien 2006; vgl. ferner Kreutzer, A.: Kritische Zeitgenossenschaft. Die Pastoralkonstitution *Gaudium et spes* modernisierungstheoretisch gedeutet und systematisch-theologisch entfaltet. Innsbruck – Wien 2006.

sowohl bedient wie deren Stellenwert im Horizont seiner Glaubensüberzeugung immer wieder reflektiert. Der überquellende Bildreichtum der europäischen Kunst und deren Bildsprache ist ebenso wenig ohne den christlichen Glauben zu verstehen wie die Medien- und Bildkritik der Reformatoren, die sich zu deren wirksamer Verbreitung gleichzeitig des modernsten Mediums ihrer Zeit bedienten: des eben erfundenen Buchdrucks. Vom Alten Testament bis zum Autonomieverständnis der modernen Kunst ist das Verhältnis von Glaube, Ästhetik und medialen Ausdrucksformen eine Konfliktgeschichte. Gestritten wird über das Verhältnis von Sichtbarem und Unsichtbarem, Wort und Bild, sinnlicher Wahrnehmung und sinnhaftem Ausdruck, Bildlosigkeit und bildlicher Darstellung, Realitäten und Fiktionen.

10. Angesichts der digitalen Revolution, des weltumspannenden Internets und der neuen Herrschaft der Bilder ist es deshalb Aufgabe christlicher Zeitgenossenschaft, auf dem Hintergrund dieser Debatten und im Licht der Botschaft des Evangeliums immer wieder Stellung zu beziehen. Geprüft werden muss, in welchem Sinne Worte, Zeichen und Bilder der Kommunikation für die Menschen dienlich sein können, wo sich Risiken abzeichnen und wo den Auswüchsen und dem Missbrauch der medialen Ausdrucksformen entgegenzutreten ist.
11. „Betroffen von einer so komplexen Situation ...“, wie es das Zweite Vatikanische Konzil in seiner Pastoralkonstitution *Gaudium et spes* (Nr. 4) formulierte, wollen die folgenden Ausführungen deshalb aus christlicher Sicht Anregungen geben zur kritischen Wahrnehmung und Beurteilung der gegenwärtigen Veränderungen. Sie unternehmen Streifzüge durch eine Medienwelt, die vor allem eine Welt des Zeigens und der visuellen Darstellungen gewor-

den ist. Angesichts der Komplexität der Medienwelt erfolgt dieser Zugriff zunächst beispielhaft. Die vorliegenden Überlegungen konzentrieren sich deshalb auf die zwei Schlüsselkategorien der modernen Medienkultur, nämlich *Virtualität* und *Inszenierung*. An diesen Kategorien lässt sich das Innovative, das Menschendienliche, aber auch das Gefährliche der gegenwärtigen Entwicklungen besonders deutlich erkennen.

12. Mit Hilfe dieser Kategorien soll die Medienwirklichkeit erschlossen, präzisiert und gedeutet werden. Diese Wirklichkeit wird zunehmend virtuell: Bilder, Musik oder Texte erscheinen nur noch als momentane Realisierungen einer digitalen Quelle auf dem Bildschirm. Ebenso schnell wie sie auftauchen, verschwinden sie wieder. Aber diese vermeintlich nur technische Seite der Medienwelt hat auch massive Konsequenzen für das Selbstverständnis der Menschen. So wie der Computer als universale Maschine beliebige Wirklichkeiten inszeniert, verstehen Menschen zunehmend ihre Lebenswirklichkeit ebenfalls als Ergebnis eigener Inszenierungen. Begriffe wie Realität oder Natur stehen nicht mehr für feste Gegebenheiten, sondern verwandeln sich in Ergebnisse der medialen Inszenierungen gegenwärtigen Lebens.
13. Diese Sondierung des durch Virtualität und Inszenierung bestimmten medialen Raumes verbindet sich mit der Suche nach einem angemessenen Modus, in dem sich eine Medien- bzw. Netzethik heute konzipieren bzw. verorten lässt. Welche Handlungsorientierungen sichern menschliche Identität und gesellschaftliches Zusammenleben in einer Mediengesellschaft? Wo schlägt Virtualität in Weltverlust, wann Inszenierung in Selbsttäuschung um? Wohl wissend um die Eigengesetzlichkeiten der Medien, ihre Dynamik und auch öffentliche Macht wird versucht, eine

in christlichen Glaubensüberzeugungen verankerte Bestimmung der Chancen und Risiken moderner Kommunikationsmittel, insbesondere des Internets, zu formulieren.

II. Virtualität – Ein Kennzeichen der digitalen Mediengesellschaft

A. Merkmale digitaler Medien

14. Unter digitalen Medien werden in der Regel alle elektronisch und auf digitaler Basis funktionierenden Medien verstanden, verkörpert vor allem im Computer und in mobilen Endgeräten. Die digitalen Medien sind in hohem Maße flexibel, jederzeit aktualisierbar und hochselektiv. Sie machen die Grenzen zwischen Produzenten und Konsumenten durchlässig. Jeder Rezipient kann seinerseits zum Kommunikator werden. Auch die Abgrenzungen zwischen den klassischen elektronischen Medien (Telefon, Hörfunk und Fernsehen, Text, Bild und Ton) verschwinden. Das sie alle verknüpfende und integrierende Medium ist das Internet.⁷ Dabei ist die zentrale Bedeutung der Bildkommunikation unübersehbar. Eine Tendenz, die im Schlagwort vom Iconic bzw. Pictorial Turn kenntlich gemacht wird.
15. Die digitalen Medien haben den Wandel unserer Gesellschaft in hohem Maße beschleunigt. Sie verändern die Phänomene der Sprache, des Textes, der Information, des Wissens und der Kommunikation in ihrer bisher vertrau-

⁷ Die Veränderung der Medienlandschaft spiegelt sich auch in den empirischen Erhebungen wider, die sichtbar machen, dass das Fernsehen seinen Status als Leitmedium verloren hat. Vgl. u. a. die fortlaufend veröffentlichten ARD/ZDF-Online Studie (www.ard-zdf-onlinestudie.de), die KIM- und JIM-Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (www.mpfs.de) oder die Media Perspektiven Basisdaten (www.media-perspektiven.de). Globale Aspekte der Mediennutzung veranschaulicht www.worldmapper.org, Rubrik Communication.

ten Grundstruktur. Aus Texten werden Hypertexte, also Informationsräume, in denen die Lesenden von Link zu Link navigieren. Der Lese- und Navigationsweg des einen kann sich von dem eines anderen deutlich unterscheiden. In großem Umfang erweitern Bilder, Symbole oder Filmsequenzen die sprachlichen Texte oder ersetzen sie manchmal vollständig. Was folgt daraus für die Form und die Qualität von Kommunikation? Was ist unter diesen Voraussetzungen „fundiertes“ Wissen?

16. Informationen stehen inzwischen zu fast jedem Thema in unüberschaubarer Fülle und nie gekanntem Reichtum im Internet bereit. Doch wie findet man sie, und nach welchen Kriterien soll man auswählen? Und welchen der angebotenen (Bild- und Text-)Informationen kann man trauen? Wer garantiert ihre Zuverlässigkeit und Sachgerechtigkeit? Sichtbar wird diese Problematik etwa an der Online-Enzyklopädie Wikipedia. Das Prinzip hier ist, dass jeder, der möchte, mitarbeiten kann. Die Grenzen zwischen Laien und Fachleuten werden aufgelöst. Dies kommt der sog. Schwarmintelligenz entgegen. Auf der anderen Seite besteht aber die Gefahr von Fälschungen, Manipulationen und unsinnigen Einträgen, die redaktionelle Eingriffe erforderlich machen können. Noch entschieden subjektiver und interessen geleiteter ist das, was in den vielen Blogs, Webcommunities, Foren, Chaträumen und anderen Infokanälen und Plattformen wie z. B. Twitter verbreitet wird. Wo dienen diese Phänomene der Informationsfreiheit und dem öffentlichen Meinungsaustausch? Und wann geraten sie in Konflikt mit Persönlichkeitsrechten, dem Urheberrecht oder den Strafgesetzen?
17. Offenbar bedarf es neuer Kriterien zur Beurteilung und Einordnung dieser Phänomene. In bestimmten Bereichen braucht es womöglich auch neue Autoritäten, Instanzen

und rechtliche Regelungen. Hier ist die Politik gefordert, entsprechende Rahmenbedingungen sicherzustellen und sie kontinuierlich den neuen Entwicklungen anzupassen. Noch wichtiger erscheint es uns, dass die Mediennutzer befähigt werden, zwischen wahr und unwahr zu unterscheiden. Besonders anschaulich wird dieses Problem an der Bearbeitung von Fotos oder Videoclips, bei denen der bloße Augenschein keine Aussage über ihren Realitätsbezug mehr zulässt. Das Problem ist nicht neu, hat sich aber bei den modernen Kommunikationsmitteln verschärft. Grund sind die einfach zu handhabenden und jedermann zugänglichen Bildbearbeitungsverfahren. Es wird daher immer wichtiger, die Authentizität des Gezeigten kritisch zu hinterfragen.

B. Virtualität – Eine Begriffsbestimmung

18. Den Kern dieser kulturellen Wandlungsprozesse bezeichnet man als *Virtualität*. Der Begriff stammt aus dem 12. Jahrhundert. Im sogenannten Universalienstreit ging es um die philosophische Auseinandersetzung über das Verhältnis des Allgemeinen (*universale*) zu den Dingen. Dabei ging es um die Frage, ob der Begriff eines Dings dessen empirische Eigenschaften bereits virtualiter enthält, am besten zu übersetzen mit: „Als etwas, das nach Anlage oder Vermögen der Möglichkeit nach vorhanden ist.“ Das heißt also: als mögliche Wirklichkeit. Ist aber eine mögliche Wirklichkeit wirklich? Oder ist sie nur möglich? Und gibt es sie überhaupt? So ging es in der Folge dieses Streites etwa um die Frage, ob in einem Gnadenbild die oder der Heilige nur virtualiter gegenwärtig, der eucharistische Christus im Altarsakrament dagegen realiter

gegeben ist.⁸ Anders gesagt: Kann etwas, das nicht in physischer Form existiert, in Bedeutung und Wirkung einer real existierenden Sache gleichartig sein? Und wann ist das der Fall? Beim Heiligenbild: Nein? In der Eucharistie: Ja? Diese Fragen deuten also an, dass es möglicherweise unterschiedliche Realitätsgrade gibt. Und hier liegt auch der Stellenwert dieser Überlegungen hinsichtlich der Realitäten und Virtualitäten im Raum der Medien.

19. Wenn wir heute von Virtualität sprechen, dann geht es dabei in der Regel um virtuelle Welten wie Computerspiele oder Wirklichkeitssimulationen. In diesen Welten sind die Akteure in Gestalt elektronischer Rollenfiguren (sog. Avatare) unterwegs, wodurch sie sich gleichsam beim Agieren selber zuschauen können. Dieses virtuelle Handeln kann vom Bedienen einer Waffe oder eines technischen Geräts bis zum Spiel mit der eigenen Identität als Mann oder Frau reichen. Virtuell kann man jung oder alt, schön oder hässlich, ein Supermann oder ein Model sein. Gerade diese Möglichkeiten, seine eigentliche Identität zu verbergen und in andere Rollen zu schlüpfen, machen eine große Faszination der virtuellen Welten aus. Auf der anderen Seite gründen da auch ihre Probleme: von den Fragen des Jugendschutzes bis zu Fragen nach dem möglichen Suchtpotenzial eines Eintauchens in künstliche Welten.

⁸ Vgl. dazu Henkel, G.: Rhetorik und Inszenierung des Heiligen. Eine kulturgeschichtliche Untersuchung zu barocken Gnadenbildern in Predigt und Festkultur des 18. Jahrhunderts. Weimar 2004, 78–94.

C. Verschmelzung von Virtualität und Realität

20. Es besteht die Gefahr, dass Bilder und die durch sie erzeugte Information wichtiger werden als die Dinge, um die es in ihnen geht oder worauf sie sich tatsächlich oder vermeintlich beziehen. Damit würden Werte wie Authentizität, Echtheit, Wahrheit an Bedeutung verlieren.⁹ Was ist in der (künstlichen) Welt echt, was nur Schein? Eines ist auffällig: Theorien über die digitalen Medien neigen zu religiöser Symbolik – bis dahin, dass von einer regelrechten „Technotheologie“ gesprochen wird. Offenbar führt das Infragestellen der Bildbezüge und die Möglichkeit pseudorealisticer Wirklichkeitsentwürfe zu einem Denken, das für ästhetische, utopische, selbstüberschreitende, verheißungsgeladene und damit auch dem Religiösen nahe stehende Elemente höchst empfänglich ist. Im ersten Augenblick klingen solche Überlegungen eher spekulativ. Tatsächlich vollzieht sich im Sinn der eben beschriebenen kulturellen Dynamik eine fundamentale Umwandlung menschlicher Welt- und Selbstbeschreibung. Sie bringt nicht nur eine höchst faszinierende, sondern ebenso eine erschreckende Dimension mit sich. Ein Beispiel: Information war militärisch und strategisch seit je von Belang, nunmehr aber ermöglichen die Schnelligkeit und das Informations- und Simulationspotenzial der digitalen Medien Aufklärungstechniken, Präzisionswaffen, Hightech-Kampfroborer und Vernichtungsstrategien, die vor kurzem noch ins Reich der Science Fiction gehörten. Die Virtualisierung des Krieges hat weitreichende, zum Teil verhee-

⁹ Vgl. dazu Belting, H.: Das echte Bild. Bildfragen als Glaubensfragen. München 2005, 7–30.

rende Konsequenzen. Nicht nur, dass herkömmliche geostrategische Vorteile dabei keine Rolle mehr spielen, auch finanzielle Fragen treten in den Hintergrund. Der Programmieraufwand für einen Schaden stiftenden virtuellen Virus steht in keinem Verhältnis zu seinen realen Auswirkungen. Für die Handelnden verschwimmen bei der ferngelenkten Kriegsführung zunehmend die Grenzen zwischen Manöver und Ernstfall, zwischen Virtualität und Realität.

21. Die Virtualisierung der Wirklichkeit greift aber auch längst in unseren realen Alltag hinein. Heute gehen wir wissenschaftlich, beruflich und privat wie selbstverständlich mit virtuellen Räumen und simulierten Wirklichkeiten um. Wir nutzen bildgebende Verfahren in der Medizin, entwerfen dreidimensional unsere neue Kücheneinrichtung, fliegen mit Google Earth über die Erde und bewegen uns in hochkomplexen Spielwelten. Wir erleben das virtuelle Handeln als nützlich, informativ und unterhaltsam. Die Anpassungsbereitschaft von Nutzern ist groß, wenn technische Innovationen ihren Bedürfnissen entgegenkommen. Man denke nur, wie selbstverständlich in kürzester Zeit die Handynutzung im Alltag geworden ist. Zunehmend existieren Medien nicht einfach nur als technische Hilfsmittel, sondern sie spielen eine, wenn nicht *die* entscheidende Rolle bei der Erzeugung von Wirklichkeiten und ihrer Wahrnehmung.¹⁰
22. Macht es noch Sinn, in solchen Szenarien über das Suchen oder gar das Finden von Wahrheit nachzudenken? Es spricht einiges dafür, dass komplexer werdende Computersysteme das Selbstverständnis des Menschen grundle-

¹⁰ Vgl. Gibson, W.: Quellcode. Roman. Aus dem Amerikanischen von Stefanie Schaeffler. Stuttgart 2008, 130.

gend verändern. Für manche ist die zunehmende Verschmelzung von Virtualität und Realität ein Altraum. Andere begrüßen diese Entwicklung als Aussicht auf ein medial heraufgeführtes, globales Reich der Freiheit, in dem der Geist sich mit Hilfe der Technik von allen (historischen, biologischen, ethischen) Einschränkungen befreit hat. Schon Bertolt Brecht hatte 1932 die Einbahn-Struktur des damals neuen Massenkommunikationsmittels Hörfunk kritisiert und eine Kommunikationskultur gefordert, die das Internet inzwischen zu verwirklichen verspricht: „Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen. Der Rundfunk müsste demnach aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren.“¹¹ Jeder ist also sein eigener Programm- direktor und jede ihre eigene Chefredakteurin.

