

Wahrnehmung

Mehr, vielfältiger und intensiver als jemals eine menschliche Gesellschaft zuvor leben wir heute in Beruf und Freizeit mit Medien. Wir leben in einer »Mediengesellschaft«, bereits unsere Kinder erleben eine »Medienkindheit«, und für die Heranwachsenden ist ihre »Mediensozialisation« ein entscheidender Faktor beim Hineinfinden in die Welt der Erwachsenen. Kaum jemand kann sich heute mehr ein Leben ohne Fernsehen und Handy, ohne Internet und Email vorstellen. Die »digitale Revolution« hat die Alltagswelt der Menschen erreicht. In Deutschland verfügen mittlerweile fast alle Haushalte über Fernsehen, Handy und Internet.

Die Vorteile der (neuen) Medien liegen auf der Hand: weltweite Kommunikation und Vernetzung in Sekundenschnelle, freier Zugang zu einer Fülle von Informationen und Bildungsangeboten, ungeahnte Möglichkeiten, selbst medial produktiv und präsent zu sein, damit Abbau von Hierarchien und Demokratiehemmnissen. Andererseits bleibt die Medienwelt in ihren Auswirkungen auf den Menschen offensichtlich zwiespältig, scheinen Fernsehen und Computer eher zur Verblödung als zur Bildung vieler Menschen beizutragen, ist die Fülle von Informationen und Bildern kaum mehr zu verarbeiten, drohen neue Abhängigkeiten und Wirklichkeitsverluste sowie Datenmissbrauch und Manipulation.

Was lässt sich aus christlicher Sicht zu dieser bunten, so hoffnungsvollen und doch auch so risikobehafteten Medienwelt sagen? Um diese Frage beantworten zu können, ist es wichtig, ein vertieftes Verständnis von der grundsätzlichen Bedeutung der Medien für den Menschen sowie für das Christentum und den christlichen Glauben zu gewinnen.

Orientierung

1. Der Mensch – in Medien verwoben

Die grundlegende Bedeutung von Medien für den Menschen wird deutlich, wenn man unter dem Begriff »Medien« weit gefasst alle Mittel der Kommunikation versteht. In diesem Sinn ist vor allem die Sprache das ursprüngliche Medium, das den Homo sapiens von der Tierwelt unterscheidet und

ihm erlaubt, Wirklichkeit mit Bedeutung zu versehen, nicht gegenwärtige Wirklichkeit zu ver-gegenwärtigen und neue Wirklichkeiten zu schaffen. Die ersten Höhlenzeichnungen zeugen außerdem davon, dass der Mensch schon früh durch bildliche und symbolische Darstellungen »mediale« bzw. »virtuelle« Wirklichkeiten kreiert hat, bis hin zu phantasievollen Szenen mit Göttern, Geistern oder Dämonen. Der Mensch ist, so gesehen, von Anfang an und grundsätzlich ein »homo medialis«, der mit Hilfe von Medien seine Welt deutet und konstruiert. Er schafft dadurch »Kultur«, in deren Netz von Bedeutungen er wiederum von Anfang an verwoben ist und die er durch Medien weitertradiert.

Von daher wird man zurückhaltend gegenüber der Behauptung sein, die medial vermittelte Wirklichkeit sei gegenüber der »unmittelbar« zugänglichen und erfahrbaren Wirklichkeit nachrangig, denn der Mensch ist und bleibt grundlegend auf Medien angewiesen, und auch unsere scheinbar so unmittelbare Wahrnehmung ist unentrinnbar von kulturell-medial vermittelten Deutungsperspektiven geprägt: Medien versinnlichen Sinn. Die Auseinandersetzung mit den Medien kann somit bewusster machen, dass letztlich alle von Menschen wahrgenommene Wirklichkeit in gewisser Weise konstruierte Wirklichkeit ist. Diese Einsicht unterstreicht unter anderem, dass auch die religiöse Deutung von Wirklichkeit zu einer (legitimen) unter anderen kulturell vermittelten Deutungen gehört und nicht länger als illusionäres Gegenüber zur allein »wirklichen« Realität denunziert werden kann.

