

Karl Kardinal Lehmann
Vorsitzender der Deutschen Bischofskonferenz

Medienkompetenz und Verantwortung – Schlüsselbegriffe einer menschenwürdigen Medienkommunikation

Vortrag im Rahmen der Tagung „Medienkompetenz – Zauberwort oder Leerformel des Jugendmedienschutzes“ beim ZDF in Mainz am 28. April 2006

Der Jugendmedienschutz und die Vermittlung von Medienkompetenz verhalten sich auf den ersten Blick in gewissem Sinn zueinander wie die Straßenverkehrsordnung und der Führerschein. Die Gesetze geben die Regeln vor, deren Einhaltung sicherstellen soll, dass sich die Teilnehmer am Straßenverkehr mit möglichst geringer Gefährdung bewegen können. Der Führerschein ist ein Nachweis der Fähigkeit, sich innerhalb dieses Rahmens gleichzeitig frei, aber auch verantwortlich bewegen zu können. Fehlen beide oder nur eine der beiden Komponenten, setzen sich die Verkehrsteilnehmer womöglich schwerwiegenden Gefährdungen aus. Gewiss hinken alle Vergleiche, aber sie können für eine erste Annäherung hilfreich sein.

Der gesetzliche Jugendmedienschutz hat den Zweck, Kinder und Jugendliche vor Medienangeboten, die ihre Entwicklung oder Erziehung beeinträchtigen oder gefährden, sowie vor Angeboten, die die Menschenwürde oder sonstige durch das Strafgesetzbuch geschützte Rechtsgüter verletzen, zu schützen (JMSTV § 1). Er bezeichnet z.B. Angebote als unzulässig, die zum Hass gegen Teile der Bevölkerung oder gegen eine nationale, rassische, religiöse oder durch ihr Volkstum bestimmte Gruppe aufstacheln, die Menschenwürde anderer angreifen, eine Verherrlichung oder Verharmlosung von Gewalttaten befördern oder gegen die Menschenwürde verstoßen (JMSTV § 4). Ferner sollen entwicklungsbeeinträchtigende Angebote so verbreitet und zugänglich gemacht werden, dass sie von Kindern und Jugendlichen der betroffenen Altersstufen üblicherweise nicht wahrgenommen werden (JMSTV § 5). Hinter allem steht die Auffassung, dass Angebote nicht zugänglich sein sollen, die geeignet sind, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu gefährden oder zu beeinträchtigen.

Dies sind also, wenn man so will, die Leitplanken, die der Gesetzgeber den Medienverantwortlichen setzt, innerhalb deren Grenzen einerseits die Medien ihre Angebote produzieren und platzieren können und andererseits gesichert werden soll, dass es Kindern und Jugendlichen möglich ist, sich weitgehend ungefährdet im „Dschungel der Medien“ zu bewegen.

Aber sind diese Leitplanken Garant für den tatsächlichen Schutz der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen? Eine Garantie sind sie sicher nicht. Es gibt keine „Vollkasko-Versicherung“ per Gesetz

dafür, dass die Kinder in der Welt der Kommunikation nur von guten Mächten begleitet aufwachsen. Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag und das Jugendschutzgesetz regeln die Grenzen, nicht aber die Qualität des Umgangs der Kinder mit den Medien in ihren jeweiligen kommunikativen Bezügen. Es kommt dabei nicht nur darauf an, Gefahren zu vermeiden, sondern es geht darum, Handlungsmöglichkeiten zu gewinnen, in der Lage zu sein, von den Medien einen Gebrauch zu machen, der von Nutzen ist. Im Straßenverkehr ist das Wissen um die Regeln und die Fähigkeit, Fahrzeuge zu führen, eine wichtige Voraussetzung. Aber wenn ich mich am Straßenverkehr beteilige, so tue ich dies nicht, um technische Fertigkeiten zu demonstrieren und Regeln einzuhalten, sondern ich will ein bestimmtes Ziel erreichen. Kompetenz als Fähigkeit, in einem bestimmten Kontext angemessen handeln zu können, bedingt eine Kenntnis der Gegebenheiten und der Möglichkeiten, d.h. ich muss wissen, welchen Nutzen ich idealerweise daraus ziehen kann. Kompetenz erwerben heißt Optimierung von an Ziel und Sinn orientiertem Handeln.

Anforderungen der modernen Medienkommunikation

Das Feld, in dem sich heute die Kinder und Jugendlichen ausgestattet mit der „Überlebensration“ Medienkompetenz bewegen, ist die Medienkultur bzw. die Medienindustrie. Die Erfahrung, die der Mediennutzer heutzutage macht, ist die, dass dieses Feld förmlich explodiert, sich rasend schnell immer weiter entwickelt¹. Dabei wird der Nutzer ständig mit den immer größeren Möglichkeiten der Nutzung geködert. Die CeBIT wirbt mit dem Versprechen von „Digitalen Lösungen für Arbeit und Leben“. Ein wahrhaft phänomenologisch umfassender, fast präreligiöser Anspruch.

Die Medien nehmen in unserer Lebenswelt inzwischen derartig viel Raum ein, dass man sehr viel stärker denn je entscheiden muss, welchen Angeboten man wie viel Raum, Zeit und damit Bedeutung geben möchte. Die Frage, ob man überhaupt noch die Möglichkeit hat, Medien *keinen* Raum zu geben, scheint obsolet, will man von der sozialen Kommunikation nicht abgeschnitten sein.

