

sage ich den Verantwortlichen seit Jahren, man möge sich beizeiten auch Gedanken darüber machen, wie man etwa die „Privilegien“ des Staatsvertrages im ZDF nicht nur juristisch einfordert, sondern auch inhaltlich legitimiert.

Da leisten die Redakteure fast die einzige Arbeit, und wir müssen, um mit Heinrich Böll zu sprechen, uns unser Brot selber backen und uns das Wort selbst bereiten, weil die Verantwortlichen in der Kirche für unseren Bereich ziemlich versagen. Jedenfalls sehe ich in diesem Bereich nur ein formales Anspruchsdenken und die entsprechende Praxis – mehr nicht. Dann glaube ich auch, daß sich bei einer Veränderung des Systems von öffentlich-rechtlich auf Privatwirtschaft die Probleme nur verlagern und keineswegs lösen. Sind es bei uns im wesentlichen die Parteien, die stark mitbestimmen, so werden es dort die Geldgeber sein. Ich habe große Sorge, daß sich die Kirche überdies mit allen diesen Aktivitäten auch noch finanziell verzettelt oder vielleicht auch übernimmt. Aber der entscheidende Punkt ist für mich tatsächlich der ethische.

Was fehlt, ist nach meiner Überzeugung und Erfahrung der konzentrierte medienpädagogische Ansatz, die Erfüllung der Aufgabe, Menschen eine Orientierung zu vermitteln und nicht im Endeffekt ihnen die totale Überforderung per Bildschirm mit ins Haus zu liefern.

Bernward Hoffmann

Jugendmedienschutz als pastorale Aufgabe

Die Neuen Medien sind schon an sich ein Problem und eine Aufgabe für die Pastoral, nicht erst aufgrund bedenklicher Inhalte, die den Jugendmedienschutz auf den Plan rufen. Seelsorger und andere verantwortliche Mitglieder der Kirche und der Gemeinden sollten daher gemeinsam über die Eigenynamik der Neuen Medien, über die von ihnen verkündeten Scheinfreiheiten und über das

Überangebot an (personale Kommunikation auf allen Ebenen verdrängenden) Formen der Ersatzkommunikation nachdenken, nicht nur darüber, wie die Inhalte der christlichen Botschaft mit Hilfe der Medien besser an die Menschen herangetragen werden können bzw. was sich daraus an Aufgaben für den Jugendmedienschutz und die Medienpädagogik ergibt. Der Autor gibt dafür manche Denk- und Praxisanstöße.* red

„Da es dem König aber wenig gefiel, daß sein Sohn, die kontrollierten Straßen verlassend, sich querfeldein herumtrieb, um sich selbst ein Urteil über die Welt zu bilden, schenkte er ihm Wagen und Pferd. ‚Nun brauchst du nicht mehr zu Fuß zu gehen‘, waren seine Worte. ‚Nun darfst du es nicht mehr‘, war deren Sinn. ‚Nun kannst du es nicht mehr‘, deren Wirkung.“

Diese Kindergeschichte hat Günter Anders seinen philosophischen Betrachtungen über Rundfunk und Fernsehen vorangestellt¹. Sie wurden bereits 1956 veröffentlicht, zu einer Zeit also, als das Fernsehen noch in den Kinderschuhen steckte. Vielleicht konnte Anders deshalb noch manches erkennen und vorhersehen, wofür die meisten von uns durch vielfältige Mediengewöhnung schon blind geworden sind. Über diese frühen Betrachtungen sind eigentlich die in letzter Zeit viel diskutierte pessimistischen Medienwelt-Beschreibungen von Marie Winn, Jerry Mander, Neil Postman u. a. kaum hinausgegangen². Medienwirklichkeit wird in diesen Beschreibungen und in den folgenden Ausführungen vor allem gleich Fernsehwirklichkeit gesetzt. Ein gemeinsames Fazit könnte man so formulieren:

Menschen von heute brauchen die Welt nicht mehr zu erfahren, sondern das Medium

* Vgl. dazu auch R. Funiok, Glauben von der Kasette? Themen und Methoden für kreative und kritische Medienarbeit. . . , in: Diakonia 16 (1985) 353–357.

¹ G. Anders, Die Welt als Phantom und Matrise. Philosophische Betrachtungen über Rundfunk und Fernsehen, in: ders., Die Antiquiertheit des Menschen, München 1956.

² M. Winn, Die Droge im Wohnzimmer, Reinbek 1979; J. Mander, Schafft das Fernsehen ab. Eine Streitschrift gegen das Leben aus zweiter Hand, Reinbek 1979; N. Postman, Das Verschwinden der Kindheit, Frankfurt 1983; ders., Wir amüsieren uns zu Tode, Frankfurt 1985; W. Kögel, Möglichkeiten der Pädagogik und des Jugendschutzes bei der Einführung der Neuen Medien, Hamm 1981.

bringt ihnen das Aufregendste perfekt als Show verpackt zu bequemstem Konsum ins Haus und suggeriert umfassende (Welt-)Erfahrung. Einzelne Inhalte werden belanglos, das Medium an sich ist das Entscheidende. Das Abbild wird die Wirklichkeit. Das Ereignis wird in seiner medialen Reproduktion wirklicher und sozial wirksamer als im Original.