D. Cyberkultur und Cyberökonomie

23. Das ist genau die Perspektive, deren Umsetzung unter dem Label Web 2.0 zu den Megaprojekten der Internetkultur und Internetökonomie gehört: dem interaktiven Einbezug prinzipiell aller Netznutzer als freie Akteure. Nicht zufällig wurde einmal die sogenannte Datenautobahn als Metapher für Demokratie gepriesen. Was dieser

¹¹ Brecht, B.: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: Prokop, D. (Hrsg.): Massenkommunikationsforschung. Bd. 1. Produktion. Frankfurt a. M. 1972, 32.

Idee einer Internet-Demokratie Dynamik verleiht, ist die Tatsache, dass durch die digitalen Medien erstmals das als umfassend realisierbar scheint, was in einem ersten Entwurf im griechischen Denken und viel später dann in der Aufklärung als Öffentlichkeit gedacht wurde. Aber auch der Bezug zu einem theologisch untermauerten Medienverständnis liegt nahe. Wenn Medien weiterhin als „Instrumente der sozialen Kommunikation“ zu betrachten sind, dann ist Web 2.0 (und seine Fortentwicklung) als Raum der Kommunikation auch für die Glaubensgemeinschaft von großer Bedeutung: „Gemeinschaft ist das Ergebnis der durch Medien vermittelten Kommunikation. Deshalb kann man Kommunikation als die Substanz des Lebens bezeichnen.“¹²

24. Aber das Versprechen auf mehr Demokratie, Freiheit, Selbstbeteiligung und gleichberechtigte Kommunikation, das mit den digitalen Medien verbunden ist, hat auch seine problematischen Seiten. Eine davon lässt sich an der beliebten Suchmaschine Google aufzeigen, die faktisch zur ersten Autorität bei der Informationssuche geworden ist.¹³ Indem sie die Informationssuche nahezu monopolisiert, lenkt sie durch ihre Suchprogramme, Hierarchisierungen und Vorgaben die Kommunikationsmöglichkeiten in bestimmte Bahnen. Google Street View (das weltweite systematische Abfotografieren und Veröffentlichen von Straßenzügen) sowie bereits entwickelte, aber noch nicht eingesetzte Bilderkennungsprogramme lösen die Privatsphäre

¹² Vgl. Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz (Hrsg.): Medien- und Kommunikationskompetenz. Die Zukunft der AV-Medienstellen in der Informationsgesellschaft. Bonn 2000.

¹³ Vgl. Carr, N.: The Big Switch. Rewiring the World, from Edison to Google. New York – London 2008.

tendenziell auf. Der Verdacht liegt nahe, das geschehe im Interesse kommerzieller Interessen. Auch ergeben sich aus den Suchmustern der Nutzer Profile, die mehr über sie kundtun können, als ihnen lieb sein mag. Sicher geht es also bei Google auch darum, neue Märkte zu erschließen und dienliche Informationen Dritten im Sinne eines umfassenden Merchandising zu verkaufen. Wie sich Chancen und Risiken hier zueinander verhalten, ist zumindest noch nicht eindeutig geklärt.

25. Das gilt auch für den Einsatz von Suchmaschinen im wissenschaftlichen Bereich. Durch sie entstehen technische Assistenten, die per Software ein Sucherprofil ihres Nutzers erstellen und dann sozusagen selbständig zusammentragen, was wir – ihrer Meinung nach – suchen. Auf diese Weise ist die Gefahr gegeben, dass die Suchmaschinen nicht nur Antworten liefern, sondern selbst auch bereits die Fragen vorgeben. Es bedarf also einer eigenen Anstrengung, den Suchmaschinen gegen ihren internen Aufbau gesuchte Informationen zu entlocken. Aber andererseits wird gerade das auch wieder durch das Internet in ungeahnter Weise möglich. Auch hier bleibt also zu klären, wie sich Chancen und Risiken zueinander verhalten.
26. Vorzüge und Nachteile sind auch bei den Blogs, also den Web-Tagebüchern, festzustellen. Unbestritten gibt es viele interessante, häufig gelesene und einflussreiche Blogs, die einen Informationswert haben. Gleichwohl enthalten viele virtuelle Tagebücher nicht mehr als bloße Selbstdarstellungen, die oft gar nicht gelesen werden. So ist tendenziell „Jeder [...] seine eigene Nische“¹⁴. In diesem Fall liegt das genaue Gegenteil von Kommunikation vor. Anderer-

¹⁴ Gross, T.: Per Anhalter durchs Pluriversum. In: Die Zeit, 38/2006, 49–50. Hier 50.

seits: Ist nicht auch in der Alltagskommunikation oft genug jeder seine eigene Nische?

27. Gewiss war noch keine Technik von einem derartig erwartungsgesättigten Überschwang begleitet wie das Aufkommen der digitalen Medien und speziell der Möglichkeiten der virtuellen Kommunikation. Der Medienwandel der Kommunikationsformen hat weitreichende Folgen für das private und gesellschaftliche Leben, denn Kommunikation ist tatsächlich die Substanz des Lebens. Für den privaten wie für den gesellschaftlichen Bereich gilt: Viel grundsätzlicher als früher kommen virtuelle Aspekte der Kommunikation und folglich auch des Wirklichkeitsverständnisses in den Blick. Nicht mehr was Wirklichkeit ist, steht im Vordergrund, sondern viel mehr, wie sie entworfen wird und wie sie jeweils erscheint.
28. Wenn wahr ist, wovon manche Netzwelt-Vordenker überzeugt sind, dann wird eine erweiterte Religionskritik notwendig. Manche sehen in der Cyber-Kultur nichts anderes als eine „neue Religion“¹⁵, noch dazu eine, die mit ausgesprochen starken Machtfaktoren einhergeht. Dies soll wohl auch heißen, es handelt sich um eine Ideologie, die dem Menschen schadet. Die Aufgabe dieser neuen Religions- und Ideologiekritik verdoppelt sich, wenn die These zutrifft, dass das offenkundig erwachte „Bedürfnis nach einer Wiederverzauberung der Welt“¹⁶ in einem ursächlichen Zusammenhang mit der digitalen Umwandlung

¹⁵ Gespräch mit Lanier, J.: Eine grausame Welt. In: Der Spiegel, 46/2006, 109. Vgl. ferner Gespräch mit dem Internet-Pionier Lanier, J.: Der digitale Maoismus ist zu Ende. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16. Januar 2010, S. 33.

¹⁶ Gumbrecht, H. U.: Mobilmachung der Sehnsucht. In: Cicero, Februar 2008, 16.

menschlichen Daseins stehe. Die digitalen Medien hätten, so heißt es, den Menschen gleichsam mit Gottesqualitäten wie Allgegenwart, Allwissenheit und Allmacht ausgestattet. Dies geschehe jedoch um den Preis des Verschwindens der körperlichen Dimension unserer Existenz und des beständigen Verfügbarseins für andere. Und genau darauf reagiere der Mensch mit einer „[...] Sehnsucht nach dem verbindlichen und substantiellen Rahmen einer nicht im Maß des Menschen begründeten Kosmologie oder ‚Schöpfung‘, die unserer Existenz ihre räumliche und physische Dimension zurückgeben soll“¹⁷.

29. Die Beobachtung scheint zuzutreffen. Nicht das von Menschen Gemachte, sondern das von anderswoher und unverfügbar Gegebene gewinnt zunehmend an Aufmerksamkeit – als Gegenbewegung zu virtuellen und inszenierten Welten. Alle betroffenen Disziplinen – Medientheorie, Philosophie und Theologie – tun gut daran, diese Verschränkung technischer Entwicklungen und alltäglicher wie geistiger Orientierungsversuche aufmerksam zu beobachten und zu analysieren. Denn sie bestimmt unser praktisches, kulturelles und spirituelles Dasein in tief greifender Weise.

E. Fazit

30. Die digitalen Medien stellen unendlich viele Zugänge zur Kommunikation zur Verfügung, aber sie bringen auch neue Probleme mit sich. Das Internet verheißt uns den Zugang zu Informations- und Unterhaltungswelten. Zugleich aber liegen sie endlos, unüberschaubar und manchmal

¹⁷ Gumbrecht, H. U.: Mobilmachung der Sehnsucht. In: Cicero, Februar 2008, 16.

überfordernd vor uns. Die Vernetzung von allem mit allem kann auch orientierungslos machen. Jemand, der gewillt ist, ein verantwortetes Leben zu führen, muss bereit sein, sich kritisch mit den medialen Prozessen sowie deren Konsequenzen auseinanderzusetzen. Das schließt insbesondere auch die virtuelle Darstellung der eigenen Person ein. Die Unterscheidung von Virtualität und Realität ist grundlegend, wenn es um die Bestimmung menschlicher Identität geht – zumindest, wenn Menschen aus christlicher Überzeugung daran festhalten, dass auch die gegenwärtigen Inszenierungen des Menschseins im Licht des Evangeliums verstehbar und kritisierbar sind.

III. Inszenierung – Ein Imperativ der digitalen Mediengesellschaft

A. Wettbewerb um Aufmerksamkeit

31. Das Visuelle dominiert die heutige Medienwelt. Sehen und gesehen werden – das ist es, worauf es heute mehr denn je ankommt. Wer etwas zu sagen hat, sollte das seinen Zeitgenossen auch (bildlich) zeigen können. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Und dieses Bild sollte mit allen Mitteln inszeniert werden. Wir sind heute in erster Linie Augenmenschen. Viele Menschen schöpfen ihr Selbstbewusstsein daraus, dass sie sich sehen lassen und effektiv in Szene setzen können. Man zeigt, wer und was man sein will, indem man sich entsprechend entwirft. Sich entwerfen heißt: Darstellen, als wer oder was man gesehen werden will. Man kann niemand sein, ohne zugleich etwas darzustellen und sich darzustellen. Im Wettbewerb um öffentliche Aufmerksamkeit ist es unabdingbar geworden, sich in Szene zu setzen.¹⁸
32. In einer Zeit, die auf der Suche nach neuen sozialen Utopien und politischen Visionen ist und die über neue technische Möglichkeiten verfügt, suchen sich auch die Sehnsüchte der Menschen neue Ausdrucksformen. Auch mediale Inszenierungen dienen der Befriedigung solcher Sehnsüchte. Viele Menschen scheinen keinen größeren Wunsch zu haben als im Fernsehen oder im Internet zu sein – das schafft Ansehen und Bewunderung und bestätigt, dass

¹⁸ Wie umfassend diese Inszenierungstendenzen und -zwänge inzwischen geworden sind und in welchem Maße sie nahezu alle Lebensbereiche beeinflussen, zeigt H. Willems (Hrsg.): *Theatralisierung der Gesellschaft*. 2. Bde. Wiesbaden 2009.

man existiert. Der Wettbewerb um Aufmerksamkeit dominiert alle Räume der Selbstdarstellung: den privaten, den politischen, den kulturellen und den gesellschaftlichen Raum überhaupt.

33. Wo alles eine Frage der Inszenierung und der zu gewinnenden Aufmerksamkeit wird, greift die Sinnlichkeit der visuellen Darstellung auch auf die anderen Sinne über. Hören und Fühlen verbinden sich mit dem Sehen. Die neue Anschaulichkeit versetzt die Mediennutzer in ausufernde Bildwelten. Man braucht sich kein Bild von der Welt mehr zu machen, sondern kann die Welt als Bild begreifen. Auf der anderen Seite verwandelt man das, was man selbst von ihr erfährt, ebenfalls sofort in Bilder: mit der Handykamera oder dem digitalen Fotoapparat. Man inszeniert auch die Alltagswelt, in der man sich bewegt, und die man sich erschließt, gleichzeitig als digital verfügbare Bildwirklichkeit.
34. Im digitalen Blick und mit der neuen Technik scheint die Welt zum Besseren umgestaltbar zu sein. Moderne Visionen sind vorrangig Televisionen. Sie verlegen das hier und heute Erhoffte nicht in ferne Zeiten, sondern liefern das Entfernte und Ersehnte frei Haus. Die Wunsch-Utopie wird virtuell sofort realisiert, in Bild und Ton. Medien bieten Anerkennung und Partizipation am Spektakulären, Exklusiven und Einmaligen. Sie ermöglichen uns, an Ereignissen teilzunehmen, von denen wir räumlich und zeitlich getrennt sind: von den Großereignissen der Unterhaltung bis zu den Katastrophen unserer Zeit.
35. Im Prinzip verhelfen die Medien dazu, nichts zu versäumen. Sie machen Teilnahme zu einem Akt des passenden Anschlusses (via Antenne, Kabel, Modem, WLAN). Digitale Aufzeichnungsgeräte und elektronische Speichermög-

lichkeiten erlauben es, die Zwänge der Zeit zu durchbrechen. Was zur gleichen Zeit, jedoch an verschiedener Stelle und auf einem anderen Kanal passierte, lässt sich nun nacheinander betrachten. Man ist präsent, ohne anwesend sein zu müssen. Wer sich vor Ort aufhält, hat unter Umständen weniger Überblick über das, was geschieht, als der Zuschauer am Fernseher oder Computer.

B. Bedeutung der Inszenierung

36. Keineswegs stimmt schon alles mit der Wirklichkeit überein, nur weil es gut inszeniert ist. Hierfür liefert etwa die Politik zahlreiche Belege. Je weniger die anstehenden Probleme und die Folgen ihrer Bewältigung (oder Nichtbewältigung) individuell fühlbar und durchschaubar sind, umso notwendiger werden in der Politik Formen ihrer symbolischen Darstellung und Dramatisierung. Diese Notwendigkeit geht jedoch einher mit den nicht zu unterschätzenden Risiken und Versuchungen dieser Symbolisierung. Je telegener ein Problem ist, desto leichter wird es, öffentliche Aufmerksamkeit zu organisieren. Die Telegenität eines Problems oder einer Problemlösung muss jedoch nicht ihrer tatsächlichen Bedeutung entsprechen.
37. Gerade die Verantwortlichen in der Politik bedienen sich bildreicher und symbolträchtiger Inszenierungen. Oft kompensiert dabei der visuelle Schein der Problembefassung die Unmöglichkeit der tatsächlichen Problembewältigung. In einer Zeit, in der politische Entscheidungs- und Gestaltungsräume immer komplexer werden und den verschiedenen Zwängen unterliegen, mehren sich auch die Situationen, in denen Politiker in der Öffentlichkeit Zeichen setzen müssen. Dies hat zur Folge, dass symbolhafte und in-

szenierte Handlungen in der Politik zunehmen. Es steht zu befürchten, dass in den medialen Inszenierungen der Politik die Auseinandersetzung um das bessere Argument oder um die überzeugendere Strategie mehr und mehr verloren gehen.

38. Inszenierungen stehen ursprünglich in einem künstlerisch-ästhetischen Kontext. Im Zeitalter der digitalen (Re-)Produzierbarkeit von Bildern hat sich die Bedeutung des Inszenierens und des Repräsentierens verändert. Bilder haben jetzt nicht mehr bloß die Funktion, dass sie eine Darstellung sind oder dass sie zeigen, wie man etwas sehen kann. Vielmehr können sie zu reinen Darbietungen ihrer selbst werden. Bilder sind oftmals nun die „performance“ einer Realität, die es ohne sie nicht gibt. Solche Bilder sind Entwürfe, Simulationen und Modelle von Wirklichkeiten, die Realität erschließen und sich auf sie beziehen können, aber nicht müssen.
39. Wie steht es im digitalen Zeitalter um die Wahrheit der Bilder? Oder wird jetzt überhaupt erst deutlich, was Bilder in Wahrheit sind – und vielleicht auch in nicht-digitalen Zeiten schon waren – nämlich Medien des Fiktiven, Virtuellen, Simulierten, Produkte der Fantasie, die darbieten, was es ohne sie *so* nicht gibt?¹⁹ Dennoch führt Virtuelles

¹⁹ Allerdings wird in diesen Anfragen auch eine eventuell unzureichende Prämisse deutlich, die, wenn sie preisgegeben wird, durchaus eine neue Wertschätzung des Bildes ermöglicht. Diese Prämisse ist der repräsentativen Funktion von Bildern verhaftet, an die man durchaus Fragen nach der Authentizität, Echtheit und Wahrheit des bildhaft Dargebotenen anschließen kann. Bilder können aber auch eine „performative“ und zugleich eine „Wiedergabefunktion“ erfüllen. Die Leistung „bildgebender“ Verfahren in den Naturwissenschaften und in der Medizin (z. B. Magnetresonanztomographie) besteht dann zwar auch im „Sichtbarmachen“, aber die dabei entstehenden Bilder zeigen nicht alles, sondern

zu echten Erlebnissen, Emotionen und Erfahrungen. Hollywoodkino und Affektfernsehen leben von der Attraktivität fiktiver Geschichten, deren Bezug nicht wirkliche Personen, Schicksale und Landschaften sein müssen, die aber zugleich real wirken. Sie machen nachdenklich, bringen zum Lachen, trösten. Freilich wird in deren Bildern Wirkliches medial reproduziert. Das kann dazu führen, dass man dem Wirklichen oft zuerst oder ausschließlich in seiner technischen Reproduktion begegnet.

