
Chancen und Risiken der Mediengesellschaft - Gemeinsame Erklärung der katholischen Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD), herausgegeben vom Kirchenamt der EKD und dem Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz als Nr. 10 in der Reihe „Gemeinsame Texte“ und veröffentlicht am 30. April 1997.

Kirche - Medien

Vorwort	2
Einleitung	4
1 Entwicklung der Medien	7
1.1 Tendenzen der Medienentwicklung	7
1.1.1 Medientechnik	7
1.1.2 Medienpolitik	8
1.1.3 Medienökonomie und -organisation	8
1.1.4 Medieninhalte	9
1.2 Folgen der Medienentwicklung	10
1.2.1 Wirtschaft und Arbeit	10
1.2.2 Wissenschaft und Bildung	12
1.2.3 Kunst und Unterhaltung	14
1.2.4 Familie und soziale Beziehungen	17
1.2.5 Öffentlichkeit und politische Prozesse	20
1.2.6 Kirche und Gemeinde	22
2 Medien im Spannungsfeld von Werten und Zielen	25
2.1 Technische Machbarkeit und Sozialverträglichkeit	25
2.2 Selbstentfaltung und Entfremdung	27
2.2.1 Vielfalt und Desorientierung	27
2.2.2 Identität und Entfremdung	29
2.3 Freiheit und Verantwortung	29
2.3.1 Freiheit und gesellschaftliche Kontrolle	29
2.3.2 Autonomie und Fremdbestimmung	31
2.4 Gewinn und Gemeinwohl	32
2.4.1 Qualität und Rentabilität	33
3 Medien und Kommunikation in anthropologischer Perspektive	35
3.1 Kommunikation und Lebensdeutung	38
3.2 Kommunikation als geistiges Geschehen	40
3.3 Kommunikation und Vertrauen	41
3.4 Kommunikation als Schnittpunkt von Individualität und Sozialität	42
3.5 Kommunikation und kulturelle Herkunft	44
4 Handlungsempfehlungen	45
4.1 Ethische Orientierungen	45
4.2 Bildung	48
4.3 Journalismus und andere Medienberufe	50
4.4 Gesellschaftliche Selbstregulierung	51
4.5 Ordnungspolitische Regulierung	52
4.6 Rundfunkorganisation	54
4.7 Schutzrechte	56
4.8 Entwicklungspolitik	58
4.9 Kirche	59

**Der Rat der Evangelischen Kirche in Deutschland und
die katholische Deutsche Bischofskonferenz:**

Chancen und Risiken der Mediengesellschaft

Gemeinsame Erklärung, April 1997.

Herausgegeben vom Kirchenamt der EKD, Hannover, und vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn. (Der Text ist als Nr. 10 in der Reihe „Gemeinsame Texte“ erschienen.)

VORWORT

Viele Menschen sind fasziniert, andere beunruhigt von der Entwicklung der Medien: digitales Fernsehen mit Hunderten von Programmen, die einfache und schnelle Kommunikation im Internet rund um den Globus, das Zusammenwachsen von bisher getrennten Medien durch Multimedia-Techniken, neue Kommunikationsnetze, neue Techniken bei der Herstellung auch der gedruckten Medien. Wir erleben einen Umbruch in der sozialen Kommunikation, der in seinen Folgen von manchen oft mit der Erfindung der Buchdruckerkunst verglichen wird. Die Möglichkeiten der Kommunikation werden zu einem Wachstumsmotor der Wirtschaft. Sie verändern die Arbeitswelt. Sie bieten Chancen für die Verständigung der Menschen, ihre Beteiligung am öffentlichen Gespräch in der Gesellschaft und eine vielfach veränderte und gesteigerte Vermittlung von Wissen. Nicht zufällig spricht man von der Informations- und Mediengesellschaft.

Dieser Prozeß vollzieht sich mit hoher Geschwindigkeit und schwer kalkulierbaren sozialen Folgen. Es mehren sich Befürchtungen, daß sich die Risiken und Gefahren der Mediennutzung in allen Lebensbereichen auswirken. Dabei haben die Medien die Aufgabe, Menschen miteinander in Verbindung zu bringen, ihnen Information und Unterhaltung zu bieten, so daß sie sich in ihrem Lebensalltag besser zurechtfinden, Orientierung und eine aktive Teilnahme am gesellschaftlichen Leben erleichtert werden.

Auch die gedruckten Medien verändern sich rasch. Durch neue Techniken der Herstellung und Verbreitung können die Interessen und Bedürfnisse immer kleinerer Zielgruppen besser bedient werden. Nach wie vor behalten bei allen Wandlungen jedoch Zeitungen und Bücher, das Lesen und die Wortkultur eine wichtige Bedeutung. Die gravierenden Veränderungen gehen von den elektronischen Medien, den digitalen Übertragungstechniken und den neuen Kommunikationsnetzen aus, die

gewiß Chancen, aber auch ernsthafte Risiken in sich bergen. Aus diesem Grund liegt das Schwergewicht dieser gemeinsamen Erklärung bei den Entwicklungen in den elektronischen Medien.

Angesichts der Bedeutung von Kommunikation und Medien für das Zusammenleben in Kirche und Gesellschaft haben sich die beiden Kirchen darauf verständigt, zu den Herausforderungen eine Orientierung zu geben. Wir wollen damit dem öffentlichen Gespräch über die Gestaltung der Mediengesellschaft einen Anstoß geben und besonders die Fragen der ethischen Verantwortung ansprechen. Diese gemeinsame Erklärung richtet sich sowohl an die Mitglieder unserer Kirchen und an alle interessierten und betroffenen Bürgerinnen und Bürger, die sich an dieser öffentlichen Debatte beteiligen wollen, wie auch an alle, die in den Medien selbst und in der Medienpolitik Verantwortung tragen oder sich in der medienpädagogischen Arbeit engagieren.

Die Medienwelt ist in großer Beschleunigung begriffen. Darum ist auch jede Prognose für den weiteren Verlauf schwierig. So kann diese Stellungnahme, vor allen in ihren empfehlenden Passagen, nur ein Wort zur aktuellen Lage sein. Wir danken darum der gemeinsamen Kommission sehr herzlich für die geleistete Arbeit.

Die Erklärung „Chancen und Risiken der Mediengesellschaft“ möchte dazu beitragen, daß die freie Kommunikation mündiger Menschen in einer verantwortlichen Gesellschaft nicht nur Idee oder gar Utopie bleibt, sondern wenigstens fragmentarisch und Schritt für Schritt immer mehr Wirklichkeit wird. Darum müssen immer wieder Wege für eine wirklich lebensdienliche Gestaltung und Nutzung gesucht werden.

Hannover/Bonn, am 15. April 1997

Landesbischof
Dr. Klaus Engelhardt
Vorsitzender des Rates der
Evangelischen Kirche
in Deutschland

Bischof
Dr. Karl Lehmann
Vorsitzender der
Deutschen
Bischofskonferenz

EINLEITUNG

Anliegen der Kirchen: Gelingen von Kommunikation	<p>Die Pflege von Kultur und Kommunikation ist wegen ihrer Bedeutung für die individuelle Wahrnehmung und für den Aufbau von Lebensorientierungen und Weltbildern immer ein wichtiges Anliegen der Kirchen gewesen. Dazu gehört heute die Auseinandersetzung mit den Kommunikationstechniken, die in Form neuer Medienangebote die Lebensführung der Menschen beeinflussen.</p> <p>Auch in den Kirchen wurden in den letzten Jahren Sorgen über die Medienentwicklung laut. Es ist der Eindruck entstanden, als ob die schnelle Veränderung eines zentralen Bereichs der Kultur nur noch von technischen und ökonomischen Interessen vorangetrieben wird.</p>
Digitalisierung und Datenkompression verändern die Medienlandschaft	<p>Im Multimedia- und Telekommunikationsmarkt wird das größte und profitabelste Geschäft des 21. Jahrhunderts vermutet. Digitalisierung und Datenkompression bewirken einen revolutionären Umbruch sowohl in den Medien als auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen mit weitreichenden Folgen für die Kultur der Kommunikation, für Gesellschaft, Wirtschaft und Politik, für jeden einzelnen Menschen. In die Entwicklung der Medien und der Kommunikationstechnik werden vielfach große Hoffnungen gesetzt. Dem stehen aber auch Befürchtungen über mögliche negative Folgen dieser Entwicklung gegenüber.</p>
Vorteile für Zielgruppen - Nachteile durch Informationsfülle	<p>Die absehbare Entwicklung ist ambivalent. Sie kann dem einzelnen einen Zugewinn an Information, an Auswahlmöglichkeiten und individuellem Zugriff bringen. Andererseits sind die Folgen für die individuelle Mediennutzung und das Zusammenleben in der Gesellschaft ungeklärt. Die Ausdifferenzierung der Angebote für kleine Zielgruppen kann zu einer weiteren Segmentierung der Gesellschaft führen, in der trotz der Fülle an Informationen die Orientierung schwieriger wird, und Menschen trotz nahezu unbegrenzter Möglichkeiten der Kommunikation vereinsamen.</p>
Kulturtechniken erweitern und verändern Wahrnehmung	<p>Judentum und Christentum haben maßgeblich dazu beigetragen, daß Schreiben und Lesen zu zentralen Kulturtechniken wurden. An diesen Kulturtechniken läßt sich exemplarisch studieren, wie tief sie Wahrnehmungsformen und damit das Selbst- und Weltverständnis prägen. In einer Kultur, in der die Schrift eine zentrale Rolle spielt, wird es z.B. möglich, Vergangenheit sehr viel präziser präsent zu halten und kritische Reflexion zu fördern als auf der Basis nur mündlicher Überlieferungen. Dieses Beispiel illustriert: Durch Medien wird unsere zeitliche und räumliche Vorstellung geprägt; zeitliche und räumliche Differenzenerfahrungen werden aufgelöst bis hin zur scheinbaren Gegenwärtigkeit von allem. Alles kann nach eigenem Wunsch in das Jetzt geholt werden. Der Eindruck totaler Verfügbarkeit wird erzeugt.</p>
Auswirkungen für Primär- und Sekundärerfahrungen	<p>Offen ist, wie zukünftig das Verhältnis von Primär- und Sekundärerfahrungen zu bestimmen sein wird. Immer häufiger erhalten medial vermittelte Inhalte und Begegnungen die Bedeutung von Primärerfahrungen. Sicher ist nur, daß sich die Formen der Selbst- und Weltwahrnehmung tiefgreifend verändern werden. Es handelt sich um einen Prozeß, der mit technischen und ökonomischen Kriterien allein nicht zureichend erfaßt werden kann.</p>

Kirchen für weltweiten Gedankenaustausch durch Medien

Die evangelische Kirche und die katholische Kirche haben aufgrund ihrer Verantwortung für das Leben und das Zusammenleben von Menschen schon in der Vergangenheit den Prozeß der Entwicklung der Massenmedien mit Stellungnahmen und Gutachten begleitet. So nennt das grundlegende katholische Dokument „Communio et Progressio“ eine wichtige Funktion und Aufgabe der Massenmedien: Der durch die Medien „vermittelte Fluß der Nachrichten und Meinungen bewirkt in der Tat, daß alle Menschen auf dem ganzen Erdkreis wechselseitig Anteil nehmen an den Sorgen und Problemen, von denen die einzelnen und die ganze Menschheit betroffen sind. Das sind notwendige Voraussetzungen für das Verstehen und die Rücksichtnahme untereinander und letztlich für den Fortschritt aller“ (Nr. 19). Und in der EKD-Studie „Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken“ heißt es zum Verhältnis von Technik und Kultur: „Technik darf nicht dazu führen, daß das kulturelle Erbe zerstört und gegenwärtiges menschliches Leben den Gesetzen der wissenschaftlich-technischen Entwicklung völlig unterworfen wird. Vielmehr soll sie in den Dienst einer verantwortlichen Sozialkultur gestellt werden, in welcher der Reichtum des Lebens in kreativen, ganzheitlichen und solidarischen Lebensformen Ausdruck gewinnen kann“ (Nr. 31).

Medien prägen Leben und Gesellschaft

Vor diesem Hintergrund erinnern die katholische Kirche und die evangelische Kirche daran, daß der Ausgestaltung des Mediensystems wegen seiner prägenden Kraft für kollektive Deutungsmuster, an denen die Menschen ihr Verständnis vom Leben und ihre Orientierung im Handeln ausrichten, eine gesellschaftliche Schlüsselstellung zukommt, die verantwortlich wahrgenommen werden muß. Mit dieser gemeinsamen Erklärung wollen beide Kirchen zur gesellschaftlichen Diskussion beitragen und die Chancen und Risiken der Mediengesellschaft abwägen.

Nur Tendenzen können beschrieben werden

Angesichts der technischen und ökonomischen Dynamik läßt sich die künftige Entwicklung der Mediengesellschaft nur in Tendenzen beschreiben. Sie ist abhängig von einer Vielzahl von Faktoren, von den Strategien der Medienunternehmen, von der Akzeptanz der Mediennutzerinnen und Mediennutzer, von medienpolitischen Entscheidungen, von der technischen und wirtschaftlichen Entwicklung und nicht zuletzt von gesellschaftlichen Trends. In dem ersten Kapitel werden erkennbare Tendenzen sowie mögliche Folgen für einzelne gesellschaftliche Bereiche dargestellt. Da sie sich nicht eindeutig beschreiben lassen, sollen deshalb Fragen nach Optionen in der Mediengesellschaft und nach den Entscheidungen aufgeworfen werden, die notwendig sind, um die Chancen zu nutzen und die Risiken zu begrenzen.

Ambivalenzen erfordern Präferenzen

Chancen und Risiken sind nicht eindeutig zu beurteilen, sondern abhängig vom Standort des Betrachtenden und richten sich nach den zugrundeliegenden Wertorientierungen. Oft werden dabei gesellschaftspolitische Spannungsfelder sichtbar, in denen einzelne grundlegende Werte, wie z.B. die Freiheit und die zu ihrer Wahrnehmung notwendige gesellschaftliche Kontrolle, gegeneinanderstehen und abgewogen werden müssen. Die Ambivalenz der Medienentwicklung tritt hier in einer veränderten Form auf und wird im zweiten Kapitel dargestellt.

Medien müssen der Entfaltung
des Menschen dienen

Die Kirchen beurteilen die Medienentwicklung von einer eigenen Grundposition her. Die Medien sind "Instrumente sozialer Kommunikation", und ihre Möglichkeiten wie auch ihre Aufgaben für die einzelnen und die Gesellschaft sind von daher zu bestimmen. Zugleich sind die Medien auch Ausdruck menschlicher Kommunikation, in der sich das Selbstverständnis des einzelnen und der Gesellschaft widerspiegeln. Für die Kirchen ist entscheidend, ob die Medien und Kommunikationstechniken dem Menschen, der Entfaltung von Lebensmöglichkeiten, seiner kritischen Verantwortung und dem Zusammenleben in der (Welt-) Gesellschaft dienen oder die Gemeinschaft beeinträchtigen.

Das abschließende Kapitel zieht Schlußfolgerungen für eine Fortentwicklung des Mediensystems und nennt politische Rahmenbedingungen sowie Steuerungsinstrumente für eine sozial verantwortliche Ausgestaltung. Dabei sind die weiterhin beachtliche Verbreitung und Nutzung von Tageszeitungen, Zeitschriften, Fachzeitschriften und Anzeigenblättern, die Bedeutung von Buchhandel, Buchverlags- und Büchereiwesen sowie die Veränderungen, die in diesen Bereichen stattfinden, sehr wohl im Blick. Der Schwerpunkt liegt jedoch bei den elektronischen Medien, da die Entwicklung in diesem Bereich zur Zeit besonders gravierend ist (z.B. Internet).

Angesprochen sind alle:
Macher, Nutzer, Politiker

Diese gemeinsame Erklärung von evangelischer und katholischer Kirche möchte einen Beitrag zur verantwortlichen Gestaltung des Medienbereichs leisten. Sie wendet sich deshalb an die Medienpolitikerinnen und Medienpolitiker in den Parteien und Verbänden, an die Medienveranstalter und Programmacher, an Journalistinnen und Journalisten, an Redakteure, an das Publikum und seine Vertreterinnen und Vertreter sowie an alle, die in der Erziehung Verantwortung tragen.

1 ENTWICKLUNG DER MEDIEN

1.1 Tendenzen der Medienentwicklung

Die Dynamik der Medienentwicklung ist vor allem eine Folge neuer Medien- und Kommunikationstechniken. Daneben spielen Veränderungen in den Bereichen Medienpolitik, Medienökonomie und Medienorganisation sowie bei den Medieninhalten eine bedeutende Rolle.

1.1.1 Medientechnik

Digitalisierung verändert Angebot und Nutzung

Durch technische Entwicklungen, die mit den Stichworten Digitalisierung und Datenkompression zu kennzeichnen sind, werden alle wichtigen technischen Faktoren bei der Produktion, Speicherung und Verbreitung insbesondere der audiovisuellen Medien (Kanalbreite, Fassungsvermögen, Übertragungsgeschwindigkeit, Zugriffsmöglichkeit) erheblich erweitert bzw. beschleunigt. Dadurch können z.B. auf den Breitbandkabel- und Satellitenkanälen einige hundert TV-Programme (oder andere Dienste) und noch weit mehr Radioprogramme angeboten oder über Rückkanäle abgerufen werden. Auch die Kapazität bisheriger schmalbandiger Telekommunikationsnetze wird wesentlich erweitert. Digitalisierung verändert nicht nur das Angebot und die Nutzung von Radio und Fernsehen, sondern auch die Produktionsprozesse und Vertriebswege der Druckmedien und damit die Arbeitsbedingungen der Journalistinnen und Journalisten.

Sprunghafte Entwicklungsfortschritte

Informations- und Kommunikationstechniken, die sich bisher weitgehend getrennt entwickelten (Rundfunk, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Datenverarbeitung), werden zusammengeführt. Sprunghafte Entwicklungsfortschritte bei herkömmlichen Anwendungen und eine Vielzahl neuer Anwendungen und Dienste („neue Medien“) werden möglich. Beispiele sind die Integration von Computer und TV-Gerät zum fernsehfähigen Computer und zum computerisierten Fernseher oder die Integration von Telekommunikation und Computer für die Nutzung von Online-Diensten und Internet. Die Entwicklungstendenz findet ihren Ausdruck in der zusammenfassenden Bezeichnung „IuK“ (für Information und Kommunikation, z.B. in der Wortverbindung „IuK-Techniken“).

Neue Technologie Internet

Von besonderer Bedeutung ist das Internet, das sich mit großer Geschwindigkeit von einem Kommunikationsnetz von Wissenschaftlern zu einem allgemeinen Kommunikationsmedium entwickelt. Durch die Möglichkeiten des Internets verändern sich auch die Rahmenbedingungen, die bisher für die klassischen Medien galten. Das Internet bietet jedem Nutzer die Möglichkeit, selbst zum Anbieter zu werden und Inhalte zu erstellen, die dann weltweit verfügbar sind. Schließlich „gehört“ das Internet bisher nicht wie andere Medien einem Unternehmen, sondern es ist ein Netzwerk von Computernetzwerken. Damit wird auch die Frage der Verantwortlichkeit für die Inhalte zu einer neuen Aufgabe.

1.1.2 Medienpolitik

Vorrang der Ökonomie vor der Kultur

Die Medienpolitik der Nachkriegszeit orientierte sich Jahrzehnte lang an kultur- und gesellschaftspolitischen Zielsetzungen wie z.B. Informations- und Meinungsfreiheit, Bildung und Aufklärung, gesellschaftliche Integration und kulturelle Identität. Seit gut einem Jahrzehnt gerät Medienpolitik zunehmend in den Dienst von Technologie- und Standortpolitik. IuK wird als neue "Schlüsselindustrie" bewertet und Massenmedien wie Rundfunk als „Dienstleistung“ eingeordnet (so etwa von der Europäischen Kommission und in den GATT-Abkommen); auch bei der Anwendung des deutschen Medienrechts, insbesondere bei der Lizenzvergabe im privaten Rundfunk, stehen häufig regionale Wirtschaftsinteressen der Bundesländer im Vordergrund. Darin zeigt sich ein Perspektivenwechsel.

Staat zieht sich aus der Regulierung zurück

In Europa und weltweit hat sich das Prinzip der medienpolitischen Deregulierung durchgesetzt. Der Staat zieht sich aus der unmittelbaren Medienkontrolle zurück und beschränkt sich auf die Vorgabe von rechtlichen Rahmenordnungen, auch weil nationales Medienrecht für internationale Entwicklungen zunehmend unwirksam wird. Außerdem werden durch die Ökonomisierung die Zielvorgaben der Medien- und Kommunikationspolitik verändert; öffentliche Einrichtungen (wie die Telekom) oder Kommunikationsnetze werden privatisiert, Konzentrationsvorschriften gelockert oder nicht beachtet, die Entwicklung und Nutzung neuer Techniken wird privaten Unternehmen überlassen. Eine der letzten Bastionen medienpolitischer Regulierung ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk.

Ende der nationalen Medienpolitik

Durch internationale Abkommen werden medienrechtliche Ordnungen und technische Normen zunehmend auf europäischer oder globaler Ebene vereinbart oder harmonisiert. Beispiele dafür sind etwa die weitgehend globale Kompatibilität der Signal-, Netz- und Endgerätechiken, die Frequenzvereinbarungen der internationalen Funkverwaltungskonferenzen, die Europäische Fernsehrichtlinie, das Europäische Fernsehübereinkommen des Europarats sowie verschiedene Vereinbarungen im Rahmen von UNESCO, KSZE/OSZE und GATT.

1.1.3 Medienökonomie und -organisation

Hohe Investitionen für neue IuK-Techniken

Die Entwicklung und Einführung neuer IuK-Techniken und -Dienste ist teuer. Die Investitionen amortisieren sich oft erst nach vielen Jahren. Um den Mitteleinsatz und die „Anlaufverluste“ in vertretbarer Zeit ausgleichen zu können, müssen die Medien ein extensives Marketing einsetzen. Dies führt zu verstärkter Werbung, deren Eindringen selbst in redaktionelle Inhalte zumindest in Europa ungewohnt ist. Neben legalen Werbeformen wie Sponsoring, Promotion und Cross-Promotion von Medien in Medien werden bereits seit längerem auch illegale Werbeformen wie das Product Placement genutzt und die Kennzeichnungspflicht für Werbung mißachtet. Die Medienbranche selbst ist einer der größten Auftraggeber für Werbung in Massenmedien.