Wir haben es hier mit einem sensiblen Phänomen zu tun, weil es die Mitte des Menschen berührt. Die Verständigung mit dem Anderen – nichts anderes ist doch auch Medien-Kommunikation – konstituiert die Person und ihre personalen Beziehungen, also die Menschwerdung. Die Bibel spricht von Gott als dem „Wort“ (Joh 1, 1), im menschengewordenen Gottessohn offenbart sich Gott (Dei Verbum, 4) unüberbietbar. Die Trinität von Vater Sohn und Heiligem Geist kann daher als der Urtyp der Kommunikationsgemeinschaft gesehen werden. Die menschliche Kommunikation ist davon Abbild. So ist diese personale und soziale Dimension nach unserer Überzeugung nach „oben hin“ offen. Deshalb ist auch die Qualität von Medien-Kommunikation von unbedingter Bedeutung.

¹ Vgl. das Apostolische Schreiben „Die schnelle Entwicklung“ von Papst Johannes Paul II. an die Verantwortlichen der Sozialen Kommunikationsmittel (24.1.2005), Nr. 1.

Der Medienethiker Dieter Wiegerling beschreibt das Verhältnis der Menschen zu den Medien als ein Eingewobensein: „[...] der Mensch erweist sich als medial verfaßt, er lebt im Medium der Sprache und des Bildes, er bedient sich medialer Apparaturen, von der Tontafel bis zum modernen Computer, um das, was ihn bewegt, zum Ausdruck zu bringen, mitzuteilen, zu bewahren und von seiner Bindung an einen zufälligen leiblichen Ort zu befreien. Medien sind Transzendierungsmaschinerien, die die menschliche Ausdrucksfähigkeiten erweitern und den Menschen ein Stück weit von der Kontingenz befreien.“ In dieser medialen Anlage artikulieren sich für ihn „die Grundspannungen des Menschen, nämlich das Austauschen, Bewahren, das Vorgreifen bzw. Projektieren und das Transzendieren.“²

Man kann den Mediennutzer nicht als passiven Rezipienten beschreiben, der sich gewissermaßen aus einem Automaten bedient, etwas herausholt, was ein kurzfristiges Bedürfnis befriedigt. Teilnahme an Medien-Kommunikation bedeutet Kontaktaufnahme: mit denen, die Botschaften über die Medien verbreiten, aber auch Kontaktaufnahme mit der Welt und den Menschen, die über die Vermittlung der Medien an den Nutzer herantreten. Die Besonderheit der Medien-Kommunikation besteht in der Teilhabe vieler. Medien bedienen nicht nur den Einzelnen, sondern eine „Gemeinde“, sie stiften Gemeinschaft in Kommunikation³. Der Rezipient ist sich bewusst, dass er an einem Kommunikationsgeschehen teilnimmt, das gleichzeitig andere erreicht.

Hinter dem „Medien-Hype“ ist eine tiefere Dynamik zu entdecken. Ist dies nicht Ausdruck der Sehnsucht nach Lebendigkeit und Leben in Fülle (Joh 10,10), was den Medienhunger treibt? Und verschleiert man nicht mit manchem medialen „Fast-Food“ Trostlosigkeit und Leere? Die Kirche fordert von den Medien, dass sie menschendienlich sein müssen. Dass alle Kommunikation im virtuellen Raum aufgehen soll, ist nicht menschendienlich.

Gewandeltes Verhältnis zu den Medien

Unser gesamtgesellschaftliches Verhältnis zu den Medien und die Einschätzung ihrer Wirkungen und besonders auch das Verhältnis der Kirche zu den modernen Mitteln der Kommunikation⁴ hat sich gewandelt und wandelt sich weiter. In den 1950er und 60er Jahren wurden die Massenmedien als Gefährdung betrachtet, und die Experten und Pädagogen nahmen oft eine bewahrpädagogische Grundhaltung ein. Diese Aversion gegen das Fernsehen und die neuen Medien allgemein beruhte auf der Annahme, das Buch sei das einzig gute Medium und die filmischen und elektronischen Medien seien

² Klaus Wiegerling: Medienethik. Sammlung Metzler, Band 314. Stuttgart/ Weimar 1998, S. 234.

³ Vgl. Pastoralinstruktion *Communio et Progressio* über die Instrumente der Sozialen Kommunikation (CP) (23.5.1971), Nr. 1, Nr. 8.

⁴ Was hier gesamtgesellschaftlich gesagt wird, gilt besonders auch für die Kirche. Es ist schon in früher Zeit ein zwiespältiges Verhältnis der Kirche zu den modernen Medien zu erkennen. Das Verhältnis hat sich vom absoluten Misstrauen zur Kooperation gewandelt. Vgl. die Entwicklung am Beispiel der Aussagen der Apostolischen Dokumente von Papst Gregor XVI. in seiner Enzyklika „*Mirari vos*“ (mit Verurteilungen von „Irrtümern“) bis zu der Bezeichnung der modernen Kommunikationsmittel als „Geschenke der göttlichen vorsehung“ unter Papst Pius XII., um nur zwei Stellungnahmen zu nennen.

eben der Hort der Versuchung. Allerdings wurde auch das Buch außerhalb der kirchlichen Zensur in der ersten Zeit nicht als verdachtsfrei gesehen. Dass weder die Glorifizierung des Buches noch die Verdammung der anderen Medien stimmt, haben wir gelernt. Und das sage ich gerade auch als bibliophiler Mensch. Es kommt auf den rechten Gebrauch an. Hier kann die Medienpädagogik⁵ wichtige Impulse geben, darf aber auch nicht als allein verantwortlich dargestellt werden.