Neue audiovisuelle Massenmedien werden aufgrund technischen Fortschritts und wirtschaftlicher Interessen eingeführt. Die öffentliche Diskussion ist Reaktion darauf. Anfangs wurde zwar (und wird immer noch) über Sinn und Gefahren, die das jeweilige Neue Medium für das gesellschaftliche Gefüge und das Wohl des (jungen) Menschen mit sich bringt, allgemein debattiert. Die Fakten der Etablierung drängen aber die allgemeine Diskussion in bestimmte Reservate ab, z. B. in die Erziehung. Es sind ja auch in erster Linie die mit Erziehung befaßten gesellschaftlich relevanten Gruppen, die eine entsprechende öffentliche Diskussion zumindest in ihrer skeptischen Dimension tragen; die von Massenmedien betroffenen Massen diskutieren kaum, und die interessierte Wirtschaft betreibt Werbung.

Eines der verbleibenden Reservate mit einer gewissen gesellschaftlichen Wirksamkeit heißt „Jugendmedienschutz“. Der Reservatcharakter läßt sich an spannungsgeladenen Grenzen des Jugendmedienschutzes heute nochmals gut zeigen. Nicht die Wirkung der jeweils Neuen Medien an sich auf den Menschen – in angenommen verstärktem Maße auf den jungen Menschen – steht zur Debatte, sondern bestimmte Ausformungen, besser *Inhalte*, stehen zur Disposition. Natürlich wird in Erziehungstheorien weiter grundsätzlich debattiert, aber mit geringer Wirksamkeit.

Der „Jugendmedienschutz“ wurde und wird als das einzige rechtliche Mittel verstanden, um gegen all die Film- und Publikationsangebote mit (wenigstens für Kinder und Jugendliche gültigen) Verboten vorzugehen, die eigentlich als allgemein sozialschädlich bewertet werden. Die Gesetzgebung versteht heute Jugendmedienschutz als ein notwendiges Mittel, um Kindern und Jugendlichen unter entwicklungspsychologischen

Gesichtspunkten Film- und Publikationsangebote unzugänglich zu machen, die von ihnen noch nicht ausreichend verstanden werden. Differenziert wird also nach Inhalten der an und für sich frei zugänglichen Medien. Die Grenzen des so praktizierten Jugendmedienschutzes finden sich sowohl im Gesetz selbst als auch in der herbeizitierten Entwicklungspsychologie, die so klare Gesichtspunkte in den meisten Fällen gar nicht bieten kann. Vor allem das wiederum gesetzlich garantierte Erziehungsrecht der Eltern und das Recht (und ggf. die Chance) auf die freie Entfaltung und Verwirklichung der Persönlichkeit werden eingeschränkt. Somit ist auch diese gesellschaftlich akzeptierte Schutzpraxis ein Kompromiß. Doch weisen die angezeigten Grenzen und Spannungen des Kompromisses zurück auf das Grundproblem: Wer bestimmt eigentlich die Etablierung eines Neuen Mediums? Wieweit reichen die Freiheiten von uns Menschen demgegenüber? Welchen Einfluß haben Medienwirkungen – nicht bestimmter Inhalte, sondern des jeweiligen Mediums als Lebenselement an sich – auf solche Entscheidungen?

Die Kirche hat nicht nur die Aufgabe, gesellschaftliche Kompromisse mitzugestalten und mitzutragen, sondern sie muß mittels ihrer Theologie solche Grundfragen stellen, Entwicklungen transzendieren, durchleuchten, hinterfragen, und sie soll an Antworten und Lösungen zum Wohl der Menschen mitwirken.

Wenn im folgenden in Thesen und Erläuterungen von Jugendmedienschutz als pastoraler Aufgabe die Rede ist, dann soll gerade das beschriebene Reservat überschritten werden in Richtung einer weiterführenden Diskussion angesichts der derzeit sich vollziehenden grundlegenden Umwälzung unserer Medienlandschaft.

1. Die öffentliche Diskussion um Jugendmedienschutz (auch in kirchlichen Kreisen) ist Folge der durch technischen Fortschritt und Wirtschaftsinteressen vollzogenen Etablierung „Neuer“ Medien. Der aktuelle Anlaß zur öffentlichen Diskussion findet sich derzeit insbesondere im Bereich Video. Die Verkürzung der Diskussion auf diesen Spezialbereich wäre allerdings kurzfristig. Die Debatte um Jugendmedienschutz muß den ge-

samten Bereich der Veränderungen im Mediensektor in den Blick nehmen.