Internationalisierung der
Kommunikationsunternehmen

Die hohen Investitionen können um so eher amortisiert werden, je größer der Markt für neue IuK-Techniken und -Dienste ist. Daher streben viele Unternehmen eine Internationalisierung oder Globalisierung ihrer Tätigkeit an, d.h. sie versuchen ihre Angebote auf möglichst vielen Auslandsmärkten zu plazieren. Tendenzen der Medienpolitik - Deregulierung und internationale Abkommen - begünstigen dies bzw. unterstützen gezielt die Globalisierung. Neben dem Export von Produkten gibt es eine Reihe anderer Erscheinungsformen der Globalisierung, z.B. Lizenzierung, Export von Konzepten (z.B. für Zeitschriften), internationale Kooperation und Koproduktion, Jointventures, Firmenbeteiligungen und -verflechtungen. Globalisierung dient auch der Risikominderung und -verteilung.

Konzentration als Problem

Hohe Investitionen und „Anlaufverluste“, extensives Marketing und Internationalisierung können sich vor allem große Medienunternehmen und -konglomerate leisten. Deren Marktmacht wird gestärkt, die Konzentration nimmt zu. Dazu trägt auch bei, daß IuK-Software kostengünstig transferiert und mehrfach verwertet werden kann und oft keinem Wertverlust durch Alterung unterliegt. So können z.B. Filme und Fernsehserien, Musiktitel, Zeitschrifteninhalte auf verschiedenen Vertriebskanälen zeitlich versetzt und weltweit identisch oder mit geringfügiger Adaption eingesetzt werden. Schon heute wird der private Fernsehmarkt in Deutschland von zwei Gruppen dominiert; den Markt der Publikumszeitschriften beherrschen vier bis fünf Verlage, die zugleich eine starke oder vorherrschende Stellung in vielen Ländern Europas, besonders Osteuropas einnehmen; weltweit dominieren einige „Global Players“ den Markt der Massenkommunikation und Unterhaltungselektronik (wie auch andere IuK-Märkte). Unter den international tätigen Konzernen haben in der letzten Zeit einige „Elefantenhochzeiten“ stattgefunden. Diese wenigen mächtigen Medienmultis versuchen, nicht nur durch horizontale Konzentration einen möglichst hohen Marktanteil zu erzielen, sondern auch durch vertikale Konzentration möglichst viele Elemente der Wertschöpfungskette zu beherrschen. Die „Global Players“ bestimmen nicht nur die Richtung der medientechnischen Entwicklung, sie können sich auch politischen Kontrollversuchen weitgehend entziehen. Eine politische, am Gemeinwohl orientierte Steuerung der Medienentwicklung wird dadurch zusätzlich begrenzt.

1.1.4 Medieninhalte

Informationsvolumen
explodiert

Die öffentlich zugängliche Information und Kommunikation hat innerhalb der letzten Dekade explosionsartig zugenommen und wächst weiter in hohem Tempo. Besonders auffällig wird dies an der um den Faktor zehn bis zwanzig vermehrten Anzahl von Radio- und Fernsehprogrammen. Erhebliches Wachstum gab es aber auch bei anderen Medien, vor allem bei der Zahl der Publikumszeitschriften, bei Videos und Tonträgern, beim Nachrichtenangebot über Agenturen und Dienste, beim Informationsangebot über das Internet, Datenbanken, Mailboxen und Online-Dienste, bei Computer-Software und -Spielen.

Fort vom Massenpublikum -
hin zu Zielgruppen

Mit dem Wachstum des Angebots geht dessen inhaltliche Diversifizierung einher. Nur ein Teil der zusätzlich angebotenen Medien und Medieninhalte ist für ein inhomogenes Massenpublikum bestimmt. Ein großer (und wachsender) Teil richtet sich an - zunehmend kleinere und homogenere - Publikumssegmente und Zielgruppen (Beispiele: Formatradios, TV-Spartenkanäle, Special-Interest-Zeitschriften). Dies ist einerseits Folge der verschärften Konkurrenz unter den Anbietern und der begrenzten Aufnahmefähigkeit des Publikums; zudem wird dieser Trend aus den Gesetzen des Medienmarketings abgeleitet: Genauer auf die Interessen von Zielgruppen zugeschnittene Medien(-inhalte) verbessern deren Absatz- bzw. Nutzungschancen und deren Eignung als Werbeträger, da sie eine hohe Zielgruppenaffinität und gute Kontaktqualität bieten, d.h. von klar eingegrenzten Zielgruppen ohne größere Streuverluste und mit Interesse genutzt werden.

1.2 Folgen der Medienentwicklung

Medien verändern
Gesellschaft

Kommunikation gehört zu den menschlichen Grundbedürfnissen und ist eine notwendige Voraussetzung wie auch eine Folge des gesellschaftlichen Zusammenlebens. In dem Maße, in dem kommunikative Bedürfnisse medial befriedigt werden und soziale Kommunikation von Medien geprägt wird, beeinflussen die Kommunikationsmedien das gesellschaftliche Leben und das Leben der einzelnen. Wenn sich die Medien verändern, betrifft dies auch die einzelnen und die Gesellschaft. Die Möglichkeiten der Entwicklung sollen für wichtige Lebensbereiche aufgezeigt werden. Inwieweit die Chancen genutzt und die Risiken begrenzt werden können, ist wesentlich eine Frage des gesellschaftspolitischen Handelns.

1.2.1 Wirtschaft und Arbeit

Wichtiger Produktions-
faktor: Information

Neue Medien und Techniken tragen nicht nur in steigendem Maße zur Wirtschaftsleistung bei, sie führen darüber hinaus zu erheblichen Veränderungen in Wirtschaft und Arbeit. Dem Produktionsfaktor Information kommt gegenüber den herkömmlichen Produktionsfaktoren (Materie und Energie, Arbeit und Kapital) sogar überragende Bedeutung zu. Etikettierungen wie „Mediengesellschaft“ und „Informationsgesellschaft“ verweisen auf gesamtwirtschaftliche Folgen der Entwicklung. Die industrielle Produktion verliert weiter an Bedeutung für den wirtschaftlichen Wohlstand zugunsten des zunehmend informatisierten Dienstleistungssektors, insbesondere zugunsten der Medien- und Kommunikationswirtschaft (Telekommunikation, Massenmedien, Unterhaltungselektronik und Informationsdienstleistungen wie Werbung, PR, Markt- und Meinungsforschung).

Risiken

Rationalisierung verstärkt
Arbeitslosigkeit

Skeptiker warnen vor überzogenen Erwartungen in bezug auf die positiven wirtschaftlichen Folgen der Informatisierung, da es durch die Information nur zu einer Verschiebung von Leistungen und Wertschöpfungen aus einem Sektor in einen anderen komme. IuK-Techniken vergrößern zwar die Rationalisierungsmöglichkeiten und können somit produktivitätssteigernd wirken. In der Regel führt dies aber auch zur Beseitigung von Arbeitsplätzen und zu dauerhaft steigender Arbeitslosigkeit, von der immer mehr Menschen betroffen sind. Die Veränderung beruflicher Anforderungen durch IuK-Techniken erschwert insbesondere älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern die Wiederbeschäftigung bei Arbeitslosigkeit. Negative Beschäftigungseffekte werden u.a. auch dadurch erwartet, daß „mentale Dienstleistungen“ wie Informieren und Ausbilden personalsparend in Form von Auskunfts- und Teachware auf Videocassetten, Disketten oder CDs industriell vervielfältigt werden. Ein weiterer Negativeffekt entsteht durch die Verlagerung von Arbeitsplätzen ins Ausland, sofern die Arbeitsaufträge und -ergebnisse über weltumspannende Datennetze transportiert werden können (z.B. Programmierung und Datenverarbeitung in den sogenannten Entwicklungsländern).

Teleshopping verführt,
Telearbeit isoliert

Schon gegenwärtig lassen sich der Abbau von Arbeitsplätzen und die Einschränkung von Dienstleistungen gut verfolgen. Teleshopping am Fernseher, Telebanking über einen Online-Dienst, der interaktive Sprachkurs am Computer führen zu Kostensenkungen bei den Diensteanbietern und zu mehr Bequemlichkeit bei den Nutzerinnen und Nutzern, machen aber auch Verkäuferinnen und Verkäufer, Bankangestellte und Sprachlehrerinnen und Sprachlehrer arbeitslos. Teleshopping begünstigt unüberlegte Impulskäufe und die Verschuldung einkommensschwacher Bevölkerungskreise. Telearbeit birgt das Risiko der sozialen Isolierung, der Ausbeutung minderqualifizierter und unorganisierter Arbeitskräfte und der besonderen Belastung von Frauen mit Kindern (z.B. durch Teilzeit-Telearbeit neben den familiären Aufgaben).

Gefahr des gläsernen
Kunden

Die neuen Medien und Techniken schaffen elektronische Steuerungs- und Kontrollmöglichkeiten, die Datenschutzprobleme aufwerfen und elementare Persönlichkeitsrechte - vor allem die informationelle Selbstbestimmung - einschränken können. Zugriffe auf die Kommunikationsendgeräte in den Haushalten (z.B. bei der Nutzung von Pay-TV, Video-On-Demand, Teleshopping, Telebanking) lassen sich zentral registrieren und in Nutzerprofile umsetzen, die für Marketingzwecke (im Prinzip auch für eine polizeiliche Überwachung) eingesetzt werden können. Die komplett gespeicherten Telefonbucheintragungen der Bundesbevölkerung auf einer einzigen CD-ROM lassen sich schon in dieser Weise nutzen.

Chancen

Dynamischer Wachstumsmarkt

Der Medienbericht '94 der Bundesregierung weist für den Mediensektor - einschließlich Unterhaltungselektronik - eine Bruttowertschöpfung von 55,45 Mrd. DM im Jahr 1992 aus, das entspricht 1,83 Prozent des Brutto-sozialprodukts. Eindrucksvoller ist die dort mitgeteilte Wachstumsrate von +63,2 Prozent von 1982 bis 1990, die deutlich über dem Wachstum der Gesamtwirtschaft liegt. Noch weit positiver hebt sich die Zunahme der Beschäftigtenzahl im Mediensektor von der Gesamtentwicklung ab. Der Bericht der Bundesregierung betrachtet in diesem Teil nur die konventionellen Massenmedien, er berücksichtigt noch nicht die wirtschaftliche Bedeutung neuer Medien und IuK-Techniken.

Information begünstigt
Europa

Vielfach wird in der Kommunikationswirtschaft die neue „Schlüsselindustrie“ gesehen. Die Europäische-Kommission erwartet von den IuK-Techniken eine beträchtliche Steigerung der Produktivität und eine erhebliche Verbesserung der Qualität und Leistungsfähigkeit von Diensten. Sie entwickelte die Vision eines „gemeinsamen Informationsraums“ Europa und legte eine Reihe von Förderprogrammen auf, um die technische Weiterentwicklung und Einführung von Kommunikationstechniken voranzutreiben. Ähnlich positiv wird die Entwicklung von den Regierungen auf nationaler Ebene gesehen. Länder und Städte in der Bundesrepublik bemühen sich verstärkt um die Entwicklung der Kommunikationsinfrastruktur und um die Ansiedlung von Medienunternehmen in der Erwartung, dadurch die Wirtschaftskraft und das Angebot an qualifizierten Arbeitsplätzen zu verbessern.

Neue Technik gleicht
Standortnachteile aus

Die neuen Techniken und Dienste wie E-Mail, Internet, „Information Superhighways“, Mobilfunk, Bildtelefon, Telekonferenz, Telebanking, Teleshopping und elektronische Verkehrsleitsysteme verbessern die Kommunikationsinfrastruktur für die Wirtschaft, machen den Transport von Gütern und das Reisen von Menschen teilweise überflüssig oder optimieren sie soweit, daß Zeit und Kosten gespart, Standortnachteile ausgeglichen und Umweltbelastungen vermindert werden. Durch Telearbeit wird dezentrale Berufstätigkeit in häuslicher Umgebung möglich, so daß gerade auch Frauen Familie und Berufstätigkeit leichter miteinander verbinden können. Telekooperation schafft die Voraussetzungen für dezentrale Zusammenarbeit, Telemedizin ermöglicht die ärztliche Diagnose und Therapie über große Entfernungen.

1.2.2 **Wissenschaft und Bildung**

Technologische Innovationen und deren Anwendung hängen eng mit dem Niveau von Bildung und Wissenschaft zusammen. Sie sind Folge der fortgeschrittenen Entwicklung von Bildung und Wissenschaft im ausgehenden 20. Jahrhundert und stimulieren wiederum deren Weiterentwicklung. Das gilt in besonderem Maße für die Informations- und Kommunikationstechniken.

Risiken

Auf dem Weg zur neuen
Klassengesellschaft

Die in der Entwicklung von Wissenschaft und technologischer Innovation angelegte Tendenz zur gegenseitigen Verstärkung vergrößert vorhandene Wissensklüfte und Bildungsgefälle. Entwickelte Länder mit guter Bildungs- und Wissenschaftsinfrastruktur profitieren weit mehr vom Fortschritt der IuK-Techniken als unterentwickelte Länder, reiche und angesehene Universitäten mehr als arme und unbedeutende, Fächer mit einer „natürlichen“ Nähe zum Computer (Natur- und empirische Sozialwissenschaften) mehr als andere (Geisteswissenschaften). Ebenso können Personen, die bereits gut vorgebildet sind und eine entsprechende Medienkompetenz besitzen, die Möglichkeiten neuer Medien und Techniken besser nutzen als die in dieser Hinsicht Unterprivilegierten. Wer mit den neuen Kulturtechniken nicht umzugehen lernt, bleibt „Analphabit“ - eine moderne Form des Analphabetismus.

Informationsauswahl
wird unverzichtbar

Der durch die IuK-Techniken erheblich gesteigerte Zuwachs des Wissens führt zu Unübersichtlichkeit und Informationsüberlastung. Die Informationsfülle macht es immer schwieriger, das Wichtige und Relevante vom Unwichtigen und Irrelevanten zu unterscheiden. Die Frage der Datenerfassung ist vor allem ein technisches Problem und als solches sicher lösbar. Die notwendige Datenselektion hingegen hängt von der kognitiven Kompetenz des einzelnen Menschen (d.h. des individuellen PC-Nutzers oder des individuellen Fernsehzuschauers) ab und ist bisher noch kaum bedacht worden. Wenn auch die absolute Wissensfülle weltweit zunimmt, ist noch nichts darüber entschieden, ob gleichzeitig auch der relative Wissensstand des einzelnen erweitert wird. Mit der Beschleunigung des Wissenszuwachses verkürzt sich auch die Zeit, in der Wissen veraltet. Einmal angeeignetes Wissen wird schnell überflüssig oder inaktuell. Die Informationssuche und die Übernahme und Beherrschung immer neuer Generationen von Hard- und Software kosten Zeit und Geld. Es müssen neue Medien und Dienste eingeführt werden, um die Informationsflut übersichtlich und zugriffsfähig zu machen. Dadurch entstehen soziale Kosten, die Informationsflut schwillt durch „Hypermedien“ (Medien über Medien) weiter an.

Primärkommunikation bedroht

Die IuK-Techniken begünstigen individualisierte und zugleich auch sozial isolierte Bildung. Das geht auf Kosten von spontaner Kommunikation, gegenseitiger Beobachtung, Anregung und sozialer Kontrolle und auf Kosten von anspornendem Wettbewerb unter Lernenden. Technisierung und Informatisierung von Unterricht und Wissenschaft verdrängen Wertorientierungen und ethische Grundsätze, die überwiegend informell in der herkömmlichen Lehrer-Schüler-Interaktion vermittelt werden, aus dem Bildungs- und Wissenschaftsprozess. Es besteht die Gefahr, daß Bildung und Ausbildung auf ihre instrumentelle Funktion reduziert, daß wichtige Funktionen der Sozialisation und gesellschaftlichen Integration zurückgedrängt werden.

Chancen

In den entwickelten Ländern gehört der Umgang mit Telefon, Computer, Fernseher und Fernbedienung, Videotext, Online-Diensten, Videorecorder, CD und CD-ROM usw. mehr und mehr zu den selbstverständlichen und allgemein verbreiteten Kommunikationstechniken. Hardware und Software - vor allem für Textverarbeitung, Businessgraphik, Datenbanken und Online-Recherche - sind kostengünstig verfügbar und werden immer leichter handhabbar.

Informations- und Bildungsangebote leicht zugänglich

Mit der Expansion der Medien nehmen absolut auch die Bildungs- und populärwissenschaftlichen Angebote beträchtlich zu. Dazu gehören z.B. pädagogische Kindersendungen, dokumentarische und populärwissenschaftliche Sendungen bzw. Spartenkanäle im Fernsehen, Schulfunk und Telekollegs, populärwissenschaftliche und Fachzeitschriften, (weiter-)bildende Kassetten, Videos, Disketten und CDs (Teachware). Besonders deutlich ist die Angebotsverbreiterung des Wissens durch Datenbanken, Online-Dienste und Internet.

Der Einsatz von Medien in Schulen und Hochschulen macht den Unterricht anschaulicher und für die Lernenden interessanter, stärkt die Lernmotivation und erhöht den Lernerfolg. Komplizierte Wissensmaterien lassen sich durch geschickten Einsatz der Darstellungsmöglichkeiten audiovisueller Medien - Infographik, Film, Video, Computeranimation und -simulation - didaktisch aufbereiten. Mit Hilfe interaktiver Teachware kann das Lernpensum den individuellen Lernmöglichkeiten und der jeweiligen Lernmotivation angepaßt werden. Beim Sprachenlernen werden diese Vorteile bereits auf breiter Basis genutzt.

Zum Nutzen von Wissenschaft und Forschung

Neue elektronische Speichersysteme, Datennetze, insbesondere das Internet und Online-Dienste machen sehr große Wissensbestände wie Lexika, Bibliographien, Bibliothekskataloge, Fachbücher, Datenbanken und die Wort-, Bild- und Tonbestände einer Vielzahl publizistischer Medien relativ leicht und kostengünstig zugänglich sowie effektiv auswertbar.

Leistungsfähige Datennetze ermöglichen den weltweiten wissenschaftlichen Datentransfer. Globale Kommunikation über E-Mail und elektronisches Publizieren im Internet erleichtern den notwendigen Austausch unter Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, beschleunigen die Verbreitung wissenschaftlicher Erkenntnisse und kompensieren Standortnachteile in entlegeneren oder ärmeren Ländern und an kleineren Universitäten.

1.2.3 **Kunst und Unterhaltung**

Kommunikationstechnik dient seit jeher auch der Zerstreung und dem Zeitvertreib, der ästhetischen Erbauung und Anregung; sie wird zur Erweiterung der Ausdrucksmöglichkeiten wie auch zur Kommerzialisierung von Kunst und Populärkultur eingesetzt. Neue Medien und Techniken steigern diese Möglichkeiten beträchtlich. Sie kommen elementaren Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer entgegen und finden daher Akzeptanz in allen Bevölkerungskreisen, wenn auch in unterschiedlichem Maße und mit unterschiedlichen Angeboten.

Risiken

- Gefahr kultureller Aufsplitterung Die zunehmende Differenziertheit kultureller Angebote in den Massenmedien birgt die Gefahr der kulturellen Aufsplitterung in sich. Die Vielfalt unterschiedlicher Medien konstituiert gleichsam "esoterische" Zirkel, immer enger definierte Milieus und Subkulturen mit jeweils sehr unterschiedlichen Interessen, Erfahrungen und ästhetischen Kriterien. Es wird schwieriger, eine gemeinsame kulturelle Identität größerer Bevölkerungsgruppen zu bewahren. Dieses Risiko erhöht sich durch den gesellschaftlichen Trend zur Individualisierung, der die Wertorientierung und Sinnfindung als Aufgabe der einzelnen definiert und die dazu unverzichtbare Rolle gesellschaftlicher Institutionen wie Familie, Kirche oder Staat übersieht oder herunterspielt.
- Anspruchslose Unterhaltung erhöht Werbeeinnahmen Das immer umfangreichere Angebot an oft trivialer Unterhaltung überlagert und verdrängt die anspruchsvolleren kulturellen Angebote in den Medien. Da anspruchslose Unterhaltung leichter konsumierbar ist, wird sie weit mehr genutzt, findet ein weit größeres Publikum, eignet sich viel besser als Werbeumfeld und hat daher weitaus größere finanzielle Ressourcen zur Verfügung als Darbietungen der Kunst und „Hochkultur“. Der Mensch wird mehr und mehr dazu angeleitet, sich etwas vorsetzen zu lassen; darunter kann die zur Selbstentfaltung notwendige Eigenaktivität leiden.
- Überzogene Stargagen Der Kunst- und Unterhaltungsbetrieb muß zunehmend Marktgesetzen gehorchen. Der Wettbewerb um Werbebudgets und passende Zielgruppen treibt die Gagen von Starinterpreten, -schauspielern und -regisseuren in die Höhe. Vor allem in der Unterhaltungsindustrie und im „Unterhaltungssport“ (Tennis, Autorennen, Fußball, Boxen) führt die Medienkonkurrenz zu sich ständig übersteigernden Gagen und Honoraren. Die größten und kapitalkräftigsten Veranstalter - vor allem private Fernsehsender - sichern sich exklusiv die zugkräftigsten Namen und Ereignisse. Sie verbessern damit weiter ihre Position beim Publikum und auf dem Werbemarkt.
- Es besteht ein geschäftliches Interesse, Medienangebote direkt vom Nutzer über Entgelt finanzieren zu lassen, weil sich so die enormen Investitionen (z.B. in die Sportübertragungsrechte) besonders gut refinanzieren lassen. Die derzeitige Diskussion über das Pay-TV bietet dafür ein gutes Beispiel. Da die Ausgaben der privaten Haushalte für Medien in der Vergangenheit nur innerhalb des allgemeinen Wirtschaftswachstums gestiegen sind, muß die Expansion der Medien bisher vor allem durch mehr Werbung finanziert werden.
- Erhöhte Reizintensität sichert Marktanteil Zu den fragwürdigen Begleiterscheinungen dieser Entwicklung gehört, daß Entscheidungen über die Einführung von neuen Techniken und Diensten in erster Linie unter Gesichtspunkten der breiten Publikumsakzeptanz und der Finanzierung durch Werbung getroffen werden, daß der Wettbewerb um Publikumsakzeptanz zu Qualitätseinbußen im Journalismus und bei medialen Unterhaltungsangeboten führt. Die Anbieter müssen ständig die Reizintensität der Medieninhalte erhöhen, um sich in der zunehmenden Konkurrenz durchsetzen zu können. Das geschieht häufig durch die Darstellung von Gewalt und Sexualität, durch sensationelle und tabuverletzende Themen. Der harte Kampf um Werbebudgets führt zu einer Mißachtung von Geboten, die dem Schutz der persönlichen Ehre, dem Jugendschutz, dem Datenschutz und Verbraucherschutz dienen.