40. Das gilt nicht nur für die Fiktionen, sondern auch für tatsächliche Ereignisse: Wir waren am 11. September 2001 nicht in New York, wir haben den Tsunami am 26. Dezember 2004 nicht miterlebt, wir haben nicht an der Love Parade am 24. Juli 2010 in Duisburg teilgenommen – und doch sind wir Zeugen von Wirklichem gewesen. Darum kann man den sogenannten Sekundärerfahrungen nicht ohne Weiteres ihre Bedeutsamkeit abstreiten. Zwar tauschen Primär- und Sekundärerfahrungen in der medialen Welt vermehrt ihre Plätze, aber das heißt noch nicht, Sekundärerfahrungen seien Erfahrungen minderer Qualität. Die Bilder aus dem Vietnamkrieg 1965 bis 1975, das Begräbnis von Lady Diana 1997 oder das öffentliche Sterben von Johannes Paul II. 2005 mögen Belege dafür sein, dass eine vorschnelle Hierarchisierung von primären und sekundären Erfahrungen zumindest problematisch ist. Denn jedes der genannten Medienphänomene hat konkrete (rea-

leisten eine Komplexitätsreduktion der Wirklichkeit, indem sie die jeweils entscheidenden Strukturen des untersuchten Gewebes oder Organs hervortreten lassen. Der Status der Bilder besteht nun darin, dass Funktion und Darstellung konvergieren. Im Kontext der Medizin gewinnen solche Bilder den Status von Gebrauchsanweisungen, die gelesen werden müssen, damit z. B. ein Gehirnchirurg weiß, wie er bei der Operation seine Instrumente zu führen hat.

le, primäre) Erlebnisse hervorgerufen und konkrete Handlungen von Menschen motiviert.

41. Die Digitalisierung hat Bilder zu Objekten beliebiger Manipulierbarkeit gemacht. Längst ist nicht mehr offensichtlich, was wahr und was unwahr ist. Das gilt nicht nur für die Bildwelten, sondern auch für die damit verbundenen Erzählungen. Bei vielen öffentlichen Auftritten von Prominenten (in Talkrunden) und unbekanntem Akteuren (in Casting-Shows) ist die Vermutung nicht abwegig, dass die vermeintlich authentische Selbstdarstellung nichts anderes ist als die Präsentation einer bereits auf massenmediale Inszenierbarkeit angelegten Figur. Auf der anderen Seite muss man sich jedoch fragen, ob ein Heucheleivorwurf noch berechtigt ist, wenn die Zuschauer möglicherweise die entsprechenden Formate von vornherein als „unecht“ bewerten oder im besten Fall als Inszenierung identifizieren. Ist das jedoch Grund genug, die Forderung nach Authentizität, Realitätsbezug und Wahrheit im Bereich der (digitalen) Medien fallen zu lassen?

C. Fazit

42. Macht lässt sich steigern durch die Macht des Bildes. Wer entscheidet, welche Bilder die Menschen sehen dürfen, ist an der Macht. Heute sind dies vor allem Medienkonzerne, Netzbetreiber und Investoren. Die Möglichkeit, Bilder und ihre Verbreitung kontrollieren zu können, stellt ein Herrschaftsinstrument dar. Wer Bilder kontrolliert, besetzt Themen. Und wer Themen besetzt, schafft den Rahmen für politischen Einfluss. Auf diese Weise lassen sich Weltbilder und Weltanschauungen kreieren. Ausgerechnet die digitalen Medien selbst, speziell das Internet, verhindern ei-

ne absolut umfassende Medienkontrolle von Einzelnen. Hier erweist sich das emanzipatorisch-kritische Potenzial von Web 2.0: Die Stimme des Bloggers, der Augenzeuge war, wird über das Netz weltweit gehört, und ebenso findet der eben noch mit der Handy-Kamera gedrehte Clip den Weg in die Öffentlichkeit. Das potenziell alles umfassende Netz umfasst somit auch das, was offiziellen Lesarten entgegensteht oder aus welchen Interessen auch immer unterdrückt wird. Die schon erwähnte, von Brecht visionierte Kommunikation mit Rückkanal existiert inzwischen tatsächlich. Die Dominanz der (inszenierten) Bilder- und Medienwelt ist in ethischer Hinsicht ambivalent. Sie wirft Fragen auf, denen wir uns – auch als Kirche – immer wieder neu stellen müssen. Wann sind Medien wahrhaftig und authentisch, wann nicht?

IV. Authentizität – Kriterium für eine zukunftsfähige digitale Mediengesellschaft

A. Die moralische Bedeutung von Authentizität – drei ethische Leitideen

43. Mit den Stichworten *Virtualität* und *Inszenierung* lassen sich Tendenzen der digitalen Mediengesellschaft ausmachen, die für eine faszinierende Erweiterung von Möglichkeiten und Formen der Kommunikation stehen. Mit ihnen sind aber neue Herausforderungen verbunden. Im Folgenden sollen ethische Kriterien ermittelt werden, mit denen sich diese Herausforderungen präziser deuten und bewältigen lassen. Als Leitbegriff dient dafür die Authentizität, aus dem drei ethische Leitideen entwickelt werden: die moralische Qualität menschlicher Kommunikation, die Ethik der Bildästhetik und die Reflexion auf die Sittlichkeit von Öffentlichkeit und Demokratie.

A.1 Menschliche Kommunikation und Authentizität

44. Christliche Zeitgenossenschaft besteht darin, die Zeichen der Zeit zu erkennen und sie im Licht des Evangeliums zu deuten (vgl. GS Nr. 4). Vom Evangelium her wird gefragt, wie lebensdienlich oder lebenshinderlich gesellschaftliche Entwicklungen sind: Wessen Lebenschancen werden vermehrt, und wer hat Nachteile zu erleiden? Wessen Hoffnung auf Teilhabe an technischen und sozialen Errungenschaften wird gestärkt, und wessen Sorgen und Ängste er-

halten neue Nahrung? Wer ist Nutznießer, und wer ist Leidtragender? Wer trägt die Verantwortung für die ungleiche Verteilung von Chancen und Risiken? Wie lassen sich solche Ungleichheiten verhindern?

45. Gegenwärtige Suchbewegungen nach einem gelingenden Leben werden in einer christlichen Zeitdiagnose mit diesen Fragen in Beziehung gesetzt zu einer vom Evangelium bestimmten Sichtweise des Menschen. In der Moderne sind Fragen nach den Bedingungen und Möglichkeiten gelingenden Lebens vor allem bestimmt vom Streben nach Freiheit: Der moderne Mensch will frei, aber nicht einsam sein. Er will ein individueller Mensch sein und sich von anderen unterscheiden, in Freiheit über sich selbst bestimmen. Aber er will sich ebenso auf andere beziehen können, sich ohne Zwang und unverstellt anderen zuwenden.
46. Im christlichen Personenverständnis findet dieser doppelte Wunsch eine Entsprechung und Vertiefung. Der einzelne Mensch ist immer nur als Mitmensch denkbar. Der Mensch ist sich selbst überantwortet und ist zugleich verantwortlich für die Beziehungen, in denen er mit anderen lebt. Menschsein verwirklicht sich kommunikativ. Dieses kommunikative Element kann verschiedene Formen annehmen, etwa öffentlich oder privat, medial vermittelt oder von Angesicht zu Angesicht. Keine dieser Formen darf eine andere ersetzen wollen oder absolut gesetzt werden: Öffentliche Kommunikation kann nicht an die Stelle des Privaten und Intimen treten. Gleiches gilt umgekehrt.
47. Authentisches Menschsein ist nur möglich, wenn die Lebensverhältnisse des Menschen so geschaffen sind, dass beides zur Entfaltung kommen kann: menschliche Individualität und Sozialität. Authentizität steht hier nicht nur

für den Anspruch, das Leben selbst bestimmt führen zu können und für die Unversehrtheit von Wert und Würde des Einzelnen. Authentizität steht hier ebenso für Aufrichtigkeit und Redlichkeit im menschlichen Miteinander, für die Stimmigkeit sozialer Beziehungen.²⁰ Diese Aspekte lassen sich bündeln in der Forderung nach Wahrhaftigkeit: Es geht um die Gestaltung von Verhältnissen, die es ermöglichen, dass der Mensch in der Beziehung zu anderen und zu sich selbst aufrichtig sein kann. Authentisches Handeln, zu anderen und zu sich selbst stehen zu können, ist unabdingbar in dem Bemühen, menschliches Leben gelingen zu lassen.

48. Der Anspruch der Authentizität im Dienst der Förderung menschlichen Personseins muss je nach Kontext übersetzt und konkretisiert werden: Würde des Menschen, Persönlichkeitsrechte, Schutz von Kindern und Jugendlichen, Verantwortung von Eltern und Staat für Medienbildung und -kompetenz, Informationsfunktion der Medien. Authentizität betrifft auf ganz unterschiedliche Weise die Herausforderungen der digitalen Mediengesellschaft, wie sie in den Ausführungen zu den Stichworten *Virtualisierung und Inszenierung* angesprochen wurden.

A.2 Ethik und Ästhetik des Bildes

49. Zu den grundlegenden Bedingungen moderner Medien gehört die Dimension des Ästhetischen, vor allem: ihre Visualität, ihre Bildlichkeit, das In-Szene-Setzen von Wirklichkeit und Wahrnehmung. Der Bereich des Ästheti-

²⁰ Das Wort authentisch meint ursprünglich: „Herr, Gewalthabe, jemand, der etwas mit eigener Hand, dann auch aus eigener Gewalt vollbringt, so auch Urheber“ (HWP I,691).

schen betrifft unmittelbar die Erfahrungs- und Ausdrucksmöglichkeiten der Menschen. Die Ästhetik ist eine besondere Form des Verstehens und Gestaltens des Selbstverhältnisses, der Beziehung zu anderen und des Bezugs zur Welt. Sie formt unsere Lebensbereiche in diesen drei Dimensionen des Selbst-, Fremd- und Weltverhältnisses und steht daher in besonderer Weise unter dem Anspruch der Authentizität.

50. Im Zeitalter der digitalen Produktion und Reproduktion von medialen Ausdrucksformen kann sich die medienethische Reflexion nicht nur darauf konzentrieren, *was* medial vermittelt wird, sondern sie muss vor allem bedenken, *wie* es vermittelt wird. An der Schnittstelle von Ethik und Ästhetik ergibt sich ein aussichtsreicher Ansatz für die Medienethik. Die Grundfrage lautet: Welche Bedeutung hat das ästhetische Format einer medialen Darstellung für deren ethische Beurteilung? Um dieser Frage auf die Spur zu kommen, soll vor allem das Bild als spezielles ästhetisches Format thematisiert werden.
51. Ein Nachdenken über die ästhetische Dimension steht zwar in der Gefahr, auf die Oberfläche und Schauseite von Medien fixiert zu bleiben. Aber sich der Ästhetik zuzuwenden heißt gerade nicht, eine medienexterne Normierung der Medien zu verfolgen. Stattdessen bietet sich die Chance, zu überlegen, ob nicht bereits die Ästhetik Urteilskriterien liefert, um einzelne Beiträge und Formate medienethisch beurteilen zu können. Wenn sich im Rückgriff auf die Bildlichkeit der Medien erweist, dass zwischen dem Ästhetisch-Visuellen und dem Ethischen ein unmittelbares Verhältnis besteht, dürfte es schwer werden, sich mit dem Hinweis auf die Autonomie des Medienbereiches ethischen Ansprüchen und Anfragen zu entziehen.

52. Bilder stellen nicht nur etwas dar oder vor, sondern nehmen oft auch eine Bewertung vor. Sie klagen die Grausamkeit des Krieges aus dem Blickwinkel seiner Opfer an. Sie stellen die Arroganz der Mächtigen in satirischen Karikaturen bloß. Sie kritisieren die Gleichgültigkeit oder den Voyeurismus von Zeitgenossen angesichts eines Unglücks, das nicht ihr eigenes ist. Ebenso häufig wird in das Bild von seinen Betrachtern eine Bewertung hineingetragen. Dann verbindet sich die Deutung mit einem Werturteil, das sich auf den Inhalt, die Wirkungen oder die Motive der Bildproduzenten bezieht. Umstrittene Abbildungen werden in der Medienwelt immer wieder zu Brennpunkten gesellschaftlicher Kontroversen. Recht, Ethik und Ästhetik ringen dabei um Maßstäbe, mit denen die Macht der Bilder verstanden, bewertet und notfalls auch begrenzt werden kann.
53. Was ist mit dem Kriterium der Authentizität in ästhetischer Hinsicht gemeint? Mit einem Bild, das der Mensch in der Öffentlichkeit von sich abgibt, setzt er sich in Beziehung zu anderen Menschen und zeigt darin zugleich seine Individualität, d. h. sein Verschiedensein von anderen. Zugleich riskiert er, darauf festgelegt zu werden, was er von sich gezeigt hat. Diese Problematik verstärkt sich bei Bildern, die Menschen in prekären Situationen zeigen. Diesem Problem ist nur beizukommen, wenn man unterscheidet zwischen dem, *was* Bilder zeigen und *wie* sie es zeigen. Das Bildmotiv mag in beiden Fällen identisch sein, aber Perspektive und Standort des Bildgebers und Bildbetrachters erzeugen jeweils einen ganz anderen Eindruck. Leider lassen immer wieder (Presse-)Fotos und Audio- oder Videoclips von Vergewaltigten, Ermordeten oder Verunglückten die Wahrung dieses wohltuenden Unterschieds vermissen. Er ist nicht allein ein ethisches Kri-

terium für die Ermittlung einer Bildqualität, sondern auch ein ästhetischer Maßstab. Es geht nicht darum, aus vermeintlich moralischen Überlegungen Bilder von Gewalt und Hass, von Erniedrigung und Demütigung zu verbannen. Aber sind solche Bilder erst dann authentisch und wahrhaftig, wenn sie einen vergewaltigten, erniedrigten oder verzweifelten Menschen zeigen? Gibt es nicht ästhetische Formate, die den Menschen in seiner Verzweiflung und Ohnmacht zeigen können, ohne dass sie ihn dabei erneut bloßstellen und erniedrigen?

54. In ästhetischer Perspektive fordert das Leitkriterium Authentizität eine visuelle oder sprachliche *Diskretion*, die darauf verzichtet, alles zu zeigen und zu benennen, was gezeigt und benannt werden könnte. Dass im Bild oder Text etwas fehlt, worauf sie verweisen, macht erst ihre Wahrheitsfähigkeit aus. Dazu gehört z. B. konkret das Vermeiden einer namentlichen Identifizierbarkeit, wie es im Pressekodex festgehalten ist: „Die Berichterstattung über Unglücksfälle und Katastrophen findet ihre Grenze im Respekt vor dem Leid von Opfern und den Gefühlen von Angehörigen. Die vom Unglück Betroffenen dürfen grundsätzlich durch die Darstellung nicht ein zweites Mal zu Opfern werden.“
55. Authentizität von Bildern (und auch Texten) bedeutet, dass sie sich ihrer Beschränktheit und Relativität bewusst bleiben und ihre Entstehungsbedingungen transparent halten. Legt man diese Perspektive für die Bestimmung von Authentizität im medialen Raum zugrunde, dann werden Medien ethisch kritisierbar. Das kommt dann zum Tragen, wenn die Medien diese Logik umkehren und den Anspruch einer vollständigen Darstellung oder Abbildung erheben oder Eigenwert und Würde des Abgebildeten in Frage stellen oder gar zerstören. Medien dienen dann

nicht mehr der Wahrung von Freiheit und Unverfügbarkeit des Erfassten und der authentischen Sichtbarmachung von Wirklichkeit und dem, was eben nicht erfasst werden kann, sondern werden von menschlicher Hybris, von Voyeurismus oder von Profitgier instrumentalisiert.