In den vergangenen Jahren hat eine breite Öffentlichkeit (darunter in vorderster Front viele kirchliche Organisationen) auf den rapid angewachsenen Markt der Videokassetten und des entsprechenden Verleihs reagiert und sich über all das, was unter den Schlagworten „Horror/Brutalo/Sex“ angeboten und vielfach ausgeliehen wurde, empört. Was da z. T. gesehen wurde und wird, ist in der Tat abscheulich. (Die Diskussion über die Hintergründe der sich hier äußern den Bedürfnisse muß noch weitergehen.) Ohne diesen Spezialbereich allerdings all das, was unter dem unscharfen Sammelbegriff „Neue Medien“ wächst und wuchert, Anlaß gewesen wäre, den Zusammenhang von Jugendmedienschutz und Pastoral zu thematisieren, erscheint mir mehr als fraglich. Und doch ist Video unter den Entwicklungen auf dem Mediensektor nur ein marginales Thema, m. E. auch eher von vorübergehender Brisanz, jedenfalls was den Jugendschutz, die derzeit meistdiskutierte Dimension des Themas, angeht.

Wer sich heute für Jugendmedienschutz ausspricht und sich in der pastoralen Praxis dafür einsetzen will, der muß sich zunächst einmal die Quantität und Qualität vor Augen halten, in der die „Neuen Medien“ die alltäglichen Kommunikationsgewohnheiten der Menschen verändern und dauerhaft prägen und dadurch auch die Realitätswahrnehmung und das soziale Verhalten der Menschen beeinflussen. *Jugendmedienschutz müßte hier vor allem bedeuten, unsere Medienwelt im Interesse unserer Kinder so zu gestalten, daß man mit, in, neben, ohne Medien auf Dauer menschlich leben kann.* Im Bereich des Umweltschutzes findet ein Satz wie: „Wir haben unsere Erde nur von unseren Kindern geborgt“, langsam mehrheitliche Zustimmung. In Sachen Medien ist das Massenbewußtsein offensichtlich medial benebelt, und es fehlen entsprechende Kräfte, die diese Nebel wegblasen und das Bewußtsein auch hier für die tatsächlichen Probleme öffnen. Es geht also um die Frage, wie die Öffentlichkeit dazu gebracht werden kann, sich ein Bild von den politischen, wirtschaftlichen, sozialen, pädagogischen Problemen

zu machen, die diese technischen Veränderungen mit sich bringen können bzw. werden. Was der Pädagoge Hartmut von Hentig schreibt, sollte als Problembewußtsein von immer mehr Menschen aufgenommen werden und zu Konsequenzen führen: „Die industrielle Revolution hat Formen und Gehalt unserer Kultur drastisch verändert. Die telematische ist nicht nur eine der vielen möglichen Steigerungen derselben Entwicklung, sie wird noch einmal tief in die geschichtliche Substanz unserer Kultur eingreifen. Werden wir so leben, wie wir nach aufgeklärtem Willen bisher leben wollten? Als wen oder was wird uns die neue Apparatur definieren? Welches Bewußtsein wird mir von meiner Lage bleiben – die Macht, die jemand über meinen Leib hat, kann ich mit meinem Geist erkennen. Die Macht, die er über meinen Geist hat, nicht mehr.“³

2. Der Zusammenhang von (massen-)medialer Wirklichkeit und pastoraler Praxis ist dadurch geprägt, daß die unmittelbare Kommunikation zu und innerhalb der Kirche abnimmt, während gleichzeitig immer mehr Menschen immer mehr Medienangebote nutzen. Die Quantifizierung der Medienangebote torpediert deren Qualifizierung um des Menschen willen.

Bei der großen Bedeutung der Massenmedien in der heutigen Gesellschaft läßt sich das Interesse der Kirche an den Medien zunächst verstehen als Interesse der Institution, die eine gesellschaftliche Größe („relevante Gruppe“) sein und bleiben will. Dieses Machtinteresse klingt zwischen den pastoralen Argumentationen immer wieder durch; es gerät aber zum Teil in Widerspruch zu einem pastoralen Interesse am Menschen, wie es in „Gaudium et Spes“ zum Ausdruck kommt: „Die gesellschaftliche Ordnung und ihre Entwicklung müssen sich dauernd am Wohl der Personen orientieren; denn die Ordnung der Dinge muß der Ordnung der Personen dienstbar werden und nicht umgekehrt.“

Das Arbeitspapier der gemeinsamen Synode „Kirche und gesellschaftliche Kommunika-

³ H. von Hentig, Das allmähliche Verschwinden der Wirklichkeit. Ein Pädagoge ermutigt zum Nachdenken über die Neuen Medien, München – Wien 1984, 49f.

tion“ zieht aus der wechselseitigen Abhängigkeit von Kirche, Gesellschaft und Massenmedien folgende Konsequenzen:

- „a) die von den Massenmedien ausgehenden Parallelwirkungen und die ihnen zu unterstellenden Einflüsse nicht kulturkritisch abwerten, sondern zu erkennen und zu bewerten suchen;
- b) nüchtern und ohne Vorurteile Mittel und Wege suchen bzw. schaffen, auf denen die Kirche ihre auftragsgemäße Botschaft zum Empfänger tragen kann . . .“ (1. 3)

Diese beiden Konsequenzen lassen sich den pastoralen Grundtätigkeiten zuordnen, die sich in erster Linie der Medien bedienen bzw. sich den Medien zuwenden. Konsequenz b) trifft den Bereich der Verkündigung, die mit eher didaktischem Interesse Medien als Mittel zu verwenden sucht (parallel zur sogenannten Medien-Didaktik innerhalb der Pädagogik). Hier wird der wertende Blick eher auf Medieninhalte gerichtet sein. Mit der (oft leider vernachlässigten) Konsequenz a) wird das „diakonische“ Interesse an den Medien angesprochen. Gemeint ist damit eine praktisch-theologische Auseinandersetzung mit der Medienwelt als einem Teil der Alltagswelt, die den Menschen prägt und heute zu den Bedingungen der Möglichkeiten seines Subjekt-Seins zu rechnen ist. Hier ist ein genuin kirchliches Interesse an Jugendmedienschutz zu verankern: Das Erkennen und Bewerten medialer Einflüsse führen ggf. zur Forderung nach Kinder- und Jugendschutz gegen solche Einflüsse, indem sie das Recht auf eine freie menschliche Entwicklung zur Sozialität einklagen. Je nachdem, wie solche vermuteten bzw. teilweise erwiesenen Medienwirkungen im sozialen Kontext bewertet werden, ist die legale Einforderung von Jugendschutzmaßnahmen nur die Spitze des Eisberges. Dahinter steht u. U. die Aufforderung an die Erwachsenenvernunft, sich selbst gegen bestimmte Entwicklungen auf dem Mediensektor zu schützen und zur Wehr zu setzen (im Sinne eines Selbstschutzes, nicht einer Sozialzensur). Solches Verhalten kann zu Recht kulturkritisch werden – und damit über den Synodentext hinausgehen –, solange es sich nicht auf kulturpessimistische Positionen und rein sektiererische Verweigerungshaltungen zurückzieht.

Wenn wir z. B. in unserer pastoralen Praxis feststellen, daß immer mehr (junge) Menschen aus ihrer Konsumentenhaltung nicht mehr herauskommen und infolge extensiven Medienkonsums zu einer tiefergehenden zwischenmenschlichen Kommunikation kaum noch fähig sind, ist das ein Argument gegen bestimmte Ausgestaltungen der Medienlandschaft und für die Forderung entsprechender Jugendschutzmaßnahmen. Es bedeutet aber zugleich auch eine Anfrage an die Kirche selbst, insofern sie mit ihren medialen Angeboten letztlich vom selben marktwirtschaftlichen Denkmodell und Interesse am Menschen als Käufer/Konsument ausgeht, wie es die Medienlandschaft prägt. Gerade weil wir als Kirche die Menschen ganzheitlich in einer tieferen Dimension ansprechen wollen, muß unsere Argumentation vom Subjekt, vom Menschen ausgehen und nicht von der gesellschaftlichen Position der Institution Kirche und/oder den „Verkaufschancen“ ihrer Angebote. Weder der ausschließliche Blick auf die Inhalte und die Überprüfung ihrer Richtigkeit noch das stete Bemühen um attraktive Verpackung und das Streben nach möglichst viel kircheneigenen, kirchenkontrollierten Programmen genügen diesem Anspruch.

3. Mit „Verheißungen“ wird von seiten der interessierten Industrie und Politik versucht, einer breiten Öffentlichkeit neue Mediensysteme und -quantitäten schmackhaft zu machen: mehr Freiheit, Individualisierung auf das eigene Unterhaltungs- und Bildungs-/Informationsbedürfnis hin, bequemster Genuß des unbegrenzten Warenkataloges, vermehrte und erleichterte Kommunikation . . . Diese „Verheißungen“ sind überwiegend als Scheinversprechungen zu entlarven, die grundlegenden christlichen Werten widersprechen.

Das Volk Israel verließ die Unfreiheit, aber auch die Fleischtöpfe Ägyptens „nur“ auf die Verheißung seines Gottes hin, der ihnen das Gelobte Land versprach. Die Hoffnung auf Freiheit ließ es das Ungewisse wagen. Nicht das Ergebnis, sondern der Prozeß dieses Exodus ist es, der bis heute so fasziniert und sicher zu den bekanntesten Teilen der Bibel gehört.