Wir verstehen immer besser, dass Bilder, Zeitschriften, elektronische Medien usw. bei der Aneignung von Realität und gegenseitiger Verständigung eine hohe Bedeutung haben. Wir lernen z.B. Bilder zu lesen, sie als zeichenhaften Ausdruck unserer Wirklichkeit zu deuten, ihre implizite Vieldimensionalität wahrzunehmen und auf den Mehrwert hin zu prüfen, um das Gute zu behalten (nach 1 Thess 5,21). Wir werden immer kommunikations- und medienkompetenter.

Es ist gut, dass Kinder und Jugendliche heute viel souveräner als noch vor Jahrzehnten mit den Medien umgehen, zum Teil auch viel souveräner als manche Erwachsene, denen die neue Medienwelt oft suspekt ist. Man muss freilich Chancen und Gefahren gleichermaßen sehen. Was aber bedeutet es, dass sich die Kommunikation der Kinder und Jugendlichen immer mehr in medialen, eben diesen virtuellen Räumen von Handy, Internet und anderer High-Tech-Elektronik abspielt? Wie funktionieren die Orientierung und „Navigation“ der Jugendlichen in diesem Medienschwungel? Wie kann verhindert werden, dass die Kinder und Jugendlichen in diesem riesigen Medienraum sich selbst verlieren? Was ist positiv notwendig, dass die riesigen Medienangebote, die längst zu konkurrierenden Sozialisationsagenturen gegenüber dem Elternhaus, der Schule und auch der Kirche geworden sind, wirklich den Menschen und ihrem Miteinander dienlich werden?

Medienkompetenz als Lebenskompetenz

Die Antwort kann nicht lapidar lauten: Kinder und Jugendliche brauchen Medienkompetenz. Es kommt darauf an, diese als notwendig eingestufte Kompetenz näher zu beschreiben. Wesentlich scheint mir dabei an erster Stelle, dass Medienkompetenz nicht isoliert betrachtet werden kann. Dieter Baacke betont zu Recht, dass es bei der Frage nach der Kompetenz um etwas Allgemeineres geht, nämlich um „eine Weise gelungenen In-der-Welt-Seins im Horizont gelebten Lebens insgesamt.“⁶

Was das Ziel ist, klingt auch implizit in den Jugendmedienschutzgesetzen an. Hier finden wir nicht nur die Absteckung der Gefahrenzonen, sondern implizit auch die Vision, die in einer Welt zu realisieren ist, der es gelingt, die Schädigungen und Beeinträchtigungen durch Medien zu vermeiden. Kinder und

⁵ Vgl. zur Medienpädagogik und ihren Aufgaben aus kirchlicher Sicht:CP 64.

⁶ Dieter Baacke: Medienkompetenz als zentrales Operationsfeld von Projekten. In: Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele (Hrsg.): Handbuch Medien: Medienkompetenz. Modelle und Projekte. Bundeszentrale für politische Bildung. unter: <http://www.medienpaedagogik-online.de/mk/00381/> (Linkprüfung: 28.4.2006).

Jugendliche sollen sich zu einer „eigenständigen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit“ entwickeln. Durch die Gesetze soll also nicht nur verhindert werden, dass der Gesellschaft durch Medienwirkungen Schäden entstehen, wenn beispielsweise Gewalt nachgeahmt wird und dadurch die Gesellschaft bedroht werden könnte. Geschützt werden letztlich ein Erziehungsideal und Ziele von Erziehung überhaupt.

Man könnte sagen, dass Medienkompetenz zu den Fähigkeiten einer ausgereiften Persönlichkeit der Mediengesellschaft dazugehört. Doch wie sieht der medienkompetente Nutzer aus? Wir können nicht einfach prognostizieren, wie sich ein medienkompetenter Nutzer verhält, weil jeder Mediennutzer sein Verhalten nach individuellen Entscheidungen auf Grund seiner Bedürfnislage und seiner Beurteilung des persönlichen oder gesellschaftlichen Nutzens trifft. Zumindest aber kann man allgemein sagen: Er entscheidet im Idealfall selbst, er kann seine Entscheidung begründen, er kann die Mechanismen des Feldes, auf dem er sich bewegt, durchschauen. Er ist nicht hilflos ausgeliefert, und er wird nicht mit Botschaften vollgestopft, die ihn möglicherweise manipulieren. Dazu aber muss er befähigt werden und Kompetenzen erwerben. Kommunikations- und Medienkompetenz helfen, den Ansprüchen, die die Medien stellen, verantwortlich zu begegnen. Zu Recht stellen die Medienpädagogen fest, dass Medienkompetenz nicht auf technische und ästhetische Aspekte verengt werden darf, sondern als eine umfassendere Kompetenz zu sehen ist. Eine existenzielle Bedeutung bekommt Medienkompetenz, weil alle Wirklichkeitsbereiche und Lebensphänomene und die in ihnen zu bewältigenden Situationen symbolisch durch die Medien vermittelt werden.