Verbunden mit dieser Einsicht ist die Erfahrung, dass die Medien nicht nur Inhalte vermitteln, sondern auch durch ihre jeweilige Eigenart unsere Wahrnehmungen von Wirklichkeit beeinflussen. Es macht einen Unterschied, ob wir über ein Ereignis lesen, von ihm hören oder es im Fernsehen hörend und sehend verfolgen können. Jedes Medium hat dabei Vor- und Nachteile, die sich insbesondere bei der Dominanz bestimmter Medien im Lauf unserer Kulturgeschichte zeigen. So hat z. B. die Entwicklung des Mediums Schrift enorme Vorteile für den Menschen gebracht, weil nun Wissen und Erfahrungen personunabhängig und zeitübergreifend gespeichert werden konnten; gleichzeitig war damit aber – im Vergleich zur gesprochenen Sprache – ein Verlust an persönlichen Beziehungen und kommunikativer Lebendigkeit verbunden. In ähnlicher Weise sind mit dem heutigen starken Vordringen der Bildmedien auf Kosten der Schriftsprache Verluste, *aber auch Gewinne* (z. B. leichtere Zugänglichkeit, größere Unmittelbarkeit, höhere Emotionalität) verbunden.

In evangelischer Sicht dienen Medien im oben angesprochenen weiten Verständnis der Kommunikation des Menschen mit sich selbst, mit anderen Menschen, mit der übrigen belebten Schöpfung und mit Gott. Die Kommunikationsfähigkeit des Menschen und damit auch seine Fähigkeit, Medien in Gebrauch zu nehmen, lassen sich als gute Schöpfungsgabe Gottes

verstehen, deren Ausgestaltung allerdings immer unvollkommen und anfällig für »sündhaften« Missbrauch bleibt. Deshalb bedarf sie der kritischen Begleitung, die sich vor allem an den christlichen Leitunterscheidungen zwischen Gott und Mensch bzw. zwischen Letztem und Vorletztem sowie am Kriterium der Agape-Liebe Gottes orientiert, wie sie zentral durch Jesus Christus »multimedial« (durch sein Reden und Handeln, durch Worte und Zeichen, durch sein Leben und sein Geschick) kommuniziert worden ist.

↑Jesus – der Christus, S.239 ff.

2. Das Christentum – eine Medienreligion?

Für den christlichen Glauben spielen persönliche Beziehungen, direkte »Face-to-face«-Gespräche und leibhaftige Gemeinschaft eine herausragende Rolle. Dennoch gilt auch: Weil Gott nicht Teil unserer wahrnehmbaren Wirklichkeit ist, ist seine Realität kaum ohne Medien (z. B. Erzählungen, Bilder) vermittelbar. Die christliche Glaubensvorstellung von Gott und einer höheren Wirklichkeit, welche die sichtbare Welt unsichtbar durchdringt, hat in gewisser Weise »virtuellen« Charakter. Und die Entstehung und Verbreitung des Christentums ist ohne die Medien der biblischen Schriften schlechterdings nicht denkbar, wobei die Überlieferung des christlichen Glaubens über die Jahrhunderte durch eine Vielfalt weiterer Medien gefördert wurde, angefangen von Symbolen über Bilder und künstlerische Darstellungen bis hin zu Architektur und Musik, zu Zeitungen und Zeitschriften sowie den elektronischen Medien unserer Tage.