Heute ist es ein anderer „Gott“, der den Menschen neues Land, neues Erleben, neue Lebensqualität verheißt. Die Lockrufe Freiheit, Genuß und Kommunikation klingen in den Ohren, etwa mit folgenden Worten:

1. „Werden Sie Ihr eigener Programmdirektor; sehen Sie, was Sie wollen, wann Sie wollen, soviel Sie wollen. Mit TV und Video haben Sie die Freiheit und Wahlmöglichkeiten. Alles sehen, alles hören, alles miterleben können; jedem das Seine. Unter 32 Programmen wählen Sie, private Konkurrenz belebt das Geschäft, Sie profitieren davon . . .“

2. „Kaufen Sie aus unserem Riesensortiment bequem per Knopfdruck vom Fernsehsessel aus; selbstverständlich auch nach Feierabend und am Wochenende; wir liefern frei Haus, Sie sparen den Einkaufsweg. – Gerade geschehen, schon gesehen; die neuesten Schlagzeilen aus aller Welt, schneller als jede Zeitung sie drucken kann, auf Ihrem Bildschirm; Reisebüro, Bank, Bibliothek u. v. m. bietet Ihr Bildschirm bequem zu Haus . . .“

3. „Ersparen Sie Ihrem Betrieb unnötiges Reisen, Telekonferenz verbindet Sie miteinander, wann immer Sie wollen. Auch die Großmutter wird sich freuen, wenn Sie ihr ganz direkt zum Geburtstag gratulieren, das Bildschirmtelefon macht's möglich. Nicht nur die weite Welt, auch das Nahe kommt näher; lokale Kommunikation, die Diskussionsrunde vom Wohnblock nebenan, live dabei beim Pfarrfest . . .“

Vision oder Werbung? Weder noch! Das alles ist schon fast Realität. So direkt und offen braucht die Neue-Medien-Welt gar nicht zu werben. Doch mit versteckteren Verheißungen versuchen Industrie und Politik, die „notwendigen“ Neuerungen (Verkabelung, Gesetzesänderungen . . .) durchzusetzen: „Wir müssen uns riesig beeilen. Auf diesem Feld wird gleichzeitig mit darüber entschieden, ob wir ein führendes Industrieland bleiben, ob wir unsere Exporttätigkeit behalten, ob wir langfristig unser Arbeitsmarktproblem zu lösen instande sind, ob wir unserer Jugend noch eine interessante Zukunft bieten können.“ (Postminister Schwarz-Schilling)⁴

Zu 1: *Freiheit* ist auch ein genuin christlicher Wert. Informationsfreiheit und freie Meinungsäußerung sind ein „in der Natur des Menschen begründetes Recht“ (Paul VI.), das auch im Grundgesetz verankert ist (Art. 5, Abs. 1): „Aber weil die Rechte so ungeheuer teuer sind, hat's eben doch nicht je-

der.“ (Dieter Hildebrandt in einer Kabarett-sendung) Die Kosten medialer Meinungsäußerung sind enorm hoch, sie erlauben keinen allgemeinen freien Zugang, brauchen deshalb gesellschaftliche Kontrolle. Während im bestehenden „binnenpluralen“ Modell gesellschaftlich relevante Gruppen Kontrollgremien bilden, soll in einem „außenpluralen“ Modell die Kontrolle durch die Konkurrenz vieler Anbieter gewährleistet werden: Die Informationsfreiheit sei durch die Wahlfreiheit zwischen mehreren konkurrierenden Programmen besser gesichert. Die Mündigkeit des Bürgers dürfe nicht bevormundet werden. Dabei wird allerdings bewußt außer acht gelassen, daß im Mediensektor nur äußerst finanzkräftige Anbieter überleben können und daß die Orientierung an hohen Einschaltquoten (nur die sichern die notwendigen Werbeeinnahmen) die Gefahr in sich birgt, daß sich die Breite der erwarteten Vielfalt auf ein mittleres Unterhaltungsniveau reduziert.

Die Menschen können aber doch in Freiheit die Unfreiheit eines einseitigen TV-Programmes wählen? Zunächst ist zu bezweifeln, ob die Mehrheit der Menschen wirklich in Freiheit diese Medienentwicklung will; sie werden überhaupt nicht gefragt. Die grundsätzliche Frage wird nicht gestellt, ob der gesellschaftliche Einfluß der Mediensysteme es wirklich zuläßt, ihre Ausgestaltung einem marktwirtschaftlichen Mechanismus auszuliefern. Zum Vergleich: Es würde doch heute niemand mehr ernsthaft auf die Idee kommen, unser Schulsystem solchen marktwirtschaftlichen Prinzipien freizugeben. Das Prinzip „Freiheit nur durch Freiheit“ gilt nur, wenn die in Freiheit hergestellte Unfreiheit grundsätzlich und praktisch wieder aufhebbar ist; es gilt nicht von ganzen Lebenssystemen. Die „freie Wahl“ ist eine Scheinfreiheit. Es nützt dem einzelnen nichts, persönlich auf die Fülle der Angebote und den Kabelanschluß zu verzichten. Wenn das Angebot sich dadurch generell verändert (wenn z. B. die Bankschalter, die Reisebüros, die gedruckten Fahrpläne und Telefonbücher verschwunden sind), ist jeder mitbetroffen und wird sich des Bildschirms bedienen müssen⁵. – So ist im (christlichen) Interesse

⁴ Zit. von H. von Hentig, a. a. O., 66.