56. Ethisch sind solche Tendenzen zu kritisieren, weil sie die wohltuende Differenz aufzuheben versuchen, zwischen dem Geheimnis der Wirklichkeit und seiner wie auch immer konzipierten und verwirklichten Deutung und Erschließung besteht. Die im Rahmen einer Ethik der Bildästhetik entwickelte und aus dem Leitkriterium *Authentizität* abgeleitete Forderung nach visueller und sprachlicher Diskretion verlangt mit Blick auf das Beziehungsgeflecht von Virtualität und medialer Inszenierung eine weitere Reflexion des medialen Geschehens in unserer Gesellschaft.

A.3 Öffentlichkeit und Demokratie

57. Den ethischen Kriterien der Personalität und der Ethik der Bildästhetik tritt eine ethische Betrachtung der Öffentlichkeit zur Seite. Die Gestaltung des Verhältnisses der Menschen untereinander ist Gegenstand politischen Handelns in einem weiten Sinn. Politik betrifft die Zusammenhänge im Staat und auf der ganzen Welt, ist also prinzipiell entgrenzt. Die ausgreifende Dimension politischen Handelns ist nicht einfach nur ein lästiges aber notwendiges Übel. Sie unterliegt vielmehr der Überzeugung, dass Menschen fähig und in der Lage sind, ihre Verhältnisse in Freiheit und gemäß ihren Bedürfnissen gemeinsam zu gestalten. Über die Ziele und die Mittel dieser Gestaltung herrscht freilich oft genug Uneinigkeit, und die Organisation der

Suche nach der bestmöglichen Lösung rückt in das Zentrum der Diskussionen. Die Demokratie als Organisationsform politischer Gestaltung ist nicht ohne eine entsprechende politische Öffentlichkeit zu denken. Die Legitimität demokratischer Entscheidungen hängt von öffentlicher Information und Argumentation ab.

58. Diese Hinweise können nur andeuten, dass mit der Öffentlichkeit und den Medien wichtige normative Vorstellungen verbunden sind. Information, Kontrolle und Meinungsbildung sind normative Ansprüche auch an die digitalen Medien, weil die Demokratie nicht auf Öffentlichkeit verzichten kann. Diese ethischen Begriffe der Öffentlichkeit und der Demokratie stehen in engem Zusammenhang mit dem ethischen Leitkriterium der Authentizität im Sinne eines Engagements für die Wahrheit: Sicher sind Informationsmedien das Ergebnis von Konstruktionen – aber von Konstruktionen, die bei informierenden Medienformaten mit der Erwartung verbunden sind, mit der visuellen Darstellung werde Wirklichkeit authentisch wiedergegeben. Man erwartet von ihnen, dass sie wahrheitsgetreu etwas über die Wirklichkeit aussagen.
59. Ein derart realistisches Medienverständnis erscheint inzwischen naiv. Trotzdem beherrscht uns bei der Nutzung von Medien und vor allem beim Betrachten von Bildern in einer aktuellen Situation unmittelbar dieses dokumentarische Medienverständnis. Wir setzen voraus, dass das aufgenommene Bild, die Filmsequenz oder die Montage von Bildern, Infotafeln und Statements gleichsam transparent auf den sichtbar gemachten realen Sachverhalt ist. Audiovisuelle Medien sind keine Zeichen, die wie Worte vor allem über Konventionen definiert sind. Sie haben eine weit größere Nähe zur direkten Sinnes-Wahrnehmung durch unsere Augen und Ohren. Deshalb wird beispielsweise ei-

nem Fernsehbericht mit größerer Selbstverständlichkeit Wahrheitsgehalt und Authentizität zugesprochen als der sprachlich-symbolischen Vermittlung von Wirklichkeit. Ein Wissen um die konstruktiven, subjektiven und verschiedentlich auch manipulierten Elemente von Bildern ist daher nicht von vornherein Bestandteil des Medienbewusstseins und der Wahrnehmungs- und Erkenntnisakte, die in der Medienrezeption vollzogen werden. Das kritische Fragen nach der Richtigkeit oder Authentizität eines Mediums ist oft ein der Rezeption nur nachträglicher Vorgang.²¹

60. Eine Institution wie der Deutsche Presserat verbindet deshalb zu Recht die Forderung nach Authentizität mit dem Prinzip der Augenzeugenschaft. Alle, die für das Zustandekommen, die Bearbeitung und die Veröffentlichung von Medien zum Zeitgeschehen zuständig sind, sind professionelle Augenzeugen. Sie sollen in medialer Form Zeugnis ablegen von dem, was sie stellvertretend für die Öffentlichkeit tatsächlich wahrnehmen und vor Augen geführt bekommen haben. Hier steht die Informationsfunktion des Mediums im Vordergrund, zu deren Sicherstellung die Qualitätskriterien des informierenden Journalismus zur Geltung kommen.
61. Die Auswahlentscheidungen und Interpretationen der Medienproduzenten sind zwar notwendig subjektiv, aber die journalistische Qualität, wie sie im Medienrecht, den redaktionellen Richtlinien oder in Standeskodizes umschrieben wird, stellen einen anerkannten objektivierenden Rahmen dar. Dieser Rahmen soll sicherstellen, dass die Konstruktion von medialen Ausdrucksformen, die An-

²¹ Vgl. Leifert, S. (2007): Bildethik. Theorie und Moral im Bildjournalismus der Massenmedien. München, S. 254.

spruch auf Authentizität erheben, transparent und nachvollziehbar erfolgt: Das Foto oder der Filmbeitrag sind an diesem Tag, an jenem Ort, unter diesen und jenen technischen Voraussetzungen und redaktionellen Vorgaben entstanden.

B. Authentizität im Netz – drei ethische Bewährungsfelder

62. Die ethischen Überlegungen haben bisher erste Leitideen entwickelt, die für konkrete medienethische Probleme zur Beurteilung und zur Problemlösung geeignet erscheinen, aber dafür noch weitergeführt werden müssen. Für den Bereich des Internet soll dies in diesem Kapitel kurz geschehen. Warum das Internet? Das Internet wird zunehmend zu einem alle anderen Medien verbindenden und integrierenden Übermedium. Dieser gigantische und kaum zu überschauende virtuelle Raum stellt eine neue Form medialer Öffentlichkeit dar. Die Authentizität von medialer Darstellung und Selbstdarstellung ist besonders im Internet ein Problem. Zur Veranschaulichung sollen drei Beispiele dienen: Formen von Gewalt, Datensicherheit und Soziale Netzwerke. Wir sind uns bewusst, dass die Konzeption einer umfassenden Netzethik noch ganz am Anfang steht und diese Beispiele nicht mehr als Problemanzeigen sein können. Selbstverständlich beschränkt sich eine Netzethik nicht auf diese Fragestellungen. Längst sind noch nicht alle Fragen gestellt und vermutlich noch nicht einmal alle Problemfelder identifiziert.

B.1 Formen von Gewalt

63. Die Kommunikationsabsichten, mit denen das Internet als Informationsspeicher, Austauschplattform und Publikationsorgan genutzt wird, sind so vielfältig und unterschiedlich wie die Menschen, die sich seiner bedienen. Unbestritten bietet das Internet dem User eine Fülle positiver Möglichkeiten. Es wird genutzt zur Information, zum Austausch, zur Unterhaltung und Entspannung, für private Zwecke oder dienstliche und geschäftliche Anliegen. Doch nicht alles, was dort geschieht, ist ethisch vertretbar. Ein Beispiel ist das Cyber-Mobbing. Unter Cyber-Mobbing versteht man die Nutzung des Internet, um in böswilliger Absicht anderen Menschen zu schaden: durch Bloßstellung, permanente Belästigung (Cyber-Stalking) oder durch die Verbreitung von falschen Behauptungen, durch die Konstruktion fiktiver Authentizitäten. Cyber-Mobbing liegt auch vor, wenn Schüler Videos oder Bilder von Lehrerinnen und Lehrern in diffamierender oder beleidigender Weise bearbeiten und ins Internet stellen. Aber auch ihre Mitschülerinnen und Mitschüler selbst können Opfer solcher schlechten „Scherze“ werden, bis hin zum Happy Slapping, wenn also mit Handys oder Digitalkameras aufgenommene Gewalttätigkeiten über das Netz verbreitet werden. Das kann verheerende Folgen für die Betroffenen haben.
64. Entsprechende Untersuchungen zeigen²², dass „nicht mehr allein die Rezeption von gewalthaltigen Inhalten, sondern

²² Vgl. Grimm, P./Rhein, S./Clausen-Muradian, E. (Hgg.): Gewalt im Web 2.0. Der Umgang Jugendlicher mit gewalthaltigen Inhalten und Cyber-Mobbing sowie die rechtliche Einordnung der Problematik. Berlin 2008. (Schriftenreihe der NLM, 23).

auch deren Produktion, Bearbeitung, Verbreitung im Internet (Verlinkung und Verschlagwortung) sowie deren ständige Verfügbarkeit auf dem Handy [...] für die aktuelle Gewaltproblematik signifikant²³ sind. Die große Mehrheit von minderjährigen Internetnutzerinnen und -nutzern ist auf unterschiedlichen Wegen schon mit gewalthaltigen Inhalten in Kontakt gekommen. So klar das Verursachen, die Produktion und Verteilung von Cyber-Mobbing und Happy Slapping und ähnlichen Phänomenen gegen elementarste moralische Kategorien der Personenwürde verstoßen, so ist anzunehmen, dass auch die unvermeidbare bloße Konfrontation mit den Bildern und Videos Spuren bei Kindern und Jugendlichen hinterlässt. Dies führt nicht zwangsläufig zu einer Erosion sittlicher Überzeugungen. Es lässt sich auch nicht automatisch ein direkter Zusammenhang zwischen Rezeption und Gewaltverhalten ausmachen. Dennoch weisen wir nachdrücklich darauf hin, dass der Umgang mit diesen und anderen Formen medialer Gewalt eine Herausforderung darstellt. Hinsichtlich der Produktion und Nutzung von Medieninhalten ist folgende Frage entscheidend: Können Menschen in einer Weise damit umgehen, die einer störungsfreien persönlichen Entwicklung, einer Unterstützung von potenziellen oder tatsächlichen Gewaltopfern und der Fähigkeit zur gewaltfreien Konfliktlösung zuträglich ist?

65. Ein authentischer Umgang mit Gewalt im Internet fordert eine kritische Haltung, ein Einspruch gegen die Verbreitung gewaltverherrlichender Inhalte und auch ein (selbst-)bewusstes Wegschauen im Sinne einer Medienaskese. Das

²³ Grimm, P.: Gewalt im Web 2.0 – ein Anknüpfungspunkt für medienethische Reflexionsprozesse bei Jugendlichen? In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik, Jg. 11, 1/2009, 10–12.

Besondere des Menschen besteht ja auch darin, die Freiheit zu haben und zu nutzen, bestimmte Dinge nicht anzuschauen, wenn man erkennt, dass bestimmte Inhalte und Formen guten, gerechten und unversehrten Selbst-, Fremd- und Weltverhältnissen schaden können. Hier muss jeder Einzelne sich selbst in die Verantwortung nehmen. Für Kinder und Jugendliche gilt: Selbstverständlich stehen sie nicht vorrangig selbst in der Verantwortung, sondern vor allem und zuerst deren Eltern, Lehrerinnen und Lehrer sowie Personen im direkten persönlichen Umfeld. Sie haben die Aufgabe, junge Menschen zu einem sinnvollen Umgang mit Medien (d. h. ggf. auch Ablehnung und Nichtbeachtung von Medieninhalten) zu befähigen.

B.2 Datenschutz

66. Eine weitere ethische Herausforderung im Bereich des Internet ergibt sich aus der Tatsache, dass das weltweite Netz von jedem, der an persönlichen Daten interessiert ist, mit den üblichen Suchmaschinen wie Google oder mit speziellen Programmen nach Daten über Personen durchsucht werden kann. Hier sind nicht nur gewöhnliche Nutzer aktiv, sondern u. a. auch Informationsdienste, Werbefirmen, Personalabteilungen, Geheimdienste und staatliche Stellen. Generell gilt: Je komplexer und mächtiger die Dienste im Internet und der vernetzten Technik werden (Web 2.0, Web 3.0, Social Semantic Web, Ubiquitous Computing, Pervasive Computing, Ambient Intelligence usw.), desto deutlicher stellt sich das Problem des Datenschutzes. Dabei bleibt im Blick zu halten, dass damit Probleme der Geheimhaltung, der Vertraulichkeit, des Privatbereichs, der Intimsphäre, der Ruhe und der Ungestörttheit benannt sind, wie sie im besseren englischen Begriff

der privacy gemeint sind. Zwei Dimensionen des Problems können herausgegriffen werden: die Überwachungsbestrebungen des Staates und die Sorglosigkeit der Nutzerinnen und Nutzer im Umgang mit ihren persönlichen Daten.

67. Das Auftreten des transnationalen Terrorismus stört in empfindlicher Weise das Gleichgewicht zwischen Freiheit und Sicherheit und stellt demokratische Rechtsstaaten vor erhebliche gestalterische Probleme.²⁴ Eingriffe in die Freiheit der Bürgerinnen und Bürger auch im Namen der Sicherheit müssen dabei rechtsstaatlichen Prinzipien gehorchen und bedürfen einer besonderen Rechtfertigung. Gleiches gilt für Überwachungsmaßnahmen im Internet: Ein gesteigertes Sicherheitsbedürfnis darf nicht zu ungerechtfertigten Freiheitsbeschneidungen führen. Wenn der Staat Sicherheitsbedürfnisse und Terroristenjagd zum Anlass nimmt, um flächendeckend Daten zu erheben und zu speichern, wird es problematisch. Die von den Parlamenten bestellten Datenschutzbeauftragten sowie die Rechtssprechung sind daher ein notwendiges Gegengewicht zu Sicherheitsinteressen des Staates – ein Unterfangen, das wegen der Sorglosigkeit der Nutzer, massiver Lobby-Arbeit sicherheitspolitischer Hardliner und notwendiger technischer Detailkenntnisse nicht einfach zum Erfolg zu führen ist. In diesem Fall hängen grundlegende politisch-ethische Überlegungen mit der Gestaltung der digitalen Medien- und Kommunikationsgesellschaft eng zusammen.

²⁴ Vgl. Hidalgo, O.: Die Rückkehr des Leviathan. Wie der transnationale Terrorismus die labile Balance zwischen Freiheit und Sicherheit im demokratischen Rechtsstaat (zer-)stört. In: Frühbauer, J./Hörter, M./Noweck, A. (Hgg.): Freiheit – Sicherheit – Risiko. Christliche Sozialethik vor neuen Herausforderungen. Münster 2009, 65–81.

68. Dass eine ethisch verantwortliche Gestaltung der digitalen Kommunikationsgesellschaft längst eine grenzüberschreitende Herausforderung darstellt, zeigen nicht zuletzt die Veröffentlichungen auf WikiLeaks. Auf dieser Internetplattform werden Dokumente publiziert, die durch Geheimhaltung als Verschlussache, Vertraulichkeit oder Zensur in ihrer Zugänglichkeit beschränkt sind. Über die Internetplattform sind Korruptionsfälle und Umweltskandale enthüllt worden. Für internationales Aufsehen sorgte am 28. November 2010 die Veröffentlichung von rund einer Viertelmillion geheimer diplomatischer US-Berichte über zahlreiche Regierungen und deren Mitglieder in aller Welt. Die Befürworter dieser Internetplattform rechtfertigen die Veröffentlichung vertraulicher Informationen mit dem Hinweis, dass sie „unethisches Verhalten in ihren eigenen Regierungen und Unternehmen enthüllen wollen“²⁵. Doch ist Transparenz um jeden Preis ethisch vertretbar? WikiLeaks unterstellt ein öffentliches Interesse an den publizierten Informationen, die weder überprüft noch redaktionell aufbereitet werden. Es wird nicht unterschieden zwischen der unerlaubten Veröffentlichung von vertraulichen Dokumenten eines autoritären Staates und denen eines demokratischen Rechtsstaates. Die Bürger demokratischer Staaten verfügen über Grundrechte, mit deren Hilfe sie ihre Rechte geltend machen können. Es ist auch darauf zu verweisen, dass die Gefahr von Missbrauch gegeben ist, da bei WikiLeaks die Informationen anonym eingestellt werden.
69. Eine andere Problematik im Bereich des Datenschutzes liegt im Fall der freiwilligen Informationspreisgabe im Internet vor: Was nützlich ist, um einen alten Schulfreund

²⁵ <http://213.251.145.96/About.html>.

wieder zu finden, den man aus dem Blick verloren hat, schlägt ins Gegenteil um, wenn einem bei einem Vorstellungsgespräch jugendliche Entgleisungen präsentiert werden. Einträge, die irgendwo im Netz gespeichert geblieben sind, und die einen nun in Erklärungsnoté bringen können. In ganz neuer Dringlichkeit muss gesellschaftlich bewusst werden, dass das Einstellen von Informationen ins Netz im Prinzip deren weltweite Veröffentlichung darstellt.