In diesem doppelten Sinn kann man das Christentum also in der Tat als Medienreligion bezeichnen: Es braucht Medien sowohl zur Darstellung von religiöser Wirklichkeit überhaupt als auch zur Vermittlung und Weitertradierung der christlichen Glaubenserfahrungen. Von daher macht es wenig Sinn, wenn gerade Christen pauschal und einseitig gegen die Mediatisierung von Wirklichkeit Stellung beziehen. Vielmehr können sie auf eine *reiche Tradition und ausgeprägte Kompetenz* des Christentums im reflektierten Umgang mit Medien und mit der Vielschichtigkeit von Wirklichkeit verweisen. So beschäftigt sich bereits das alttestamentliche Bilderverbot (Ex 20,4f; Dtn 5,8f) kritisch mit der problematischen Gleichsetzung von medialer und realer Wirklichkeit bzw. mit der religiösen Überhöhung von Medien: Die Religionskritik der alttestamentlichen Propheten richtet sich gegen das Abheben der religiös-medialen Wirklichkeit von der sozialen Wirklichkeit: Wer in die Welt des religiösen Kults »abtaucht«, aber im »wirklichen Leben« seine Mitmenschen ausbeutet, hat vom Glauben an Gott nicht viel verstanden. Im mittelalterlichen und im reformatorischen Bilderstreit wurde um die Art der Gegenwart Gottes – *realiter* oder *virtualliter* – in Bildern und Zeichen gerungen. Aber auch die jahrhundertlangen

theologischen Auseinandersetzungen um das angemessene Verständnis der biblischen Texte (um eine angemessene Schrifthermeneutik) lassen sich unter der Perspektive eines reflektierten Umgangs mit dem Medium Schrift lesen, die heute noch Impulse geben kann: Es kommt nicht nur darauf an, »was da steht«, sondern auch darauf, mit welcher Hermeneutik bzw. in welcher Interpretationsgemeinschaft es gelesen und gedeutet wird.

↑Bildende Kunst, S. 906 ff.

3. Religion in den Medien – Medien als Religion?

In jüngerer Zeit ist das Bewusstsein dafür gewachsen, dass die Überlieferung der christlichen Tradition nicht nur innerhalb der Kirche stattgefunden hat, sondern dass auch andere, seit der Neuzeit zunehmend selbstständiger gewordene Kulturbereiche wie z. B. Kunst, Literatur oder Theater dazu beigetragen haben. Auch in der aktuellen populären Medienkultur, etwa in Fernsehserien, Spielfilmen, der Popmusik oder in der Werbung finden sich immer wieder christliche Traditionselemente (und solche anderer Religionen) – manchmal bruchstückhaft, manchmal transformiert oder verzerrt.

Aus evangelischer Sicht ist eine solche »Freisetzung« der christlichen Tradition in die allgemeine Kultur hinein grundsätzlich zu bejahen: Die Kirchen können keinen Monopolanspruch etwa auf die Verwendung christlicher Symbole geltend machen. Ihre Aufnahme im Bereich der populären Medienkultur kann zudem ein Hinweis auf ihre nach wie vor wirksame Ausstrahlungskraft und Bedeutsamkeit sein und bietet Anknüpfungspunkte für die Vermittlung des Evangeliums in die heutige Lebenswelt hinein. Dies schließt allerdings die kritische Auseinandersetzung mit verzerrenden, an Tabubruch und der Verletzung religiöser Gefühle interessierten Verwendungen christlicher Traditionselemente ein. Auch in diesen Fällen bieten jedoch kritische Diskussionen und gemeinschaftliche Aktionen wie z. B. ein Boykott von bestimmten Produkten oder Firmen in der Regel bessere Chancen als Verbotsforderungen. Der Verweis auf gesetzliche Regelungen wie § 166 des Strafgesetzbuchs sollte die *ultima ratio* in besonderen Extremfällen bleiben; der Paragraph sieht die Bestrafung desjenigen vor, der eine Religion »in einer Weise beschimpft, die geeignet ist, den öffentlichen Frieden zu stören«.