⁵ Vgl. ebd. 60.

am Menschen und an seinen individuellen und sozialen Entwicklungsmöglichkeiten das Recht auf Informations- und Meinungsfreiheit in umfassendem Sinn einzuklagen.

Zu 2: *Konsum*. Zunehmende Medienwerbung verursacht nicht, aber verstärkt langfristig eine *konsumfixierte* und von Prestigeerwartungen bestimmte *Lebenshaltung*. Erich Fromms psychologische Analysen einer „Haben“-Mentalität treffen hier genau. Dagegen ist der einzelne und sind im besonderen Maße Kinder und Jugendliche weithin machtlos.

Schon heute nehmen die Werbespots im Fernsehen die Form eines religiösen Gleichnisses an: Sie entfalten eine Vorstellung von Sünde, geben Hinweise auf den Weg der Erlösung und eröffnen eine Vision des Himmelreiches⁶. Daß diese auf der Konsumebene dem Menschen angebotenen „Sinnzusammenhänge“ das soziale Zusammenleben negativ verändern, ist wohl evident. So wird das BTX-System den Privatleuten mit der Möglichkeit schmackhaft gemacht, jetzt alle Bank-, Reise-, Einkaufs- und anderen Geschäfte „bequem“ zu Hause am Bildschirm erledigen zu können. Der lästige Weg unter Menschen bleibt erspart. Aber die Folgen für Arbeitsplätze und für die verschiedenen Situationen des Zusammentreffens von Menschen bleiben unberücksichtigt.

Mit dem marktwirtschaftlichen Modell im Fernsbereich potenziert sich zudem die Tendenz, daß das Medienangebot immer stärker Warencharakter bekommt; es wird zum Supermarkt Medien, demgegenüber ich nicht einmal eine konsequente Verweigerungshaltung einnehmen kann, weil ich manches einfach brauche. Dabei ist Bewahren auch für Kinder nicht die empfehlenswerte Strategie, denn irgendwann sollten sie lernen, aus dem Angebot jedes Supermarktes nur das auszuwählen, was sie brauchen und wirklich wollen.

Zu 3: Ob Bildschirmkonferenz oder Treffen der Vorstandsmitglieder an einem Ort, das protokollarische Kommunikationsergebnis mag vielleicht dasselbe sein: daß aber die jeweilige *Kommunikation* von anderer Qualität ist, wird niemand ernsthaft bestreiten.

⁶ Vgl. N. Postman, *Das Verschwinden . . .*, a. a. O., 126.

Daß ein Besuch bei der Oma etwas anderes ist als die Geburtstagsgratulation per Bildtelefon, liegt ebenfalls auf der Hand. Aber, so wird argumentiert, diese medialen Formen wollen doch nur Ergänzungen und Erleichterungen von Kommunikation sein!

Das Problem liegt aber tiefer. Das Zusammenleben und das Funktionieren unserer Gesellschaft sind in hohem Ausmaß von der technisch vermittelten Kommunikation abhängig geworden. Niemand kann mehr die Fülle lebensrelevanter Informationen überblicken. Medien kompensieren diese menschliche Begrenztheit, indem sie eine Auswahl des wißbaren Stoffes bieten. Damit machen sie aber dem Individuum die Unterscheidung zwischen wichtigen, d. h. lebensrelevanten, und unwichtigen Informationen immer schwerer. Zudem verändert die medial vermittelte Kommunikation die primäre, interpersonelle Kommunikation, von der unsere Gesellschaft lebt und die für den einzelnen erfahrbar lebensrelevant ist. Massenmediale Kommunikation bleibt, auch wenn es eine Menge aktiver Freiheiten der Rezipienten ihr gegenüber gibt, immer Ein-Weg-Kommunikation; und sie kann gar nicht auf den einzelnen Empfänger eingehen, sondern muß einen Durchschnitts-Empfänger annehmen. Kommunikation dieser Sorte ist zudem leicht zu haben (vgl. „konsumieren“, „sich berieseln lassen“ . . .); ihre quantitative Ausdehnung droht immer mehr das Kommunikationsbedürfnis abzudecken und unmittelbar zwischenmenschliche Kommunikation zu verhindern. Gerade Kinder und Jugendliche haben hier die Möglichkeit, sich jederzeit aus aufwendigen Beziehungen und konflikträchtigen Situationen zurückzuziehen und sich in Programme zu flüchten, deren Wirklichkeitspräsentation anspruchslos und deren Beziehungen einfach (harmonistisch oder aber gewalttätig) sind⁷.