Ich verzichte hier auf die Darstellung der Genese und Bedeutung des Begriffes Medienkompetenz. Erlauben Sie aber ein paar kritische Bemerkungen, wenn es um den philosophischen Begriff geht. Ursprünglich war die Pädagogik, in der die Medienkompetenz behandelt wird, eine philosophische Disziplin. In den 60er Jahren hat sich die Pädagogik aber davon weitgehend gelöst und den Sozialwissenschaften zugewandt, was man auch sprachlich spürt. Wenn man manche (medien-)pädagogischen Schriften anschaut, so wirkt diese Sprache oft merkwürdig abstrakt. So wichtig die sozialwissenschaftliche Reflexion menschlichen Daseins ist, man vermisst zuweilen den Blick auf das, was das Menschliche ausmacht. Wir haben noch nie soviel über den Menschen gewusst wie heute. Das Wesen des Menschen aber, auf das sich die Erziehungswissenschaften konzentrieren sollten, gerät zu wenig in den Blick. Zum Wesen des Menschlichen gehört sein Angewiesensein auf Beziehung, Kontakt und letztlich das Vertrauen, gewollt und bejaht zu sein. Es ist also eine Kultur von Kommunikation in den Blick zu nehmen, die den Menschen „sein“ lässt. Die Kirche sieht dieses Angenommen-Sein des Menschen in einem transzendenten Grund, weshalb sie so großen Wert darauf legt, diese Dimension und diese Atmosphäre erfahrbar zu machen. Wir verstehen Medien- und Kommunikationskompetenz als Schlüsselqualifikation nicht rein technisch und auf Anwendung reduziert. Wir sehen tief greifende Zusammenhänge von Menschwerdung, Kommunikation und Medien. Denn durch die soziale Kommunikation und die Vielfalt ihrer Beziehungen entwickeln Menschen einen tieferen Sinn für Gemeinschaft. Kommunikation ist „im Tiefsten ... [Gottes] Mitteilung seiner selbst in Liebe“, so die Pastoral-

instruktion „Communio et Progressio“ (1971).⁷ Daraus ergibt sich als Abbild die menschliche Kommunikation.

Norbert Schneider, Direktor der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, hat Medienkompetenz treffend wie folgt charakterisiert: „Sie ist nicht einfach eine Fertigkeit, wie die Begründung und das Praktizieren von Tischsitten. Oder die Kunst des Fahrradfahrens. Sie steht für eine *Haltung*.“⁸ Sie ist also in letzter Konsequenz deutlich mehr als ein normaler Führerschein, der die Fähigkeit zum sachgerechten Umgang mit einem Fahrzeug und eine Kenntnis der Verkehrsregeln bestätigt. Eine Haltung haben, heißt Handlungsoptionen nach ethischen Maßstäben bewerten können, zu entscheiden, welches Ziel ich mit welchen Mitteln erreichen will, und warum dies von Nutzen ist.

Verantwortung als Schlüsselkategorie

Diese Haltung entsteht aus Verantwortung – dem zweiten Schlüsselbegriff, wenn es um eine menschendienliche Medienkommunikation geht⁹. Verhalten ist auch im Medienbereich nicht der Beliebigkeit anheim gestellt. Es ist nicht irrelevant, wie wir uns verhalten. Verantwortung ist wie Kommunikation ein relationaler Begriff und enthält auch die kommunikative Dimension. Vom ursprünglichen Wortsinn her bedeutet es, Antwort zu geben auf eine Forderung. Verantwortung übernehmen heißt zu erkennen, was das eigene Verhalten bewirken kann und impliziert auch die Bereitschaft, Rechenschaft abzulegen, warum man etwas tut.

Eine Grundvoraussetzung hat Alfons Auer beschrieben: „Wenn ich wissen will, wie ich mich in Ehe, Familie, Beruf, Staat, Technik, Kunst und Wissenschaft verhalten soll, muss ich zuerst wissen, was diese Lebensbereiche für die menschliche Person und ihre sozialen Beziehungen bedeuten, welche Gesetze in ihnen herrschen, welche Sinnwerte in ihnen zur Erscheinung kommen, welche geschichtlichen Möglichkeiten ihnen gegenwärtig offen stehen, und welchen Begrenztheiten sie gegenwärtig ausgesetzt sind. Erst dann kann mir klar werden, wie ich mich in ihnen zu verhalten habe, damit sie *ihren Sinn und ihre Funktion für das menschliche Dasein in optimaler Weise erfüllen*.“¹⁰

Dieser Anspruch hängt davon ab, ob und wie wir die Medien als „Zeichen der Zeit“¹¹ lesen und verstehen können. Über Sinn und Funktion der Medien habe ich schon gesprochen. Es geht nun darum, wie diese Haltung im Dienst am menschlichen Dasein konstitutiv und selbstverständlich wird.

⁷ Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation: *Communio et Progressio*. Pastoralinstruktion über die Instrumente der sozialen Kommunikation. Veröffentlicht im Auftrag des II. Vatikanischen Konzils. 2. Aufl. Trier 1991, Ziff. 11, S.11.

⁸ Norbert Schneider: Wege der Landesmedienanstalten zur Medienkompetenz. Rede auf dem MedienColloquium der LPR Rheinland-Pfalz am 15.5.2003, unter: <http://www.lfm-nrw.de/downloads/redeschneider-15052003.pdf>. (Linkprüfung: 28.04.2006).

