

Medienethik aus theologischer Perspektive

Medien und Protestantismus –
Chancen, Risiken, Herausforderungen und Handlungskonzepte
von
Andrea König

Wir leben heute in einer Medien- und global vernetzten Informationsgesellschaft, in der Medien und Medienumgang längst zu einer natürlichen Grundlage des Aufwachsens geworden sind. Durch die rasante Medienentwicklung kommt es jedoch zu Veränderungen unserer Lebenswelt wie auch unserer Verantwortungsspielräume. Im komplizierten Mediengeflecht ist längst nicht mehr klar, wen man eigentlich verantwortlich machen, geschweige denn an welchen Entscheidungskriterien man sich orientieren soll. Die moralischen Verunsicherungen zeigen, dass unsere moralische Reflexionskompetenz den Entwicklungen kaum gewachsen ist. Für die konstruktive Gestaltung einer Mediengesellschaft der Zukunft ist es deshalb unabdingbar, sich der Frage nach dem Entwurf einer Medienethik zuzuwenden.

Die Untersuchung¹ unternimmt deshalb den Versuch, sich mit Medienethik aus theologischer, spezifisch protestantischer Perspektive auseinanderzusetzen. Die Arbeit, die einer linearen Gliederung in Vergangenheit, Gegenwart und einem Ausblick in zukünftige Entwicklungen folgt, versucht einerseits in einer historischen Analyse die Entwicklungslinien einer Medienethik sowie das Verhältnis von Protestantismus und Medien nachzuzeichnen und zu interpretieren. Andererseits fragt sie nach der theologischen Auseinandersetzung mit dem Phänomen medialer Kommunikation in der Gesellschaft. Dabei werden in insgesamt fünf Kapiteln sowohl systematisch-theologische, kirchengeschichtliche, aber auch religionspädagogische Zugänge zur Thematik gesucht.

Der Bestimmung des Verhältnisses von Protestantismus und Medien und ihrem historischen Wandel galt dabei das besondere Interesse des ersten Teils des Buches. Die historische Analyse zeigt, dass der Protestantismus schon immer in einem besonderen Verhältnis zu den Medien stand. Geht man bis zu seinen Anfängen zurück, kann man ihn geradezu als ein Produkt des frühneuzeitlichen Umbruchs in der Medienwelt bezeichnen, denn an seinen Anfängen steht nicht nur die Persönlichkeit Martin Luthers, sondern mit der Erfindung der Druckkunst auch eine technische Revolution der Kommunikation. Der Protestantismus wusste nicht nur gekonnt die Medien für die Verbreitung der christlichen Botschaft und des reformatorischen Gedankenguts zu nutzen, sondern begünstigte dadurch auch die weitere Entwicklung der Medien. Von zentraler Bedeutung war hier Martin Luther, der in der Untersuchung als erster Journalist dargestellt wird. Luther erkannte nicht nur als erster protestantischer Publizist die Wirkung medialer Kommunikation zur Konstituierung als auch zur Steuerung öffentlicher Bewusstseinsprozesse, sondern trug durch seine Publikationen auch zur Bildung eines neuen Öffentlichkeitsbewusstseins bei. Dadurch war den Medien ein Anlass gegeben, ihre weitere Entwicklung auf dieses Öffentlichkeitsbewusstsein auszurichten. Der These, dass die Reformation nicht ohne Druck denkbar gewesen wäre, wird die These gegenübergestellt, dass sich ohne Martin Luther und die Reformation auch das neue Medium des Druckes nicht in solchem Maß entfaltet hätte. Dieses neue Medium und die Reformation gingen gemeinsam eine Synthese

¹ Vgl. KÖNIG 2006.