Gefahren für Heranwachsende Von diesen Risiken sind Kinder und Jugendliche besonders betroffen. Gefährdet sind vor allem Kinder und Jugendliche in Familien und sozialen Milieus, die nicht intakt sind. Bei diesen ist auch das Risiko relativ groß, daß sie Fernsehen, Videos, Video- und Computerspiele exzessiv nutzen und daß dadurch psychische und psychosoziale Vorschädigungen verstärkt werden (u.a. Entwicklungsdefizite in bezug auf abstraktes Denken, Sprache, Empathie, soziale Kontaktfähigkeit und Integration).

Chancen

Neues Hörerlebnis Die moderne Audiotechnik ermöglicht den individuellen Zugriff auf die verschiedensten Musikgenres und Produktionen, macht Spitzenleistungen der Interpretation für alle, zu jeder Zeit und kostengünstig verfügbar. Die Auswahl - auch an historischen Aufnahmen - nimmt ständig zu. Die Entwicklung von der Schellack- und Vinyl-Schallplatte über Tonband und Toncassetten zur CD hat den Musikinteressenten technisch immer bessere, kostengünstigere und leichter zu handhabende Tonträger beschert. Die Erweiterung der CD zur Video-CD, die Verbesserung der Tonqualität herkömmlicher Videorecorder und der Verbund zwischen Hi-Fi-Anlage und Fernseher bzw. Videorecorder verbinden das Hörerlebnis mit visuellen Eindrücken. TV-Musiksender bieten bereits seit längerem stark visualisierte Formen der Musikdarbietung. Ihre Videoclips haben auf die Fernsehästhetik eingewirkt.

Neue Medien stimulieren Durch die Entwicklung der audiovisuellen Medien wird die Differenzierung und Individualisierung der Angebote begünstigt, so daß immer speziellere Geschmacksrichtungen und Zielgruppen bedient werden können. Das gilt ebenso für die Entwicklung der Printmedien: Das Angebot an Literatur, Sachbüchern, Unterhaltungs- und Special-Interest-Zeitschriften wird breiter und differenzierter. Die Befürchtung, die audiovisuellen Medien würden die Druckmedien verdrängen, bestätigt sich nicht. Eher das Gegenteil ist der Fall: Neue Medien stimulieren immer auch die Entwicklung der alten Medien (wenn auch in unterschiedlichem Maße bei den verschiedenen Medien und Angeboten).

Neue Medien schaffen neue Ausdrucks- und Darstellungsformen (wie z.B. Foto- und Filmkunst, Hörspiel und Fernsehspiel, elektronische Musik und das Jugendgenre „Techno“, Videokunst und Videoclips). Nicht zuletzt ergeben sich durch die Medienexpansion zusätzliche Publikations-, Darbietungs- und auch Verdienstmöglichkeiten für mehr Autoren, Komponisten, Darsteller, Interpreten. Auch sehr ungewöhnliche, esoterische, avantgardistische, selbst tabuisierte Sujets und Künstler finden ihr Publikum. Das Internet sorgt beispielsweise für eine weltweite und kostengünstige Distribution der Werke.

Größere Nachfrage nach Unterhaltung Vor allem aber erweitern neue Medien und Techniken die Breite und Differenziertheit der Unterhaltungsangebote. Weil die Nachfrage nach Unterhaltung in einer Gesellschaft mit viel Freizeit und relativ großem Wohlstand sehr hoch ist, lassen sich Unterhaltungsangebote auch am ehesten finanzieren. Die Möglichkeiten, sich je nach Stimmung, Geschmack, Anspruchsniveau, einsetzbarem Geld- und Zeitaufwand unterhalten, anregen und zerstreuen zu lassen, nehmen weiter zu.

Mehr Angebote für jung und alt Menschen mit viel frei verfügbarer Zeit wird durch die große Zahl der Medienangebote ihren jeweiligen Interessen entsprechende Unterhaltung und Anregung geboten. Kinder und Jugendliche finden spezielle Musikfarben im Radio, Kinder- und Video-Kanäle im Fernsehen, Video- und Computerspiele auf Kassetten bzw. Datenträgern und in Datennetzen. Diese Angebote kommen ihrem Bedürfnis entgegen, kognitive Fähigkeiten zu erproben und zu entwickeln, ihre persönliche Identität zu finden, einen eigenen Lebensstil, eine „Jugend- und Szenekultur“ zu definieren.

1.2.4 Familie und soziale Beziehungen

Kein Haushalt ohne Fernseher Kommunikationstechnik gehört heute zur selbstverständlichen Grundausstattung praktisch aller Haushalte. In der Bundesrepublik Deutschland haben nahezu alle Haushalte mindestens ein Fernsehgerät, mehr als ein Viertel sogar zwei oder mehr Geräte. Ähnlich verbreitet sind Radiogeräte, auch in drei von vier Autos ist ein Radiogerät installiert. Einen Telefonanschluß haben 91 Prozent der Haushalte, einen Videorecorder haben knapp 62 Prozent der Haushalte, einen CD-Spieler 58 Prozent, einen Personalcomputer 21 Prozent (Daten für 1996).

Risiken

Die Nutzung neuer Medien und Kommunikationsdienste kostet Geld und vor allem viel Zeit. Mit der Nutzung herkömmlicher Massenmedien verbringen Bundesbürger ab 14 Jahren schon jetzt im Durchschnitt rund sechseinhalb Stunden pro Tag. Der größte Anteil davon entfällt mit drei Stunden auf das Fernsehen. Für das Zeitungslesen wird demgegenüber nur etwa eine halbe Stunde erübrigt. Während der Zeitaufwand für das Lesen leicht rückläufig ist, nimmt die Nutzung audiovisueller Medien stetig zu.

Verbraucher zahlen die Produktwerbung

Die finanziellen Aufwendungen der Familien für Massenmedien steigen, wenngleich nur mäßig. Sie lagen Anfang der siebziger Jahre bei einem Anteil von etwas über drei Prozent am Haushaltsnettoeinkommen und nähern sich inzwischen der vier-Prozent-Marke (Vier-Personen-Arbeitnehmerhaushalt mit mittlerem Einkommen in den alten Bundesländern). Der größte Teil der Aufwendungen für Massenkommunikation wird von den Haushalten jedoch indirekt über die Werbeaufwendungen für die von ihnen gekauften Produkte finanziert.

Primärerfahrungen verkümmern Die Mehrfachausstattung der Haushalte mit Medien und Kommunikationsgeräten fördert die individualisierte und zugleich isolierte Nutzung durch die Familienmitglieder. Primärerfahrung und unmittelbare Erlebnisse werden zunehmend ersetzt durch Sekundärerfahrung, durch künstliche Medienwelten. Diese bieten sich als immer verfügbare Fluchtmöglichkeit aus einer als frustrierend empfundenen Wirklichkeit in den Erlebnispark einer virtuellen Realität an. Die Medienwelten von Radio, Fernsehen, Computerspielen und Internet, denen sich Kinder zuwenden, lassen sich immer weniger von Eltern, Schulen und anderen Bildungseinrichtungen kontrollieren. Deren Erziehungsbemühungen können ins Leere laufen oder konterkariert werden. Schon in sehr jungem Alter haben Kinder über ihre eigenen Geräte Zugang zu allen Bereichen der Erwachsenenwelt und zu Medieninhalten, auf deren Verarbeitung sie nicht vorbereitet sind und die daher Angst und Streß auslösen. Da die vielfältigen Medienwelten keine eindeutigen Maßstäbe oder Wertorientierungen bereithalten, bieten sie auch keinen Ersatz für den zurückgedrängten Einfluß von Eltern und Familie.

Erschwerte Selbstfindung Mit der Kommerzialisierung der Medien hat auch ihr Einfluß auf Kinder und Jugendliche als Konsumenten und Werbezielgruppe stark zugenommen. Das Streben der Heranwachsenden nach Selbstfindung wird von den Medien im Verbund mit der Mode- und Musikbranche gesteuert und profitabel gemacht. Das Programm der Musiksender im Fernsehen besteht praktisch nur aus Werbung für die Musik und die Produkte der Jugendkultur. Allgemein erhöht die Medienentwicklung, die auf geschickt gestaltete und plazierte Werbung angewiesen ist und ganz neue Marketingformen z.B. über CD, im Fernsehen (Teleshoppingkanäle) und im Internet ermöglicht, den Konsumdruck auf die Haushalte und speziell auf Kinder. Die Werbung setzt Kinder zunehmend als Entscheider und „Agenten“ im familiären Konsumverhalten ein.

Chancen

Medien in häuslicher Sphäre Die gute Ausstattung der meisten Haushalte mit Medien und Kommunikationstechnik ermöglicht es vielen Menschen, mediale Kommunikation entsprechend ihren individuellen Bedürfnissen und Interessen zu nutzen. In größeren Familien beugt dies Konflikten in der Freizeit vor. In Ein-Personen-Haushalten wirkt es der sozialen Isolierung entgegen. Dieser Vorteil kommt besonders Personen entgegen, die an das Haus gebunden sind wie Mütter oder Väter mit Kindern, ältere Menschen, Kranke, Behinderte. Diesen Personen eröffnen neue Medien auch Möglichkeiten beruflicher Betätigung von zu Hause aus. Aber auch andere können dank der Medientechnik ihre Berufstätigkeit ganz oder teilweise nach Hause verlagern, so daß sich die Trennung von beruflicher und häuslicher Sphäre, die erst das industrielle Zeitalter hervorbrachte, wieder aufheben läßt.

Informationen erleichtern den Alltag	In der alltäglichen Nutzung dienen Kommunikationsmedien nicht nur zur Information und Unterhaltung, sondern häufig auch zur Erleichterung häuslicher Verrichtungen (z.B. Radiohören oder Fernsehen bei eintöniger Hausarbeit) und zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen (z.B. Telebanking, Teleshopping). Eine große praktische Bedeutung haben die Serviceangebote der Massenmedien, von der Werbung über Verkehrs- und Wettermeldungen bis hin zu praktischen Tips für Reise, Gesundheit, Lebensführung usw. Die Angebote in diesem Bereich nehmen ständig zu, sie werden immer besser verfügbar und auf individuelle Bedürfnisse zugeschnitten.
Informationen bereichern gesellige Aktivitäten	Mediendarbietungen und technische Kommunikation verweben sich zunehmend mit Alltags- und Festtagserlebnissen. Große Sportereignisse, besondere Filme, Fernsehserien, die Samstagabend-Fernsehshow, Karnevalssitzungen, Rockkonzerte usw. sind Anlässe für das Zusammensein in der Familie, für das Zusammentreffen mit Freunden und Verwandten. Sie bieten Gesprächsthemen, den Anlaß für soziale Kontakte und fördern diese auch. Die Vermutung, die Medienentwicklung führe zu sozialer Isolierung und zum Rückgang von Geselligkeit, hat sich bisher so nicht bestätigt - eher im Gegenteil: gesellige Aktivitäten können durch Massenmedien angereichert und angeregt werden.
Informationen trainieren geistige Kräfte	Anregung geht speziell vom Computer aus, der eine aktive Nutzung von Medienangeboten ermöglicht und oft verlangt. Vor allem der textbasierte Umgang mit vielen Internet-Diensten (z.B. Newsgroups) begünstigt die Anwendung der traditionellen Kulturtechniken Schreiben und Lesen. Viele Computerspiele, aber auch speziell für Heranwachsende konzipierte Fernsehsendungen, sind geeignet, die Entwicklung kognitiver Fähigkeiten von Kindern und Jugendlichen zu fördern. Ebenso können Medienangebote für ältere Menschen helfen, deren geistige Leistungsfähigkeit zu trainieren und zu erhalten.

1.2.5 Öffentlichkeit und politische Prozesse

Politische Willensbildung durch Medien	Das politische Leben in demokratischen Staaten ist weitgehend auf ein vielfältiges Mediensystem und eine effektive Nachrichtenübermittlung angewiesen. Die Medien liefern den Bürgerinnen und Bürgern und den Verantwortlichen in der Politik die für ihre Entscheidungen notwendigen Informationen und konstituieren eine politische Öffentlichkeit. Sie bieten ein Forum zur Auseinandersetzung über die politischen Prioritäten, schaffen damit die Voraussetzung für die politische Meinungs- und Willensbildung, für politischen Konsens und gesellschaftliche Integration. Die Medien wirken selbst mit an der Meinungsbildung und ergänzen als „vierte Gewalt“ - durch Kontrolle und Kritik mächtiger Personen und Institutionen - die politischen Funktionen der drei klassischen Gewalten.
----------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Risiken

Selektionsdruck und Werbung
verzerren Nachrichten

Die Verbesserung der Nachrichtentechnik im professionellen wie auch im privaten Bereich läßt das Informationsangebot weiter erheblich ansteigen. Die Medien können aus der Fülle der von Agenturen und Diensten, von Informanten und eigenen Korrespondenten stammenden Nachrichten nur einen winzigen Bruchteil auswählen. Der hohe Selektionsdruck verweist auf die kritische Rolle der Nachrichtenwert-Kriterien, nach denen Journalistinnen und Journalisten über die Wichtigkeit der Meldungen entscheiden. Kriterien wie vor allem Neuigkeit, Überraschung, Dramatik, Negativismus (Konflikt, Kontroverse, Schaden) und Betroffenheit prägen die „Medienrealität“. Mit der Erhöhung des Selektionsdrucks steigt auch das Risiko von Verzerrungen im Nachrichtenangebot. Der gesteigerte publizistische Wettbewerb durch neue Medien bringt es mit sich, daß häufiger als bisher Persönlichkeitsrechte durch die Medien verletzt und Gebote der publizistischen Ethik mißachtet werden. Durch den zunehmenden Wettbewerbsdruck geraten die Medien in die Gefahr, Sensation und vordergründige Aktualität der sorgfältig recherchierten Nachricht vorzuziehen, unsichere Nachrichtenquellen zu benutzen oder sogar auf Fälscher hereinzu-fallen.

Das wirklich Wichtige
nur schwer zu erkennen

Die Menge und Vielfalt der Angebote ist auch von den Mediennutzern nur noch schwer beherrschbar. Es macht zunehmend Mühe, in der Fülle der Informationen die wirklich wichtigen und nützlichen zu erkennen, zumal vieles nur der Befriedigung von Neugier, Sensationslust und Voyeurismus dient. Um die Möglichkeiten adäquat zu nutzen, die das ständig erweiterte Angebot bietet, wäre ein enormer Zeit- und Geldeinsatz notwendig. Das Gefühl der Informationsüberlastung nimmt zu. Die vielfach kritische, den Konfliktaspekt von Politik, Gewalt und Verbrechen betonende Berichterstattung ist der politischen Bildung nicht förderlich, begünstigt womöglich Politikverdrossenheit und eine negative Weltsicht. Das liegt auch an den Besonderheiten der menschlichen Informationsverarbeitung, die - zumindest in der alltäglichen Situation der Mediennutzung - nicht auf Lernen und kognitive Differenzierung angelegt sind.

Aus Überforderung in die
Unterhaltung ausweichen

Mit der Erweiterung des Informationsangebots vergrößert sich die Kluft zwischen den gut informierten und den schlecht informierten Bürgerinnen und Bürgern. Menschen, die eine gute Ausbildung und hohe Medienkompetenz besitzen, politisch interessiert und vorgebildet sind, können das erweiterte Medienangebot am besten nutzen. Ihr Wissen und ihr politisches Interesse nehmen weiter zu, ihr Engagement wächst. Menschen, die dagegen durch das vermehrte Informationsangebot überfordert sind, nutzen eher die umfangreicheren Unterhaltungsmöglichkeiten durch neue Medien und bleiben politisch abstinent.

Die Vielzahl der Medien und Angebote und eine entsprechende Segmentierung der Nutzergruppen spalten die Öffentlichkeit in viele Teil- und Unterforen auf. Tendenzen der Individualisierung und sozialen Differenzierung, der Pluralisierung der Lebensstile werden dadurch gefördert, gesellschaftliche Integration erschwert.

Fiktion statt Wirklichkeit

Neue Medien verbessern die Möglichkeiten, auf künstliche Weise realitätsgetreue Eindrücke und eine synthetische Wirklichkeit zu erzeugen. Davon wird zunehmend auch im Journalismus Gebrauch gemacht, z.B. mit der Bearbeitung digitalisierter Fotos, Computeranimation, Bluebox- und Paintbox-Techniken im Fernsehen. Die Unterscheidung zwischen Wirklichkeit und Fiktion, zwischen Wahrheit und Täuschung wird dadurch schwieriger. Zunehmende Aktivitäten der öffentlichen Beeinflussung und des Themenmanagements sind darauf gerichtet, Ereignisse zu inszenieren und die Medien zu instrumentalisieren. Die Gefahr, daß politisch weitreichende Entscheidungen auf der Grundlage von inszenierter Wirklichkeit und einer manipulierten Öffentlichkeit gefällt werden, nimmt zu.

Chancen

Techniken verbessern
Nachrichtenangebot

Verbesserungen der Nachrichtentechnik kommen seit jeher zu allererst den Nachrichtenagenturen und Informationsmedien zugute. Satellitenkommunikation, Faxgeräte, Mobilfunk, miniaturisierte Bild- und Tonaufzeichnungsgeräte, Datenbanken, Notebook-Computer und Bilddigitalisierung sind dafür aktuelle Beispiele. Sie steigern erheblich die Leistungsfähigkeit des Journalismus und tragen dazu bei, daß die Bürgerinnen und Bürger höchst aktuell von allen wichtigen Schauplätzen unterrichtet werden. Die Möglichkeiten der Teilhabe am lokalen, nationalen und weltweiten Geschehen werden durch neue Informationsangebote - z.B. durch weitere Spartenkanäle und politische Informationen in Online-Diensten - erweitert.

Aber auch im privaten Bereich verbessert sich mit der Verbreitung neuer IuK-Techniken wie Kabel- und Satellitenrundfunk, Online-Dienste, Videotext, Videorecorder, Multimedia-Endgeräte, mobile Radio- und Fernsehgeräte der Zugang zu öffentlich relevanten Informationen. Menschen können sich immer unabhängiger von zeitlichen und räumlichen Beschränkungen und immer mehr auch ihren individuellen Interessen entsprechend informieren.

Vielfalt erschwert
Indoktrination

Mit der Erweiterung des Mediensystems und der Verbreiterung medialer Angebote erhöht sich die Vielfalt der Themen und Meinungen in der öffentlichen Diskussion. Politiker und Interessenvertreter haben mehr und unterschiedlichere Sprachrohre und Podien zur Verfügung. Auch für nicht etablierte Parteien, kleine Minderheiten und Gruppen mit Sonderinteressen verbessern sich die Chancen, im öffentlichen Diskurs zur Geltung zu kommen. Die Wahlmöglichkeiten der Bürgerinnen und Bürger unter vielen verschiedenartigen Informationsquellen nimmt zu. So werden Manipulation und Indoktrination durch einseitige Information erschwert. Allerdings muß man realistisch in Rechnung stellen, daß diese prinzipiell erweiterte Kontroll- und Schutzmöglichkeit bald an ihre Grenzen stößt. Denn gewöhnlich findet ein Mediennutzer nur die Zeit, eine Nachrichtensendung oder ein Nachrichtenmagazin zu verfolgen.

Wettlauf um größte
Aktualität

Es verschärft sich der Wettbewerb unter den Medien allgemein, dabei speziell der publizistische Wettbewerb um die aktuellsten Ereignisse, um die attraktivsten Themen und die kompetentesten Interviewpartner, um besonders schnelle Übermittlung, um aufklärende Recherche und enthüllende Hintergrundberichte. Mehr Medien beschäftigen mehr Journalistinnen und Journalisten, die ihre Karrierechancen durch die Profilierung im investigativen und kritischen Journalismus zu verbessern suchen. Dies kann die Wahrnehmung der Kritik- und Kontrollfunktion der Medien fördern, ebenso ihre Beteiligung an der öffentlichen Meinungsbildung.

1.2.6 Kirche und Gemeinde

Herausforderung für
kirchliche Medienarbeit

Die Arbeit der Kirchen ist von der jeweiligen Medienentwicklung sowohl auf den Gebieten der Erziehung, Wissenschaft und Bildung als auch in Verkündigung und Seelsorge, Caritas und Diakonie betroffen, besonders aber in ihrer eigenen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit: So ändert sich nicht nur das Vorkommen von Religion und Kirche in nichtkirchlichen Medien. Auch die konfessionell orientierte bzw. kircheneigene Publizistik und die Medienarbeit müssen sich einem gewandelten Nutzungsverhalten stellen; das gilt gleichermaßen für die Bundesebene wie für die Ebenen der Diözesen, der Landeskirchen und der einzelnen Gemeinden. Die Öffentlichkeitsarbeit der Kirchen, die sowohl die Dimension der Binnen- als auch der Außenkommunikation umfaßt, ist von den Veränderungen ebenso betroffen wie die medienpolitischen Optionen der Kirchen.

Die Auswirkungen der Medienentwicklung auf die kirchliche Arbeit sind ebenso ambivalent wie die Auswirkungen auf die Gesamtgesellschaft; es bestehen sowohl Chancen als auch Anzeichen für eine problematische Entwicklung.