70. Aber auch wenn man sich selbst im Netz medial nicht inszeniert und darauf verzichtet, als Produzent einer virtuellen Figur (Ich-Authentizität) in Erscheinung zu treten, werden persönliche Eigenschaften im Netz transparent. Jede Nutzerbewegung im Netz kann nachverfolgt werden, E-Mails können mitgelesen und Nutzungszusammenhänge analysiert werden – ohne dass man es bemerkt. Cookies, d. h., bei der Informationssuche im Internet gegebene Erlaubnisse, die elektronische Adresse zu speichern, werden zur Bildung von Profilen verwendet. Das kann nützlich sein, wenn einem der Online-Buchhändler Neuerscheinungen präsentiert, die im Horizont der eigenen Interessen liegen, oder nervig, wenn man mit lästigen Werbemails eingedeckt wird.

B.3 Soziale Netzwerke

71. Besondere Aufmerksamkeit erhalten in jüngster Zeit die Sozialen Netzwerke. Mit stark steigenden Nutzerzahlen und der Tendenz, wichtige Internetangebote inklusive Microblogging, Email und Instant-Messaging unter dem Dach eines solchen Angebots zu vereinheitlichen, werden Soziale Netzwerke zu den prominentesten Websites im Netz. Hier werden zunächst neue und chancenreiche Formen

von Gemeinschaftlichkeit sichtbar. Menschen können sich unabhängig von ihrem Wohnort austauschen und untereinander auf dem Laufenden bleiben, Menschen verschiedener Herkunft kommen im Netz vor allem in kleineren Teilöffentlichkeiten zusammen, um sich über Themen auszutauschen, für die sie sich interessieren. Kaum jemand mag ernsthaft behaupten, dass diese Form der sozialen Interaktion und Kommunikation ein Treffen mit Freunden oder Familienangehörigen ersetzen kann. Menschen nutzen diese Angebote daher in erster Linie ergänzend zu ihren kaum veränderten offline-Aktivitäten. Diese neuen Formen des Austausches, die mit Identitätsbildung und Beziehungsgestaltung beschrieben werden können, sind eingebettet in andere Formen sozialer Zusammenhänge.²⁶

72. Neben den schon angedeuteten Problemen mit der Privatssphäre in Sozialen Netzwerken stellen sich vor allem zwei ethische Fragen: die nach der authentischen Identität und die nach der Teilhabe an diesen neuen Möglichkeiten. Menschen erfahren normative Ansprüche an ihr Kommunizieren und Handeln in einer unübersichtlichen digitalen medialen Umwelt. Ihnen ist die Gestaltung des Lebens und die Bewältigung der damit verbundenen Herausforderungen aufgegeben. Dazu gehören auch die Ausbildung und das Umgehen mit der eigenen Identität. Das eigene Profil im Netz ist ein Ausdruck eines Selbstbildes. Die Möglichkeiten der Darstellung sind durch Datenstrukturen vorgegeben. Dennoch können sie variabel benutzt werden: Was teile ich über mich mit und was nicht? Was rücke ich

²⁶ Vgl. zur kommunikationssoziologischen Erforschung des Neuen Netzes Schmidt, J.: Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz 2009.

ins Licht, und was verschweige ich? Kann ich das Bild, das andere von mir haben, bestimmen? Wie beschränke ich den Zugang zu meinem Profil, und für wen ermögliche ich ihn? Wie interpretiere ich andere Nutzerprofile? Wie überprüfe ich die Angaben anderer? Erkenne ich an, dass Daten gar nicht für mich freigegeben sind, respektiere ich den persönlichen Rahmen, und kann ich voyeuristischen Versuchungen widerstehen?

73. Diese Orientierung in Selbst-, Fremd- und Weltverhältnissen ist eine wesentliche Entwicklungsaufgabe. Die Gestaltung und Bewältigung dieser Verhältnisse geschieht auch im medialen Kontext. Dabei sind Soziale Netzwerke und ihre privaten Teilöffentlichkeiten nicht der einzige, aber ein relevanter Ort. In Zeiten, in denen sich das Verhältnis von Lokalität und Globalität, Privatheit und Öffentlichkeit, Intimität und Distanz, Sicherheit und Unsicherheit, Vertrautheit und Vertrauen neu sortiert und entsprechend Orientierung und Integration in neuen Sozialformen stattfindet, wird eine Ethik der digitalen Mediengesellschaft in neuer Weise relevant. Eine solche Ethik muss die Entwicklungen des Neuen Netzes berücksichtigen und eigens untersuchen.²⁷ Wenn Sozialisation und die Auseinandersetzung mit dem Selbst und der Umwelt im Neuen Netz geschieht, dann ist dies auch ein Thema einer Ethik der digitalen Mediengesellschaft, die durch die Stichworte *Virtualisierung* und *Inszenierung* gekennzeichnet ist. Ein authentisches Verhalten ist eine wichtige orientierende Leitidee für das Handeln und Kommunizieren in Sozialen

²⁷ Filipović, A.: Das Web 2.0 in sozialetischer Perspektive. In: geloggd. (Weblog von Alexander Filipovic), 26.03.2008. Online verfügbar unter <http://geloggd.alexander-filipovic.de/2008/03/26/web-20-sozialetische-perspektive/>.

Netzwerken. Die spielerische Auseinandersetzung und Formung der eigenen Identität entbindet nicht von der Verantwortung, ein stabiles Selbst zu entwickeln, das die Rechte anderer Individuen respektiert und für sie eintritt.

74. Solche Überlegungen leiten über zur Frage, ob diese Möglichkeiten auch konkret zur Verfügung stehen. Wie ist es um die Teilhabe- und Teilnahmemöglichkeit bestellt? Diese Frage mag überraschen, da mit dem Internet seit Anbeginn die Hoffnungen auf eine grenzenlose Teilnahme für alle verbunden sind. Untersuchungen zeigen aber, dass sich soziale Schichtung auch in Sozialen Netzwerken spiegelt oder diese gar verstärkt.²⁸ Menschen, die gesellschaftlich ausgeschlossen sind, sind auch ausgeschlossen von den Möglichkeiten des Neuen Netzes. Der Zugang zu diesen Netzwerken und zu anderen Möglichkeiten des „Mitmach-Webs“ ist nicht voraussetzungslos: Technische Ausstattung und Kenntnisse zur entsprechenden Handhabung sind notwendige Ressourcen, die unterschiedlich verteilt sind. Geht es um Teilhabe an letztlich kulturellen Prozessen, so geht es um Motivation: der Wunsch, sich dem (digitalen) Freundeskreis bekannt zu machen; die Verfolgung von ästhetischen Zielen; das Eintreten für die eigenen Wertüberzeugungen; die Teilhabe an der (menschlicheren) Gestaltung der Welt. Je bedeutsamer die Teilhabe im Neuen Netz wird, so deutlicher stellt sich die Frage nach gerechten Beteiligungsmöglichkeiten an diesen neuen kommunikativen Möglichkeiten. Dies ist zuerst eine Bildungsfrage – und damit ein Thema, das auch auf der Agenda kirchlichen Engagements steht.

²⁸ Boyd, D.: The Not-So-Hidden Politics of Class Online. Personal Democracy Forum, New York, June 30 2009. Online verfügbar unter: <http://www.danah.org/papers/talks/PDF2009.html>.

C. Fazit

75. Eine Ethik der digitalen Mediengesellschaft zielt ab auf die Gestaltung gerechter und menschenwürdiger Lebensverhältnisse. Wenn davon Gesetze und Institutionen (Schulen, Beratungsstellen etc.) berührt sind, ist dies eine (bildungs-)politische Aufgabe. Die katholische Kirche möchte ihre christlich-orientierten Wertmaßstäbe in die politischen Aushandlungsprozesse einbringen.²⁹ Dafür sind ethische Leitkriterien im Begriff der Authentizität (Menschliche Kommunikation und Authentizität, Ethik und Ästhetik des Bildes, Öffentlichkeit und Demokratie) entwickelt worden. Dieses Impulspapier drückt den Wunsch und die Hoffnung aus, dass diese Leitideen aufgenommen, überdacht und angewendet werden. Nicht nur institutionelle und politische Akteure, sondern auch jeder Einzelne, Familien und informelle Gruppen sollen sich selbst in die Pflicht nehmen aufgrund dieser bewussten Wertorientierung, die im Ausdruck *Authentizität* auf den Begriff gebracht wurde. Verantwortung für Authentizität bedeutet die eigene Verpflichtung auf Wahrheit und Wahrhaftigkeit im Verhältnis des Menschen zu sich selbst, im Verhältnis zu Anderen und im Verhältnis zur Welt und Umwelt. Es geht um gute und gerechte Lebensverhältnisse in der digitalen Mediengesellschaft. Verantwortung kann nicht völlig alleine übernommen und auch nicht abgeschoben werden. Die Gestaltung der Mediengesellschaft liegt in der Verantwortung aller, vom Einzelnen bis hin zu

²⁹ Vgl. Kirchenamt der Evangelischen Kirche in Deutschland/Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hgg.): Für eine Zukunft in Solidarität und Gerechtigkeit. Wort des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland und der Deutschen Bischofskonferenz zur wirtschaftlichen und sozialen Lage in Deutschland. Hannover – Bonn 1997, Nr. 4.

den großen staatlichen Organen und gesellschaftlichen Organisationen. Diese Aufgabe kann nur gemeinsam angegangen und je nach den eigenen Möglichkeiten und Fähigkeiten bewerkstelligt werden.

V. Orientierung – Kompetenzen in der digitalen Mediengesellschaft

A. Notwendigkeit eines neuen Bildungs- und Kompetenzbegriffs

76. Die Möglichkeiten der globalen Vernetzung und des Cyberraums, die jedem und jeder Teilhabe am Wissen der Welt, neue Erfahrungen und aktive Teilnahme an der öffentlichen Kommunikation erlauben, bringen neue Herausforderungen mit sich. Wir zeigen uns, aber ebenso werden wir beobachtet. Wir werden informiert und informieren, können aber ebenso in die Irre geführt werden oder andere in die Irre führen. Wir inszenieren uns, und wir werden inszeniert. Das Sich-Bewegen in den verschiedenen Bereichen der Medienwelt und in den virtuellen Räumen des Netzes ist als Handeln zu begreifen und steht damit unter der Perspektive unserer jeweiligen Verantwortung.
77. Die Mediennutzer sind heute nicht nur Konsumenten (Consumer), sondern längst selbst auch Medienproduzenten (Producer). Die neue Rolle des Prosumers, in der jeder sowohl als Medienkonsument wie als Produzent agiert, verlangt für ihre verantwortliche Ausgestaltung ein breites Spektrum an Kompetenzen. Diese sind erforderlich, um den Reichtum der Medienmöglichkeiten auszuschöpfen und zugleich ihre Risiken erkennen zu können. Das gilt gleichermaßen für die Produktion und die Nutzung von Medieninhalten: Was muss man wissen und können, um sich aktiv am medialen Handeln beteiligen zu können? Was muss man wissen und können, um zu verantwortlichem medialen Handeln fähig zu sein?

78. Zugang zu Information als verbrieftes Recht (Art. 5 GG) ist ebenso wie das Recht auf Beteiligung an gesellschaftlichen Diskursen (Meinungsfreiheit, Art. 5 GG) nicht durchsetzbar, wenn die Medien, in denen Informationen und Meinungen ausgetauscht werden, den Einzelnen nicht zugänglich sind. Gleiches gilt, wenn die Menschen die prinzipiell zugänglichen Medien nicht handhaben können oder ihnen mangels entsprechender Bildung unreflektiert ausgeliefert sind. Zwei Voraussetzungen sind unabdingbar, um gesellschaftliche Teilhabe durch einen kompetenten Umgang mit den Medienwelten zu ermöglichen: Zugangsgerechtigkeit (Chancengerechtigkeit hinsichtlich eines gleichen und gerechten Zugangs zu Ressourcen für Bildung, Information und Kultur³⁰) und Medien- und Kommunikationskompetenz. Die Vermittlung von Medienkompetenz als Aufgabe der Selbst- wie der Fremdsocialisation in den verschiedenen Bildungs- und Ausbildungszusammenhängen muss deshalb ein Ziel der Bildungspolitik sein. Diese Forderung erhält unter den Bedingungen des Web 2.0 noch mehr Dringlichkeit. Schließlich finden zunehmend große Teile des Informationsaustauschs und der Unterhaltung, aber auch der persönlichen Kontakte und der sozialen Kommunikation im Cyberspace statt.
79. Notwendig ist ein neuer Bildungs- und (Lese-)Kompetenzbegriff, in dem die klassische Alphabetisierung um die Ausbildung einer umfassenden Kommunikations- und Medienkompetenz erweitert wird. Ihr Ziel ist sowohl die ästhetisch-theoretische Information über mediale Aus-

³⁰ Büsch, A.: Zugangsgerechtigkeit. Eine Herausforderung für die Katholische Büchereiarbeit?! (gekürzte Fassung). In: BiblioTheke 21/2007, 12–15.

drucksformen und die Einübung ihrer technisch-praktischen Umsetzung sowie die Aufklärung über die Produktionsbedingungen von Medieninhalten und deren Wahrnehmung und Nutzung in einer modernen Gesellschaft: Menschen, die von der andauernden Veränderung des Wissens überfordert sind, sind z. B. vom Arbeitsmarkt ausgeschlossen. Menschen, die keinen Zugang zu neuem Wissen haben, entscheiden sich vielleicht im Hinblick auf ihre Ernährung oder Gesundheitsvorsorge oder Erziehungsmethoden falsch. Ein Mangel an Wissen war natürlich auch vor 100 Jahren schon ein Problem, aber kein so großes wie heute. Denn heute bedeutet Wissensmangel ein hoch prekäres Unbeteiligtsein und Nicht-teilhaben-können. Es gibt keinen Ersatz für aktuelles Wissen und andauernde lebenslange Lernbereitschaft. Dieses soziale Problem ist auch das grundlegende Problem einer Ethik, die sich die Frage nach den Medien der Zukunft und der Zukunft der Medien stellt.

80. Im Sinne eines entsprechenden (aktualisierten) Curriculums der Kommunikations- und Medienkompetenz reicht es weder aus, bewahrpädagogisch nur die Gefahren von Medien zu beschreiben oder gesellschaftskritisch lediglich die Defizite des gegenwärtigen Mediensystems anzuprangern. Für eine gelingende Teilhabe und verantwortete Handlungsfähigkeit im medialen Raum, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt, muss vielmehr an dessen Bedürfnissen, Fähigkeiten und Lebenswelten Maß genommen werden.
81. Kommunikative Kompetenz ist einerseits Voraussetzung für Handeln in der Mediengesellschaft. Andererseits muss die Kompetenzvermittlung Ziel der Gesellschaft sein. Auf der Ebene der Darstellung (Performanz) geht es letztlich um die kompetente Beteiligung an sozialer Kommunikati-

on, gerade mit und durch Medien. Das alltägliche Medienhandeln der Menschen stellt aus dieser Perspektive ein ebenso wichtiges Lernfeld für den Umgang mit Medien dar wie die gezielte und geplante Auseinandersetzung damit. Gewöhnlich wird Medienkompetenz (der bisweilen sehr unterschiedlich verstandene Begriff der Medienkompetenz umfasst ein ganzes Bündel von Kompetenzen³¹) als entscheidende Voraussetzung für die verstehende und aktive Teilhabe an der öffentlichen Kommunikation benannt. Es wäre jedoch verkürzt, das Schaffen dieser Voraussetzung nur als individuelle Lernleistung oder als Ergebnis von Lernprozessen in Familie, Schule und Weiterbildung zu sehen. Es geht auch um deren sozialpolitische Ermöglichung. Die Chance auf Teilhabe an den digitalen Medien ist nicht nur global zwischen den Industrie- und Entwicklungsländern ungleich verteilt. Auch in hochkomplexen Industrienationen, die umfangreich und flächendeckend über digitale Technologien verfügen, ist die Chance auf Teilhabe bisher noch ungleich verteilt.