4. *Gegenwärtig droht das Bemühen, kirchlichen Einfluß in den Medien und durch die*

⁷ Vgl. K. Hilpert, Die Einführung neuer Kommunikationstechniken im Spannungsfeld von Meinungsfreiheit, Sozialität und Gerechtigkeit, in: *Religionspädagogische Beiträge* 15, Themenheft „Die ‚neuen‘ Medien“, 1985, 114; vgl. darin besonders auch E. Paul, *Neue Medien – religionspädagogisch betrachtet*, und G. Betz, *Die „neuen Medien“ und die katholische Kirche*.

Medien in der Gesellschaft zu bewahren, eine grundsätzliche Auseinandersetzung zwischen Pastoral und neuen Mediensystemen zu verdrängen.

Kirchliche Stellungnahmen zu den Medien konzentrierten sich bis in die 60er Jahre hinein auf ein Bewahrenwollen vor schädlichen Medieneinflüssen. Diese Haltung wurde in Folge des Zweiten Vatikanischen Konzils durch eine bemüht positive Sicht der Medien als „soziale Kommunikationsmittel“ abgelöst. Das Adjektiv „sozial“ will hier die besondere Eigenart dieser technischen Kommunikationsmittel beschreiben, die sich eben an den Menschen, spezieller an die Masse, an die ganze menschliche Gesellschaft richten. Der wertende Beiklang dieses Begriffs, sozial im Sinn von Menschlichkeit und Sozialität fördernd, entspricht durchaus der positiven Grundhaltung des Konzilsdokumentes „*Inter mirifica*“ (1963) und der daraus folgenden Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“. Grundfragen wurden in diesen Texten nicht beiseite geschoben:

„Wie läßt sich vermeiden, daß durch die Konzentration der Medien in den Händen ganz weniger ein wirkliches Gespräch in der Gesellschaft verhindert und die Gemeinschaft zerstört wird? Wie muß man mit den Medien umgehen, damit nicht durch die technisch vermittelte Kommunikation... die personalen Beziehungen Schaden leiden?“ (CeP 21)

Daneben gibt es Aussagen über die Notwendigkeit eines Medienschutzes für Kinder und Jugendliche (IM 10; 12; CeP 64-70; 89). Die positive Sicht der Medien in diesen Dokumenten läßt es allerdings nicht zu, den Gedanken an Jugendmedienschutz auf ganze Mediensysteme zu beziehen. Es wird vor allem an die Menschen appelliert (die Ethik der Macher und die maßvolle Nutzung der Rezipienten). Auch in den „Grundpositionen einer kirchlichen Medienpolitik“ (1984), die von der Deutschen Bischofskonferenz als offizielle Position bestätigt wurden, taucht der Jugendmedienschutz an drei Stellen in bezeichnenden Zusammenhängen auf: 1. Es werden Richtlinien für den Jugendschutz gefordert; 2. der ungehinderte Zugriff Jugendlicher auf jugendgefährdende Medienangebote soll eingedämmt und schließlich unmöglich gemacht werden; 3. Eltern und Er-

zieher sollten den Medienkonsum ihrer Kinder kennen, mit ihnen über Inhalte und Vermittlungsweisen der Programme sprechen und den Konsum vernünftig steuern. Der Blick bleibt auf bestimmte Inhalte fixiert. Der Gedanke, daß man mit jugendschützerischen Absichten ganze Entwicklungen von Mediensystemen in Frage stellen müßte, ist nirgendwo zu finden. Er stünde im Widerspruch zur eigenen Praxis, daß die Kirche mit der Strategie des „behutsamen Ausprobierens“ bei den Kabelpilotprojekten mitgezogen hat. (Vor allem mit eigenem Studio und eigenproduzierten Sendungen in Ludwigshafen und mit einem eigenen BTX-Angebot. Die Herbstvollversammlung der Bischöfe 1985 hat allerdings in beiden Fällen den Rückzug angetreten.) Diese Praxis des Mitmachens war vermutlich in höherem Maße eine öffentliche und politische Stellungnahme (im Werbeprospekt der Bundespost für BTX wird auch mit dem kirchlichen Angebot um Interessenten geworben!) als die Theorie der gedruckten Stellungnahmen. Das Balancieren zwischen der Wahrung öffentlichen kirchlichen Einflusses in den und durch die Medien und dem Eintreten für ermöglichte Menschlichkeit droht zugunsten des ersten zu kippen. Überzeugend kann Kirche aber nur sein, wenn in Theorie und Praxis das pastorale Interesse am Menschen überwiegt. Eine Pastoral, der es um den einzelnen Menschen geht, um seine Möglichkeiten der Subjektwerdung, muß die Veränderungen im Medienbereich wahrnehmen, mögliche Konsequenzen diskutieren und sie mit einem christlichen Menschen- und Zukunftsbild, einer christlichen Vorstellung von Sozialität konfrontieren. Die Erkenntnisse aus einem solchen Prozeß dürfen nicht nur als moralische Appelle an Individuum und Gesellschaft formuliert werden, sondern müssen als politische Forderungen artikuliert und eingeklagt und zumindest in der eigenen kirchlichen Praxis realisiert werden.