ein, die beiden einen Siegeszug sicherte. Luther erkannte jedoch sehr schnell auch die Probleme, die das neue Medium mit sich brachte. Er musste bald feststellen, dass die Qualität seiner Werke und der Inhalt, den er verbreiten wollte, unter der Profitsucht der Drucker zu leiden hatte. Solch medienkritisch-ethischen Ansätze, die sich in Form von einzelnen kritischen Stimmen hauptsächlich auf Seite religiöser Vertreter formierten, kennzeichneten auch die Entwicklung der Geschichte der Medienethik der folgenden Jahrhunderte und setzten sich gegenüber den hinzukommenden neuen Medien, wie z.B. der Presse fort. Das Buch gibt im ersten Teil einen Einblick in diese Entwicklungen bis hin zur strukturierten wissenschaftlichen Bearbeitung medienethischer Themen, die in Deutschland erst im 20. Jahrhundert begann. Während der Beginn der Medienethik-Debatte in Deutschland in der wissenschaftlichen Literatur auf Anfang der 80er Jahre datiert wird, zeigt das Buch, dass der protestantische Theologe August Hermann Hinderer bereits in den 20er Jahren erste medienethische Versuche auf wissenschaftlich-universitärer Ebene gemacht hat. Hinderer übernahm 1918 in Berlin als Direktor die Leitung des Evangelischen Pressverbandes für Deutschland, den er zu einem verzweigten Medienkonzern ausbaute. Im Jahre 1925 erhielt er an der Berliner theologischen Fakultät den Lehrauftrag für protestantische Pressearbeit. Tatsächlich erweiterte Hinderer an der theologischen Fakultät Berlin den Lehrplan nicht nur um Fächer wie psychologische Grundlagen der Medienwirkung, sondern auch um Medienethik und bezog dabei bereits neue Medien wie Film und Rundfunk ein. Ihm ist es somit zu verdanken, dass der Lehrplan, der sich bis dahin lediglich auf Pressearbeit konzentrierte, nun auf das ganze Gebiet der Publizistik erstreckte. Er öffnete damit universitär das Blickfeld für neue Bereiche wie Medienethik und Medienwirkungsforschung.

Der erste Teil des Buches zeigt, dass der Beginn medienethischer Reflexionen und Diskussionen weit zurückreicht und sich historisch nicht eindeutig fassen lässt, so dass die gegenwärtige Medienethikdiskussion als Ergebnis einer komplexen Vorgeschichte zu begreifen ist, die sich aus gesellschaftlichen, politischen, technischen, aber auch aus religiösen Veränderungsprozessen ergab. In diesem Ineinandergreifen wirkte Medienethik zum größten Teil kritisch reaktiv, das heißt sie reagierte auf gegebene Zustände einzelner Medienentwicklungen in Form von Kritik. Die historische Analyse zeigt aber, dass besonders der Protestantismus in seiner gesamten Geschichte, beginnend bei Martin Luther, nicht nur ein medienkritisches, sondern auch ein medienproduktives Motiv zur Wirkung gebracht und wichtige Impulse für medienethische Überlegungen gegeben hat.

Angesichts des besonderen Verhältnisses des Protestantismus zu den Medien in der geschichtlichen Entwicklung, kommt der protestantischen Theologie auch in den gegenwärtigen medienethischen Diskussionen eine besondere Rolle und Aufgabe zu. Dieser Aufgabe widmet sich der zweite Teil des Buches, der zunächst eine begriffliche und theoretische Einordnung des Themas „Medienethik“ unternimmt, und zwar vor dem Hintergrund der strittig diskutierten Alternative „Medienapokalyptiker“ und „Medienevangelisten“ innerhalb der gegenwärtigen interdisziplinären Debatte. Gefordert ist hierbei auch die theologische Ethik. Ausgehend von der Frage, was denn eine theologische Medienethik von einer allgemeinen Medienethik unterscheidet bzw. wo ihr spezifischer Beitrag liegen kann, wird aufgezeigt, dass theologische Ethik eine andere Weise des Nachdenkens eröffnet, wodurch sich neue Zugangs- und Handlungsmöglichkeiten erschließen lassen.