Andererseits erfüllt die moderne Medienkultur für viele Menschen heute Funktionen, die traditionellerweise der Religion zugeschrieben wurden: So ermöglicht sie z. B. Sinnvergewisserung, Transzendierungen der Alltagswirklichkeit, moralische Orientierung, Auseinandersetzung mit den Kontingenzen des Lebens sowie mit den großen Fragen des Menschseins. Die Medien geraten so in Konkurrenz zu den traditionellen Religionen, zumal sie im Gegensatz zu diesen einen hohen Grad an Freiheit, Selbstbestimmung

und Unverbindlichkeit ihrer Nutzerinnen und Nutzer zulassen. Kirchliche Angebote müssen von daher *erstens* in ihrer Einmaligkeit, in ihren Vorzügen und ihrer Bedeutsamkeit neu profiliert werden: Was bringt Menschen beispielsweise dazu, neben Kino und Popkonzert auch noch in den kirchlichen Gottesdienst zu gehen? *Zweitens* wäre von der populären Medienkultur zu lernen und über (ergänzende) kirchliche Angebote nachzudenken, die stärker als die traditionellen dem Freiheits- und Selbstbestimmungsgefühl heutiger Menschen entsprechen. *Drittens* sollte die Medienkultur auch positiv in ihren möglichen Anschlussstellen und Anknüpfungspunkten zur kirchlichen Religionskultur und zum christlichen Glauben wahrgenommen werden. Und *viertens* können und sollten die Medien verstärkt, aber auch theologisch verantwortet, zur »Kommunikation des Evangeliums« genutzt werden. Dazu unter dem Punkt »Gestaltung« mehr.

4. Kritische Begleitung der Medienkultur – evangelische Medienethik

Gerade angesichts des gesellschaftlichen Pluralismus, der für viele Menschen ethische Orientierung schwieriger macht, haben die Kirchen sowie Christinnen und Christen die Aufgabe, Beiträge zur medienethischen Diskussion zu leisten und selbst medienethisch verantwortlich zu handeln. Im Folgenden sollen exemplarisch einige Problemfelder benannt werden.

a) Mediengewalt

Zunächst einmal ist festzuhalten: Das Buch-Medium Bibel und die Bild-Medien der christlichen Kunst enthalten eine ganze Menge »Mediengewalt«, die in ihrer Drastik und Brutalität teilweise durchaus mit heutigen Gewaltdarstellungen in Film und Fernsehen mithalten kann und die auch leider im Laufe der Geschichte immer wieder reale Gewalt angeregt hat oder zu deren Legitimierung herhalten musste (vgl. z.B. Ex 32,26ff; 1 Sam 15; Offb). Dennoch steht im Zentrum der Bibel das Evangelium von der grenzenlosen Liebe Gottes, die sich nicht nur gewaltlos, sondern in Christus selbst Gewalt erleidend durchsetzt. Von diesem Zentrum der biblischen Tradition her bestimmt sich die christliche *Deutungskultur*, in deren Rahmen auch die Mediengewalt in Bibel und christlicher Kunsttradition kritisch gewichtet und interpretiert wird. Von diesem Zentrum her bestimmt sich ebenfalls die christliche *Lebenskultur* des friedlichen und fürsorglichen Miteinanders sowie des Widerstands gegen Krieg und Gewalt. Weil ihnen im gekreuzigten Christus ein Gott »vor die Augen gemalt« ist (Gal 3,1), der auf der Seite der Opfer von Gewalt steht, nehmen Christinnen und Christen Gewalt primär aus der Opferperspektive wahr und solidarisieren sich mit den Schwachen und Unterdrückten.

Aus evangelischer Sicht ist von daher die wirksamste Antwort auf das Problem der Mediengewalt eine solche humane Deutungs- und Lebenskultur, die wirkmächtige Gegenbilder und Gegenerfahrungen anbietet und zur Identifikation mit der Opferperspektive anregt. Die Forschung zur Wirkung von Mediengewalt unterstützt diese Sichtweise. Sie weist darauf hin, dass es entscheidend von den Voreinstellungen und dem sozialen Umfeld der Rezipientinnen und Rezipienten abhängt, ob sie Gewaltdarstellungen als abstoßend ablehnen oder als attraktiv erleben und eventuell nachahmen. Evangelische Christinnen und Christen werden sich daher gegen ein Übermaß an Gewaltdarstellungen in den Medien einsetzen; sie werden sich aber darüber hinaus für eine Erneuerung von Sinnperspektiven, Wertebewusstsein und sozialem Zusammenhalt in unserer Gesellschaft ebenso wie in der Medienkultur stark machen und skeptisch gegenüber Stimmen sein, welche die Medien pauschal und einseitig als Sündenbock hinstellen, um von der Notwendigkeit von Reformen im sozialen und Bildungs-Bereich abzulenken.