Risiken

Rundfunk: Einbußen bei wachsendem Angebot

Besonders bei den elektronischen Medien wird - bei Beibehaltung des gegenwärtigen kirchlichen Engagements - die Ausweitung der Programmangebote dazu führen, daß im Verhältnis zum Gesamtangebot die Zahl kirchlicher Beiträge zurückgeht (Verdrängung durch Angebotsmenge). Die Ausweitung der Programme hat bereits in den vergangenen Jahren zu teilweise erheblichen Einschaltquotenverlusten bei Sendungen mit religiös-kirchlichen Themen geführt, da diese mit massenattraktiven Programmen konkurrieren müssen. Das bedeutet auch, daß es in vielen Programmen zunehmend schwieriger wird, Menschen über den engeren Kreis der kirchlich Interessierten hinaus zu erreichen. Diese Entwicklung kann sich fortsetzen.

Kirchliche Spartenprogramme?	Neu hinzukommende Programmangebote werden überwiegend Spartenprogramme sein, die sich an jeweils eine bestimmte Zielgruppe wenden. Angesichts dieser Entwicklung stellt sich die Frage, wie die Kirchen ihr umfassendes Lebens-Deutungs-Angebot zu den Menschen und in das gesellschaftliche Gespräch bringen können. Es gibt unterschiedliche Meinungen darüber, ob dies weiterhin vorrangig mit dem Anspruch auf Programmbeteiligungen (kirchliche Sendungen in der bisherigen Form bei den öffentlich-rechtlichen und den privaten Vollprogrammanbietern) oder auch mit dem Angebot eigener Spartenprogramme, die jedoch das Risiko einer Art Rückzug ins Ghetto in sich bergen, geschehen kann bzw. geschehen soll. Entscheidungen müssen behutsam getroffen werden, weil die Kirchen angesichts der wirtschaftlichen und programmlichen Kräfteverhältnisse im elektronischen Markt und im Hinblick auf die begrenzten eigenen Ressourcen auf Verhältnismäßigkeit zu achten haben.
Vorsicht bei Entscheidungen	
Kommerzialisierung verdrängt die kulturelle Bedeutung der Medien	Durch die weitere Kommerzialisierung von Information und Kommunikation können die gemeinschafts- und meinungsbildenden Funktionen von Kommunikation und ihre kulturelle Bedeutung, die für die Gesellschaft von elementarem Wert sind, immer mehr in den Hintergrund gedrängt werden.
Mediale Kommunikation verdrängt Gemeinde	Außerdem kann durch die Dominanz einer einseitig medialen Kommunikation in religiösen und kirchlichen Handlungsfeldern, wie z.B. im Internet abrufbare Predigten und "Beichtprogramme", Katechese über CD-ROM etc., der unaufhebbare Zusammenhang zwischen persönlichem Kontakt und Glaubensweitergabe in der Gemeinde vernachlässigt und dadurch Seelsorge eher erschwert werden.

Chancen

Verkündigung präsentiert sich neu	Die Medien bieten den Christen und den Kirchen die Chance, öffentlich zum Glauben einzuladen, auf die Vielfalt christlichen Lebens aufmerksam zu machen und zu einer christlichen Lebensführung zu ermutigen. In den Medien und mit ihren eigenen Publikationen bringen die Kirchen die versöhnende Kraft des Evangeliums in die Öffentlichkeit. Die neuen Medienanwendungen bieten den Kirchen vielfältige Möglichkeiten, in einem kreativen Prozeß die kirchliche Verkündigung des christlichen Glaubens in neuen (auch unterhaltsamen) Formen zu präsentieren. Es ergeben sich zusätzliche Formen der Interaktion mit den Mediennutzern. Die Ausweitung der Übertragungswege und der Programmangebote bietet den Kirchen auch die Möglichkeit, Inhalte für einzelne Zielgruppen speziell aufzuarbeiten und zu präsentieren, möglicherweise in Kooperation mit anderen Anbietern, z.B. in den Bereichen Bildung und Beratung.
-----------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kontaktmöglichkeiten
werden erweitert

Die Medienentwicklung hält gerade für dialogisch orientierte Angebote vielfältige Möglichkeiten bereit. Die breite Etablierung interaktiver Dienste regt neue Formen der Kommunikation an. So können Menschen z.B. über unterschiedliche Diskussionsforen in den Online-Diensten und Mail-Boxen unabhängig von Entfernungen miteinander in Kontakt treten. Der Kontakt mit kirchlichen Einrichtungen und Gruppen kann erleichtert werden: Anfragen und Informationssuche können ohne psychische Hemmschwelle gestartet werden. Es entsteht zunächst ein unverbindlicher Kontakt, der für den Informationssuchenden wichtige Hinweise enthält und zu weiteren Kontakten auf anderen Ebenen führen kann. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kirchen können die neuen Formen der elektronischen Kommunikation für einen effektiven und schnellen Informationsaustausch nutzen.

Gemeinden können lokale
Medien nutzen

Bei der weiteren Etablierung von lokalen elektronischen Medien können sich die Kirchengemeinden vor Ort mit in das Mediengeschehen hineinbegeben. Dabei können sie sowohl am weiteren Aufbau eines Netzes sozialer Kommunikation im Nahraum mitwirken, als auch die Öffentlichkeitsarbeit für die Aktivitäten der Gemeinde nutzen sowie Menschen und Programme der Gemeinde bekannter machen.

Durch die Vervielfältigung der Medienangebote wird das einzelne mediale Ereignis entwertet. Gegenüber einer beliebig gewordenen Mediennutzung gewinnt die einzelne unmittelbare Erfahrung an Wert. Für die Arbeit in der Gemeinde und in anderen kirchlichen Arbeitsfeldern wird es deshalb verstärkt darauf ankommen, Möglichkeiten direkter zwischenmenschlicher Begegnung und religiöser (Primär-)Erfahrung zu schaffen.

2 MEDIEN IM SPANNUNGSFELD VON WERTEN UND ZIELEN

Maßstab Menschenbild

Weder Technik noch Ökonomie beantworten selbst die Frage, für welche Ziele sie eingesetzt werden sollen und wie ihre Wirkungen zu bewerten sind. Die Bewertung und die ethische Entscheidung bleiben immer eine Aufgabe des Menschen. Das Handeln und Urteilen ist dabei nie nur an einer Zielvorstellung ausgerichtet, sondern es spielen verschiedene Zielvorstellungen und Wertorientierungen eine Rolle, die gegeneinanderstehen können und bei denen eine Güterabwägung vorgenommen werden muß. Diese Wertorientierungen stehen in engem Zusammenhang mit dem Bild des Menschen und der menschlichen Gesellschaft. Sie sind teilweise rechtlich durch das Grundgesetz verbrieft (für den Bereich der Kommunikation insbesondere durch Art.5 GG mit dem Recht auf freie Meinungsäußerung, Informationsfreiheit, Presse- und Rundfunkfreiheit sowie mit dem Zensurverbot) und entstammen der christlichen Anthropologie und Ethik sowie anderen Quellen und Traditionen. Auch über die Medien selbst werden grundlegende individuelle und soziale Werte geprägt und verändert.

Zielkonflikte und unerwünschte Folgen

Zwischen verschiedenen Zielvorstellungen bestehen nicht selten Spannungen. Zudem kann die Verwirklichung von positiv zu bewertenden medienpolitischen Zielvorstellungen in Teilbereichen auch zu unerwünschten Folgen führen. Es ergeben sich daraus Zielkonflikte, die sich in der ethischen Entscheidungsfindung nicht einfach zugunsten einer Seite auflösen lassen, sondern Zielvorstellungen, Wertorientierungen und mögliche Folgen müssen gegeneinander abgewogen werden. Aus diesem komplexen Geflecht werden im folgenden einige Konflikte typisiert. Die Aufzählung ist weder erschöpfend, noch stellt die Reihenfolge eine Rangfolge dar.

2.1 Technische Machbarkeit und Sozialverträglichkeit

Technologische Dynamik und soziale Norm

Ein grundlegender Konflikt bei der Beurteilung der Medienentwicklung besteht zwischen den Zielen der technischen Machbarkeit und der Sozialverträglichkeit. Nicht alles, was technisch und ökonomisch möglich ist, fördert das Zusammenleben der Menschen. Den Möglichkeiten des technisch Machbaren steht die Frage ihrer sozialen Wünschbarkeit und ihrer Sozialverträglichkeit gegenüber. Dieser Konflikt ist keineswegs auf den Bereich der Kommunikationsmedien beschränkt, sondern ist für hochtechnisierte, fortgeschrittene Industriegesellschaften typisch und läßt sich an einer Reihe anderer Sachverhalte ebenfalls darstellen.

Güterabwägung nicht einfach möglich

Die Geschwindigkeit der technischen Entwicklung ist hoch; dagegen entwickeln sich die Fähigkeiten und technischen Fertigkeiten vieler Menschen sowie die Lernprozesse in der Gesellschaft im Umgang mit neuen Techniken erst langsam. Die Frage lautet, ob es in Zukunft gelingt, einen Gleichklang zwischen technischer Entwicklung und menschlicher sowie gesellschaftlicher Entwicklung zu erreichen. Keinesfalls darf es dazu kommen, daß die technische Entwicklung im Eiltempo verläuft, der Mensch aber unter dem beschleunigten Anpassungsdruck nicht mehr Schritt halten kann und am Ende zum Verlierer eines von ihm selbst inszenierten Wettlaufs wird. Gesellschaftlich findet durch die neuen Kommunikationsmedien eine weitere soziale Differenzierung statt. Für einen Teil der Bevölkerung bringen die neuen Kommunikationsmedien einen Zugewinn an Möglichkeiten, andere werden durch das Tempo der Entwicklung abgehängt. So läßt sich zwar vorab nicht eindeutig festlegen, was sozialverträglich ist, es lassen sich aber ethische Orientierungen formulieren, an denen die Sozialverträglichkeit neuer Medientechniken zu prüfen ist.

Folgenabschätzung ist erforderlich

Neben dem Kriterium der Sozialverträglichkeit sind zwei weitere Kriterien für die Beurteilung einer Technik notwendig: Humanverträglichkeit und Verträglichkeit in internationalen Zusammenhängen.

Durch die Humanverträglichkeit soll sichergestellt werden, daß der Mensch in seiner Würde und Freiheit geachtet wird, seine eigenen Schöpfungen sich nicht gegen ihn kehren und auch die Chancen zukünftiger Generationen berücksichtigt werden.

Die Überprüfung auf "internationale Verträglichkeit" soll verhindern, daß den ärmeren und unterentwickelten Ländern weitere Nachteile entstehen, weil sie sich die neuen Technologien nicht leisten können und deshalb im Wettbewerb noch weiter zurückfallen.

2.2 Selbstentfaltung und Entfremdung

2.2.1 Vielfalt und Desorientierung

Lob der Vielfalt

Vielfalt ist ein zentraler Wert der demokratischen kommunikationspolitischen Ordnung. Ein vielfältiges Medienangebot dient der Integration des einzelnen Menschen in die Gesellschaft, es eröffnet ihm die Chance, am öffentlichen Leben teilzunehmen und vermittelt ihm soziale Normen. Ein vielfältiges Medienangebot entspricht der demokratischen Gesellschaft, weil die unterschiedlichen Meinungen zur Geltung kommen und die Vielfalt der Meinungen sich auch in den Medien widerspiegelt. Durch diesen Pluralismus soll der Mißbrauch von Macht verhindert werden. Damit sind die Medien Voraussetzung und Mittel der Partizipation. Sie schaffen zudem einen Vorrat von Themen, die alle Bürgerinnen und Bürger mehr oder minder gemeinsam betreffen, und prägen damit auch die Primärkommunikation.

Vielzahl allein garantiert keine Vielfalt

Im letzten Jahrzehnt hat sich das Medienangebot in Deutschland explosionsartig vermehrt. Dieser Prozeß wird sich weiter fortsetzen. Damit ist die Chance einer größeren Angebotsvielfalt gewachsen. Umstritten ist, ob und in welchem Maße durch die Vermehrung der Angebote eine größere Vielfalt tatsächlich bereits eingetreten und auch weiterhin zu erwarten ist. Es lassen sich einerseits Anzeichen für einen Trend zur Standardisierung gewisser (Fernseh-)Programme nicht übersehen. Andererseits gibt es einen Zusammenhang zwischen der Vielzahl der Angebote und den Wahlmöglichkeiten für das Publikum.

Ebenso umstritten bleibt die Frage, wie Vielfalt definiert werden soll. Wird sie auf Medien und Mediengattungen, auf Darstellungsformen, (Programm-)Inhalte und Themen oder auf Informationen und Meinungen bezogen?

Zudem kann selbst hinter einer offensichtlichen Angebotsvielfalt ein Anbietermonopol stehen. Die Menge der Medienangebote allein schließt also eine mögliche Manipulierbarkeit der Mediennutzerinnen und -nutzer durch die Medien nicht aus.

Orientierungsverlust im Überangebot

Die Steigerung der Vielzahl und der Vielfalt der Angebote bringt die Gefahr mit sich, daß die Orientierung des einzelnen in seiner Lebenswelt erheblich erschwert wird und er im Überfluß des Medienangebots die Orientierung verlieren kann. Durch Desorientierung erhöht sich wiederum die mögliche Manipulierbarkeit durch die Medien. Gerade die Medien sollen den Menschen jedoch Hilfen zur Orientierung in der Welt bieten. Es ist möglich, daß für die Mediennutzenden in Zukunft eine gezielte Auswahl aus der Vielfalt schwieriger sein wird oder daß die Vielfalt für einen besseren Überblick wieder künstlich reduziert werden muß. Auch dadurch können eine umfassende Realitätswahrnehmung beeinträchtigt und damit zugleich Handlungsmöglichkeiten eingeschränkt werden.

Spartenkanäle spezialisieren und desintegrieren

Die Expansion der Massenmedien fördert seit langem die gesellschaftliche Differenzierung, in deren Folge es wiederum zu einer stärkeren Spezialisierung der Medien kam. In der Vergangenheit sind zunehmend Publikationen und Programme entstanden, die ganz bestimmte Themen behandeln und sich damit nur an Teilsegmente der Gesellschaft wenden. Dies gilt insbesondere für die Fachpresse, aber auch für Periodika, die man heute als „special interest“-Blätter bezeichnet. In den sich neuerdings etablierenden Spartenkanälen zeigt sich etwas Ähnliches auch im Fernsehen. Das Internet wird man als ein großes Netzwerk von Spezialangeboten für jedes nur mögliche Interesse bezeichnen können.

Aufsplitterung erschwert gesellschaftlichen Konsens

Aus dieser Entwicklung wird die Gefahr einer gesellschaftlichen Desintegration abgeleitet. Sie kann sich durch die neuen Techniken verstärken, und zwar durch Individualisierung des Medienkonsums, durch eine Fragmentierung und Polarisierung des Publikums bis hin zur Vereinsamung des Mediennutzers. Erschwert wird dadurch eine gesellschaftliche Konsensbildung, so daß Verfahren zur Stärkung der gesellschaftlichen Integration und zur Beteiligung vieler an den politischen Prozessen gefunden werden müssen.

Seit jeher können Medien desintegrieren

Dabei ist zu berücksichtigen, daß die Medien auch bisher schon desintegrierende Wirkungen hatten (z.B. durch die Betonung von Konflikten und die Darstellung von Normverletzungen). Mit der Betonung des Wertes der gesellschaftlichen Integration durch Medien wird zuweilen lediglich der Status quo oder sogar der frühere Zustand des bundesdeutschen Mediensystems verteidigt. Ein Ergebnis der gesellschaftlichen Desintegration ist freilich auch die Autonomie von Einzelnen und von Gruppen. Es ist daher schwer auszumachen, von welchem Punkt an zunehmende Individualisierung und Differenzierung tatsächlich zu einer den einzelnen und das Gesellschaftssystem bedrohenden Desintegration führen.

2.2.2 Identität und Entfremdung

Der Beitrag der Medien für die Identitätsbildung

Voraussetzung für die Herausbildung der eigenen Persönlichkeit eines Menschen ist die Erfahrung von Realität innerhalb der eigenen unmittelbaren Lebenssphäre wie auch in Hinsicht auf seine weitere Umwelt. Dazu können die Medien einen entscheidenden Beitrag leisten, indem sie über die eigene Lebenswelt und die größeren Zusammenhänge, wie auch über andere Kulturen und Wertsysteme informieren. Es droht aber eine Entfremdung von der eigenen Lebenswelt, wenn der einzelne laufend durch internationale Medienangebote mit fremden Wertsystemen und Wirklichkeiten konfrontiert wird. Realitätsverlust droht, wenn die Mediennutzung nicht in einen sinnvollen Zusammenhang mit primären sozialen Erfahrungen gebracht werden kann oder wenn (Unterhaltungs-) Medien zur Flucht aus der Wirklichkeit genutzt werden, um über Defizite und Frustrationen der sozialen Umgebung hinwegzukommen.

Chancen und Risiken virtueller Realität

Neue Möglichkeiten für solchen Eskapismus scheint künftig die virtuelle Realität zu bieten. So unzweifelhaft sich hierin den Menschen neue Erlebniswelten eröffnen, die neue Kreativität und Phantasie ermöglichen, so kontrovers bleibt die Einschätzung ihrer psychischen und sozialen Folgen.

Wahrung der kulturellen Identität

Die Frage nach der Identität stellt sich auch in der Forderung nach Bewahrung nationaler oder kultureller Identität, wie sie vor allem von Vertreterinnen und Vertretern der Dritten Welt in der Debatte um eine neue Weltinformationsordnung und um den westlichen „Kulturimperialismus“ erhoben wurde. In der Dominanz westlicher Nachrichtenangebote und vor allem US-amerikanischer Film- und Fernsehprogramme wird die Gefahr der Selbstentfremdung, eines Verlusts eigener kultureller Werte und Traditionen gesehen. Ganz ähnlich ist in jüngerer Zeit auch auf europäischer Seite argumentiert worden, um die Übernahme amerikanischer Produktionen auf dem eigenen Markt einzudämmen. Dies steht im Widerspruch zu einem anderen Grundwert liberal-demokratischer Kommunikationsordnungen, zum Prinzip des freien Informationsflusses. Dieses Prinzip soll die freie Meinungsbildung und die freie Mediennutzung in allen Ländern sichern helfen und ist damit ein Fundament einer demokratischen Gesellschaft. Der freie Informationsfluß, der Austausch von Informationen und Medienangeboten findet allerdings aus unterschiedlichen Gründen derzeit nur sehr einseitig statt; nach wie vor werden Medienangebote und der Informationsfluß von den reichen Industrienationen dominiert.

2.3 Freiheit und Verantwortung

2.3.1 Freiheit und gesellschaftliche Kontrolle

Grenzen der Medienfreiheit

Freiheit ist nach Verfassung und Rechtsprechung der Bundesrepublik Deutschland und nach den Prinzipien einer liberalen Demokratie ein grundlegender Wert unserer Kommunikationsordnung. Es ist das Ziel, die freie Entfaltung des einzelnen in der Herstellung, Verbreitung und Nutzung von Medienangeboten zu sichern. Eine Grenze findet die Freiheit dann, wenn grundlegende Rechte anderer berührt oder beeinträchtigt werden.

Gesellschaftliche Kontrolle im öffentlich-rechtlichen Rundfunk	In den Medien sind Zensur und staatliche Kontrolle aufgrund des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung nicht zulässig. Dennoch sind Formen einer gesellschaftlichen Kontrolle notwendig. Sie ist in der Form der bestehenden Rundfunkräte die Grundlage für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und - vermittelt durch die Medienanstalt des jeweiligen Bundeslandes - auch für den privaten Rundfunk. Im Rundfunk bieten solche Formen gesellschaftlicher Kontrolle am ehesten die Gewähr, daß er nicht Einzelinteressen ausgeliefert wird, sondern der gesamten Gesellschaft und dem Gemeinwohl verpflichtet bleibt.
Gesellschaftliche Kontrolle auch bei privaten Anbietern	Auch für den privaten Rundfunk sind Kontrollmechanismen unverzichtbar. Selbst wenn die Übertragungswege (ob Frequenzen, Kabel oder Satellit) eine beliebige, unkoordinierte Nutzung zuließen, müßte eine Form von Kontrolle über die Zulassungsbedingungen gewährleistet sein. Darüber hinaus sind von den privaten Rundfunkanbietern inhaltliche Vorgaben („Grundstandard“) einzuhalten. Diese sind von den Landesmedienanstalten ebenso zu kontrollieren wie bestimmte markt- und unternehmensspezifische Vorkehrungen. Ob die Kontrolleinrichtungen für den privaten Rundfunk ihre Befugnisse hinreichend wahrnehmen und ob die Maßgaben dafür zweckmäßig und hinreichend sind, ist umstritten.
Begrenzter Einfluß freiwilliger Selbstkontrolle	Mit der Einrichtung von Formen der freiwilligen Selbstkontrolle [wie z.B. dem Deutschen Presserat, der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK), der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF)] versuchen private Anbieter einer möglichen Fremdkontrolle zuvorzukommen. Im Interesse einer freiheitlichen Medienordnung sind Instrumente der Selbstkontrolle zu begrüßen, ihre Wirksamkeit darf aber nicht überbewertet werden. Ihnen fehlen in der Regel die Einflußmöglichkeiten auf die Programme oder die Sanktionskraft, wie sie gesetzlichen Regelungen eigen ist, die allerdings ihrerseits leicht mit dem Zensurverbot der Verfassung in Widerstreit geraten können.
Kontrolle durch die Öffentlichkeit	Eine weitere Möglichkeit der gesellschaftlichen Kontrolle sind Formen, bei denen die Öffentlichkeit selbst für gewisse Kontrollaufgaben eingesetzt wird: z.B. indem durch gesetzliche Vorschriften die Transparenz von Medienunternehmen gesichert wird, oder durch die Einrichtung eines auch von den Kirchen vorgeschlagenen unabhängigen Medienrates beim Bundespräsidenten.
	Jede Form der Kontrolle, die dazu dient, Freiheitsrechte zu sichern, kann aber selbst zur Einschränkung von Freiheitsrechten führen. Auch bei grundsätzlicher Akzeptanz der Form gesellschaftlicher Kontrolle durch Gremien von Vertreterinnen und Vertretern gesellschaftlich relevanter Gruppen, müssen doch die Kontrollmechanismen immer wieder auf ihre Zweckmäßigkeit hin befragt werden, also ob durch sie tatsächlich eine Kontrolle durch die Gesellschaft ermöglicht wird.