82. Es gibt eine Vielzahl von Medienproduzenten (die zugleich auch Nutzer sind). Rundfunk-, Print- und Onlineangebote werden produziert von unterschiedlichen Medien-

³¹ Baacke, D.: Medienpädagogik. Grundlagen der Medienkommunikation 1. Tübingen 1997, 98 f. Baacke unterscheidet vier Grundkompetenzen: (1) Die Fähigkeit, die gesellschaftlichen Veränderungen hinter den Medienentwicklungen kritisch zu verstehen und zu hinterfragen („Medienkritik“); (2) Das notwendige Wissen, von den Geräten bis hin zur Politik der großen Medienorganisationen („Medienkunde“); (3) Die Fähigkeit zur praktischen „Mediennutzung“, die rezeptive und die interaktive Nutzung (wie beim Computer) und (4) Fähigkeit zur eigenen „Mediengestaltung“ (z. B. beim Erstellen einer Homepage, bei der aktiven Videoarbeit u. a.).

unternehmen. Medieninhalte werden ebenso produziert von verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen. Beispielfhaft sei hier auf die Bereiche Wissenschaft, Politik, Kirchen, Verbände und Nichtregierungs-Organisationen verwiesen. Der Vielzahl von „Inhalteproduzenten“ entspricht eine ebenso vielfältige wie höchst differenzierte Gruppe von mehr oder weniger kompetenten Nutzern (die auch Produzenten sind). Diese Entwicklung spiegelt sich in den Veränderungen der Medienlandschaft wider. Das linear ausgestrahlte Fernseh- und Hörfunkangebot (Push-Prinzip massenmedialer Kommunikation) wird von der Mehrheit zwar noch genutzt, aber immer stärker steht für die Prosumer ein Mediamix im Vordergrund. Diesen Mediamix stellen sie sich für den Computer, das Handy, den MP3-Player oder den Organizer nach ihren individuellen Bedürfnissen zusammen (Pull-Prinzip). Ebenso zielen die Angebote des Web 2.0 auf selbst bestimmte Prosumer, die nicht mehr als bloße Empfänger massenmedialer Botschaften angesprochen werden wollen.

83. Selbstsozialisation hat eine natürliche Nähe zur Medienerziehung oder – bezogen auf das Erwachsenenalter – zur Medienselbsterziehung. Als Teil der allgemeinen Sozialisationsprozesse wird auch die Medienwelt, gesteuert durch äußere Anreize und eigene Interessen, von Kindheit an in die eigenen Alltags- und Lebensentwürfe integriert. Erfahrungen mit Medien sind so selbstverständlich geworden wie die Begegnung mit anderen Menschen oder mit dem natürlichen Lebensraum. Gerade das Unterhaltungsbedürfnis der Menschen – und die daraus folgende Zuwendung zu einzelnen Medien, deren Aussagen und Akteuren – ist anzuerkennen. Doch angesichts der Gefahr eines medialen Overkills ist es wichtig, die eigenen Bedürfnisse und die je eigene Rezeptionsfähigkeit zu ken-

nen. Es kommt darauf an, selbst beurteilen zu können, welchen Nutzen mir welche Medien bringen, welchen Zeitaufwand sie erfordern und in welchem Verhältnis sie zu meiner Alltagswirklichkeit stehen.

84. Selbstsozialisation aber ist nicht genug. Medienkompetenz stellt sich nicht zwingend von selbst ein. Bei aller Bedeutung des beiläufigen Lernens braucht der Aufbau von Strukturwissen und die Entwicklung und Einübung von Kritikfähigkeit gegenüber den Medienangeboten gezielte Lernprozesse. Die Mediengesellschaft muss deutlicher als bisher kommunikations- und damit auch medienkompetent werden. Deshalb bedürfen nicht nur Kinder und Jugendliche der Unterstützung und Förderung beim Erwerb und Einüben von Medienkompetenz. Sie muss auf allen Ebenen der gesellschaftlichen Lernprozesse ein wichtiges Bildungsziel sein.
85. Betrachtet man die faktischen Ziele staatlicher Medienpolitik, so hat die Wirtschaftsförderung, welche heimischen Medienunternehmen und bloßen Infrastrukturmaßnahmen („Schulen ans Netz“) zugute kommt, zwar einen unbestreitbaren Stellenwert. Gleichzeitig wird umfassende Medienkompetenz – nicht nur für den beruflichen, sondern auch für den Freizeitbereich – gefordert. Tatsache ist jedoch, dass die Medien(selbst)erziehung immer noch weit hin dem Einzelnen aufgetragen bleibt. Bisher ist Medien-erziehung weder hinreichend in die Curricula unserer Mediengesellschaft integriert, noch wird sie ideell, personell und finanziell entsprechend gefördert. Medienerziehung, deren Ausbau – auch im Kontext kirchlicher Bildungsarbeit – vehement zu fordern ist, hat zukünftig der Ausbildung und Reflexion von mindestens vier zentralen Kompetenzbereichen der Prosumer zu dienen.

B. Medienkompetenzen der Prosumer

86. Prosumer brauchen Sachkompetenz. Hier geht es um die sachgerechte Anwendung von Geräten und Diensten, um die Handhabung von Hard- und Software. Dazu gehört auch das Wissen um die individuellen Zugänge zur Nutzung der Medien. Sachkompetenz schließt auch Kenntnisse zur Struktur und Organisation des Mediensystems ein.
87. Prosumer brauchen medienkritische Kompetenz. Die sachgerechte Wahrnehmung und Kenntnis der medialen Zeichen, der Texte, Bilder und Töne – um nur die häufigsten medialen Ausdrucksformen zu nennen – und deren Interpretation sind grundlegend für den Bezug des Individuums zu sich selbst und zu seiner Umwelt. Um erkennen und urteilen zu können, müssen wir noch erfahrener werden im Verstehen der Mediensprachen, der Genres sowie der realen und virtuellen Welten. Die Ausbildung einer differenzierten Kritik-, Unterscheidungs- und Beurteilungsfähigkeit spielt eine wesentliche Rolle. Wir sollten fähig sein, Medien und ihre Produkte in ihren (wirtschaftlichen, politischen, produktionstechnischen, ästhetischen) Rahmenbedingungen zu verstehen.
88. Prosumer brauchen mediale Handlungs- und Gestaltungskompetenz. Sie müssen befähigt sein, Kommunikation unter Einbezug und Nutzung von Medien angemessen zu gestalten: für formelle oder informelle soziale Kommunikation, aber auch für künstlerische oder kreative Zwecke. Die kulturell und gesellschaftlich vermittelten Zeichen, Bilder und medialen Ausdrucksformen aller Art rezipieren und dekodieren zu können, ist Voraussetzung, um wieder an der Produktion von Bildern und Zeichen teilhaben zu können.

89. Prosumer brauchen ethische Kompetenz. Sie müssen befähigt werden, das Wissen und die Urteile über Medien ebenso wie die konkrete Mediennutzung an die ethischen Maßstäbe des eigenen Selbstverständnisses zurück zu binden. Unmittelbare Voraussetzung dafür ist die kritische Kompetenz. Ethische Kompetenz hat konkrete Entscheidungen über die Nutzung (und auch Verweigerung) bestimmter Medienprodukte und Inhalte zur Folge. Eine besondere Rolle spielt dabei die Unterscheidungsfähigkeit hinsichtlich der Wirklichkeit: Was ist real, was ist fiktional? Was ist wahr, und welche Gültigkeit können mediale Aussagen beanspruchen? Wann verlieren Virtualität und Inszenierung ihre Transparenz und werden zum Selbstzweck? Erstes Kriterium ist also immer auch die Frage nach der *Authentizität* sowohl der produzierten Medieninhalte wie die ihrer Nutzung: Wozu dienen sie tatsächlich mit Blick auf die eigenen und die gesellschaftlichen Sinn- und Lebenskonstruktionen? Wir sollten die Wirkungen der Medien auf die Emotionen, Weltvorstellungen und Verhaltensmuster von uns und anderen wahrnehmen. Wir sollten bereit sein, für die medialen Inhalte und die Art und Weise, wie wir sie nutzen und einsetzen, Verantwortung zu übernehmen.

C. Fazit

90. Nachdrücklich verweisen wir auf die besondere Bedeutung von Medien- und Kommunikationskompetenz in der digitalen Mediengesellschaft. Als zentrale Elemente einer solchen Kompetenz, die auch an einen theologisch fun-

dierten Kommunikationsbegriff zurück zu binden sind, sind zu nennen³²:

- Die Fähigkeit, Medien als Instrumente der individuellen und sozialen Kommunikation wahrzunehmen und zu nutzen. Medien dienen dem gegenseitigen Austausch und sind dialogischer Natur. Kein Medium transportiert Sinn an sich, sondern es stiftet Sinn im Prozess der Kommunikation und erhält seinen Sinn aus diesem Prozess zurück.
- Die Fähigkeit, Medien als Schnittstellen zu begreifen. Medien sind Zugänge zu vergangenen und gegenwärtigen, zu realen wie virtuellen Welten. Sie vermitteln Nahwelt und globalen Bereich und stellen Verbindungen zwischen ihnen her. Medien bauen Brücken von der Wirklichkeit zum eigenen Ich und vom eigenen Ich zu anderen Personen. Deshalb haben sie eine Schlüsselfunktion im Aufbau einer toleranten und humanen Gesellschaft, in der man sich darüber verständigt, in welcher Wirklichkeit der Mensch zu sich selbst kommt.
- Die Fähigkeit zu erkennen, dass Medien gleich welcher Art Ausdrucksphänomene sind³³, und jedes Medium als Versuch einer Wirklichkeitserschließung und Wirklichkeitsdeutung verstanden und in seinem Ver-

³² Vgl. Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz (Hrsg.): Medien- und Kommunikationskompetenz. Die Zukunft der AV-Medienstellen in der Informationsgesellschaft. Bonn 2000.

³³ Der Philosoph Alfred North Whitehead formuliert diese Tatsache in gleichsam theologischer Terminologie so: „Ausdruck ist das eine grundlegende Sakrament. Er ist das äußere und sichtbare Zeichen einer inneren und spirituellen Gnade.“ (Whitehead, A. N.: Wie entsteht Religion? Frankfurt 1985, 99).

hältnis zu individuellen Lebensgestaltungen und kollektiven Deutungsmustern bestimmt werden kann. Medien- und Kommunikationskompetenz besitzt folglich derjenige, der Medien in ihrer ästhetischen, inhaltlichen und ethischen Dimension beurteilen kann.

VI. Handlungsempfehlungen für ausgewählte Problemfelder der digitalen Mediengesellschaft

A. Appell an Verantwortung

91. Nach einer Deutung der digitalen Mediengesellschaft unter den Stichworten *Virtualität* und *Inszenierung* als Zeichen der Zeit, der Entwicklung von ethischen Leitkriterien im Begriff der *Authentizität* und einer Einordnung dieser Kriterien mit Blick auf die Bedeutung der Medienkompetenz seien abschließend ausgewählte Akteure und ihre Verantwortung für Authentizität in der digitalen Mediengesellschaft benannt. Die konkreten Vorschläge und Handlungsempfehlungen beziehen sich auf drei exemplarische Problemfelder: Formen von Gewalt, Datenschutz, Soziale Netzwerke.
92. Es ist uns ein Anliegen, den Blick dafür zu schärfen, dass *Authentizität* eine wichtige und unerlässliche Wertorientierung für die Gestaltung des Internetzeitalters ist. Sie kann durch die Vermittlung von Medienkompetenz erreicht werden. Um dieser Orientierung Nachdruck zu verleihen und um ihre Anwendbarkeit zu demonstrieren, sollen folgend exemplarische Verantwortungsakteure, ihre Verantwortungsbereiche und ihre notwendige Zusammenarbeit auf bedeutsamen Problemfeldern aufgezeigt werden. Wir verbinden damit die Hoffnung, dass diese Akteure unseren Appell aufnehmen, prüfen und in ihrer eigenen Weise umsetzen.
93. Es ist in Erinnerung zu rufen, dass es bei Gestaltungsprozessen der Mediengesellschaft in ethischer Perspektive zunächst um die Förderung menschlichen Personseins in

medialer und kommunikativer Hinsicht geht. Für gesellschaftliche Gestaltungsfragen haben sich sozialetische Prinzipien bewährt: Solidarität und Subsidiarität.³⁴ Die Solidarität weist darauf hin, dass Menschen füreinander einstehen müssen, wenn sie gesellschaftliche Probleme bearbeiten wollen. Und Subsidiarität bedeutet, dass zunächst die Kompetenzen der jeweils kleineren sozialen Einheiten (z. B. Eltern, Medienunternehmen) zu berücksichtigen sind, bevor eine übergeordnete Einheit (z. B. die Schule, Medienaufsicht) im Sinne einer Hilfe zur Selbsthilfe einspringt. Die Nennung von Verantwortungsakteuren und ihren Verantwortungsbereichen orientiert sich an diesen sozialetischen Prinzipien: Die letztlich gesamtgesellschaftliche Verantwortung für *Authentizität* in der digitalen Mediengesellschaft ist gestuft (subsidiär), geteilt und gemeinsam (solidarisch) wahrzunehmen. Erst in dem Zusammenspiel der einzelnen Bereiche ergibt sich eine gute und tragfähige Gestaltung der gegenwärtigen Mediengesellschaft.³⁵

³⁴ Vgl. zu dieser Bestimmung von Subsidiarität Baumgartner, A./Korff, W. (1999): Sozialprinzipien als ethische Baugesetzlichkeiten moderner Gesellschaft: Personalität, Solidarität und Subsidiarität. In: Korff, W. u. a. (Hgg.): Handbuch der Wirtschaftsethik. Band 1–4/hrsg. im Auftrag der Görres-Gesellschaft. Bd. 1. Verhältnisbestimmung von Wirtschaft und Ethik. Gütersloh 1999, 225–237, 235.

³⁵ Das Modell der kooperativen Verantwortung kann aus den klassischen Sozialprinzipien der christlichen Sozialethik abgeleitet werden und ist z. B. im Rahmen der Wohlfahrtsverantwortung von Marianne Heimbach-Steins formuliert worden; vgl. Heimbach-Steins, M.: Wohlfahrtsverantwortung. Ansätze zu einer sozialetischen Krieteriologie für die Verhältnisbestimmung von Sozialstaat und freier Wohlfahrtspflege. In: Dabrowski, M./Wolf, J. (Hgg): Aufgaben und Grenzen des Sozialstaates. Paderborn – München – Wien – Zürich 2007, 9–42.

B. Ausgewählte Problemfelder

B.1 Formen von Gewalt

94. Im Umgang mit Gewalt in den digitalen Medien – insbesondere Phänomenen wie Cyber-Mobbing, (Handy-)Filmen realer Gewalttaten und deren Veröffentlichung im Netz – haben Nutzerinnen und Nutzer, die als Rezipienten, Produzenten und Distributoren in Aktion treten, eine wichtige Verantwortung. Ihre kritische Haltung gegenüber der medialen Inszenierung von realer Gewalt gegen Menschen, ihr couragierter Einspruch gegen die Verteilung von Gewaltdarstellungen z. B. über das Handy und eine (selbst-)bewusste Rezeptionsverweigerung sind als Grundlage für eine menschenwürdige Gestaltung der digitalen Mediengesellschaft unverzichtbar. Die Verantwortung der Einzelnen, ihre Freiheit zu nutzen, bestimmte Inhalte abzulehnen und zu verurteilen und mit anderen darüber das Gespräch zu suchen, ist freilich an Bedingungen gebunden, die Menschen nicht selbstverständlich von sich aus mitbringen.
95. Kinder und Jugendliche sind in dieser Hinsicht in besonderem Maße auf die Ausbildung einer Kompetenz angewiesen. Alleine gelassen sind sie von dem allgegenwärtigen Angebot von Gewaltdarstellungen überfordert. Kinder und Jugendliche brauchen Unterstützung und Anleitung. Sie sollen lernen, zu verstehen, wie man digitale Angebote im Internet kompetent nutzt, wie man sich darin sicher bewegt und wie man Schaden von sich und anderen abwenden kann. Vor Gewalt und Cybermobbing im Internet kann man Kinder und Jugendliche nicht verstecken. Aber man kann sie schützen, indem man ihre Fähigkeiten stärkt. Dies ist nicht nur eine Aufgabe von Schulen und anderen

staatlich geregelten Bildungseinrichtungen. Dies liegt vor allem auch in der Verantwortung der Eltern.