b) Die Dominanz des ökonomischen Denkens

Als grundsätzliches Problem, das neben anderen Gesellschaftsbereichen auch das der Medien besonders betrifft, erscheint die weithin unangefochtene Vormachtstellung wirtschaftlicher Rationalität in unserer gegenwärtigen Gesellschaft. Sie zeigt sich im Medienbereich vor allem im Diktat von Verkaufszahlen und Einschaltquoten, in der bewussten Beschleunigung von technischen Entwicklungen aus marketingstrategischen Gründen, in Monopolisierungsversuchen (z.B. Microsoft) sowie dem generellen Mechanismus, der mit Hilfe der Medien alles zur Ware macht: Information, Kommunikation, Bildung und Unterhaltung.

Evangelische Medienethik wird in diesem Zusammenhang als Korrektiv im Sinne eines nicht an der Ökonomie, sondern an humanen Werten ausgerichteten Denkens wichtig. Aus theologischer Sicht garantiert Gott die unbedingte Würde und den nicht verrechenbaren Wert eines jeden Menschen. Von daher gehört die Alternativstellung Gott oder Geld zu Recht zentral zur jüdisch-christlichen Tradition. Dabei geht es selbstverständlich nicht um die pauschale Ablehnung ökonomischer Rationalität, sondern um die Frage nach den letzten Normen und somit darum, auch in der Medienwirtschaft die »Maße des Menschlichen« als oberste Kriterien einzufordern sowie den gesellschaftlichen Diskurs über die Frage, was im Medienbereich der Humanität dient, in möglichst lebendigem Gang zu halten. In diesem Sinn ist auch eine Berufsethik in Medienberufen zu fordern und zu unterstützen, wie es sie vor allem im journalistischen Bereich gibt.

Zu den notwendigen ethischen Maßstäben gehören insbesondere das Interesse an Wahrheit, die Achtung vor der Würde eines jeden Menschen sowie die Förderung von Menschlichkeit und Bildung in unserer Gesellschaft. Zu betonen ist dabei, dass sich die medienethische Verantwortung nicht nur

auf die »Medienmacher«, sondern auch auf die Mediennutzer erstreckt. Die (durchaus vorhandene!) Überschneidungsmenge zwischen ökonomischer und ethisch-humaner Rationalität wird umso größer sein, je mehr Menschen in ihrem Mediennutzungsverhalten entsprechende Ansprüche deutlich werden lassen und z. B. moralisch problematische Fernsehsendungen und Internetseiten meiden oder öffentlichen Druck auf entsprechende Fernsehanstalten oder Internet-Provider erzeugen. Hier wie generell erweist sich die (medial gewährleistete) »Öffentlichkeit« als enorm wichtige kritische Instanz für eine demokratische Gesellschaft.

c) Die Technologisierung des Menschen

Die starke Dominanz und Allgegenwart der elektronischen Medien kann unsere Selbst- und Weltwahrnehmung so weit prägen, dass es zu einer Technologisierung des Menschen kommt: Der Mensch beschreibt und versteht sich als (unvollkommene, weil nicht stets präzise laufende, leid- und todanfällige) Maschine und erwartet sein Heil von der zunehmenden Perfektionierung künstlicher Intelligenzen und virtueller Welten. Es kann zu einer »Entörtlichung«, »Entzeitlichung« und »Entkörperlichung« des Menschen durch den Einfluss von virtueller Medialität kommen.