Freizügigkeit darf die Würde des Menschen nicht verletzen

Die Notwendigkeit einer gesellschaftlichen Kontrolle wird besonders bei der Darstellung von Gewalt und Sexualität in den Medien gesehen. Wird die in der Kommunikationsordnung gesicherte Freiheit als grenzenlos ausgelegt, gerät sie in Konflikt mit ethischen Grundsätzen, die einem christlichen Menschenbild eigen sind. Die Einhaltung sittlicher Grundmaximen ist aber unerlässlich für die Wahrung der Würde der menschlichen Person und des gesellschaftlichen Zusammenhalts. Gerade bei der Darstellung von Sexualität und Gewalt scheint es kaum mehr möglich zu sein, in der pluralistischen Gesellschaft verbindliche Normen vorzugeben. Grundsätzliche Einigkeit besteht allenfalls noch in den Fragen des Jugendschutzes. Eines allerdings ist sicher: Die Gesellschaft kann sich die wahrnehmbare Aushöhlung sittlicher Werte der individuellen und sozialen Existenz nicht leisten. Insofern verdienen auch Glaube und Religion Schutz vor öffentlicher Verächtlichmachung.

Das Ethos der Journalisten und der Medien

Der Stellenwert einer journalistischen Berufsethik ist mit der Expansion der Medien höher geworden, gleich ob man sie als Individualethik oder Organisationsethik begreift. Dabei geht es sowohl um die Methoden der Recherche und der journalistischen Aufmachung als auch darum, wie Journalistinnen und Journalisten mit den Akteuren in ihrer Berichterstattung umgehen, wie sie ihre Rolle gegenüber dem Publikum auffassen und wie sie die Folgen ihres Tuns verantworten.

2.3.2 Autonomie und Fremdbestimmung

Die Freiheit des Menschen verwirklicht sich in einer möglichst weitgehenden Selbstbestimmung und Selbstverantwortung. Der Konflikt zwischen Autonomieinteressen und Fremdbestimmung taucht im Medienbereich in verschiedenen Varianten auf.

Einschaltquoten beeinflussen Entscheidungen

Einerseits gibt es die Abhängigkeit des Publikums von Journalistinnen und Journalisten sowie anderen Medienschaffenden. Nur das, was ihre Auswahl überwindet und in das Medienangebot eingeht, kann auch vom Publikum wahrgenommen werden. Andererseits gibt es eine „Souveränität“ des Publikums, frei nach eigenen Wünschen und Bedürfnissen aus diesem Angebot auszuwählen. Zudem existiert der Druck der Einschaltquoten, der als „Jagd nach dem Massengeschmack“ beklagt oder als Mittel, das Angebot an die Nachfrage rückzubinden und den Einfluß der Konsumenten zu stärken, betrachtet werden kann. Offen bleibt die Frage, wie es dann um die Einflußmöglichkeiten kleinerer Zuschauergruppen bestellt ist.

Wichtiges Ziel:
Innere Pressefreiheit

Nicht neu ist das Problem der Abhängigkeit der Journalisten und Programmacher von den Eigentümern der Medien, das vor allem die Diskussion um die innere Pressefreiheit beherrscht hat. Abhängigkeiten gibt es auch im Verhältnis zwischen Journalisten und Politikern. Einerseits sind Journalisten auf Politiker nicht nur als Informanten angewiesen; denn mitunter haben sie - besonders im öffentlich-rechtlichen Rundfunk - ihre Position ihrer Parteizugehörigkeit zu verdanken. Andererseits sind Politiker von Journalisten abhängig, weil die politische Tagesordnung nicht selten durch die Medienthemen bestimmt wird. Dies bedeutet einen Autonomieverlust des politischen Systems und einen Machtzuwachs der Massenmedien. Eine Folge davon ist die Vermehrung „symbolischer“, bloß auf Medienwirksamkeit zielender Politik. Ähnliche Wechselbeziehungen und Abhängigkeiten bestehen in der Wirtschaftspublizistik zwischen Journalisten und Managern.

Grenzen von Journalismus
und Public Relations ver-
schwimmen

Allgemein besteht die Gefahr einer zunehmenden Abhängigkeit der Journalisten von Öffentlichkeitsarbeit und Public Relations (PR). Wer die Rolle der Medien im Sinne eines reinen Informationstransfers versteht, wird dies nicht beklagen und PR eher als unentbehrliche Ressource ansehen. Wer aber die Aufgabe der Medien auf dem Hintergrund eines journalistischen Selbstverständnisses als Faktor der öffentlichen Kontrolle sieht, dem erscheint eine solche Abhängigkeit als Beeinträchtigung dieser Aufgabe.

2.4 Gewinn und Gemeinwohl

Regulierung des Prinzips
"Eigennutz"

Eine freie Wirtschaftsordnung fußt auf der förderlichen Kraft des Eigenntuzes und sieht in ihm eine nicht nur legitime, sondern notwendige Triebfeder des allgemeinen Wohlstands. Schädlichen Nebenwirkungen und Auswüchsen soll durch eine soziale Ausrichtung der Marktwirtschaft entgegengewirkt werden. Aus ethischer Perspektive hat der Eigennutz solange seine Berechtigung, solange er eine größere Leistung für die Gesellschaft erbringt.

Besonders im Bereich der Medien und der Kommunikation kann das Prinzip des Eigennutzes wegen ihrer individuellen und sozialen Bedeutung nicht uneingeschränkt gelten. Um ihres Zusammenhalts willen kann die Gesellschaft auf die Orientierung am Gemeinwohl und an der Würde des Menschen keineswegs verzichten, und sie darf diese Orientierung auch nicht aufgeben.

Dem Wohl der Allgemeinheit zu dienen, war stets Bestandteil der liberalen Theorie der Pressefreiheit, der zufolge es dem allgemeinen Besten dient, wenn sich alle Stimmen ungehindert öffentlich äußern können.

Auftrag der Grundversorgung

In der Medienlandschaft der Bundesrepublik Deutschland haben vor allem die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Aufgabe, dem Gemeinwohl und der gesamten Gesellschaft zu dienen. Dieser Auftrag konkretisiert sich in einigen grundlegenden und gesetzlich verankerten Prinzipien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wie Staatsfreiheit, Pluralismusgebot, Ausgewogenheits-Verpflichtung und in den einschlägigen Kontrollmechanismen, die ihm vorgegeben sind. Das Bundesverfassungsgericht hat mit der Formel vom „Grundversorgungsauftrag“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dessen Verpflichtung zum Gemeinwohl nachdrücklich unterstrichen. Wegen der besonderen Wertigkeit und Eigenart der elektronischen Medien kann dieser Grundversorgungsauftrag nicht von privaten Veranstaltern übernommen werden. Die Wahrnehmung der Grundversorgung in allen wichtigen Programmbereichen durch die öffentlich-rechtlichen Veranstalter bietet auch die Voraussetzung für eine größere programmliche Bewegungsfreiheit privater Rundfunkveranstalter. Dennoch gewährleistet die Grundidee des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht von sich aus schon das Gemeinwohl, sondern es bedarf einer steten Erinnerung an diese Grundaufgabe und der Überprüfung, ob die Organisationsform ihr auch entspricht.

2.4.1 Qualität und Rentabilität

Private Medien zwischen Kommerz und Kultur

Besonders vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird ein qualitativ hochwertiges Programmangebot in allen Bereichen von der Unterhaltung über bildende Angebote bis hin zur Hintergrundinformation erwartet. Dadurch findet der öffentlich-rechtliche Rundfunk und sein am Prinzip der Solidaritätsgemeinschaft ausgerichtetes Finanzierungssystem seine besondere Legitimation. Programmqualität muß aber auch von den privaten Medienunternehmen erwartet werden. Es wird zwar häufig eine Unvereinbarkeit oder Schwerverträglichkeit zwischen den Regeln der Ökonomie und normativen Ansprüchen, zwischen Geld und Geist, Ware und öffentlicher Dienstleistung (Public Service), Kommerz und Kultur unterstellt. In privatwirtschaftlichen Verhältnissen - so das Argument - könne im Grunde nur das produziert werden, was auf eine breite Nachfrage stößt und dem „Massengeschmack“ entspreche.

Schwächt oder stärkt Konkurrenz die Qualität?

Es fragt sich jedoch, ob die Annahme gerechtfertigt ist, daß privatwirtschaftliche Medienorganisation zwangsläufig nur zu Angeboten führt, die an Massenabsatz und Verkäuflichkeit ausgerichtet sind. Konkurrenz von Programmen und Wettbewerb um die Zuschauer können und müßten - auch wenn dies bislang nur selten zu beobachten ist - neue Spielräume für Qualität eröffnen. Veränderte Ansprüche werden auch veränderte Angebote notwendig machen. Auch wenn sich Qualität in einem freiheitlichen Mediensystem nicht verordnen läßt, wird man gleichwohl Bedingungen und Strukturen schaffen können, die ein Qualitätsangebot fördern und ermöglichen. Man muß sich keineswegs auf die Ansicht zurückziehen, Qualität zu definieren sei eine gänzlich subjektive Angelegenheit. Es ist durchaus möglich, dafür Indikatoren (wie z.B. technischer Standard, handwerkliches Vermögen, schauspielerische Leistung, Stringenz der Handlung, ethische Dimension der Erzählung etc.) zu benennen und diese auch zu beschreiben.

Ökonomische Konzentration
mindert publizistische Vielfalt

Der Wettbewerb unterschiedlicher Medienunternehmen ist eine fördernde Kraft für publizistische Vielfalt und Pluralismus im Mediensystem. Im Wettbewerb manifestiert sich die ökonomische Seite der Pressefreiheit. Doch nicht jede Form des Wettbewerbs ist erwünscht. Vor allem im Wettbewerb von Rundfunkprogrammen um Zuschauergunst und Werbung sieht man eine Aufforderung einerseits zur Angleichung der Angebote (Konvergenz), andererseits zur wechselseitigen Übertrumpfung (insbesondere z.B. bei der Ausschlichtung von Katastrophen, Mißständen oder Skandalen). Es wird befürchtet, daß sich in solchen Zusammenhängen das Gewinninteresse privater Unternehmen auf Kosten der inhaltlichen Qualität der Programme durchsetzt. Dies hat dann zur Folge, daß regulierende Auflagen zur Orientierung des Wettbewerbs an bestimmten auch inhaltlichen Kriterien verlangt werden. Die Betreiber sollen nicht nur die attraktiven und lukrativen Angebote und Dienstleistungen erbringen, sondern auch eine Versorgung nach sozialen und ethischen Gesichtspunkten sicherstellen.

Gerade im Medienbereich ist in den vergangenen Jahren ein immer schärferer Wettbewerb festzustellen, der zu einer deutlichen Konzentration der publizistischen Macht auf immer weniger große Medienunternehmen geführt hat. Die Ursachen der Konzentration im Mediensystem liegen dabei auch in den Bedingungen einer hochindustrialisierten, kapitalintensiven Wirtschaftsstruktur. Fernseh-Vollprogramme und Breitbanddienste lassen sich heute kaum mehr in Form mittelständischer Unternehmen organisieren und finanzieren, insbesondere in einem zunehmend internationalen Wettbewerb mit großen, weltweit operierenden Medienunternehmen. Diese Entwicklung führt zu einer Verringerung der Vielfalt, äußerstenfalls sogar zum Meinungsmonopol. Eine solche Entwicklung ist letztlich aber mit einem demokratischen System, das auf konkurrierende Meinungsbildung angewiesen ist, unvereinbar. Insofern ist die Stärkung von Wettbewerb publizistisch und politisch erwünscht und muß gefördert werden.

3 MEDIEN UND KOMMUNIKATION IN ANTHROPOLOGISCHER PERSPEKTIVE

Gestaltung der Mediengesellschaft als ethische Aufgabe

Die neuen Medien entwickeln sich im Spannungsfeld zwischen technischer Machbarkeit und ökonomischen Notwendigkeiten, rechtlichen Rahmenbedingungen und ethischen Maximen. Die dargestellten Wertekollisionen zeigen, um welche komplexe Wirklichkeit es geht. Die ethische Aufgabe besteht darin, die Chancen und Risiken zu gewichten und mit den anthropologischen Voraussetzungen eines christlichen Menschenbildes sowie mit den Zielen eines sozialen Gemeinwesens zu verbinden.

Christliches Menschenbild: Freiheit, Würde, Selbstbestimmung

Das Bild vom Menschen ist dadurch bestimmt, daß er zu freier Entscheidung fähig und zu verantwortlicher Selbstbestimmung herausgefordert ist. Dieses Menschenbild, das für unser politisches, ökonomisches und rechtliches System grundlegend ist, hat seine Wurzeln in der Herkunftsgeschichte der europäischen Kultur. Zwar können aus dem christlichen Menschenbild nicht direkt ökonomische, technische oder politische Handlungsanweisungen abgeleitet werden. Es hat aber eine Schutzfunktion, weil es durch die Begriffe der Freiheit, der Würde und der Selbstbestimmung einen ethischen Mindeststandard aufzeigt, der in jedem Falle gewahrt bleiben muß, bevor über konkrete Einzelentscheidungen und Handlungsstrategien diskutiert wird.

Menschen leben in Beziehungen

Nach christlichem Verständnis hängt das, was der Mensch ist und werden kann, entscheidend von den Beziehungen ab, in denen er lebt. Diese anthropologische Grundaussage begegnet erstmals im biblischen Schöpfungsbericht, in dem die Gottebenbildlichkeit als jenes entscheidende Merkmal genannt wird, das den Menschen erst zum Menschen macht (Gen 1,26 f.). Die Gottebenbildlichkeit des Menschen beruht aber nicht auf der Ausstattung mit bestimmten Fähigkeiten wie der Vernunft, der Sprache oder der Geistbegabung, sondern unabhängig davon in der konstitutiven Beziehung zu Gott. Sie bildet die vertikale Beziehungslinie, die für die Identität des Menschen grundlegend ist. Der Mensch muß darauf vertrauen können, daß er von Gott selbst in dieser Welt gewollt ist und ein fundamentales Lebensrecht hat. Freilich ist, wie die Erzählungen vom Sündenfall und der Vertreibung aus dem Paradies (Gen 2ff) zeigen, die Beziehung des Menschen zu seinem Ursprung gestört. Die Zuversicht, daß er von Gott gewollt wird, kommt dem Menschen immer wieder abhanden. Er ist angewiesen auf die jeweils neue Vergewisserung, wie sie in der Zueignung des Christusgeschehens wirksam wird.

Kommunikation baut Beziehungen auf

Die menschliche Identität wird jedoch auch durch die menschlichen Beziehungen herangebildet. Die zweite Beziehungslinie verläuft deshalb horizontal. Auf ihr ereignen sich alle Formen der Kommunikation, die der Mensch zu seinen Mitmenschen, zur Natur, zur Gesellschaft - also zur Welt - unterhält. Kurz: Der Mensch ist ein Wesen, das in Beziehungen lebt und Verantwortung erlernt. Das bedeutet: Die Richtung und das Ziel der Persönlichkeitsentwicklung entscheiden sich an den Werten, an denen ein Mensch sich orientiert; ebenso an den Vorbildern, mit denen er sich identifiziert und denen er nacheifert. Dieses dynamische Beziehungselement, in dem auch Gruppen, Institutionen und Organisationen ihren Platz haben, stellt auch den Kern dessen dar, was heute als "Kommunikation" bezeichnet wird. Durch Kommunikation - von der persönlichen, zwischenmenschlichen Begegnung bis hin zu den über technische Medien vermittelten Formen - werden Beziehungen und Verbindungen aufgebaut und kommen Prozesse in Gang, die auf die Beteiligten wieder zurückwirken. Personwerdung und Kommunikation sind unauflöslich verknüpft. Vor diesem Hintergrund wurde auf der vierten Vollversammlung des „Ökumenischen Rates der Kirchen“ in Uppsala (1968) erklärt: „Kommunikation ist die Substanz des Lebens. Durch sie werden wir, was wir sind, in unserem körperlichen wie in unserem geistigen Leben. Kommunikation ist auch die Art, in der Gott sich dem Menschen zu erkennen gibt, und in der der Mensch antwortet“ (414). In dem Medienpastoralschreiben "Communio et Progressio" heißt es: "Ihrer ganzen Natur nach zielt die soziale Kommunikation darauf ab, daß die Menschen durch die Vielfalt ihrer Beziehungen einen tieferen Sinn für Gemeinschaft entwickeln. ... Nach christlicher Glaubensauffassung ist die Verbundenheit und die Gemeinschaft der Menschen - das oberste Ziel jeder Kommunikation - ursprünglich verwurzelt und gleichsam vorgebildet im höchsten Geheimnis der ewigen Gemeinschaft in Gott zwischen dem Vater, dem Sohn und dem Heiligen Geist, die ein einziges göttliches Leben haben" (Nr. 8).

Beziehungen müssen gestaltet werden

Die Bedeutung der Kommunikation ergibt sich aus der Grundverfassung des Menschseins. Der Mensch ist mehr als nur ein Naturwesen. Das Beziehungsgeflecht, in dem jeder Mensch sein Leben führen muß, ist uns nur in geringem Maße von Natur aus vorgegeben. Jedes Kind hat Vater und Mutter, ein bestimmtes Geschlecht; jeder muß Nahrung aufnehmen. Aber schon diese elementarsten Beziehungen müssen gestaltet werden. Die Tatsache, daß jeder Vater und Mutter hat, führt noch nicht automatisch zu einer bestimmten Gestalt der Beziehung zu ihnen. Ebenso wenig gibt das Vorhandensein der Sexualität schon automatisch vor, wie diese gelebt und gestaltet wird. Neben den Beziehungen zur Umwelt muß jeder Mensch immer in eine Beziehung zu sich selbst treten, d.h. jene vielfältigen Beziehungen, die das Leben ausmachen, gestalten.

Persönlichkeitsbildung durch neue Kommunikationsmöglichkeiten

Mit der Vermehrung der Kommunikationsmöglichkeiten steigen die Chancen aber auch die Risiken zu umfassender Persönlichkeitsbildung und zur Entwicklung ethischer Grundüberzeugungen, die den Anforderungen einer globaler werdenden Kultur standhalten.

Die neuen Kommunikationsmöglichkeiten können den Informationshorizont des einzelnen in bisher noch nicht dagewesener Weise erweitern und so die Urteilsbildung im ethischen und politischen Bereich auf ein breiteres Fundament stellen.

Die Möglichkeit, visuell oder auditiv verfügbare Vorbildgestalten, Meinungen und Ideen jederzeit abrufen und per Knopfdruck oder Mausclick austauschen zu können, kann die Bildung fester Grundüberzeugungen aber auch beeinträchtigen. Die Kommunikationsstruktur künstlicher Welten ist von anderer Art als die herkömmlichen Kommunikationsformen im personalen Bereich. Sie kann die Vorläufigkeit, die jederzeitige Widerrufbarkeit und damit im letzten die Unverbindlichkeit klarer Positionen zu ethischen, weltanschaulichen und religiösen Fragen suggerieren. Auch in diesem Phänomen zeigen sich die Ambivalenzen der Mediengesellschaft und die Notwendigkeit einer verantwortlichen und an der Zielvorstellung einer menschenwürdigen Kommunikation ausgerichteten Gestaltung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken.

3.1 Kommunikation und Lebensdeutung

Selbst- und Weltverständnis als Prozeß von Deutung und Gestaltung

Wer verantwortlich handeln will, muß sich um die Voraussetzungen und Bedingungen seines Handelns Gedanken machen. Deshalb begleitet den Menschen ständig die Notwendigkeit, sich selbst, seine Herkunft und die Welt, in der er sich vorfindet, zu interpretieren. Mit dem Selbst- und Weltverständnis, das sich in diesem Deutungsprozeß herausbildet, werden die Weichen gestellt für die Art und Weise, wie Menschen ihr Leben führen. Menschliches Wahrnehmungsvermögen, die Möglichkeiten, sich zu seiner Umgebung, zu Personen und Dingen in Beziehung zu setzen, sind vielfältig. Jeder muß wählen, entscheiden, einordnen. Der menschliche Geist ist prinzipiell offen für alles. Deshalb muß er sich in einer fundamentalen Option auf die Zielperspektive eines umfassend gelingenden Lebens ausrichten. Diese Interpretations- und Gestaltungsaufgabe ist nie abschließbar. Sie braucht Vergebung und Ermutigung zum Neuanfang. Diese nicht auflösbare Spannung von Forderung und Scheitern, Vergebung und Neuanfang ist die innere Spannung, die das Leben in Bewegung erhält. Lebensdeutung und Lebensgestaltung sind aufs engste verschränkt. Den Selbst- und Weltbildern, die im Prozeß der Bildung entwickelt werden müssen, kommt eine mindestens ebenso große Bedeutung zu wie der Tatsache, daß auch der menschliche Körper Bedürfnisse hat. Altern läßt sich zum Beispiel als biologischer Prozeß beschreiben. Damit ist aber noch keine Orientierung dafür gegeben, wie jemand mit dieser Tatsache umgehen soll. Der Prozeß des Alterns kann gedeutet werden als Nachlassen wichtiger Lebenskräfte, als Nutzloswerden oder als Prozeß des Reifens an Erfahrung und Urteilskraft. Je nachdem, mit welchen Leitvorstellungen in einer Kultur die Bilder vom alten Menschen inhaltlich gefüllt werden, entwickeln sich Bewertungsmuster und Handlungsmaximen.

Die christliche Tradition war und ist ein Medium solcher Lebensinterpretation und -gestaltung. In ihrer Sprache, ihren Bildern, Symbolen und Riten werden die elementaren Sachverhalte des Lebens dargestellt, in einen Gesamthorizont eingeordnet und so eine bestimmte Orientierung in der zunächst chaotisch erscheinenden Mannigfaltigkeit des Lebens angebahnt.

Der Mensch ist ein geistiges Wesen

In der Sprache der christlichen Tradition wurde die beschriebene Grundstruktur menschlichen Lebens unter den Leitbegriffen Geist, Person und Glauben entfaltet. Der Mensch findet durch seine Natur noch nicht automatisch den Weg vorgezeichnet, auf dem sein Leben gelingen kann. Dies kommt zum Ausdruck in der alten Lehre, daß der Mensch nicht nur Natur ist, sondern immer auch ein geistiges Wesen, offen für Sinndimensionen, die über die materielle und sichtbare Welt hinausreichen. Nach christlichem Verständnis bildet und definiert sich das Menschsein dadurch, daß der Mensch aus mehr lebt als nur aus der Beziehung auf die vorhandene, sinnlich wahrnehmbare Welt aus Personen und Dingen. Deswegen kann er auch eine Unabhängigkeit und Freiheit gegenüber dieser Welt entwickeln, von der her er sein Leben ganz anders gestalten kann als andere Lebewesen, die in ihre Umwelt eingebunden sind.