5. In der pastoralen Arbeit kann es primär weder darum gehen, neue Mediensysteme jugendgerecht in ein kirchliches Serviceangebot einzubauen, noch Medienpädagogik als Schutz- und Heilmittel zu propagieren. Gemeinsame Medienerfahrung und Austausch über Medienerfahrung sind ein Weg, entspre-

chende Bedürfnisse zu artikulieren. Jugendmedienschutz sollte sowohl zukunftsorientierter Medien-Selbst-Schutz (im Sinn des Erlernens von kritischem Gebrauch bzw. von Verweigerung) als auch öffentliche Stellungnahme (z. B. der Gemeinde) sein.

Auch in Sachen Jugendmedienschutz ist es leichter, Kritik zu üben, als Strategien zu formulieren und ihre praktische Umsetzung zu betreiben. Wenn der Medienpädagogik gleichermaßen eine prophylaktische Funktion – Erziehung von kritischen Konsumenten – und eine therapeutische Funktion – Therapie von Medien-Beschädigungen – zugewiesen werden, zeigt dies nur, wie omnipotent sie gelegentlich gedacht wird und wie machtlos sie tatsächlich ist. Dabei gibt es von kirchlicher Seite unbestreitbar eine Menge an Informationen, Seminarangeboten und vielfältigen Arbeitshilfen der entsprechenden kirchlichen Zentralen (der Zentralstelle Medien in Bonn bzw. dem kath. Institut für Medieninformation in Köln einerseits, dem Gemeinschaftswerk der evangelischen Publizistik in Frankfurt auf der anderen Seite); die zahlreichen Medienstellen in den Diözesen und Landeskirchen präsentieren ein umfangreiches Verleiheangebot vor allem für die Bildungsarbeit, aber auch vielfältige Kurse und Seminare (vermehrt auch zum Bereich neuer Mediensysteme).

Das Problem liegt insofern tatsächlich in den Gemeinden, wenn wir sie als kirchliche Basis begreifen. Wir sollten uns als pastorale Mitarbeiter und als Mitglieder der Gemeinden darum bemühen, besser zu verstehen, was geschieht, und versuchen, die Entwicklung, die wir nicht aufhalten können, abzufedern⁸. Jugendmedienschutz setzt also bei uns selbst an: Wie gehe ich mit den zur Verfügung stehenden Medienangeboten um? Wie verhalte ich mich zu neuen Möglichkeiten? Wie setze ich mich auch praktisch mit neuen Mediensystemen auseinander – verweigern oder probieren? Wieviel nützt solch individuelles Verhalten?

Bedenkenswert scheint mir der Begriff „Hygiene der Sinne“ von Eugen Paul zu sein: „Die Einfallstore seines (des Menschen) Erlebens und Verstehens dürfen nicht allem Möglichen geöffnet werden, wenn Erleben

und Verstehen nicht chaotisch werden sollen. . . . Der ‚gebildete‘, ‚intelligente‘, ‚mündige‘ Mensch ist nicht einfach immun gegen das, was er kognitiv und affektiv verachtet.“⁹ Und Hartmut von Hentig schreibt: „Die Hoffnung, es möchte uns ein Argument einfallen, das die Politiker, die Produzenten und ihre Abnehmer überzeugt, daß die Computer und die Verkabelung der Bildschirmwelt unnötig, schädlich, naturwidrig sind, ist unsinnig. Es gibt zuviel Gegenargumente, die sich an den unter ihrer Anleitung geschaffenen Gegentatsachen weiter nähren. Aber die Hoffnung, daß wir den Folgen besser gewachsen sind, wenn wir sie gründlich prüfen und redlich darstellen, wenn wir die Neuen Medien nicht als das neue Heil verkaufen, ist sinnvoll. Zeit gewinnen und sich gegen die Gefahren rüsten, das scheint mir geboten und möglich . . . Dieser Wandel kann nicht aus der Pädagogik allein kommen. Dazu muß ihr die Öffentlichkeit verhelfen.“¹⁰

Auch Gemeinde ist Öffentlichkeit. Gerade auch in ihr soll ein Austausch über Medien-Alltags-Erfahrungen gepflegt und sollen Konsequenzen überlegt werden. Wie das Zu-Fuß-Gehen oft eine lohnenswerte Alternative zum Gefahren-Werden bedeutet, so kann die Erfahrung unmittelbarer menschlicher Kommunikation in der Gemeinde mithelfen, die gefährliche Bequemlichkeit medialer (Schein-)Kommunikation zu durchschauen und gemeinsam nach Alternativen zu suchen.

Günter Biemer

Wie sollen wir mit der Tradierungskrise des christlichen Glaubens umgehen?

Zu einer außergewöhnlich gut besuchten Konferenz über die Traditionskrise des christlichen Glaubens in der heutigen Welt hatte die Kommission für Erziehung und Schule der Deutschen Bischofskonferenz

⁹ E. Paul, a. a. O., 5.

¹⁰ H. von Hentig, a. a. O., 99.