Evangelische Medienethik hat gegenüber solchen möglichen Selbstverdinglichungs- und Selbstvirtualisierungstendenzen des Menschen an die Fülle des Humanum zu erinnern und zur Entmythologisierung des »Mythos Multimedia« beizutragen. Als *theologische* Medienethik kann sie insbesondere die religionsähnlichen Funktionen und Strukturen dieses Mythos religionskritisch aufdecken und aus der christlichen Soteriologie (Erlösungslehre) und Eschatologie (Lehre von den letzten Dingen) Gegenentwürfe menschlichen Heils und menschlicher Zukunft ins mediale Spiel einbringen. Dabei sollte nicht übersehen werden, dass eine solche Technologie- und Medienkritik auch in den Medien selbst stattfindet und dass es in der Lebenswelt auch Gegenbewegungen zur Medialisierung und Technologisierung gibt, die eine neue Wertschätzung von Langsamkeit, Unveränderlichkeit, »unmittelbarer« Sinnlichkeit und Leiblichkeit erkennen lassen.

d) User und Loser – die Medienkluft

Unter den Stichworten »Wissenskluft«, »Medienkluft« oder »digital divide« (digitale Spaltung) wird der Befund aus empirischen Untersuchungen zusammengefasst, dass Gebildete und sozial besser Gestellte ungleich mehr von den elektronischen Medien profitieren als diejenigen aus sozial schwachen und bildungsfernen Milieus. Insbesondere scheinen die Vorteile von Computer und Internet für Persönlichkeitsentwicklung und berufliches Weiterkommen hauptsächlich von höheren Bildungsschichten genutzt zu werden, während etwa einfache und wenig gebildete Menschen diese Medien weniger und tendenziell sehr einseitig zur oberflächlichen Unterhaltung

nutzen. Dieser Befund erscheint deshalb besonders schockierend, weil sich nach wie vor große Hoffnungen auf die demokratisierenden und egalisierenden Strukturen des Internet richten: Es ermöglicht grundsätzlich jedem Menschen an jedem Ort, aus dem weltumspannenden Kommunikationsnetz persönlichen Gewinn zu ziehen und sich selbst einzubringen. Stattdessen scheinen die neuen Medien soziale Unterschiede eher zu verstärken.

Angesichts dieser problematischen Entwicklung ist von der biblisch-christlichen »Option für die Armen« her soziale Gerechtigkeit im Sinn sowohl einer Zugangsgerechtigkeit als auch einer Bildungsgerechtigkeit zu fordern: Es geht einerseits um einen möglichst freien Zugang zu den Medien, der für alle finanziell erschwinglich sein sollte, andererseits aber auch um eine allen offenstehende Bildung, welche die Voraussetzungen für eine lebensförderliche Nutzung der Medien schafft. Insofern wird *Medienbildung* zu einer eminent wichtigen *sozialen* Aufgabe. Zu betonen ist dabei, dass sich die zu entwickelnde Medienkompetenz nicht (wie häufig einseitig in der Bildungspolitik betont) auf technische Fähigkeiten und Fertigkeiten beschränken darf, sondern Kompetenzen der Informationsgewinnung, der Interpretation und kritischen Beurteilung von Informationen und Medien beinhalten muss. Medienbildung muss auf *Bildung im umfassenden Sinn* ausgerichtet sein und insbesondere auf deren ethisch-moralische Dimension bezogen werden.

7 Bildung, S. 469 ff.

Gestaltung

Christliche und kirchliche Medienarbeit lässt sich in drei große Handlungsfelder untergliedern, auch wenn die Übergänge zwischen ihnen fließend sind: Sie widmet sich *erstens* dem Einbringen christlicher Inhalte, Perspektiven und Positionen in die mediale Öffentlichkeit, sie umfasst *zweitens* die Nutzung der Medien für die binnenkirchliche Kommunikation und nimmt sich *drittens* der kritisch-konstruktiven Begleitung der Entwicklung unserer Medien- und Kommunikationsgesellschaft an.