Menschliches Leben wird von der Gottesbeziehung her interpretiert

Die Rede von der Würde des Menschen bezeichnet die Tatsache, daß der Mensch im Vorhandenen nicht aufgeht, in keiner innerweltlichen Beziehung sein Wert umfassend definiert werden kann. Der Wert eines Menschen kann weder durch seine Eigenschaften noch durch seine Taten begründet werden. Seine unverlierbare Würde gewinnt der Mensch aus der freien Zuwendung Gottes. Die Fähigkeit zum Überschreiten der vor Augen liegenden innerweltlichen Zusammenhänge findet für Christen ihren Ausdruck in der auch im Versagen tragenden Gottesbeziehung. Von dieser in Christus begründeten Beziehung her soll das menschliche Leben interpretiert und verstanden werden. Für die menschliche Freiheit kann aus dieser Beziehung ein Maß für eine ihr entsprechende Lebensform gewonnen werden. Glauben läßt sich in dieser Perspektive verstehen als eine Form und Kraft der Stellungnahme zu den Grunddimensionen unseres Lebens, die sich am Willen Gottes als dem Inbegriff des Guten und des gelingenden Lebens orientiert.

Für die ethische Orientierung bedeutet dies: Zwar können Christen von keinem menschlichen Handeln die umfassende Verwirklichung des Guten, die Schaffung eines neuen Menschen erwarten. Aber sie sind schon durch den Schöpfungsauftrag Gottes dazu berufen, ihrerseits schöpferisch tätig zu werden, d.h. alles Handeln, alle Techniken und alle Formen des Zusammenlebens und der Kommunikation zu stärken, durch die ein gelingendes Leben für alle Geschöpfe befördert werden kann.

Orientierende Bilder für gelingendes Leben

Auf dem Weg, auf dem Menschen die ihnen gegebene Freiheit gestalten, spielen die Deutungsbilder des Menschlichen eine große Rolle: wie der Mensch ist und wie er sein sollte. Sie stellen die Weichen dafür, zu welchen Lebensformen und zu welchem Handeln sich Menschen entschließen. Wo Lebensorientierung einseitig durch Bilder erfolgt, in denen die dreifache Verwiesenheit auf die Lebenswelt, auf die Transzendenz, auf Gott, und auf den Mitmenschen entweder ausgeblendet oder verkürzt dargestellt wird, ist solches gelingendes Leben gefährdet. Weder ist der Mensch ein Wesen, das ausschließlich geistige, hochkulturelle Bedürfnisse hat, noch sind Aggression und Sexualität allein die lebensbestimmenden Faktoren. Weder ausschließlich Schönheit und Freude, noch allein Leiden und Schmerz machen das Leben aus. Die Kraft, es zu führen, erwächst aus der Vielgestaltigkeit der Lebensbezüge. Vom christlichen Menschenverständnis aus ergibt sich deshalb das Interesse daran, daß die orientierenden Bilder für das Leben dessen spannungs- und konfliktreiche Violdimensionalität nicht reduktionistisch darstellen.

3.2 Kommunikation als geistiges Geschehen

Ambivalenz menschlichen Lebens

In der Tradition der Philosophie wie auch der Theologie wurden die Phänomene, die heute unter dem Stichwort Kommunikation angesprochen werden, lange unter dem Begriff des Geistes behandelt. "Geist" bezeichnet jene über die materielle Welt hinausgehende Dimension, in der der Mensch die Vielfalt der Beziehungen, in denen er lebt, wahrnimmt, deutet, zu ihnen Stellung nimmt und die Kraft finden muß, seinem Leben eine eigene Gestalt zu geben. Die Würde und zugleich die Gefährdung des menschlichen Lebens liegen nach christlichem Verständnis in eben jener Struktur beschlossen. Der Mensch ist in seiner Gottebenbildlichkeit dazu berufen, in Freiheit sein Leben selbst zu gestalten und seinen Lebensweg selbst zu bestimmen. Darum kann menschliches Leben nicht nur gelingen, sondern auch mißlingen. Menschen können ihre Freiheit zur Gestaltung eines humanen Zusammenlebens gebrauchen. Sie sind aber auch dazu fähig, mit ihrer Vernunft und ihrem Können Lebensmöglichkeiten zu zerstören. Die Verwirklichung der gegensätzlichen Möglichkeiten, die auch die Medien- und Kommunikationstechniken bieten, ist wiederum eingebunden in einen komplexen Zusammenhang von Technik, Recht, ökonomischen Strukturen, Bildung und politischem Willen. Das Wissen um diese Ambivalenz menschlicher Existenz gehört zum Erfahrungsschatz christlicher Lebensinterpretation und Lebensführung.

Freiheit und Verantwortung

Mit der Erweiterung von Freiheitsräumen und Gestaltungsmöglichkeiten steigt zugleich die Anforderung zum verantwortlichen Gebrauch der Freiheit. Die rasche Veränderung der Medien stellt eine enorme Erweiterung der Spielräume für menschliches Handeln dar. Sie eröffnet deshalb auch bisher unbekannte Möglichkeiten des Mißbrauchs und radikalisiert so das Verantwortungsproblem.

Als verantwortlich läßt sich jener Gebrauch der Freiheit bezeichnen, der die Voraussetzungen eines Lebens in Freiheit für alle Menschen nicht zerstört, sondern stärkt und zudem die eigenen Begabungen entfaltet sowie im Prozeß der Kommunikation die Würde des anderen wahrt.

Solch ein verantwortlicher Gebrauch der Freiheit ist ebenfalls nicht naturgegeben. Er stellt zum einen eine permanente Bildungsaufgabe dar, zum anderen müssen politisch und rechtlich die Voraussetzungen für ein Mediensystem geschaffen werden, in dem ein solcher Gebrauch der Freiheit verwirklicht werden kann. Dabei sind solche Gestaltungsformen zu bevorzugen, die selbst dem Charakter der Freiheit und Würde entsprechen. Dies geschieht, wenn mit der Fähigkeit des Menschen zu vernünftiger Selbstbestimmung und damit zur Selbstverpflichtung aus Einsicht gerechnet wird, wie sie in der christlichen Tradition mit der Vorstellung ausgelegt wurde, daß der Mensch Ebenbild Gottes ist.

Die Aussage, daß die Beziehungen über das Zentrum des Personseins entscheiden, in denen Menschen ihr Leben deuten und gestalten, läßt sich auch so formulieren: Kommunikation ist diejenige Dimension des Geistes, in der wir uns über die biologische Verfassung und Naturgebundenheit unseres Lebens herausheben. Sie hat eine grundlegende Funktion für die Entwicklung unseres Selbst- und Weltverständnisses.

3.3 Kommunikation und Vertrauen

Identität braucht Kommunikation

Kommunikation in allen ihren Formen ist der Austausch, in dem Menschen Anerkennung oder Widerspruch erfahren. In solchen Prozessen wird die persönliche Identität bestätigt oder in Frage gestellt. Das Gefühl von Wert und Bedeutung der eigenen Existenz entwickelt sich in und durch diesen kommunikativen Austausch.

Je mehr es dabei um Lebensthemen geht, desto schärfer zeigt sich: Alle Kommunikation setzt - wenn auch in unterschiedlichen Graden - Vertrauen voraus. Ein Mensch wird nur dann in eine Beziehung zu einem anderen treten, sich innerlich öffnen, wenn er das Gefühl hat, das Gegenüber nimmt ihn ernst, mißbraucht das Mitgeteilte nicht. Umgekehrt gilt: Mißbrauchtes Vertrauen zerstört Kommunikation. Wer ständig nicht richtig informiert, dem wird kein Glauben mehr geschenkt. Über Kommunikationsprozesse können Vertrauen und Lebensgewißheit bestärkt oder zerstört werden. Wer z.B. glaubt, daß durch bestimmte Kommunikationsformen sein eigenes Leben Schaden nimmt, wird sich ihnen im Normalfall nicht mehr anvertrauen. In ihrer Gesamtheit benötigen Kommunikationsstrukturen das Vertrauen, daß die Teilhabe an ihnen zumindest nicht schadet.

Vertrauen in die Systeme der Massenkommunikation

Vertrauen spielt dabei nicht nur in direkten zwischenmenschlichen Beziehungen eine Rolle. Je mehr Menschen in ihrer individuellen Lebensführung abhängig werden von Systemen, die sie durch eigenes Handeln kaum noch beeinflussen können, um so mehr müssen sie darauf vertrauen, daß das Ganze des Systems in Ordnung ist. Das gilt z.B. von der Nahrungsmittelversorgung, von medizinischen Einrichtungen, aber auch von den Systemen der Massenkommunikation. Wir können keines dieser Systeme mehr selbst steuern oder auf ihre Verlässlichkeit überprüfen. Wir verlassen uns darauf, daß unsere Angewiesenheit auf sie unserem Leben nützt und ihm nicht schadet. Solches Vertrauen, daß das Ganze im großen und ganzen verlässlich ist, ist eine Voraussetzung für die Akzeptanz und Funktionsfähigkeit eines Systems. Die Akteure in einem solchen System müssen deshalb ein Interesse daran haben, durch ihr eigenes Handeln mit dazu beizutragen, daß das Ganze des Systems vertrauenswürdig bleibt, weil dies eine Grundlage für die eigenen Arbeitsmöglichkeiten bildet.

Sensibilität für Manipulierbarkeit

Die Frage nach der Vertrauenswürdigkeit wird durch die neuen Medien verschärft. Alle über Medien vermittelten Darstellungen sind das Ergebnis eines Prozesses, in dem aus einer Vielzahl von Aspekten ausgewählt wurde. Die Grenze zwischen Täuschung und Perspektivität ist nicht leicht zu ziehen. Die neuen Techniken eröffnen in bisher unbekannter Weise Manipulationsmöglichkeiten und ermöglichen das Verwischen der Grenzen zwischen Fiktion und Realität. Deshalb ist eine ausgeprägte Sensibilität für die damit verbundenen Gefahren besonders bei den Medienschaffenden aber auch bei den Mediennutzenden notwendig.

Das ethische Urteil wird um so schwieriger, je geringer die Chancen des einzelnen sind, sich über die prägende Wirkung von Kommunikation klar zu werden, wenn er sich z.B. medialen Kommunikationsvorgängen gleichsam "blind" ausgesetzt sieht. Es entspricht der Achtung der Würde des Menschen, solche "blinde Abhängigkeit" soweit wie möglich zu verringern durch Aufklärung, Information und Offenlegung über Arbeits- und Wirkungsweise von Medien. Eine verantwortliche Gestaltung von Kommunikationsverhältnissen wird diese "inneren" Wirkungen mit in den Blick nehmen.

3.4 **Kommunikation als Schnittpunkt von Individualität und Sozialität**

Eigenverantwortung des Individuums stärken

Über Kommunikationsstrukturen werden Interpretations- und Gestaltungsmöglichkeiten für menschliches Leben erschlossen oder verschlossen. Deshalb wurde in der christlichen Tradition sehr aufmerksam wahrgenommen, in welchen Kommunikationsverhältnissen der Mensch steht bzw. was seine lebensentscheidenden Selbst- und Weltbilder prägt. Dabei wurde ein Akzent auf die eigene Verantwortung für die Gestaltung der Beziehungen, in denen Menschen leben, gelegt. Der Selbstachtung der eigenen Würde entspricht es, solchen persönlichen und gesellschaftlichen Problemlösungsstrategien einen hohen Stellenwert einzuräumen, die mit der Eigenverantwortung des Individuums rechnen. Solche Kompetenz muß aber erst erlernt werden. Es ist ein ethisches Anliegen, die Voraussetzungen zu schaffen, die das Individuum in den Stand versetzen, eigenverantwortlich sein Leben zu gestalten.

Auch wenn niemand die Aufgabe der Lebensdeutung an andere delegieren kann, so gilt andererseits auch: Kein Mensch lebt für sich allein. Niemand ist in der Lage, die Muster für seine Lebensdeutung völlig allein zu entwickeln. Sie werden geprägt von der Gemeinschaft und der Kultur, in denen Menschen leben, von den Traditionen, in denen sie stehen, und den Zukunftsvisionen, die Menschen miteinander teilen. Sie sind das Ergebnis von Bildungsprozessen, die ihre Wurzeln in der jeweiligen kulturellen Herkunftsgeschichte haben.

Geschöpflichkeit als Grundlage der Menschenwürde

Auf diese beiden Pole von Individualität und Sozialität ist auch die christliche Sicht des Menschen gerichtet: Einerseits ist jeder Mensch ein unverwechselbares, einzigartiges Individuum mit eigener Würde. In der christlichen Sprachtradition formuliert: Die Würde des Menschen liegt in seinem Charakter als Geschöpf. Er ist wesentlich definiert durch die Beziehung zu Gott. Er wird angesprochen als Gottes Ebenbild. Freiheit und Würde verdanken sich nach diesem Verständnis nicht einem staatlichen Hoheitsakt oder einer politischen Entscheidung. Sie sind vielmehr die Voraussetzung allen menschlichen Handelns.

Gleichrangigkeit aller Menschen Diese in der Schöpfung begründete Gottesbeziehung ist nach christlichem Verständnis andererseits für alle Menschen konstitutiv. Sie reserviert keine Sonderstellung für den Christen, sondern kommt allen Menschen unterschiedslos zu. Mit dem Gedanken der Würde ist die Vorstellung von der Gleichrangigkeit der Menschen verbunden. So sehr die Individualität jedes einzelnen Menschen geachtet werden soll, so sehr wird der Mensch gleichzeitig als ein soziales Wesen gesehen, das dazu bestimmt ist, in der Gemeinschaft der Menschen sein Leben zu führen. Es ist deshalb ein Grundanliegen der christlichen Tradition, die Teilhabe aller Menschen an den lebenswichtigen Gütern zu fördern. Da die Kommunikationsmöglichkeiten heute über die Qualität von Leben mitentscheiden, ist es notwendig, eine Kommunikationsordnung anzustreben, die solche Teilhabe aller ermöglicht.

Freiheit, Würde, Recht In den Leitbegriffen der christlichen Soziallehre "Freiheit" und "Sozialität" kommt diese zweipolige Orientierung ebenso zum Ausdruck wie im Verständnis von Freiheit als "kommunikativer Freiheit", wie es im Zentrum der neueren sozialetischen Debatten steht. Das Verständnis von Freiheit und Würde, wie es für die abendländische Kultur grundlegend geworden ist, hat sich in einem historischen Prozeß herausgebildet, in dem die Bedeutung dieses Grundwertes vor allem mit Hilfe des Rechts immer weiter entfaltet wurde. Die Institution des Rechts dient der Sicherung und Stärkung individueller Freiheiten.

Das Freiheitsideal wurde konkretisiert als Recht auf Selbstbestimmung. Das umfaßt zwei Aspekte: die Abwehr von Fremdbestimmung (Abwehrrechte) und das Recht auf Anteilhabe und Mitbestimmung (Anspruchsrechte). Der Leitbegriff der Freiheit findet seine Konkretion im Gedanken von der Würde des Menschen wie er in Art. 1 GG als Grundrecht formuliert ist. Das ethische Gebot, das aus diesem Zuspruch der Würde resultiert, lautet: Der Mensch soll seine Kultur, die Verhältnisse und die Institutionen, in denen er lebt, so gestalten, daß blinde Abhängigkeit vermindert und die Chancen einer freien Selbstbestimmung aller gestärkt werden. Die Freiheitsverwirklichung des einen findet ihre Grenze dort, wo sie die Freiheit des anderen verletzt.

Diese freiheitsschützenden Rechtsgarantien konnten bisher weitgehend nur im Rahmen nationalstaatlicher Rechtssysteme durchgesetzt werden. Die modernen Massenmedien überschreiten nationale Grenzen. Eine wirksame Durchsetzung dieser Rechte ist aus diesem Grund mit nationalstaatlicher Politik nur sehr begrenzt möglich. Die Medienentwicklung wird so zu einer Herausforderung für die Entwicklung eines international wirksamen Rechts zum Schutz dieser individuellen Freiheitsrechte, also zum Schutz der Würde des Menschen.

Mit diesen Grundüberlegungen wird keine konkrete Einzelentscheidung vorweggenommen. Sie dienen vielmehr dazu, Grenzl意思 zu markieren, die nicht überschritten werden dürfen, wenn das christliche Menschenbild in seinem Kernbestand nicht gefährdet und der Weg der mit ihm verbundenen Freiheits- und Emanzipationsgeschichte nicht verlassen werden soll.

3.5 Kommunikation und kulturelle Herkunft

Individuum, Gemeinschaft,
Kultur

So individuell menschliche Selbst- und Weltbilder einerseits sind, so sehr sind sie doch zugleich Ausdruck der Gemeinschaft und Kultur. An allen Medien läßt sich diese Zweipoligkeit von Individuum und Gemeinschaft feststellen. Auch wenn Menschen sich in gemeinsamer Sprache verständigen, so verwendet und hört doch jeder dasselbe Wort individuell. Jedes Bild, auch wenn es etwas auf ganz eigensinnige Weise zum Ausdruck bringt, lebt immer auch aus einem gemeinschaftlich geteilten Motivzusammenhang. Die Pflege der gemeinsamen Kultur und die Förderung individueller Lebensmöglichkeiten sind deshalb eng verschränkt. Kommunikation ist immer in eine Herkunftsgeschichte und in eine Kultur verwoben.

Jede Form öffentlicher Kommunikation kann deshalb daraufhin befragt werden, ob sie dazu beiträgt, die sie ermöglichenden Voraussetzungen zu erhalten und zu fördern, oder ob sie sie untergräbt und zerstört. Das gilt in besonderer Weise für die Freiheitsrechte, die in einem mühsamen Kampf um das Recht auf Meinungs-, Versammlungs- und Pressefreiheit erstritten wurden. Sie bilden heute die Grundlage für die modernen Medien.

Demokratie setzt freie Meinungsbildung voraus

Diese Voraussetzungen für eine offene Kommunikation im Geist der Freiheit und unter Achtung der Würde eines jeden Menschen ermöglichen wesentlich den Aufbau der parlamentarischen Demokratie. Diese Staatsform ist in ihrer Existenz angewiesen auf vielseitig informierte Bürgerinnen und Bürger und auf eine freie Meinungsbildung. Stärke und Entwicklungskraft der parlamentarischen Demokratie ergeben sich auch daraus, daß eine Vielzahl von konkurrierenden Überzeugungen öffentlich mitgeteilt werden kann. Deshalb haben die Massenmedien eine hohe Bedeutung für den Erhalt einer demokratischen Gesellschaft. Die Sicherung von Vielfalt und differenziertem Informationsstand bei möglichst vielen Bürgerinnen und Bürgern ist aus dieser Perspektive ein wichtiges ethisches Ziel.

Medienethik und Marktwirtschaft

Trotz der Zwänge, die sich aus der Steuerung des Medienbereichs über Marktmechanismen ergeben, gilt diese ethische Zielvorstellung nach wie vor und darf nicht anderen Interessen geopfert werden. Die Medien sind daraufhin zu befragen, inwieweit sie zum Erhalt ihrer eigenen Voraussetzung beitragen. Dynamische Marktwirtschaften fordern nicht nur stabile politische Rahmenbedingungen, sondern auch ein hohes Maß an Reflexivität und Flexibilität der auf den Märkten Handelnden. Marktwirtschaften benötigen geeignete Bildungsangebote, die möglichst viele Menschen mit diesen Veränderungen vertraut machen. Die Aufklärungs- und Bildungsfunktion von Medien steht daher in einer Langzeitperspektive nicht im Gegensatz zu ihrer Marktorientierung. Die Marktwirtschaft bedarf der soliden, verlässlichen Information und der urteilsfähigen Bürgerinnen und Bürger. Dazu sind Institutionen notwendig, die sich der Pflege der langfristigen und übergreifenden Ziele annehmen, die über eine aktuelle Bedürfnislage hinausgehen.

Zentrale Frage:
Dienen Medien
dem Zusammenleben?

Das vorrangige Interesse der Kirche an der Gestaltung der Medienentwicklung gilt nicht in erster Linie den technischen, politischen und finanziellen Fragen der Medien. Der Zugang zu diesen Aspekten erfolgt vielmehr von der Dimension der Wahrnehmungskultur und der Verantwortung aus: In welcher Weise prägen die Medien unser Selbst- und Weltverständnis? Fördern oder hemmen sie die Möglichkeiten zur Entwicklung von Lebensformen, in denen das Menschsein in all seinen Dimensionen ernstgenommen wird und verwirklicht werden kann? Dienen sie der Kommunikation von Menschen und dem gesellschaftlichen Zusammenleben? Von diesen Fragestellungen her werden dann aber ganz konkrete technische und politische, finanzielle und rechtliche Fragen relevant.

4 HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

4.1 Ethische Orientierungen

Menschenwürde als Maßstab

Die Orientierung der Ethik an der Würde des Menschen bleibt abstrakt, wenn sie nicht umgesetzt wird in die konkreten Handlungsfelder. Eine Ethik der Medien setzt bei den handelnden Menschen ein. Das sind sowohl die Mediennutzerinnen und Mediennutzer als auch die Medienschaffenden und die politisch und unternehmerisch Verantwortlichen. In die anthropologische Perspektive müssen die Lebensformen und Institutionen, in denen gehandelt wird, einbezogen werden. Eine realistische Medienethik muß daher auch Strukturfragen der Medienorganisation in Betracht ziehen.

Dienende Aufgabe der Technik

Jede Technik hat eine dem Menschen und der Gemeinschaft dienende Aufgabe. Bei den Medien- und Kommunikationstechniken ist dies in besonderer Weise der Fall, weil sie durch eine Veränderung der Realitätswahrnehmung das Bild des Menschen von sich selbst und von seiner Umwelt nachhaltig beeinflussen. Nicht nur für die eigene Lebensorientierung, sondern auch für das Zusammenleben in der Gesellschaft und unter den Völkern haben die Medien- und Kommunikationstechniken eine entscheidende Bedeutung. Aus diesem Grund muß ihre Gestaltung so weiterentwickelt werden, daß die Chancen dieser Technologien für den einzelnen und die Gesellschaft genutzt werden können. Im folgenden werden ethische Orientierungspunkte genannt, die sich an der Frage nach der Bewahrung der Würde des Menschen im Prozeß der medialen Kommunikation ausrichten.