⁹ Vgl. Dekret über die Sozialen Kommunikationsmittel „*Inter mirifica*“ (4.12.1963).

¹⁰ Alfons Auer: Verantwortete Vermittlung. Bausteiner einer medialen Ethik. In: Heinz Glässgen, Hella Tompert (Hrsg.): *Zeitgespräch. Kirche und Medien*. Freiburg/ Basel/ Wien 1988, S. 63-84, hier: S. 64.

¹¹ Vgl. Pastoralkonstitution « *Gaudium et Spes* » (7.12.1965), Nr. 4.

Verantwortung, wie im Übrigen Religiosität auch, setzt voraus, dass ich offen werde für den Anspruch der Wirklichkeit – für das offensichtlich Vorhandene *und* für das Andere. Verantwortung wie Religion bekommen erst dann ihren Sinn, wenn das konkrete Leben darin seinen Widerhall findet. Wenn wir die Medienkultur und ihre Bedeutung für den Menschen ernst nehmen, kommen wir in die Situation, uns dazu verhalten zu müssen, also Verantwortung zu leben. Natürlich dürfen wir erwarten und müssen immer wieder einfordern, dass die Medienmacher, die Journalisten, die Sendeanstalten und Verlage ihrer Verantwortung nachkommen. Darüber ist schon viel gesprochen und geschrieben worden¹². Aber Medienkommunikation ist keine Einbahnstraße, vor allem nicht im digitalen Zeitalter mit ihrer impliziten Interaktivität, deren Möglichkeiten noch lange nicht ausgeschöpft sind. Der Kommunikationsprozess ist eine Partnerschaft am „Runden Tisch“ des Gesprächs, wie es „Communio et Progressio“ ausdrückt.¹³ Es hängt von den Rezipienten – aber nicht nur von ihnen - ab, ob ein wirkliches Gespräch, ob Dialog tatsächlich zu Stande kommt oder ob Medienkommunikation einer Art Opium des Volkes gleicht. Der Rezipient muss seinen Teil dazu beitragen, dass ein wahrhaft lebendiges Zeitgespräch in der Gesellschaft zu Stande kommt.

Forderungen an die Medienerziehung

Soll sich beim Mediennutzer eine Haltung der Verantwortung bilden, gibt es dazu bestimmte Voraussetzungen. Auer¹⁴ benennt folgende Felder, in welchen sich Medienerziehung und die Kompetenz der Mediennutzer entwickeln soll:

Er fordert *erstens* eine *Grundentscheidung zur Spontaneität*. Nur wer sich - nicht in Gewohnheit verschlossen - dem unerwartet Neuen und Anderen öffnen kann, wird auch in den Medien nach Lebensdienlichem suchen und es sich aneignen. Er wird unterschiedliche Quellen von Information aufsuchen und lernen, die Geister zu unterscheiden.

Zweitens muss er lernen, sich der *Wirklichkeit zu stellen, wie sie ist*. Dabei ist nach Watzlawicks Thesen freilich die Problematik der vermittelten Wirklichkeit zu beachten. Es ist zugegeben schwer, die Spannung aller Kontingenzen, wie wir sie täglich vor Augen geführt bekommen, auszuhalten. Der Eskapismus, die Flucht in die Illusion boulevardisierter Medien, tröstet nur vordergründig. Auch hier wird zwar Kontingenz vermittelt, aber nicht bewältigt. Die Anfechtung durch die Leere dahinter wiegt letztlich schwerer.

¹² Vgl. von kirchenamtlicher Seite stellvertretend nur die bereits erwähnten Dokumente: Inter mirifica, Communio et Progressio, die Pastoralinstruktion Aetatis novae (22.2.1992) oder das Apostolische Schreiben „Die schnelle Entwicklung“ (24.1.2005).

¹³ Communio et Progressio, Ziff. 19, S. 16.

¹⁴ Diese Aussagen verdienen auch nach über 20 Jahren noch Beachtung. Vgl. zur aktuellen Situation vor allem auch die jeweiligen Botschaften zum Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/index_ge.htm (Linkprüfung: 28.04.2006).

Es bedürfe *drittens der Weckung von Freiheit und Selbstverantwortung*. Verantwortung und Freiheit stehen immer in einem Wechselspiel. Verantwortetes Handeln bedeutet, den Freiheitsspielraum zu kennen und gegebenenfalls auch auf Handlungsmöglichkeiten zu verzichten, wenn sie die Freiheit eines anderen beschränken.

Und letztlich verweist er *viertens* beim Umgang mit den Medien auf die *Sicherung des Einzelnen in einer Gemeinschaft*.¹⁵ Als hätte Auer die Gefahren der Entkörperlichung und Virtualisierung von menschlicher Beziehung schon geahnt, mahnt er die Verbundenheit in der Familie, in der Jugendarbeit und in Bildungsprozessen an. Der Bedarf nach emotionalem Halt und an Orientierung wächst. Der „Überfluss an Informationen aller Art“ als Merkmal der Globalisierung stellt hier ganz besondere Herausforderungen.