Die theologischen Reflexionen zeigen, dass das Bemühen um das Gelingen zwischenmenschlicher Kommunikation auch über die Medien theologisch betrachtet zur Aufgabe des Menschen gehört. Da das Christentum im Wesentlichen auf Vermittlung, Verständigung folglich auf Kommunikation basiert, ist damit eines der Grundbedürfnisse des Menschen formuliert. Wird dieses Miteinander von Menschen, das durch Kommunikation ermöglicht wird und damit auch das menschliche Personsein, durch die Medien und Medienentwicklung in irgendeiner Weise beeinträchtigt oder behindert, ergeben sich damit nicht nur medienethische, sondern auch grundlegende Fragen von theologischer Bedeutung. Aus schöpfungstheologischer Perspektive ist der Mensch von Gott in Medialität geschaffen und berufen worden, indem ihm die Sprache gegeben wurde. Diese ermöglicht ihm, sich in der Welt zu Recht zu finden, Macht auszuüben, gleichzeitig aber auch Verantwortung zu übernehmen. Kommunikation und Medialität des Menschen sind damit als Grund seiner Freiheit wie auch seiner Pflicht zur Verantwortung zu begreifen. Zur menschlichen Freiheit gehört folglich auch die Aufgabe, Verantwortung für alle medialen Kommunikationshandlungen zu übernehmen.

Die theologischen Ausführungen und Überlegungen zu einer Medienethik führen in der Arbeit zu einem anthropologischen Ansatz, der auf einem schöpfungstheologischen Fundament basiert. Damit orientiert sich der Ansatz, anders als in der klassischen Medienwirkungsforschung, am Menschen und Medienrezipienten und nimmt die aktive Nutzung der Medien durch den Menschen in den Blick. Der Rezipient wird nämlich nicht nur in der Kommunikationswissenschaft, sondern auch im größten Teil medienethischer Auseinandersetzungen, die sich vorwiegend auf den Bereich der Medienproduktion konzentrieren, vernachlässigt. Medienrezeption ist allerdings, so eine These, als aktives Handeln der Nutzer zu qualifizieren. Das Buch zeigt, dass theologisch-anthropologische Reflexionen für einen medienethischen Entwurf äußerst hilfreich sein können und zwar insofern sie nicht als eigenständiger Bereich der Medienethik zu begreifen sind, sondern als wichtige Grundlage medienethischer Konzepte. Die Theologie gewinnt dabei aus ihrer fundamentalen Unterscheidung zwischen Gott und Mensch ihre ganz eigene Perspektive. Es wird aufgezeigt, dass das vorrangige Interesse der Theologie nicht den technischen oder finanziellen Fragen der Medien gelten kann, sondern der Wahrnehmung und Verantwortung und einer daraus zu entwickelnden Kompetenz, die als Ausdruck verantwortlicher Lebens- und Weltgestaltung Ziel einer Medienethik sein muss.

In einem dritten Kapitel folgt eine Hinwendung zum gegenwärtigen Verhältnis des Protestantismus und der Medien. Dabei wird gezeigt, dass auch die christliche Religion von den Medien nicht unberührt bleibt: eine stetige Präsenz christlich-religiöser Symbole und Motive in Kinofilmen, Werbespots oder Musikvideos ist zu erkennen. Häufig erfahren die Symbole, Motive und Bilder dabei eine Bedeutungsverschiebung, indem sie theologisch entstellt und verzerrt und aus ihren christlichen Kontext herausgerissen werden. Durch die Medienentwicklungen verändern sich nicht nur das Vorkommen von Religion und Kirche in den Medien, sondern die Medienkultur weist ansatzweise auch Funktionen religiöser Strukturen auf. Dieses Phänomen, das als „Medienreligion“ bezeichnet wird und im Buch ebenfalls beleuchtet wird, steht in Zusammenhang mit der Frage, ob und wie dieses Phänomen gegebenenfalls auch Kirche und Theologie zurückwirken. D.h., dass Theologie wie auch Kirche zwar einerseits die Medien aus ethischer Perspektive befragen, andererseits umgekehrt aber auch die Medien Kirche und Theologie, indem sie direkt oder indirekt Fragestellungen an sie richten, die als ernstzunehmende Herausforderung seitens theologischer