-
- Ethische Orientierungen
- Die den Menschen dienende Funktion der Medien und der öffentlichen Kommunikation wird geschwächt, wo die Medien nicht zur Orientierung und Identitätsbildung verhelfen, sondern Ansätze von Desintegration und Desorientierung verstärken. Dementsprechend müssen jene Instrumente der medialen Kommunikation gefördert und ausgebaut werden, die der Orientierung, der Aufklärung, der Selbstvergewisserung und Verständigung der Menschen dienen. Angesichts der größer werdenden Menge von Informationen und der globalen Ausweitung des Wahrnehmungshorizonts gewinnt die journalistische Arbeit an Bedeutung, welche die Fülle der Informationen für den Einzelnen in seinem Lebensbereich strukturiert, verstehbar macht und so verantwortliches Handeln erst ermöglicht.
- Selbständigkeit und Eigenverantwortung stärken
- Die den Menschen dienende Funktion der Medien und der öffentlichen Kommunikation ist in Gefahr, wo Menschen nicht mehr selbstbestimmt, sondern außengeleitet und fremdbestimmt handeln. Demgegenüber müssen Wege gefunden und Formen entwickelt werden, auf dem immer komplexer werdenden Feld der Kommunikation Selbständigkeit und Eigenverantwortung sowie die Kompetenzen im Umgang mit den Medien zu stärken.
- Privilegien abbauen und Zugangsgerechtigkeit schaffen
- Medien und öffentliche Kommunikation verlieren ihre den Menschen dienende Funktion, wo Einzelinteressen dominieren und Machtoligopole entstehen. Demgegenüber geht es darum, Transparenz und Begrenzung von Medienmacht zu sichern, Privilegierungen abzubauen und Zugangsgerechtigkeit zu schaffen. Die Medien- und Kommunikationssysteme dürfen nicht so gestaltet werden, daß sie einer Monopolbildung von wirtschaftlicher und politischer Macht, von Information und Technologie Vorschub leisten.
- Ethische Normierung und rechtliche Steuerung ermöglichen
- Die den Menschen dienende Funktion der Medien und der öffentlichen Kommunikation gerät in Gefahr, wo die Mediensysteme eine schwer steuerbare Eigendynamik entwickeln. Wenn z.B. globale Kommunikationsnetze mit einem anarchischen Freiheitspotential entstehen, sollte ein doppeltes Ziel erreicht werden: Es muß der freie Zugang für eine möglichst große Zahl von Menschen und ihre eigenverantwortliche Teilnahme gesichert werden; die Vernetzung dieser Systeme darf andererseits nicht so gestaltet werden, daß in ihnen nicht mehr verantwortlich gehandelt werden kann und sie sich einer ethischen Normierung und rechtlichen Steuerung entziehen.

- Würde und Intimität respektieren • Die Medien und die öffentliche Kommunikation verlieren ihre lebensdienliche Funktion, wo Menschen zum Objekt eines öffentlichen Voyeurismus gemacht werden, wo bei der Darstellung von Gewalt die Leiden des Opfers ausgeblendet, aber die Lust an der Tat und die Perspektive des Täters dominieren. Demgegenüber gilt es, die Würde und Intimität der Menschen zu respektieren, sie in ihrer Verletzlichkeit zu schützen und ein realistisches Bild vom Zusammenleben zu vermitteln, das zur Verständigung und zu einer Reduktion von Gewalt führt.
- Internationale Kommunikationsgerechtigkeit • Die lebensdienliche Funktion der Medien und der öffentlichen Kommunikation ist gefährdet, wo die Medien nur im Interesse der industrialisierten Welt weiterentwickelt werden und die Länder der Zwei-Drittel-Welt ihre Rechte und Chancen auf eine eigenständige öffentliche Kommunikation nicht nutzen können. Es müssen Wege und Instrumente gefunden werden, die Möglichkeiten der Medien- und Kommunikationstechniken für die Entwicklung einer internationalen Kommunikationsgerechtigkeit und für die Verständigung unter den Völkern zu nutzen.

Die Gestaltung der Medien- und Kommunikationstechniken ist wegen ihrer großen Bedeutung für die politische und soziale Kultur einer Gesellschaft eine Gemeinschaftsaufgabe, an der sich möglichst viele Gruppen und einzelne Bürgerinnen und Bürger beteiligen sollten.

An diesen ethischen Orientierungspunkten richten sich die nachfolgenden Handlungsempfehlungen aus. Dabei lassen sich die beschriebenen Ambivalenzen der Medienentwicklung nicht mit einfachen Rezepten auflösen. Von der Grundorientierung der Kirchen her, die Medien als "Instrumente der sozialen Kommunikation" im Dienst der Menschen, ihrer Würde und ihres Zusammenlebens zu verstehen, müssen Möglichkeiten gefunden werden, die Chancen für die Entwicklung der öffentlichen Kommunikation zu nutzen, die Risiken dagegen zu begrenzen.

Herausforderung für die Bildungsarbeit

Die neuen Kommunikationsmöglichkeiten sind zunächst eine Herausforderung für die Bildungsarbeit. Menschen müssen die Möglichkeit erhalten, Kompetenzen im Umgang mit den Medienangeboten zu erwerben, damit sie daraus für ihr Leben einen möglichst hohen Nutzen ziehen können und für ethisch bedenkliche Folgen sensibel werden.

Journalistinnen und Journalisten und andere Medienschaffende haben als Vermittler von Information und Unterhaltung eine besondere Aufgabe und Verantwortung. Sie gestalten die Inhalte der Medien und prägen damit die Vorstellungen, Wertorientierungen und Weltbilder der Menschen mit.

Der Wert von Selbstregulierung und öffentlicher Kontrolle

In einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaft haben Formen der Selbstregulierung und der öffentlichen Kontrolle einen hohen Stellenwert; sie sollten gestärkt und weiterentwickelt werden. Das Zusammenspiel von Maßnahmen der Selbstregulierung und der Ordnungspolitik ist für die Organisation des Rundfunks sowie für die Sicherung von Schutzrechten für jeden einzelnen von zentraler Bedeutung. Die rechtliche Absicherung von öffentlich-rechtlichen Institutionen, die Transparenz von Strukturen und die Stärkung der individuellen Rechte haben dabei eine besondere Funktion.

Rechte und Partizipation der Entwicklungsländer

Die politische Gestaltung der Kommunikationsmedien muß in einem globalen Zusammenhang gesehen werden, der auch die Rechte und Partizipationsmöglichkeiten der Entwicklungsländer einschließt. Gerade hier ist die Wahrnehmung der Chancen, welche die neuen Kommunikationsmedien bieten, abhängig von den rechtlichen, politischen und ökonomischen Strukturen und ist die Gefahr eines weiteren Auseinanderklaffens der Entwicklung besonders groß.

Verantwortung der Kirchen

Nicht zuletzt sind die Kirchen selbst als Teil der Gesellschaft in ihrem Handeln von den Veränderungen der Medien betroffen. Sie sind herausgefordert, sich sowohl mit Beiträgen an der konkreten Gestaltung der demokratischen Medien- und Kommunikationsordnung zu beteiligen, als auch neue technische Möglichkeiten im Rahmen ihrer eigenen Publizistik zu nutzen.

Die angesprochenen Bereiche stehen untereinander in einem engen Zusammenhang. Die Bürgerinnen und Bürger sowie alle Gruppen in der Gesellschaft sollten sich an der Ausgestaltung einer menschengerechten Medienordnung beteiligen. Die folgenden Handlungsempfehlungen bieten dafür Orientierungen.

4.2 Bildung

Medienkompetenz als Bildungsaufgabe

Die Massenmedien sind Teil der Lebenswirklichkeit jedes Menschen. Sie sind ein wichtiger Sozialisationsfaktor, prägen die Weltwahrnehmung und das Bewußtsein von Menschen, verschaffen oder verstellen Zugang zu Bildung, Information und Kommunikation. Damit wird der kompetente Umgang mit den vielfältigen Medienangeboten seinerseits zu einer zentralen Bildungsaufgabe: Es gilt sowohl den technisch-instrumentellen Umgang mit den Medien und Kommunikationsangeboten als auch die Gesetzmäßigkeiten und Arbeitsweisen der jeweiligen Medien zu erlernen, um die einzelnen Angebote selbst in kritischer und ethisch verantwortbarer Weise erstellen, beurteilen und nutzen zu können. Diese Aufgabe ist um so wichtiger, je mehr die Bedeutung anderer Steuerungsmöglichkeiten im Zuge der Deregulierung schwindet.

Folgerungen

Umgang mit Medien vom Kindergarten an lernen

1. Der Erwerb von Kompetenz im Umgang mit dem Medienangebot wird zu einer Aufgabe lebenslangen Lernens. Der Umgang mit Medien muß deshalb zu einem integrierten Teil jeder Bildungsarbeit werden. Es gibt in der Bundesrepublik Deutschland eine Vielzahl von Bildungseinrichtungen, darunter einen großen Teil auch in kirchlicher Trägerschaft. Sie alle sind aufgefordert, sich dieser Herausforderung zu stellen. Die kreative Arbeit mit Medien sollte trotz früherer Mißerfolge bereits im Kindergarten ansetzen. Begleitend dazu sind vor allem Hilfs- und Beratungsangebote für Eltern auszubauen und zu qualifizieren. Die Medienarbeit muß fortgeführt werden in der Schule, in den Einrichtungen der Jugendarbeit, der Erwachsenenbildung und der Seniorenarbeit. Neben der Kompetenz im Umgang mit Medien sollte in den Bildungseinrichtungen die Fülle der menschlichen Kommunikationsfähigkeiten entwickelt und gefördert werden.

- | | |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wissenskluft vermeiden | 2. In allen Bildungsbereichen müssen Maßnahmen gegen eine sich abzeichnende Wissenskluff zwischen Informationsreichen und Informationsarmen unternommen werden. Die Bildungsarbeit ist aufgefordert, sich um die Medienkompetenz insbesondere der jungen und alten Menschen in benachteiligten sozialen Milieus zu kümmern. |
| Umgang mit Texten | 3. Neben dem Erlernen eines qualifizierten Umgangs mit visuellen Medien bedarf die Förderung der Kulturtechniken des Lesens und des Schreibens einer besonderen Pflege. Die Kompetenz im Umgang mit Texten ist von zentraler Bedeutung für den kritischen Umgang auch mit anderen Medienangeboten. |
| Medienethik zwischen Euphorie und Skepsis | 4. Bildungsarbeit und Medienpädagogik sind aufgefordert, auf die ethische Dimension der Medienentwicklung aufmerksam zu machen und Ziele wie Methoden ethischer Orientierung zu vermitteln. Die Medienpädagogik muß über die Einflußmöglichkeiten der Mediennutzerinnen und Mediennutzer auf die Medienangebote informieren und sie dazu befähigen, diesen Einfluß auch wahrzunehmen. Den häufig allzu emphatisch angebotenen Medienprodukten gegenüber sollte bei den Verbrauchern eine nüchterne Grundskepsis ermöglicht werden. Dies gilt besonders für den Umgang mit inzwischen immer leichter manipulierbaren Bildern. |
| Pädagogische Konzepte | 5. Es bedarf nicht nur einer Ausstattung von Schulen mit multimediafähigen Geräten und Anschlüssen an die internationalen Kommunikationsnetze. Dringlich ist vor allem die Entwicklung pädagogischer Konzepte für den Einsatz der neuen Medien im Bildungsbereich. Ebenso müssen die Pädagoginnen und Pädagogen in diesen Bereichen intensiv aus- und weitergebildet werden. |
| Medientechniken verbessern Bildungsangebot | 6. Die neuen Medientechniken sind selbst für die Verbesserung der Bildungsarbeit zu nutzen. Sie bieten die Voraussetzung für einen leichteren Zugang zu Bildungsangeboten und schaffen die Möglichkeit, die Aufbereitung von Lerninhalten didaktisch zu verbessern. |
| Bezahlbarer Zugang für alle | 7. Auf dem expandierenden Medienmarkt muß ein für alle erschwinglicher Zugang zu den Informationen geschaffen werden, die für die Bewältigung des Alltags, die Wahrnehmung von Grundrechten und die aktive Teilhabe am öffentlichen Leben unentbehrlich sind. Notwendig sind öffentliche Zugänge zu Informationsnetzen. In öffentlichen Einrichtungen sollten allgemein zugängliche Rechercestationen (Terminals) aufgebaut werden, die kostenlos bzw. gegen geringes Entgelt die Angebote elektronischer Online-Kommunikation bereitstellen. |

4.3 Journalismus und andere Medienberufe

Die Veränderungen der Mediengesellschaft stellen die Berufsgruppe der Journalistinnen und Journalisten und alle anderen in den Medien Tätigen vor neue Herausforderungen. Sie sind sowohl die Träger als auch die Betroffenen der Veränderungen. Ihre Aufgaben und die Grundsätze ihrer Arbeit müssen darum stets neu reflektiert werden.

Folgerungen

Pressekodex muß fortgeschrieben werden

1. Durch Auswahl, Gewichtung und Kommentierung von Nachrichten haben Journalisten erheblichen Einfluß auf die Meinungsbildung der Bürgerinnen und Bürger. Die dafür maßgebenden ethischen Normen und Verhaltensregeln sind in den "Publizistischen Grundsätzen" (Pressekodex) des Deutschen Presserats sowie in Redaktions-Richtlinien zusammengefaßt. Da die Veränderungen der Medien jedoch stets neue Fragen aufwerfen, ist der fortgesetzte berufsethische Dialog in einer möglichst breiten Öffentlichkeit unerlässlich.

Auch kirchliche Angebote zur Aus- und Fortbildung

2. Für den Journalistenberuf gibt es in Deutschland keine allgemeinverbindlichen Ausbildungsrichtlinien. Es gibt immerhin die Tarifverträge zur Volontärsausbildung, die fortzuschreiben sind. Daher haben die Aus- und Fortbildungsangebote der Verlage, der Sendeanstalten, der Berufsverbände sowie universitärer und sonstiger Einrichtungen Bedeutung. Die Kirchen müssen weiterhin mit eigenen Angeboten der Aus- und Fortbildung ihren Beitrag leisten und Verantwortungsbewußtsein für die Aufgabe, für die Qualität der Arbeit und insbesondere für die ethischen Fragestellungen fördern.

Innerredaktionelle Selbstkontrolle

3. Zensur steht im Gegensatz zum Grundrecht der Meinungs- und Pressefreiheit (Art. 5 GG). Um so wichtiger sind gegenseitige Kritik und Korrektur innerhalb der jeweiligen Redaktionen. Wünschenswert sind daher auch institutionalisierte Formen innerredaktioneller Selbstkontrolle.

Kostendruck gefährdet journalistische Arbeit

4. Durch den Kostendruck und die Einführung von computergestützten Systemen in Redaktion und Produktion sowie durch ein einseitig am wirtschaftlichen Erfolg orientiertes Verlegerinteresse übernehmen Journalistinnen und Journalisten zunehmend technische Aufgaben (z.B. beim Ganzseitenumbruch, in Selbstfahrerstudios oder als Videoreporter). Es ist zu befürchten, daß auf diese Weise die eigentliche journalistische Arbeit, etwa von Recherche, Aufbereitung des Materials oder Kommentierung, hinter der technischen Arbeit zurückfällt. Alle Beteiligten sollten den bedenklichen Folgen einer solchen Entwicklung zu begegnen versuchen.

Beteiligung am medienethischen Dialog

5. Journalistinnen und Journalisten sowie andere Medienschaffende müssen selbst Folgen ihres Handelns reflektieren; sie dürfen ihre Verantwortung nicht auf die Mediennutzerinnen und -nutzer abwälzen. Sie sind nicht verantwortlich für den Gegenstand ihrer Berichterstattung, wohl aber sollten sie die absehbaren Folgen der Art ihrer Darstellung bedenken. Darum sind sie aufgefordert, sich an einem medienethischen Dialog in der Gesellschaft zu beteiligen.

4.4 Gesellschaftliche Selbstregulierung

Neue Gegebenheiten erfordern neue Regulierungen

Die verantwortliche Gestaltung gesellschaftlicher Bereiche durch die beteiligten Gruppen ist ein wesentliches Element der freiheitlich demokratischen Ordnung. Dies kommt auch im Bereich der Medien zum Ausdruck. Hier sind die bestehenden Formen der Selbstregulierung und Selbstkontrolle zu stärken und im Blick auf die Erfordernisse der neuen Medientechniken auszubauen. Die Abnahme ordnungspolitischer Steuerungsmöglichkeiten im nationalen Rahmen macht die Einrichtung und Verbesserung solcher Verfahren der Selbstregulierung um so dringlicher. Es müssen Wege gefunden werden, die Verantwortung von Medienschaffenden für die Folgen ihres Handelns sowie die Einflußmöglichkeiten der Mediennutzerinnen und -nutzer zu stärken.

Folgerungen

Instrumentalisierung von Gewalt und Intimität

1. Die Konkurrenz einer Vielzahl von Medienangeboten um die Gunst der Zuschauer, Hörer und Leser hat zu einer weiteren Instrumentalisierung von Gewalt und Intimität zu Zwecken der Unterhaltung geführt. Hier ist auf eine Selbstverpflichtung der Anbieter und deren Einhaltung zu drängen. Gleichmaßen ist die politische Unterstützung für den Schutz der Menschenwürde zu reklamieren.

Medienethik: Gesellschaftliche Verantwortung

2. Die Herausforderungen der Mediengesellschaft können nur bewältigt werden, wenn ein breiter gesellschaftlicher Dialog über eine Kommunikations- und Medienethik in Gang kommt. Medienethik verlangt einen Prozeß gegenseitiger kritischer Verständigung über Form, Inhalt und Rezeption von Medien. Das Verantwortungsbewußtsein von Nutzern und Medienschaffenden muß geweckt und gestärkt werden. Im Bereich der Erziehung zur Medienethik kommt auch den Kirchen eine besondere Verantwortung zu.

Externe und interne Selbstkontrolle verbessern

3. Es ist zu prüfen, ob die bisherigen Formen der Medien-Selbstkontrolle hinreichend sind bzw. ob und wie sie verbessert werden können. Dies gilt sowohl für die Richtlinien der Selbstkontrolle (z. B. Pressekodex) als auch für die Verfahrensregeln und für die Verbindlichkeit, mit der sie befolgt werden. Das Bewußtsein, daß Selbstkontrolle der Fremdkontrolle vorzuziehen soll, muß weiter geschärft werden. Außer zur externen Selbstkontrolle, deren Organe zu optimieren sind (Presserat, Freiwillige Selbstkontrolle bei Film und Fernsehen, erste Ansätze der Selbstkontrolle bei deutschen Internet-Providern), sind die Medien auch zur internen Selbstkontrolle aufgefordert. Denkbar sind hier - trotz aller Rationalisierung - eine stärkere arbeitsteilige Produktion, Schwellen der kollegialen Prüfung und die Trennung funktionaler Rollen.

Kritische Begleitung unentbehrlich

4. Es ist unentbehrlich, die Entwicklung der Mediengesellschaft kritisch zu begleiten. Darum muß Medienkritik in den verschiedenen Medien einen festen Platz haben. Solche Kritik soll zur Transparenz beitragen und als Korrektiv dienen. Auch die Rundfunkveranstalter sind aufgefordert, durch eigene Sendungen die Arbeitsweise ihres Mediums den Zuschauern transparent zu machen. Hier haben auch die Medieninformationsdienste der Kirchen eine wichtige Funktion.

Forschung zur Abschätzung von Folgen und Risiken

5. Die individuellen und sozialen Folgen der Entwicklung der Mediengesellschaft sollen von einer unabhängigen wissenschaftlichen Forschung untersucht werden, um rechtzeitig die Risiken der Entwicklung erkennen zu können. Die Bundesregierung und die Bundesländer werden aufgefordert, regelmäßig - mindestens alle zwei Jahre - einen Bericht über die Entwicklung der Mediengesellschaft vorzulegen, der nicht nur Daten zur wirtschaftlichen, technischen und rechtlichen Entwicklung enthält, sondern die Bereiche Sozialverträglichkeit, Meinungsvielfalt und Verantwortlichkeit der Medien einbezieht.

4.5 Ordnungspolitische Regulierung

Die Massenmedien sind für die demokratische Gesellschaft von konstitutiver Bedeutung. Sie ermöglichen den freien Austausch von Informationen und Meinungen der Bürgerinnen und Bürger. Grundlegend dafür sind die Kommunikationsfreiheiten des Art. 5 GG, die sich am Leitbild eines freien Kommunikationsprozesses orientieren. Um die Freiheit der Meinungsbildung auch im digitalen Zeitalter und vor dem Hintergrund eines internationalen Medienmarktes zukünftig zu bewahren, müssen ordnungspolitische Vorkehrungen getroffen werden.

Folgerungen

Information ist mehr als Handelsware

1. Die Möglichkeit, die Vermittlung von Information zum Gegenstand eines Wirtschaftsunternehmens zu machen und mit den Medien Gewinne zu erzielen, entläßt die verantwortlichen Anbieter nicht aus der sozialen Pflicht, der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung zu dienen.

Medienmacht gefährdet Meinungsvielfalt

2. Der deutsche und der europäische Gesetzgeber müssen Vorkehrungen zur Begrenzung von vorherrschender Meinungsmacht finden und weiterentwickeln, damit eine möglichst große Vielfalt unterschiedlicher Medien- und Informationsangebote entstehen kann. Auch bei Berücksichtigung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit ist die Medienkonzentration nur insoweit zu akzeptieren, als sie nicht zu einer Gefährdung von Meinungsvielfalt führt. Die Festlegung von Grenzwerten (wie z.B. von Marktanteilen, Werbemarktanteilen oder Umsatzanteilen) ist ein gangbarer Weg, wirtschaftliche und publizistische Macht zu begrenzen und dennoch den Handlungsspielraum von Anbietern zu gewährleisten. Cross-Ownership zwischen unterschiedlichen Diensten ist dabei zu berücksichtigen. Von wesentlicher Bedeutung wird es sein, diese Regeln gegenüber den Wirtschaftsunternehmen auch durchzusetzen.