96. Zur Wahrnehmung ihrer Verantwortung sind die Kinder und Jugendlichen also angewiesen auf die wahrgenommene Verantwortung von Eltern, Verwandten und Freunden, Lehrern und anderen Bezugspersonen. Elterliche Verantwortung besteht darin, über den Umgang von Kindern und Jugendlichen mit Gewalt in den digitalen Medien informiert zu sein. Erst das elterliche Interesse, das gemeinsame Hinschauen und das Sprechen über Gewaltvideos und einschlägige Computerspiele kann eine Sensibilität der Heranwachsenden gegenüber Gewaltdarstellungen entwickeln helfen. Erzieher, Lehrer, Dozenten in säkularen und konfessionellen Kindergärten, Schulen und Universitäten haben eine besondere Verantwortung für die Ausbildung von *Authentizität* ermöglichender Medienkompetenz der ihnen anvertrauten Kinder und Heranwachsenden. Ihrer Verantwortung können sie gerecht werden, in dem sie sich selbst an der Leitidee *Authentizität* orientieren, sich didaktisch-methodisch fortbilden und die Förderung von Medienkompetenz in ihrer täglichen Arbeit berücksichtigen.
97. Lehrer und Lehrerinnen können Inszenierungsmuster von Gewalt in den verschiedenen medialen Formaten beschreiben und entlarven und den Zusammenhang von Ethik und Ästhetik unter den Stichworten der Virtualität und Inszenierung verständlich machen. Dies ist die Grundlage für eine kritische Auseinandersetzung, um den Zusammenhang von Gewalt und Unterhaltung aufzuzeigen und um die moralisch relevante Unterscheidung von fiktionaler und realer Gewalt kenntlich zu machen. Eltern und Lehrer haben hier eine gemeinsame Verantwortung für die Kompetenz von Kindern und Jugendlichen und sollten daher einen Austausch ihrer Bemühungen pflegen.

Säkulare und konfessionelle Kinderbetreuungseinrichtungen, Schulen, Hochschulen und die übergeordneten bildungspolitischen Stellen von Kirche und Staat sollten notwendige Ressourcen zur Verfügung stellen, damit die medienethische Kompetenz in den Bildungseinrichtungen vermittelt werden kann.

98. Die Ausbildung von Medienkompetenz sollte noch deutlicher als bisher bei Multiplikatoren ansetzen. Gemeint sind Personengruppen, von denen zu erwarten ist, dass sie ihre kritische Kompetenz in ihrem beruflichen Umfeld und in ihren Freundes- und Bekanntenkreis einbringen. Multiplikatoren sind zunächst – das liegt nahe – einzelne Schülerinnen und Schüler (etwa Klassensprecher), in dieser Hinsicht besonders beauftragte Lehrer und Lehrerinnen, Personen in Schulaufsichtsbehörden oder Gruppenleiter und -leiterinnen in der Jugendarbeit. Auch in unserer Kirche sollten z. B. Gruppenleiterfortbildungen angeboten werden, die informieren und medienethische Kompetenz entwickeln helfen. Dafür kann mit den vielen medienethischen Experten zusammengearbeitet werden, die in Medien, Schulen und Hochschulen bereits medienpädagogische Ausbildung betreiben.
99. Notwendig ist auch der weitere Ausbau zentraler Anlaufstellen mit pädagogisch und psychologisch geschultem Personal. Aufmerksam gewordene Eltern, Lehrer, Betreuer und andere Bezugspersonen sollen sich an die Anlauf- und Beratungsstellen wenden können, wenn sie den Eindruck haben, dass Cyber-Mobbing, Gewaltvideos, Gewalt verherrlichende Musik oder indizierte Computerspiele beginnen, im Alltag der Kinder und Jugendlichen eine zu große Rolle zu spielen. Die Heranwachsenden brauchen selbstverständlich ihre Freiräume, in denen sie ihre Eigenständigkeit entwickeln, kultivieren und ausprobieren kön-

nen. Sie brauchen auch das Vertrauen in ihren verantwortungsbewussten Umgang mit Gewalt.

100. Die Grenzen können aber von Fall zu Fall schnell überschritten werden. Erziehungs- und Betreuungspersonen benötigen in diesem Fall Unterstützung, die politisch zu regeln und zu gewährleisten ist. Dies alles setzt zudem voraus, dass die Grenzen rechtlich eindeutig formuliert sind. Für diese Aufgabe ist der Gesetzgeber verantwortlich. Bei der Verteilung, Speicherung und Rezeption von gewalthaltigen Inhalten kann es sich um Straftaten handeln, die als solche – sofern noch nicht geschehen – eindeutig definiert und justizierbar gemacht werden müssen. Es bedarf dabei einer fortwährenden Überprüfung der rechtlichen Rahmenbedingungen und ggf. entsprechender Anpassungen an technische Entwicklungen.

B.2 Datenschutz

101. Die Probleme des Datenschutzes können mit den Begriffen Geheimhaltung, Vertraulichkeit, Privatbereich, Intimsphäre, Unversehrtheit und Ungestörtheit beschrieben werden. Zwei Dimensionen des Problems sollen hier beispielhaft im Hinblick auf die betroffenen Handlungsakteure und ihre Verantwortlichkeiten betrachtet werden: die Überwachungsbestrebungen des Staates und die Sorglosigkeit der Nutzerinnen und Nutzer im Umgang mit ihren persönlichen Daten.
102. Mit dem Aufkommen des Internet verbanden sich die Hoffnungen auf einen Kommunikationsraum jenseits staatlicher Grenzen und staatlicher Regulierung. Ohne Frage ist die rechtliche Gestaltung des Internet anspruchsvoll. Der Staat und die politischen Akteure haben eine besondere Verant-

wortung für die Gestaltung der digitalen Mediengesellschaft. Wenn Wirtschaft, Kultur, Bildung, Politik und Alltagsleben immer mehr mit dem Internet zusammenhängen, dann werden Wirtschaftspolitik, Kulturpolitik, Bildungspolitik und Sozialpolitik zur Netzpolitik. Das Internet und die Eigenheiten der digitalen Mediengesellschaft werden somit zu einem politischen Gegenstand, der viele traditionelle Politikfelder berührt. Es liegt in der Verantwortung der Regierungen, Netzpolitik zu einem politischen Querschnittsthema zu machen. Es steht sogar zu vermuten, dass Netzpolitik zu einem Politikfeld wird, an dem die modernen Herausforderungen des freiheitlichen demokratischen Rechtsstaats besonders sichtbar werden. Umso deutlicher geht es darum, diese Herausforderungen verantwortlich anzunehmen. Staatliche Regulierungsbestrebungen müssen z. B. intensiv daraufhin geprüft werden, ob sie Zensur darstellen oder auch diese nur vorbereiten bzw. ermöglichen.

103. Für die Politik gilt es, vorsichtig und sensibel zu reagieren, damit die Bedürfnisse, Forderungen und Einstellungen einer neuen und jungen Generation, die mit dem Internet aufwächst, aufgenommen werden können. Für Eingriffe in die persönlichen Freiheitsrechte jedenfalls müssen gewichtige Gründe angeführt werden. Ein nicht näher ausgeführter und daher unkonkret bleibender Verweis auf notwendige Sicherheitsmaßnahmen (z. B. angesichts des transnationalen Terrorismus) ist rechtsstaatlich problematisch. Andererseits muss Meinungsfreiheit auch im Internet an den Persönlichkeitsrechten Einzelner ihre Grenze finden. Die Maßgabe der *Authentizität* fordert eine angemessene und immer wieder neu zu diskutierende Balance zwischen diesen wichtigen Grundrechten.

104. Die Sorglosigkeit der Nutzerinnen und Nutzer bei der Weitergabe und Veröffentlichung persönlicher Daten nutzen etliche Wirtschaftsunternehmen aus. Zunächst gilt es, die User zu informieren, dass ihre persönlichen Daten gesammelt und diese von Fremden genutzt werden können. In der Folge kann das zu unangenehmen und auch teilweise zu schwerwiegenden Belästigungen führen. Datenschutzbeauftragte und Verbraucherschützer sollten weiter ihre Verantwortung darin sehen, die Bevölkerung über Gefahren aufzuklären und Verhaltensweisen vorzuschlagen. Aber auch jene, die ein Interesse an persönlichen Daten haben, stehen in der Verantwortung, mit diesen sorgsam umzugehen. Eine Weitergabe eigener Kundendaten für andere Zwecke muss unterbleiben. Selbstverpflichtungsbemühungen der Unternehmen sollten staatlicherseits unterstützt werden. Dies schließt eine gleichzeitige Kontrolle der Einhaltung rechtlicher Datenschutzvorgaben nicht aus.

B.3 Soziale Netzwerke

105. Probleme mit Gewaltdarstellungen und Datenschutz ergeben sich auch für den virtuellen Raum der Sozialen Netzwerke. Die bisher genannten Akteure und ihre jeweilige Verantwortung sind somit auch hier zu erwähnen. In einigen Punkten soll dies für den Bereich der Sozialen Netzwerke kurz präzisiert und erweitert werden. In Sozialen Netzwerken treten Medienkompetenz, Identitätsentwicklung, Kreativität und soziale Kompetenz in ein enges Verhältnis. Die kommunikativen Chancen, die sich hier bieten, sind immens. Zugleich steigt die Verunsicherung angesichts neuer Möglichkeiten. Dabei ist der Charakter Sozialer Netzwerke als private Teilöffentlichkeiten sehr ernst

zu nehmen. Der Informationsaustausch, das Zeigen von Bildern und Kommunikation findet in einem relativ geschützten Raum unter Freunden statt, zu dem Dritte (Eltern etc.) keinen Zutritt haben. Es liegt in der Verantwortung von Eltern, Lehrern und Lehrerinnen sowie anderen Bezugspersonen, Verunsicherungen aufzuspüren und die Heranwachsenden im Gespräch zu begleiten.

106. Um den jungen Menschen eine entsprechende Hilfestellung bieten zu können, müssen die Erwachsenen selbst medienkompetent sein. Sie sollten bereit sein, sich auf die neuen Medien einzulassen, und sich über deren Vorzüge und Risiken informieren. Angesichts der Tatsache, dass die aktive Beteiligung an der Gestaltung dieser neuen sozialen und kulturellen Räume wiederum Motivation, eine Persönlichkeit, Bildung und andere Ressourcen benötigt, muss in diesem Sinne eine positive Unterstützung von Kindern und Jugendlichen erfolgen. Der sozial ungerechte und sich zu vertiefen drohende Graben zwischen einer aktiven digitalen Elite und passiven Gesellschaftsgruppen ohne passenden Anschluss (in jeder Hinsicht) kann nicht allein durch den Abbau technischer Hürden und die Vermittlung von Sachinformation verringert werden. Identität, authentische Persönlichkeit und Motivation als Grundlage der Gestaltung der digitalen Gesellschaft ist damit eine bildungs- und sozialpolitische Aufgabe. Netzpolitik hat auch dieses Thema zu behandeln.
107. Während manche von einem Ende der Privatheit sprechen, erscheint es plausibler, von einem neuen Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit auszugehen. Einige junge Menschen tendieren dazu, ihre persönlichen Kontakte in den Sozialen Netzwerken zahlenmäßig sehr groß zu halten. Selbst in unübersichtlichen Teilöffentlichkeiten geben sie unbesorgt Informationen über sich preis. In der Folge

kann es zu „cyber-stalking“ oder ähnlichen Belästigungen kommen. Was privacy in diesen neuen Kontexten heißen kann, wird unterschiedlich eingeschätzt. Anbieter der Internetplattformen haben auf jeden Fall dafür Sorge zu tragen, dass eindeutige, einfache und hilfreiche Möglichkeiten existieren, mit deren Hilfe der User seine persönlichen Daten schützen kann. Informationen müssen auch innerhalb des eigenen Freundeskreises nochmals nur für ausgewählte Personen freigegeben werden können. Die Verantwortung der Anbieter kann durch Selbstverpflichtung und branchenorganisierte Selbstkontrolle umgesetzt werden. Dabei müssen nationale Schranken überwunden werden, da es sich bei den Anbietern zumeist um international tätige Unternehmungen handelt.

108. Ein ganz anders gelagertes Problem soll abschließend angezeigt werden. Es deutet sich eine Entwicklung an, die auf die Veränderung und möglicherweise auf das Verschwinden des öffentlich-diskursiven Elements in der Entstehung einer politischen Mehrheitsmeinung verweist. Je mehr Informationen über die Welt in Form von Kurznachrichten vor allem in Sozialen Netzwerken zirkulieren, desto mehr steht das Modell öffentlicher Kommunikation über (traditionelle) Massenmedien in der repräsentativen Demokratie in der Diskussion. Offenbar besteht heute eine Tendenz dazu, vor allem Informationen zu vertrauen, die von Menschen kommen, denen man persönlich verbunden ist, z. B. in Sozialen Netzwerken, oder deren Profil oder Kurznachrichten-„time-line“ (Twitter) ein Vertrauen angebracht erscheinen lassen. Gleichzeitig sinkt seit Jahren – aus unterschiedlichen Gründen – das Vertrauen in den professionellen Journalismus. Eine Stärkung des professionellen Journalismus ist daher unabdingbar, zu dem dann Bürgerjournalismus und ähnliche mittlerweile wichtige

Formen semi-professioneller öffentlicher Kommunikation hinzu treten können. Die Stärkung des professionellen Journalismus ist eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung.

C. Fazit

109. Mit den digitalen Medien gehen neue Entwicklungschancen, aber auch neue Sozialisationsprobleme und gesellschaftliche Risiken einher. Zu den problematischen Tendenzen gehören ethisch bedenkliche Medienangebote (z. B. Gewaltdarstellungen), Datenmissbrauch und der fahrlässigen Gebrauch der Medien, insbesondere im Bereich der Sozialen Netzwerke. Es bedarf einer fortwährenden Überprüfung der rechtlichen Rahmenbedingungen und ggf. entsprechender Anpassungen an technische Entwicklungen, um die positive Nutzung der digitalen Medien sicherzustellen und die Risiken zu minimieren. Digitale Kommunikationsmedien sind vor allem eine zentrale Herausforderung der Bildungsarbeit. Aufgrund der besonderen Bedeutung der digitalen Kommunikationsmedien plädieren wir dafür, die Netzpolitik zu einem politischen Querschnittsthema zu machen.

VII. Schlusswort – Kirchliche Medienarbeit in der digitalen Mediengesellschaft

110. Das Wirken unserer Kirche vollzieht sich auch in der medialen Öffentlichkeit und wird von dieser mit bestimmt. Unsere Kirche nutzt die technischen Möglichkeiten und den Reichtum der Medien. Und sie unterliegt deren Beschränkungen und Risiken. Spätestens seit der Veröffentlichung der Pastoralinstruktion *Communio et progressio* im Jahr 1971 ist uns das bewusst. Dort wird bereits auf die notwendige Ausbildung von Medienkompetenz verwiesen: „Medienpädagogik ist eine vordringliche Aufgabe. (...) Die Kommunikationsmittel leisten erst dann ihren vollen Beitrag zur Entfaltung des Menschen, wenn er deren Wesen und den Umgang mit ihnen begriffen hat. Wer ihre Bedeutung nur oberflächlich kennt, schmälert leicht den Verfügungsraum seiner Freiheit.“³⁶
111. Die weitere Entwicklung der Medienwelt hat diese Hinweise bestätigt und neue Aktualität verschafft. Viele der heutigen Medienentwicklungen waren im Erscheinungsjahr von *Communio et progressio* zwar noch nicht abzusehen, vor allem nicht die besondere Rolle von Digitalisierung und Internet. Es war zu erkennen, dass Medien unsere Welt mitbestimmen. Es war aber nicht ersichtlich, dass sie zu Instrumenten werden könnten, die Realitäten nicht nur miterfassen und erschließen, sondern überhaupt

³⁶ Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation (Hrsg.): *Communio et progressio*. Pastoralinstruktion über die Instrumente der sozialen Kommunikation. Von den deutschen Bischöfen approbierte Übersetzung. Trier 1991, 2. Auflage, Nr. 64.

erst hervorbringen. Das im fünften Kapitel vorgestellte Curriculum zu erwerbender Kompetenzen hat folglich einen Stellenwert erhalten, das es gleichwertig neben die herkömmliche Alphabetisierung stellt. Im Vergleich zu 1971 sind die Aufgaben der Medienpädagogik umfassender und komplexer geworden, aber nicht grundsätzlich anders. Entscheidend ist, „die Funktionsprinzipien der Instrumente der sozialen Kommunikation gründlich (zu) vermitteln“³⁷. Daraus ergibt sich die Forderung nach einer deutlichen Stärkung der Medienkompetenz. Es ist notwendig, die entsprechenden Lehrpläne aktuell anzupassen und die verschiedenen Bildungseinrichtungen mit qualifiziertem Lehrpersonal und modernem technischen Equipment auszustatten.