1. Christliches in medialer Öffentlichkeit

Die Möglichkeiten der christlichen Kirchen, ihre Anliegen und Perspektiven in der medialen Öffentlichkeit zu präsentieren, sind in Deutschland erfreulich vielfältig. Dabei ist eine Grundfrage der christlichen Publizistik, ob sie eher eigene Publikationsorgane unterhalten bzw. schaffen soll oder ob sie eher innerhalb der säkularen Medien eigene Beiträge platzieren soll.

Grundsätzlich ist beides nötig und sinnvoll, wobei gerade das gesetzlich geregelte Mitwirkungsrecht der Kirchen in den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten sowie die Präsenz von kirchlichen Sendungen und Beiträgen in säkularen Publikationsorganen besondere Chancen mit sich bringt, welche die Situation in Deutschland wohlthuend von der etwa in den USA unterscheidet. Dadurch ist es möglich, auch kirchenferne Menschen mit christlichen Perspektiven bekannt zu machen und solche Perspektiven in den breiten gesellschaftlichen Diskurs einzubringen. Dabei sind gerade bei Formen der Verkündigung die Spezifika der jeweiligen Medien besonders zu beachten und professionell zu gestalten: Das »Wort zum Sonntag« oder eine Rundfunkandacht haben gegenüber einer Predigt oder einer Gemeindeandacht ihre je besonderen Eigenarten, Stärken und Schwächen, und auch ein Filmgottesdienst bedarf eigener theologisch-konzeptioneller Überlegungen. Kirchliche Nachrichtenagenturen haben ebenso wie kirchliche Medienproduktionsfirmen die Möglichkeit, ganz unterschiedliche Medieninstitutionen und -genres im öffentlichen Bereich zu bedienen und vorbildhafte Akzente bezüglich der Inhalte und der Qualität von Medien zu setzen.

2. Binnenkirchliche Kommunikation per Medien

Auch für die Kommunikation innerhalb der Kirchen und Gemeinden ist eine gute Medienarbeit ein wichtiger Faktor. Durch die Weiterentwicklung der elektronischen Medien und insbesondere durch das Internet sind hier vielfältige neue Wege und Formen der Kommunikation und Partizipation entstanden, die teilweise bewährte Kommunikationsmittel wie den Gemeindebrief oder kirchliche Zeitungen integrieren können. Angebote wie Telefon- und Internetseelsorge, elektronisch übermittelte Losungen oder virtuelle Gottesdienste werden durch ihre Niederschwelligkeit von wesentlich mehr Menschen wahrgenommen als Veranstaltungen der Gemeinden vor Ort. Sie kommen damit dem Bedürfnis zahlreicher Kirchenmitglieder entgegen, den Grad ihrer Verbundenheit mit Kirche und christlichem Glauben differenziert selbst zu bestimmen, können aber auch zu den »realen« Angeboten von Ortsgemeinden hinführen.

Die binnenkirchliche Publizistik hat, wie auch die säkulare, nicht nur die Aufgabe, Informationen weiterzugeben, sondern auch die Kirchenleitungen sowie innerkirchliche Entwicklungen kritisch zu begleiten. Von daher macht es guten Sinn, dass die kirchliche Medienarbeit in Deutschland weitgehend von Presseverbänden getragen wird, die in den einzelnen Landeskirchen als freie Vereine organisiert sind. Umstritten ist die Frage, inwieweit kirchenleitenden Personen selbst, z. B. als Herausgeber von Zeitschriften, Einfluss auf die Inhalte christlich-publizistischer Arbeit eingeräumt werden kann, ohne dass deren kritische Potenz verloren geht.

3. Kritisch-konstruktive Begleitung der Entwicklung unserer Mediengesellschaft

Dazu tragen die Kirchen auf verschiedenen Ebenen bei, angefangen von orientierenden und impulsgebenden Stellungnahmen auf EKD-, VELKD- oder Landeskirchen-Ebene über medienethische Beiträge aus dem Bereich der wissenschaftlichen Theologie und der christlichen Publizistik bis hin zu konkreten Buch- und Filmempfehlungen, Rundfunk-, Fernseh- und Internet-Tipps in verschiedenen Handreichungen und Publikationsorganen.