und kirchlicher Arbeit wahrgenommen werden muss. Zwei Schritte erweisen sich deshalb nach Ansicht der Autorin in der Auseinandersetzung mit Medien als unumgänglich, nämlich eine ethische Reflexion auf die genutzten Medien, aber auch eine Reflexion auf eine durch die Medien herausgeforderte Theologie.

Dazu werden in dem Buch nicht nur kirchliche und theologische medienethische Stellungnahmen, sondern auch grundlegende medienethische Problemfelder, wie Printmedien, Fernsehen und Internet, dargestellt und ethisch analysiert. Aus den theologisch-anthropologischen Überlegungen heraus wird festgehalten, dass der entscheidende Faktor im medialen Prozess der Mensch ist. Er ist nicht nur Ausgangspunkt, sondern auch Ziel und Maßstab. Dieser Leitgedanke führt zu einer rezipientenorientierten Medienethik, ausgehend von der These, dass Medienrezeption kein passives „Über-sich-ergehen-lassen“ ist, sondern bewusstes und aktives Handeln. Dass Medienhandeln dabei geprägt ist von der Spannung zwischen passivem Agieren und aktiver Rezeption, stellt nach Auffassung der Autorin auch die größte Gefahr und Herausforderung der Medien dar. Die Freiheit, die die Medien den Rezipienten bieten, kann, beispielsweise einen passiven Menschen zu noch mehr Passivität verleiten, während sie bei einem intellektuell aufgeschlossenen Menschen neue Interessen wecken.

Diese Problematik des verantwortlichen Gebrauchs der Freiheit in Zusammenhang mit den Medien wird in einem weiteren Kapitel unter der erkenntnisfortschreitenden Überschrift „Von der Medienkritik zur Medienkompetenz“ zunächst an drei konkreten Beispielen verdeutlicht – Cyberchurch, Jürgen Flieges Talkshow und Mel Gibsons „Die Passion Christi“ – und schließlich mit der Zielbestimmung, Medienrezeption als verantwortliches Handeln zu qualifizieren, religionspädagogisch beleuchtet. Der Film „Passion Christi“ von Mel Gibson zeigt z.B., dass das biblisch-christliche Jesus-Bild im Grenzbereich zwischen Religiösem und Unterhaltendem, in einer individuellen Religiosität aufgelöst wird. Dieses Phänomen, dass sich die Jesusgestalt in einer Fremddarstellung und gleichsam privaten Religiosität zeigt, ist zwar nicht ganz neu, verweist jedoch auf eine zunehmende Entwicklung, deren Folgen noch nicht abzusehen sind. Es wird gezeigt, dass die medial vermittelte Religion und Religiosität sich dabei weniger auf Traditionen beziehen, sondern stattdessen an religiöse Emotionalität und subjektive Erfahrungen anknüpfen. Medien können über die menschliche Wahrnehmung Erfahrungen anregen, aber auch die Wahrnehmung für neue Erfahrungen weiten. Diese über die Wahrnehmung angestoßenen Erfahrungen können auch religiöser Art sein. Es wird festgehalten, dass die Beschäftigung mit Medienerfahrungen dementsprechend direkt in zentrale religionspädagogische Aufgabengebiete führt. Die Botschaften, Verknüpfungen und Symbole der Bibel verstehen und bewerten zu lernen, ist eines der Ziele des Religionsunterrichtes. Die Fähigkeit Botschaften und Symbole verstehen und bewerten zu können ist aber auch eine Fähigkeit, die im Umgang mit modernen Medien notwendig ist, um kritisch beurteilen und handeln zu können. Es wird gezeigt, dass die Religionspädagogik deshalb nicht nur hinsichtlich der Handhabung von Religion in den Medien gefordert ist, sondern auch weil ethisches Lernen von entscheidender Bedeutung für religiöse Lernkonzepte ist.