112. Geschieht dies im kirchlichen Raum, ist Medien- und Kommunikationskompetenz nicht nur als methodische und technische Fertigkeit zu begreifen. Wenn Kommunikation die Substanz des Lebens ist, dann berührt sie auch das Zentrum des Glaubens und seiner Inhalte, die es zu vermitteln gilt. Es kommt darauf an, die Botschaft des Evangeliums immer neu verstehbar zu machen, sie für die unterschiedlichen und sich verändernden Medienformate zu übersetzen. Entscheidend ist, dass unsere Kirche dabei ihre *Authentizität* behält. Eine Inszenierung um ihrer selbst möchten wir nicht. In diesem Sinne sind wir als Kirche aufgerufen, unser eigenes Medienengagement immer wieder zu überprüfen und ggf. neu auszurichten.

³⁷ Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation (Hrsg.): *Communio et progressio*. Pastoralinstruktion über die Instrumente der sozialen Kommunikation. Von den deutschen Bischöfen approbierte Übersetzung. Trier 1991, 2. Auflage, Nr. 64.

Schließlich sind die Medien für die Verkündigung der Frohen Botschaft unverzichtbar.

113. Die Bedeutung der Medien wurde in der zitierten Pastoralinstruktion *Communio et progressio* grundlegend dargestellt. Dort heißt es: Medien sind nach kirchlicher Überzeugung Geschenke Gottes, weil „sie nach dem Ratsschluss der göttlichen Vorsehung die Menschen brüderlich verbinden, damit diese im Heilswerk Gottes mitwirken“³⁸. Gemeinschaft und Fortschritt waren und sind die höchsten Ziele der medialen Kommunikation, Menschendienlichkeit und Orientierung am Gemeinwohl der Maßstab der Beurteilung.³⁹ Bemerkenswert ist, dass schon *Communio et progressio* keine nationalen Grenzen kennt, sondern eine globale Perspektive einnimmt. Die Leistung der weltweiten Kommunikation wird mit dem Bild des „runden Tisches“ verdeutlicht: „Die neue Technik für den Austausch unter den Menschen versammelt die Zeitgenossen sozusagen um einen runden Tisch. So kommen sie in dem Streben nach Brüderlichkeit und gemeinsamen Handeln miteinander ins Gespräch.“⁴⁰ Wenn die Medien für die Menschen und die gesellschaftliche Entwicklung eine so

³⁸ Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation (Hrsg.): *Communio et progressio*. Pastoralinstruktion über die Instrumente der sozialen Kommunikation. Von den deutschen Bischöfen approbierte Übersetzung. Trier 1991, 2. Auflage, Nr. 2.

³⁹ Vgl. Botschaft von Papst Benedikt XVI. zum 43. Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel: „Neue Technologien – neue Verbindungen. Für eine Kultur des Respekts, des Dialogs, der Freundschaft“ (24. Mai 2009).

⁴⁰ Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation (Hrsg.): *Communio et progressio*. Pastoralinstruktion über die Instrumente der sozialen Kommunikation. Von den deutschen Bischöfen approbierte Übersetzung. Trier 1991, 2. Auflage, Nr. 19.

fundamentale Bedeutung haben, dann kommt es darauf an, die Nutzung der medialen Kommunikation *allen* zu ermöglichen. Das gilt vor allem auch für jene Menschen, die noch nicht an diesen Entwicklungen teilhaben. Unsere Kirche will sich dafür einsetzen, Beteiligungsgerechtigkeit auch im Hinblick auf die Medien herzustellen.

114. Im Zeitalter der digitalen Medien bedeuten die Verbindungen von Menschen über Medien ein weltweites Netzwerk, das unendlich viele Möglichkeiten von Kommunikation bietet. Der runde Tisch, den uns *Communio et progressio* vor Augen führte, hat sich enorm vergrößert. Immer mehr Kommunikatoren finden dort ihren Platz. Wir beobachten und begleiten diesen Prozess getragen von der Hoffnung, dass, wie Papst Benedikt XVI. im Jahr 2009 festhält, „neue digitale Netze entstehen, die die menschliche Solidarität, den Frieden und die Gerechtigkeit, die Menschenrechte sowie die Achtung vor dem Leben und dem Gut der Schöpfung zu fördern suchen“⁴¹.
115. Die Aufforderung an unsere Kirche, sich auf die Medienwelt einzulassen und sich an ihr zu beteiligen, wird angesichts der Fülle der heutigen medialen Möglichkeiten zunehmend schwieriger. Für uns als Kirche ist entscheidend, über ein verantwortliches Nutzen dieser Möglichkeiten nachzudenken. Verantwortliches Handeln kann gelingen, wenn Menschen kompetent mit Medien umgehen. Vor diesem Hintergrund gilt unser formulierter Appell einer Stärkung der Medienkompetenz in säkularen und konfessionellen Bildungseinrichtungen. Als konkrete Maßnah-

⁴¹ Vgl. Botschaft von Papst Benedikt XVI. zum 43. Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel: „Neue Technologien – neue Verbindungen. Für eine Kultur des Respekts, des Dialogs, der Freundschaft“ (24. Mai 2009).

men regen wir an, Medienkunde im Schulunterricht verbindlich anzubieten und im Studium der Theologie und in der Ausbildung von pastoral Tätigen als Pflichtprogramm einzurichten.

116. Eine weitere Möglichkeit sehen wir darin, kirchliche Medienkompetenz politisch und praktisch stärker zu verorten. Es gilt, die in den Diözesen vorhandenen Ressourcen bundesweit zu bündeln, sichtbar und damit noch wirkungsvoller zu machen. Um einerseits für die kirchliche Medienpädagogik ein deutliches Profil zu entwickeln und andererseits Eltern und Multiplikatoren Informations-, Orientierungs- und Unterstützungsmaßnahmen anzubieten, schlagen wir vor, ein Institut für Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz einzurichten.
117. Neben der Stärkung der Medienkompetenz ist uns ein zweiter Gedanke wichtig. Wir müssen prüfen, über welchen medialen Weg unsere Botschaft an die Nutzergruppen zu bringen ist. Die traditionellen Medien bleiben trotz der Zunahme der Bildkommunikation unverzichtbar. Das Internet ist eine Plattform, die Bewegtbilder oder Audio-dateien ebenso zur Verfügung stellt wie Texte. Crossmedialität heißt daher das Schlüsselwort der Zukunft auch für die kirchliche Medienarbeit. Es geht um eine zielgruppenspezifische Ansprache. Milieuspezifische Kommunikation ist ernst zu nehmen. Zur kirchlichen Überzeugung gehören jedoch der Glaube und das Vertrauen, dass das Wort der Frohen Botschaft Milieugrenzen überschreitet.
118. Im Bemühen, das Evangelium in die jeweilige Zeit mit angemessenen Mitteln zu kommunizieren, unternimmt die katholische Kirche in Deutschland Anstrengungen und unterhält eine Fülle medialer Angebote: vom Kommunikationsmedium Pfarrbrief über Zeitungen und Zeitschriften

bis zu kirchlich verantworteten Angeboten in Hörfunk, Fernsehen und Internet. Unsere Kirche unterhält eine eigene Katholische Nachrichtenagentur (KNA) und mit dem Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) eine eigene Journalistenschule. Sie unterbreitet mediale Angebote über die beiden katholischen Büchereiverbände Borromäusverein und St. Michaelsbund, das Katholische Filmwerk und die diözesanen Medienzentren. Es gibt Produktionsunternehmen, katholische Verlage, Buchhandlungen und eine auf Medien spezialisierte Beratungsfirma (MDG). Mit dem Internetportal katholisch.de wurde ein neues zukunftsfähiges Standbein im Bereich der elektronischen Medien etabliert. Das kirchliche Angebot ist vielfältig, qualitativ hochwertig und bekannt. Wir haben eine gute Ausgangslage, um uns den Herausforderungen in der digitalen Welt zu stellen.

119. Zusammenfassend ist festzuhalten: Es ist schwer, genau vorherzusagen, wie die zukünftige Mediengesellschaft aussieht. Wir wissen vieles (noch) nicht, aber wir können die Richtung erkennen, in die die Entwicklung geht. Angesichts der beschriebenen Situation ist es aus unserer Sicht notwendig, die künftigen Entwicklungen seitens der Kirche genau zu beobachten, zu reflektieren, in entsprechende Medienarbeit zu investieren und die Entwicklungen medientheologisch zu begleiten. Nur so kann die Kirche flexibel auf den Medienwandel reagieren. Unser Anliegen ist es, ein kirchliches Medienangebot zu schaffen, um unseren Glauben auch in Gegenwart und Zukunft *authentisch* vermitteln zu können. Die Geschehnisse in der Welt sollen dargestellt und weitergegeben werden, um sie aus Perspektive des christlichen Glaubens einordnen und bewerten zu können. Bei allem, was wir auf dem Gebiet der medialen Kommunikation tun, sollten wir auf eine

Stärke setzen, die uns zu eigen ist: die Authentizität unseres Glaubenszeugnisses. In einer digitalen Welt, in der das Virtuelle die Realität vertreibt und Täuschung und falsche Verheißungen vielfach vorhanden sind, werden Stimmen, die glaubwürdig sind und ein Interesse am Heil des Menschen und der Gesellschaft zum Ausdruck bringen, Aufmerksamkeit finden. Virtuelle Fluchtwelten können Zeitvertreib für ein paar Stunden bringen. Nicht aber können sie die existentiellen Fragen beantworten und schon gar nicht Erlösung bringen. Wir sind auf neuen, oftmals noch unsicheren Wegen. Aber wir beschreiten sie getragen von der Hoffnung, dass sich gute Inhalte, tragfähige Wahrheiten und die Frohe Botschaft dabei behaupten können.

Anregungen und Empfehlungen des Impulspapiers im Überblick

Die digitale Medienwelt stellt die Gesellschaft vor medienpolitische, bildungspolitische und (individual-)ethische Herausforderungen. Nicht Informationsmangel ist das Problem der digitalen Mediengesellschaft, sondern vielmehr die verantwortliche Produktion und Nutzung der unendlich vielen Medieninhalte. Die Ausgestaltung der Medienordnung ist wegen ihrer großen Bedeutung für die politische und soziale Kultur einer Gesellschaft eine Gemeinschaftsaufgabe, an der sich möglichst viele Institutionen, Gruppen sowie einzelne Bürgerinnen und Bürger beteiligen sollten. Es sollten gemeinsam Wege gefunden werden, um unsere zentralen Anregungen und Empfehlungen umzusetzen:

- Es ist dafür Sorge zu tragen, dass die Gesellschaft nicht nur technisch, sondern auch sozial anschlussfähig bleibt.
- Eine Stärkung des professionellen Journalismus ist notwendig, zu dem Bürgerjournalismus und andere mittlerweile wichtige Formen semi-professioneller öffentlicher Kommunikation hinzukommen.
- Die Teilhabe an den digitalen Medien muss für alle Menschen möglich sein. Es müssen Maßnahmen ergriffen werden, um eine Wissenskluft zwischen Informierten und Nichtinformierten zu vermeiden.
- Es muss kontinuierlich eine öffentliche Diskussion und Aufklärung über psychologische und medizinische Konsequenzen extremen Medienkonsums erfolgen.

- Die Zivilgesellschaften weltweit sind aufgefordert, ethische Grundsätze über das Verhalten und den Umgang im Netz festzuschreiben („Netzgrundsätze“).
- Die Rechtstaatlichkeit muss auch im Cyberspace Geltung haben.
- Der Gesetzgeber ist gefordert, die Möglichkeiten und die Grenzen staatlicher Polizeitätigkeit im Netz eindeutig festzulegen.

Es bedarf einer fortwährenden Überprüfung der rechtlichen Rahmenbedingungen und ggf. entsprechender Anpassungen an technische Entwicklungen, um die menschendienliche Nutzung der digitalen Medien sicherzustellen und die Gefahren abzuwenden. Digitale Kommunikationsmedien sind vor allem aber eine zentrale Herausforderung der Bildungsarbeit. Medienkompetenz gilt als Schlüsselkompetenz in der digitalen Mediengesellschaft. Verbesserte Medienkenntnisse der Menschen sind grundlegend für ein friedliches Zusammenleben. Schließlich sind die meisten Risiken wie digitale Sucht, Datenmissbrauch, Gewaltverherrlichung oder Cybermobbing verhaltensbasiert und lassen sich alleine durch Angebotsverbote und Einschränkungen nicht nachhaltig vermeiden.

Medienkompetenz muss nach unserer Überzeugung auch darauf abzielen, die ethische Dimension der Medienentwicklung zu erkennen. Ziel einer umfassenden Medienkompetenz ist es, die Menschen zu einem verantwortungsvollen, bewussten und authentischen Umgang mit Medien zu befähigen. In diesem Bewusstsein plädieren wir abschließend für einen deutlichen Ausbau der Medienpädagogik in den unterschiedlichen Bereichen:

- Medienkompetenz setzt eine im Vorschulalter beginnende Medienpädagogik voraus.

- In allen weiterführenden Schulen sollte das Fach Medienpädagogik gelehrt werden. Verbindliche Bildungsstandards sollten in den Curricula aller Schulformen festgeschrieben werden.
- Lehrpersonal und pädagogische Fachkräfte in säkularen und konfessionellen Einrichtungen sollten sich kontinuierlich in Weiterbildungs- und Fortbildungsprogrammen qualifizieren und sich über die neuesten Entwicklungen im Medienbereich informieren.
- Die Medienarbeit sollte zentraler Bestandteil in den Institutionen der Jugendarbeit, der Erwachsenenbildung und der Seniorenarbeit sein. Medienkompetenz ist im Zusammenhang kultureller Bildung deutlich mehr zu fördern.
- Damit die Bildungsmaßnahmen greifen, sollte die notwendige personelle und materielle Infrastruktur ausgeweitet werden (Bereitstellung von mehr Lehrpersonal, Programmmaterialien, Begleitforschung, Bereitstellung von Computern in öffentlichen Einrichtungen).
- Die Kirche ist gefordert, kompetent auf die Veränderungen im Medienbereich zu reagieren. Dies umfasst neben der Wahrung der traditionellen Medien und der Erweiterung des Engagements bei den Neuen Medien auch die Ausbildung und Qualifizierung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Medienkunde sollte Bestandteil im Studium der Theologie und in der Ausbildung pastoral Tätiger sein.
- Wir empfehlen die Gründung eines Instituts für Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz. Die Einrichtung sollte Eltern und Multiplikatoren in der Medienpädagogik Informations-, Orientierungs- und Unterstützungsmaßnahmen anbieten.

Mitglieder der Arbeitsgruppe des medienethischen Impulspapiers

Zur Vorbereitung des medienethischen Impulspapiers „Virtualität und Inszenierung – Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft“ hat die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz eine Arbeitsgruppe einberufen. In ihr wirkten mit:

Prof. Dr. Wolfgang Bergsdorf, Sankt Augustin

Prof. Andreas Büsch, Mainz

Dr. Alexander Filipovic, Münster

P. Prof. Dr. Rüdiger Funiok SJ, München

Prof. Dr. Hans-Joachim Höhn, Köln

Prof. Dr. Dr. habil. Klaus Müller, Münster

Michaela Pilters, Mainz

Prof. Michael Rutz, Bonn

Dr. Elvira Steppacher, München

Dr. Ute Stenert, Bonn (Geschäftsführerin)

Dr. Matthias Wörther, München