Ein besonderes Augenmerk verdient die medienpädagogische Arbeit, die vor allem in kirchlichen Medienstellen, religionspädagogischen Instituten, in kirchlicher Jugendarbeit, Erwachsenenbildung und schulischem Religionsunterricht geleistet wird. Sie ist deshalb enorm wichtig, weil Medienbildung eine wesentliche Bedingung für die qualitätsvolle Weiterentwicklung der Medienkultur auf der Seite der Mediennutzerinnen und -nutzer darstellt und, wie oben skizziert, einer Verschärfung sozialer Ungleichheiten gegensteuert. Aus evangelischer Sicht wird deshalb der Ausbau von medienpädagogischen Anteilen in Schulen und Hochschulen, in der Kinder- und Jugendarbeit ebenso wie in den Medien selbst zu fordern und zu unterstützen sein. Im Rahmen kirchlicher Angebote für religiöse Bildung (z. B. im Religionsunterricht) besteht eine besonders gute Chance, in dem oben angedeuteten Sinn wechselseitige Erschließungen von Medienkultur und christlicher Religionskultur zu initiieren und dabei religionspädagogische Zielsetzungen mit medienpädagogischen zu verbinden.

4. Linksammlung »Kirche im Internet«

a) Themen und Informationen

- www.velkd.de
Die Webseite der Vereinigten Evangelisch-Lutherischen Kirche Deutschlands.
- www.ekd.de
Die offizielle Internetseite der Evangelischen Kirche in Deutschland.
- www.e-wie-evangelisch.de
Über 250 Domains mit Essays zu Stichworten von A wie Anfang bis Z wie Zuversicht.
- www.wie-kann-ich-beten.de
Hier schreiben Sie Ihre Gebete in den virtuellen Himmel! Außerdem enthält die Gebetsseite Wissenswertes über das Beten.
- www.kirche-entdecken.de
Spielerischer Kirchenrundgang für Kinder im Grundschulalter mit Kira der Kirchenelster.

- www.evangelisch.info
Informationen zu christlichen Themen in unterschiedlichen Lebensphasen von Taufe bis Trauerfeier.
 - www.geistreich.de
Netzsammlung, Innovatives, Projekte
 - www.trauspruch.de
Tausprüche und Informationen rund um die kirchliche Trauung.
 - www.taufspruch.de
Taufsprüche und Anregungen für alle, die ihr Kind oder sich selbst taufen lassen wollen.
 - www.luther2017.de
Jubiläumswebseite zum 500-jährigen Reformationsjubiläum.
- b) Gemeinschaften und Netzwerke
- www.evangelisch.de
Diese Seite verbindet aktuelle Nachrichten aus evangelischer Perspektive mit einer evangelischen Community.
 - www.unserezeiten.de
Das evangelische Netzwerk für die Generation 59plus mit Platz für eigene Themen, Bilder und Beiträge.
 - www.youngspirix.de
Treffpunktseite der Evangelischen Jugend.
- c) Seelsorge und Beratung
- www.chatseelsorge.de
Offener Chat und Einzelberatung zu Lebens- und Glaubensfragen.
 - www.trauernetz.de
Ein Angebot für Trauernde und für Menschen, die Trauernde begleiten.
 - www.telefonseelsorge.de
Unter der Telefonnummer 0800 – 1110111 ist rund um die Uhr ein Gesprächspartner erreichbar.

Literatur

- Janowski, H. N. (Hg.): Die kanalisierte Botschaft, 1987.
- König, A.: Medienethik aus theologischer Perspektive. Medien und Protestantismus – Chancen, Risiken, Herausforderungen und Handlungskonzepte, 2006.
- Preul, R. / Schmidt-Rost, R. (Hg.): Kirche und Medien, 2000.
- Sennett, R.: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität, 1995.