Verantwortung der Teilnehmer an der Medienkommunikation

Ein weiterer Aspekt lenkt den Blick auf die Verankerung des Einzelnen in der Gemeinschaft. Dies wird wichtig, wenn wir die Frage nach der Verantwortung für die Aneignung und Vermittlung von Medienkompetenz stellen. Die Freiheit des Menschen verwirklicht sich in einer möglichst weitgehenden Selbstbestimmung und Selbstverantwortung. Zunächst ist natürlich jeder, der sich auf dem Gebiet der Medienkommunikation bewegt, selbst für sein Tun verantwortlich. Es ist wichtig, gerade diesen ersten Aspekt der Eigenverantwortung zu betonen. Medienkompetenz kann und darf nicht nur an die Pädagogik delegiert werden, sondern ist eine Forderung an jeden Mediennutzer. Diese Forderung geht weit über den eigentlichen Kern des Jugendschutzes hinaus und impliziert auch für den Erwachsenen ein lebenslanges Lernen, das der ständige Wandel der Medienkultur erfordert (Vgl. CP 64).

Dieter Spanhel weist darauf hin, dass Kinder die ihnen gestellte Entwicklungsaufgabe bewältigen, indem sie selbstständig in Familie und Lebensumfeld eine grundlegende Medienkompetenz aufbauen. Sie besteht aus einem System von Wahrnehmungs-, Rezeptions-, Gefühls-, Wertungs- und Handlungsmustern, die sich durch tausendfache Wiederholung stabilisieren.¹⁶ Kinder und Jugendliche beweisen Medienkompetenz nicht nur, wenn sie schneller den DVD-Recorder oder das Handy betätigen können als ihre Eltern, sie haben durchaus auch ein Gespür dafür, dass nicht alles ethisch verantwortlich und menschlich förderlich ist, was möglich ist.

¹⁵ Auer, a.a.O., S. 80ff.

¹⁶ Dieter Spanhel: Medienkompetenz als Schlüsselbegriff der Medienpädagogik? In: forum medienethik 1/2002, Medienkompetenz – Kritik einer populären Universalkonzeption. München 2002, S. 48-53, hier 49ff. Unter: http://www.paed2.ewf.uni-erlangen.de/lehrveranstaltungen/ergebnisse/vorl_medpaed_03/03_medkomp/schlüsselbegriff.pdf (Linkprüfung: 28.04.2006).

Medienkompetenz als Vermittlungsaufgabe aus Sicht derer, denen das Wohl der Kinder anvertraut ist, stellt vor aller schulischen Pädagogik Anforderungen an die unmittelbare Umgebung: die Menschen in der Familie, Eltern, Geschwister und auch Freunde. Medienkompetentes Verhalten lernen Kinder und Jugendliche zuallererst am Beispiel des Medienkonsums ihrer Eltern und der älteren Geschwister. Die von den Kirchen immer wieder betonte zentrale Stellung der Familie als soziale Urzelle, die wesentliche gesellschaftliche Aufgaben übernimmt, erweist sich auch hier als grundlegend. Hier wird es nötig sein, Angebote zu machen, die nicht nur von staatlicher Seite zu tragen sind, sondern auch die zivilgesellschaftliche Verantwortung herausfordern. Auch die Kirchen, die die Familien über vielfältige Angebote erreichen, sind hier gefordert, ihre Möglichkeiten verstärkt zu nutzen.

Die zielgerichtete systematische Vermittlung von Medienkompetenz wird sich auch in der Schule vollziehen müssen, aber dies kann nur in Ergänzung und in Begleitung der Erfahrungen im familiären Bereich und im sozialen Umfeld geschehen. Hier sind die Forderungen an das, was Schule leisten kann, längst nicht erfüllt.

Wie sind die Medien und ihre Verantwortung selbst einzuordnen? Über Medienkompetenz wird nicht gestritten. Die Forderung nach mehr Anstrengung auf diesem Sektor wird immer spontane Zustimmung finden, vor allen Dingen von den Medien selbst. Es liegt der Verdacht nahe, dass man sich bei soviel Zustimmung vergewissern sollte, wie ernst gemeint das Bekenntnis ist. Denn das Bekenntnis allein genügt nicht.

Es wäre fatal, wenn die Medien die Vermittlung von Medienkompetenz allein der Pädagogik zuschreiben würden. Auch die Medien haben einen eigenen Bildungsauftrag¹⁷. Warum sollte dies nicht auch die Bildung im Bereich der Medienkompetenz umfassen? Hier wird nach meiner Wahrnehmung noch zu wenig getan. Es gibt genügend Ratgeber-Sendungen, die von der Gestaltung des Gartens, über Gesundheitsfragen bis zu Rechtsfragen alles Mögliche behandeln. Warum sollte es nicht möglich sein, auch über Fragen der Medien und des Umgangs mit ihnen interessante Formate zu entwickeln? Dabei will ich die Aporie nicht verschweigen. Die Anbieter haben natürlich zunächst Interesse an quantitativer Rezeption. Die qualitative Rezeption ist der zweite Faktor.

Wichtiger noch scheint ein zweiter Aspekt. Die Forderung nach Medienkompetenz kann mit Blick auf die Programmgestaltung nicht folgenlos bleiben. Wir stellen uns einen medienkompetenten Nutzer vor, der bestimmte Qualifikationen mitbringt. Dazu gehört ein Bewusstsein von Strukturen, Qualität, ethischen Werten. In der Konsequenz müsste der medienkompetente Zuschauer eine Auswirkung auf das Programm haben, weil er auswählt und durch die gezielte Nachfrage Programme von Qualität und Anspruch stärkt, dies freilich zunächst über die Quantität der Nachfrage.