Auch der Begriff der Medienkompetenz, dem eine Schlüsselbedeutung zukommt, wird in der Arbeit herangezogen und beleuchtet. Medienkompetenz wird in unterschiedlichen Konzepten häufig auf eine bloße Handhabungskompetenz reduziert. Es wird aufgezeigt, dass die Bedeutung der Medien als Sinnlieferanten sowie die kontextuelle Eingebundenheit der Mediennutzung in soziale, kulturelle und biographi-

sche Kontextfaktoren berücksichtigt werden müssen, wenn sinnvolle Perspektiven erarbeitet werden sollen. Das Buch zeigt deshalb auch, dass die Frage nach Medienkompetenz eng mit der Medienethik verbunden werden muss. Dass dies nicht automatisch der Fall ist, beweist das Beispiel Internet: Wer sich kompetent im Internet zu bewegen weiß, der kommt zwar meist gar nicht erst in Problemsituationen, in die der unerfahrene User viel schneller hineingerät, doch diese Medienkompetenz als reines Wissen und Können des Umgangs mit dem Medium impliziert noch lange nicht ein moralisch gutes Handeln. Das Beispiel Cyberkriminalität verweist darauf, dass eine hohe Medienkompetenz wohl kaum als gut im moralischen Sinne zu bewerten ist.

Die häufig fehlende Vermittlung medienethischer Fragen deutet auf den Mangel vieler Medienkompetenzkonzepte hin. Der Begriff leidet grundsätzlich darunter, dass er häufig mit einer sehr eingeschränkten mediendidaktischen Sichtweise verbunden wird, und zwar im Sinne des Einsatzes von Medien zur Verbesserung von Lehr- und Lernprozessen. Ziel muss aber vielmehr durch Erlernen die Hinführung zu einer verantwortlichen Teilnahme des einzelnen am Medienprozess sein. Dass Medienbildung als umfassende pädagogische Gesamtaufgabe zu verstehen ist, versucht das Buch im letzten Kapitel aufzuzeigen.

Eine rezipientenorientierte Medienethik kann sicherlich nur einen Teil einer umfassenden Medienethik darstellen. Die Überlegungen der Arbeit zeigen jedoch auch, dass es die eine Medienethik nicht geben kann. Dies ergibt sich schon allein aus der Tatsache, dass ihr zu behandelnder Themenbereich ständig expandiert. Stattdessen muss Medienethik als Gesamtkonzept verstanden werden, d.h. als eine ethische Grundlegung im Sinne einer Erfassung von Ausgangsbedingungen und allgemeinen Problemstellungen. Es kann auch nicht um Patentrezepte gehen, sondern Ziel ist die Schärfung der Wahrnehmung und des ethischen Urteils. Der Komplexität der Medienrealität entsprechend ist deshalb auch eine komplexe Medienethik erforderlich. Theologische Überlegungen zur Medienethik verweisen dabei darauf, dass innerhalb der Medienethikdebatte nicht nur nach den Medien und ihren komplexen Systemen zu fragen ist, sondern auch nach medialer Kommunikation und damit letztendlich nach dem Menschen. Die ethische Reflexion kann sicherlich auch keine Verluste oder Defizite ausgleichen. Sie kann auch keine Missstände und Fehlhandlungen verhindern, aber sie kann zumindest ihr Zustandekommen erschweren und die Fähigkeit des Menschen zu verantwortlichem Handeln wecken.

Literatur

KÖNIG, ANDREA, Medienethik aus theologischer Perspektive. Medien und Protestantismus. Chancen, Risiken, Herausforderungen und Handlungskonzepte, Marburg 2006.