¹⁷ Vgl. „Die schnelle Entwicklung“, Nr. 11.

Es kann aber nicht nur eine nutzerseitige Verpflichtung sein, durch entsprechendes Verhalten auf das Programmangebot Einfluss zu nehmen. Wenn die Sender bekunden, sie unterstützen die Erziehung zum medienkompetenten Zuschauer, muss dann nicht der medienkompetente Zuschauer als impliziter Rezipient in den Sendungen von vornherein eingebaut sein? Durch die Angebote könnte er ja angesprochen sein.

Diese Vorstellung ist keineswegs idealistisch überzogen. Wenn wir die aktuellen medienpolitischen Diskussionen betrachten, so entdecken wir darin die Vorstellung, dass ein Programm und ein medienkompetenter Nutzer sich entsprechen müssen. Ich erinnere an die Debatte um die Medienkonzentration. Die Befürchtung, die hinter einer zu großen Medienkonzentration liegt, ist doch gerade die, dass der Nutzer bei einer übergroßen Medienmacht größte Schwierigkeiten hat, eine kritische Haltung zu bewahren und der geballten Medienmacht ein Korrektiv entgegenzustellen. Wird er letztlich vielleicht doch nicht als medienkompetent angesehen? Die Ansprüche an die Medienkompetenz des Nutzers dürfen nicht zu sehr überzogen werden. Man kann nicht erwarten, dass jeder Rezipient die Machtkonzentrationen durchschauen und zu ihnen auf Distanz gehen kann. Ähnliches gilt für die Debatte um die Zulassung von versteckter Werbung, die in Zusammenhang mit der Überarbeitung der EU-Fernsehrichtlinie derzeit aktuell ist. Wir lehnen eine Vermischung von Programm und Werbung ab, weil die Gefahr besteht, dass der Nutzer manipuliert wird. Das wird er unter Umständen auch durch emotionalisierte Berichterstattung unter journalistischem Mantel. Auch hier verlangen wir nicht, dass der Nutzer seine Medienkompetenz erhöht, sondern wir wollen der Anbieterseite verantwortungsbewusste Grenzen setzen, damit eine kritische Distanz ohne einen ungebührlich großen Aufwand möglich wird.

Ethische Maßstäbe bei der Programmgestaltung

Im Rahmen der gesellschaftlichen Verantwortung für den Jugendmedienschutz spielt die Selbstkontrolle eine zunehmende Bedeutung. Seit drei Jahren haben wir eine neue Gesetzgebung, die Selbstkontrollenrichtungen eine weitgehende Funktion zugesteht. Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle dokumentieren, dass die Programmanbieter bereit sind, selbst Verantwortung zu übernehmen und dafür Sorge zu tragen, dass Kinder und Jugendliche gefahrlos Medien rezipieren können. Dabei darf man nicht übersehen, dass Kontrolle nicht nur dort durchgeführt und Verantwortung nicht nur dort übernommen wird, wo es eine Einrichtung dafür gibt. Selbstkontrolle geschieht dort, wo ethische Maßstäbe bei der Programmgestaltung eingehalten werden und zwar schon, bevor überhaupt eine Produktion entsteht. Die Verantwortung ist dort wahrzunehmen, wo die Entscheidung getroffen wird, ob eine Sendung produziert werden soll oder nicht; nicht erst dann, wenn die Sendung fertig ist und ggf. einem Prüfausschuss vorgelegt werden muss. Diese Grundhaltung betrifft sowohl die unterschiedlichen Kontrollmechanismen der öffentlich-rechtlichen als auch der privaten Rundfunkveranstalter. Sie müsste nicht nur am Programm abzulesen sein, sondern gerade auch an dem, was nicht Programm geworden ist. Das Bekenntnis zum Jugendschutz kann in letzter und ehrlich gemeinter Konsequenz

nur heißen, dass Programmanbieter bereit sind, ggf. auch auf bestimmte problematische Sendeformate zu verzichten.

Selbstkontrolleinrichtungen sind nicht dazu da, das zu prüfen und ggf. freizugeben, was sich am Rande des Zulässigen bewegt. Dies kann nicht in letzter Konsequenz durch Gesetze geregelt werden, sondern muss Ergebnis einer freien Entscheidung für Verantwortung sein. Das Bekenntnis zum Jugendschutz schließt ebenso ein, positiv Programme zu entwickeln, die sich an ethischen Maßstäben ausrichten und den Menschen Orientierung in existenziellen Fragen anbieten.

Aus den dargelegten Erkenntnissen müssen wir Konsequenzen ziehen. Hans Jonas hat in seinem großen Werk „Das Prinzip Verantwortung“ das veränderte Wesen menschlichen Handelns unter den Bedingungen der modernen Technik analysiert und ist dabei zu dem Ergebnis gekommen, dass das Prinzip der bisherigen Ethik, d.h. eine Konzentration auf den unmittelbaren Nahbereich menschlicher Verantwortung, nicht mehr ausreicht, da die Verantwortung gegenüber zukünftigen Generationen nicht angemessen erfasst werde in einer Zeit, da die moderne Technik über eine unvergleichbare Handlungsreichweite in Raum und Zeit verfügt. Da Sicherheit in der Abschätzung der komplexen Technikfolgen kaum zu gewinnen sein werde, empfiehlt Jonas grundsätzlich nach der „Heuristik der Furcht“ vorzugehen, d.h. die schlechtere Prognose der besseren vorzuziehen, um der Versuchung der Abwiegung zu entgehen und um Schadenshöhe mit Schadenswahrscheinlichkeit zu verrechnen. Ich denke, dass wir den Ansatz von Jonas einmal experimentell auch auf den Medienbereich beziehen können, auch hier geht es um Fernwirkungen, die wir zum Teil nur erahnen können. Jonas schreibt: „So wie wir nicht um die Heiligkeit des Lebens wüßten, wenn es nicht das Töten gäbe, und das Gebot ‚Du sollst nicht töten‘ diese Heiligkeit ins Licht brächte; und nicht um den Wert der Wahrhaftigkeit, wenn es nicht die Lüge gäbe, nicht um die Freiheit, wenn nicht Unfreiheit, und so fort – so verhilft [...] uns erst die vorausgesehene *Verzerrung* des Menschen zu dem davor zu *bewahrenden* Begriff des Menschen, und wir brauchen die *Bedrohung* des Menschenbildes – und durchaus spezifische Arten der Bedrohung – um uns im Erschrecken davor eines wahren Menschenbildes zu versichern.“¹⁸ Angesichts einer entfesselten Medientechnologie ist kaum abzuschätzen, was die Bilder speziell in den Köpfen und Herzen der Kinder und Jugendlichen für Folgen haben können. Eine „Heuristik der Furcht“ zur Grundlage des ethischen Handelns zu machen, darf keine Institutionalisierung der Schwarzmalerei bedeuten, sondern ist der Appell an die Verantwortung. Wir sollten vielleicht lernen, nicht nur zu fragen, ob bei einem Medienangebot eine Schädlichkeit eindeutig und zweifelsfrei nachgewiesen ist. Gerade wenn es um Programmangebote geht, bei denen grundlegende Werte wie Freiheit und Menschenwürde tangiert sind, sollten wir eher fragen, ob die Unschädlichkeit möglichst eindeutig feststeht. Wenn dies nicht gegeben ist, sollten wir nicht mit einer naiv-abwiegenden Haltung Bedenken beiseite schieben.

¹⁸ Hans Jonas: Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation. Frankfurt/Main 1979, S. 63.

Alle, die wir an diesem gesellschaftlichen „Runden Tisch“, von dem CP spricht, sitzen – und dazu rechne ich die Kirche ausdrücklich dazu – werden energisch an der Revitalisierung der verantwortungsorientierten Kräfte im Menschen arbeiten müssen. Die Ergebnisse der technologischen Entwicklungen - und damit zitiere ich noch einmal Alfons Auer, sind „nicht mehr durch äußere Disziplinierungen, sondern durch ein Mehr an Freiheit und Selbstverantwortung dem Menschlichen“ dienstbar zu machen¹⁹.

¹⁹ Vgl. dazu K. Lehmann, „*Also ist die Zukunft noch nicht entschieden*“. *Das vielfältige Erbe des Philosophen Hans Jonas als Auftrag*, in: Dietrich Böhler, Jens Peter Brune (Hrsg.), *Orientierung und Verantwortung. Begegnungen und Auseinandersetzungen mit Hans Jonas*, Würzburg 2004, 161-184. Vgl. dazu auch meinen Ansatz in der Festschrift für Joseph Ratzinger sowie in K. Lehmann, *Glauben bezeugen, Gesellschaft gestalten*, Freiburg i.Br. 1993, 170-186.

Literaturliste (Auswahl)

Kirchenamtliche Verlautbarungen

Dekret über die Sozialen Kommunikationsmittel „Inter mirifica“ (4. Dezember 1963)

Pastoralinstruktion «Communio et Progressio » über die Instrumente der Sozialen Kommunikation (23. Mai 1971)

Pastoralinstruktion „Aetatis novae“ zur Sozialen Kommunikation 20 Jahre nach Communio et Progressio (22. Februar 1992)

Ethik in der Sozialen Kommunikation (4. Juni 2000)

Apostolisches Schreiben „Die schnelle Entwicklung“ von Papst Johannes Paul II. an die Verantwortlichen der Sozialen Kommunikationsmittel (24. Januar 2005).

Botschaften zum Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel im Internet:
http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/index_ge.htm

Weitere Dokumente des Päpstlichen Rates für die Sozialen Kommunikationsmittel im Internet:
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/index_ge.htm

Literatur zur Medienpädagogik

Dieter Baacke, Medienpädagogik, Tübingen 1997.

Fred Schnell, Elke Stolzenburg, Helga Theunert (Hg.), Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln, München 1999.

Otto B. Roegele, Plädoyer für publizistische Verantwortung. Beiträge zu Journalismus, Medien und Kommunikation, Konstanz 2000 (mehrere Auflagen).

Ralf Vollbrecht, Einführung in die Medienpädagogik, Weinheim 2001.

Norbert Groeben, Bettina Hurrelmann (Hg.), Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen, Weinheim 2002.

Ida Pöttinger, Lernziel Medienkompetenz, München 2002.

Friedrich W. Kron, Alivisos Sofos (Hg.), Mediendidaktik. Neue Medien in Lehr- und Lernprozessen, München / Basel 2003.

Daniel Süss, Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen - Konstanten – Wandel, Wiesbaden 2004.

Hubert Kleber, Perspektiven der Medienpädagogik in Wissenschaft und Bildungspraxis, München 2005.