Gegen Monopole bei Programmrechten

3. Die Sicherung der Meinungs- und Medienvielfalt ist nicht allein eine Frage der Besitzverhältnisse bei Rundfunksendern. Sie stellt sich bei den Programmen und Verwertungsrechten ebenso wie bei den Übertragungskapazitäten. Auch in diesen Bereichen müssen geeignete Instrumente bereitgestellt werden, damit es zu keiner Monopolbildung kommt.

- Medienmacht muß transparent sein
4. Wer durch Medien- und Kommunikationsangebote Öffentlichkeit konstituiert, muß dieser selbst offen begegnen. Dafür sind Regelungen zur Herstellung von Transparenz notwendig. Die Beteiligungsverhältnisse von Medienunternehmen und ihre Veränderungen müssen uneingeschränkt offengelegt sein. Ebenso muß die Allgemeinheit darüber informiert werden, wenn Lizenzen ausgeschrieben und mit welchen Auflagen sie erteilt werden.
- Zugang für alle Programm-anbieter
5. Die deutsche Gesetzgebung muß für einen gleichberechtigten und diskriminierungsfreien Zugang aller lizenzierten Anbieter von Rundfunkprogrammen zum digitalen Rundfunk sorgen. Jedes Decoder-System sollte eine offene Struktur haben, die jedem Programmanbieter gleiche Konditionen bietet. Das für den Pressevertrieb (Pressegrosso) weithin akzeptierte Neutralitätsgebot sollte für die Zufuhr und Einspeisung elektronischer Dienste und Programmangebote analog übernommen werden.
- Bund, Länder, Europäische Union
6. Die Hoheit für die Rundfunkgesetzgebung liegt nach dem Grundgesetz bei den Bundesländern. Diese Zuständigkeit ist aber durch die technische Entwicklung (neue Angebote der Telekommunikation wie z.B. Online-Dienste, internationale Vernetzung bzw. grenzüberschreitende Ausstrahlung von Programmen) zunehmend schwieriger abzugrenzen. Die Frage nach der Regelungskompetenz muß zugunsten der kulturellen Funktion dieser Medien beantwortet werden. Dabei muß ein vernünftiger Interessenausgleich zwischen Bund, Ländern und Europäischer Union angestrebt werden, um die Entwicklung neuer übergreifender Dienste nicht zu behindern.
- Künstliche Bilder kennzeichnen
7. Die digitale Technik ermöglicht eine für die Zuschauer nicht mehr erkennbare Manipulation von Bildern und Filmen. Die Gesetzgebung ist aufgefordert, eine Kennzeichnungspflicht im Informationsbereich für solches Bildmaterial einzuführen, das entweder vollständig künstlich erzeugt ist oder das in anderer Weise in seiner Authentizität verändert wurde.

4.6 Rundfunkorganisation

Im Rundfunkbereich sind drei unterschiedliche Formen der Organisation entstanden: Rundfunk in öffentlich-rechtlicher Verantwortung, in privatrechtlicher Organisation sowie vereinzelt in Offenen Kanälen, Bürgerradios und anderen Einrichtungen. Alle drei Bereiche gehören zu einem entwickelten Rundfunksystem hinzu und sind weiterzuentwickeln.

Folgerungen

-
- Öffentlich-rechtlicher Rundfunk für alle
1. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk spielt für die Meinungsfreiheit und Informationsvielfalt in der bundesdeutschen Gesellschaft eine entscheidende Rolle. Der Erhalt dieses im weltweiten Vergleich inzwischen nahezu einzigartigen und für die Gesellschaft der Bundesrepublik bewährten Systems ist unverzichtbar. Im Blick auf die neuen technischen Kommunikationsmöglichkeiten muß der öffentlich-rechtliche Rundfunk funktions- und konkurrenzfähig bleiben. Er ist an den Auftrag der Grundversorgung gebunden, alle Programmbereiche abzudecken (Information, Unterhaltung, Bildung) und neue Kommunikationsformen für die Verbraucher zu erschließen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muß sich den Kommunikationsinteressen aller Bürgerinnen und Bürger verpflichtet sehen. Von ihm werden erwartet eine Vielfalt der Programme, ein differenziertes und ausgewogenes Bild der Gesellschaft, das Angebot von massenattraktiven und hochwertigen Programmen, auch wenn diese nur kleinere Nutzerkreise erreichen, sowie ein sorgsamer Umgang mit den Mitteln aus den Rundfunkgebühren. Ein derartig qualifizierter Anspruch muß in einer medien- und gesellschaftspolitischen Wertschätzung und Förderung Entsprechung finden.
- Besondere Verantwortung für Kinder und Jugendliche
2. Eine besondere Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks besteht in der Profilierung und Sicherung seines eigenen Kinder- und Jugendkanals, der sich mit qualitativ hochwertigen Sendungen an seine Zielgruppe wendet. Darüber hinaus ist bei allen Kinderprogrammen ein hohes Qualitätsprofil anzustreben.
- Finanzierung des Rundfunks
3. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk braucht für die Erfüllung seiner Aufgaben eine angemessene Finanzierung, die sich bislang zum überwiegenden Teil aus Rundfunkgebühren und ergänzend aus Werbeeinnahmen zusammensetzt. Werbefreie Programme bzw. Kanäle werden dem Mandat des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in besonderer Weise gerecht. Sollte seine Finanzierung in der medienpolitischen Diskussion verstärkt in Frage gestellt werden und eine Erhöhung der Rundfunkgebühr politisch nicht durchsetzbar sein, so ist auch weiterhin für eine Mischfinanzierung zu sorgen. Keinesfalls sollte aber die 20 Uhr Grenze für Werbung aufgehoben werden. Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk könnte zurückgenommen werden, weil hier der Schaden für seine Identität oft größer ist als der finanzielle Gewinn (naheliegende Verwechslung mit "normaler" Werbung).
- Rundfunk und Parteipolitik
4. In den Aufsichtsgremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sollte der parteipolitische Einfluß verringert werden. Die Anzahl von Vertreterinnen und Vertretern aus dem politisch-administrativen Bereich sollte reduziert werden.

Private Anbieter an Grundstandard gebunden

5. Der private Rundfunk ist neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu einer tragenden Säule des dualen Rundfunksystems in Deutschland geworden. Seine zunehmenden Bemühungen um einen spezifischen Beitrag zur Meinungsvielfalt werden anerkannt. Vom privaten Rundfunk ist ein Mindestmaß an sachgerechter Information und programmlicher Vielfalt zu erwarten (Grundstandard). Die Wahrnehmung der Grundversorgung durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bietet verfassungsrechtlich die Voraussetzung für einen größeren Freiraum bei den Anforderungen an das Programm privater Rundfunkveranstalter. Gerade angesichts dieses großen Freiraums ist ein besonders hohes Maß an Verantwortungsbewußtsein zu fordern. Dementsprechend wird der private Rundfunk auf seine besondere Verpflichtung zur Selbstkontrolle hingewiesen.

Offene Kanäle für Meinungsvielfalt wichtig

6. Neben den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunkanbietern ist die Existenz von nichtprofessionellen Programmen zuzulassen und ordnungspolitisch abzusichern. Es liegt in der Natur dieser Programme, daß sie nicht aus sich selbst finanziert werden können. Darum müssen geeignete Formen der Finanzierung gefunden werden. Die Länder werden aufgefordert, die vom Rundfunkstaatsvertrag eröffnete Möglichkeit der Finanzierung nichtkommerziellen Lokalfunks aus der Rundfunkgebühr zu nutzen.

Qualität fördern

7. Der Blick für die Qualität von Medieninhalten (Programmen) muß generell geschärft werden. Dies sollte auf dem Wege der Prämierung von außergewöhnlichen Leistungen und durch stärkere Berücksichtigung der Qualitätsfrage in der publizistischen Ausbildung erfolgen. Da die Bemühung um Qualität aufwendig ist, sind hierfür von öffentlichen und privaten Förderungseinrichtungen wie auch von den Kirchen Mittel bereitzustellen.

4.7 Schutzrechte

Die individuellen Schutzrechte verstärken

Die Expansion der Medien- und Kommunikationstechniken sowie der zunehmende Wettbewerb der Medien machen die Frage dringlich, wie die einzelnen Menschen in ihren Rechten geschützt werden können. Die Medienfreiheit hat vorrangig eine dem Menschen und der öffentlichen Meinungsbildung dienende Funktion. Es ist darum notwendig, die individuellen Schutzrechte zu verstärken.

Folgerungen

Persönlichkeitsrecht

1. Persönlichkeitsrecht: Trotz fester Verankerung in der deutschen Rechtsordnung (Art. 1 Abs. 1 und Art. 5 Abs. 2 GG) ist die Durchsetzung dieses Rechts im Medienbereich oft schwierig. Auf dem Medienmarkt führte der intensive Wettbewerb vieler Sender um die Zuschauer und Zuhörer in den vergangenen Jahren immer häufiger zu Tabuverletzungen und Normüberschreitungen besonders im Bereich der Persönlichkeitsrechte. Das Gegendarstellungsrecht sollte vereinfacht und auf die neuen Techniken hin fortgeschrieben werden, damit den einzelnen eine wirksame und schnelle Reaktion ermöglicht wird. Neben dem individualrechtlichen Schutz muß auch die Medienordnung so ausgestaltet werden, daß derartige Rechtsverletzungen nicht die Regel werden.

Datenschutz

2. Datenschutz: Bei der Anwendung der neuen Übertragungs- und Kommunikationstechniken fällt eine Fülle von personenbezogenen Daten an. Für den Umgang mit diesen Daten müssen klare datenschutzrechtliche Regelungen gelten. Dabei muß der Grundsatz im Mittelpunkt stehen, daß die Datenerhebung nur in dem Umfang geschieht, der zur Erfüllung rechtmäßiger Aufgaben notwendig ist. Der Datenschutz bedarf auch der europäischen und internationalen Vereinheitlichung, damit im Zeitalter grenzüberschreitender Netze ein Mindeststandard an Datenschutz gewährleistet ist. Die Organe zur Sicherung des Datenschutzes müssen den wachsenden Anforderungen angepaßt werden, einschließlich Sanktionsmöglichkeiten im Fall von Verstößen. Letztlich müssen die Menschen entscheiden können, welche Daten sie von sich in welcher Weise zugänglich machen. Sie müssen für diese Frage sensibilisiert werden, damit sie selbst befähigt werden, ihre Privatsphäre zu schützen und dem Mißbrauch von Daten vorzubeugen.

Jugendschutz

3. Jugendschutz: Kinder und Jugendliche sollen vor Medieninhalten geschützt werden, die sich negativ auf ihre geistige, seelische, emotionale, moralische und religiöse Entwicklung auswirken können. Die vorhandenen Regelungen zum Jugendschutz müssen auch den Bedingungen der neuen Kommunikationstechniken angepaßt werden. Gewaltverherrlichende, zu Rassenhaß aufstachelnde, die Würde des Menschen verletzende, kriegsverherrlichende oder pornographische Inhalte dürfen auch in Online-Diensten nicht angeboten werden.

In weltweiten Netzen läßt sich nationale Kontrolle nicht mehr gewährleisten. Im Zusammenspiel mit anderen Ländern sind gemeinsame Lösungen anzustreben. Gerade den Eltern kommt im Sinne der Selbstregulierung eine noch größere Eigenverantwortung zu. Technische Sicherungssysteme in Programmen oder Geräten können die Eltern dabei unterstützen, entlasten aber die Anbieter und Service-Provider nicht von ihrer Verantwortung.

Beachtung verdient ferner die Nutzung von Werbung durch Kinder. Bei Sendungen, die überwiegend von Kindern genutzt werden, sollte Werbung nur in einem deutlich beschränkten Maß und mit einer deutlichen, für Kinder verständlichen Kennung versehen werden, die vermittelt, daß es sich um Werbung handelt. Regelungen sollten werbefreie Zeiten markieren, in denen Kinder besonders viel fernsehen ("Kinderwerbeschutzzeiten").

Verbraucherschutz

4. Verbraucherschutz: Der Verbraucherschutz muß angesichts der Entwicklung von Teleshopping und anderen elektronischen Medien-Dienstleistungen gestärkt werden. Auch bei Online-Diensten muß für die Verbraucher transparent sein, wann sie rechtlich relevante Handlungen (z.B. Bestellungen) ausführen. Ebenso müssen die Kosten der Nutzung für die Nutzer transparent sein, z.B. durch regelmäßige Einblendung der bisher angefallenen Gebühren.

Der zunehmenden Vermischung von Werbung und Programm muß entgegengewirkt werden. Die Mediennutzerinnen und Mediennutzer haben ein Recht zu erfahren, ob Angebote aus kommerziellem Interesse oder in Erfüllung einer publizistischen Aufgabe vermittelt werden.

Urheberrecht

5. Urheberrecht: Kreative Arbeit und individuelle wie kollektive geistige Leistungen müssen auch im Zeitalter allgemeiner Verfügbarkeit und des beliebigen Transfers von Information und Inhalten urheberrechtlich geschützt werden. Das Urheberrecht muß so fortentwickelt werden, daß der Bedarf an kreativen Inhalten für die Medien gedeckt werden kann, daß den Schöpfern dieser Angebote aber auch ein fairer Anteil am Erlös zufließt. Eine verstärkte Zusammenarbeit der Verwertungsgesellschaften ist angesichts von Multimedia erforderlich.

4.8 Entwicklungspolitik

Die Chancen und Risiken der Mediengesellschaft betreffen nicht nur die Menschen in den Industriestaaten, sondern auch die Mehrheit der Weltbevölkerung in den sogenannten Entwicklungsländern. Der gesamte Bereich der Medien- und Informationswirtschaft wird zu einem entscheidenden Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit und Entwicklung einer Volkswirtschaft. Die ohnehin schon bestehende Kluft zwischen Industrieländern und Entwicklungsländern kann sich durch die neuen Kommunikationstechniken noch vertiefen. Die neuen Techniken können diesen Ländern aber auch helfen, Zugang zu den weltweit verfügbaren Wissensbeständen zu erlangen. Der Gefahr eines weiter wachsenden Nord-Süd-Gefälles gilt es entgegenzuwirken und dagegen die Chancen der Technologien zur Entwicklungsförderung zu nutzen.

Folgerungen

Kommunikation als Faktor der Entwicklungspolitik

1. Um die Chancen der Kommunikationstechniken für die Entwicklungsländer zu nutzen, sind große internationale Anstrengungen notwendig, an denen sich auch Deutschland beteiligen muß. Dies ist gerade für die Kirchen eine wichtige Aufgabe, für die sie durch ihre weltweiten Verbindungen gute Voraussetzungen mitbringen. Die Förderung des Zugangs zu neuen Medien- und Kommunikationstechniken muß eine größere Bedeutung in der staatlichen und kirchlichen Entwicklungspolitik erhalten.

Ausbildung fördern

2. Für die informationstechnische Entwicklung ist die Ausstattung mit Hard- und Software sowie das zugehörige Know-how von entscheidender Bedeutung. Darum müssen auch der Transfer von Informationstechnologie und die Ausbildung an dieser Technologie eine zentrale Aufgabe von Entwicklungspolitik sein. Die bereits vorhandene technologische Abhängigkeit im Hardwarebereich könnte durch die Förderung der Entwicklung eigener Softwarefähigkeiten ausgeglichen werden.

Für mehr Kommunikationsgerechtigkeit

3. Medienentwicklungspolitik muß die Medienproduktion im jeweiligen kulturellen Kontext zu fördern versuchen. Die Länder der sog. Zwei-Drittel-Welt brauchen neben den internationalen Angeboten dringend Sendungen aus dem eigenen Land. Im Programm der hiesigen Rundfunkanstalten sollten Produktionen aus diesen Ländern stärker vorkommen.

Qualifizierte Auslands-
korrespondenten

4. Die Berichterstattung über Länder der Dritten Welt ist häufig an Exotik und Ethnozentrismus, an Krisen und Katastrophen orientiert. Notwendig ist eine Berichterstattung, die Verständnis für Alltag und Lebenssituation in den Entwicklungsländern weckt sowie Hintergründe, Zusammenhänge und Entwicklungstrends darstellt. Dafür sind gut ausgebildete, mit der Kultur der jeweiligen Länder vertraute Auslandskorrespondentinnen und Auslandskorrespondenten eine Voraussetzung.

Recht auf Kommunikation

5. Für den Bereich der Massenmedien und der neuen Informations- und Kommunikationsdienste sind internationale Vereinbarungen notwendig, die den Ländern der sogenannten Zwei-Drittel-Welt die Wahrnehmung ihres Rechts auf Kommunikation ermöglichen.

4.9 Kirche

Verantwortung für Würde und
Freiheit

Wegen ihres Auftrags für den Menschen und das Zusammenleben in der Gesellschaft müssen sich die Kirchen den Herausforderungen der Mediengesellschaft in besonderer Verantwortung stellen. In dem gleichen Maße, wie die Kirchen Forderungen an die Gestaltung der Medien richten, sind sie auch selbst von diesen Verpflichtungen betroffen. Von ihnen sollten nachhaltige Impulse für die Wahrnehmung der Verantwortung für die Würde und die Freiheit der Menschen in der Mediengesellschaft ausgehen. Die Massenmedien sind für die Kirche zudem eine wichtige Möglichkeit der Kommunikation mit ihren Mitgliedern wie auch mit der Gesellschaft insgesamt. Die Kirchen und ihre Einrichtungen müssen ihre eigene Medienarbeit verbessern und den technischen Entwicklungen sowie den sozialen Anforderungen anpassen, damit sie die Chancen der Mediengesellschaft nutzen und deren Risiken vermindern können.

Folgerungen

Qualität erfordert Finanzmittel

1. Kirchliche Publizistik muß sich an den Maßstäben technischer und publizistischer Professionalität messen lassen. Den Gliedkirchen und Diözesen wird empfohlen, ihre eigene Medienarbeit in einem publizistischen Konzept auf die Erfordernisse der Mediengesellschaft auszurichten. Entsprechend der umfassenden Bedeutung der Massenmedien für die gesellschaftliche Kommunikation und die Information der einzelnen müssen die Kirchen für ihre Publizistik und Öffentlichkeitsarbeit die notwendigen finanziellen Mittel bereitstellen.

-
- | | |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Für eine Orientierung am Gemeinwohl | 2. Die Kirchen leisten als Teil der Gesellschaft ihren Beitrag für den Erhalt und die Funktionsfähigkeit der Medien als Faktoren sozialer Kommunikation: in Aus- und Fortbildung von Journalistinnen und Journalisten, in der Medienpädagogik, in der Programmförderung und einem medienpolitischen Engagement, das die Gemeinwohlorientierung der Medien zum Ziel hat. Diese Aufgaben der Qualifizierung von Medienschaffenden und Mediennutzenden, der Förderung von Programmqualität und der Wahrnehmung anwaltschaftlicher Funktionen in der Medienpolitik werden im Übergang zur Informationsgesellschaft erheblich an Bedeutung zunehmen. Auch bei knapper werdenden finanziellen Möglichkeiten müssen die Kirchen einen qualifizierten Beitrag für eine menschengerechte Kommunikation in der Gesellschaft leisten. |
| Printmedien und elektronische Medien ergänzen sich | 3. In der Verantwortung für die Tradition einer "Buchreligion" sind die Kirchen in besonderer Weise der Wortkultur verpflichtet. Das Verhältnis von Buchstabe und Geist, von Wort und Bild bedarf angesichts der enormen Ausweitung der elektronischen Medien einer intensiven Aufmerksamkeit und Pflege. Die Kirchen müssen sowohl Wege finden, ihre Printmedien so zu organisieren, daß Qualität und Überlebensfähigkeit gesichert werden, als auch die Möglichkeiten der elektronischen Medien wahrnehmen und nutzen. |
| Kirche und neue Programmformen | 4. Die Kirchen sollten im Hinblick auf das Entstehen von neuen Programmformen in Hörfunk und Fernsehen (z.B. Spartenprogramme) eigene Angebote weiterentwickeln und in den Programmen plazieren können. Dies sollte in Abstimmung mit dem Engagement der Kirchen im etablierten dualen Rundfunksystem und im Rahmen eines publizistischen Gesamtkonzepts der jeweiligen Kirche geschehen. |
| Neue Medientechniken nutzen | 5. Die kirchliche Medienarbeit muß sich auf eine neue Generation von Mediennutzern einstellen, für die der Umgang mit neuen Medientechniken ganz selbstverständlich sein wird. Die Kirchen werden aufgefordert, auch die interaktiven Medien für die Aufgabe der "Kommunikation des Evangeliums" zu nutzen. |
| Medieninformation und -kritik verstärken | 6. Die bestehenden Angebote von Medieninformation und Medienkritik (Fachinformationsdienste, Fachzeitschriften und Nachschlagewerke etc.) beider Kirchen sollen ausgebaut und verstärkt werden, da sie anerkanntermaßen unabhängige und kritische Informationen liefern, Verflechtungen in der Medienlandschaft transparent machen und konsequent medienethische Positionen vertreten. |

Medienethische Diskussion in der Gesellschaft fördern

7. Die Kirchen und ihre Einrichtungen (Akademien und Medien-einrichtungen) sollen sich intensiv an der Diskussion um Herausforderungen der Mediengesellschaft beteiligen. Wege zur Begrenzung bedenklicher Folgen (Informationsüberflutung, Wissenskluft, Orientierungslosigkeit) sind zu entwickeln, die Chancen der Mediengesellschaft für die Kommunikation von Menschen sind kreativ zu fördern. Die Kirchen und ihre Einrichtungen haben die Aufgabe, die medienethische Debatte in der Gesellschaft anzustoßen und zu fördern. Auf diese Weise soll das Verantwortungsbewußtsein bei Medienschaffenden, in der Medienpolitik und bei Mediennutzerinnen und Mediennutzern gestärkt werden.

Die Kirchen erkennen es als eine wichtige Aufgabe, diesen Prozeß weiterhin durch die Bereitschaft zur Diskussion und mit Vorschlägen zur Gestaltung zu begleiten. Gerade wegen der Schnelligkeit der Medienentwicklung sehen sie sich herausgefordert, in naher Zukunft diese gemeinsame Erklärung zur Mediengesellschaft fortzuschreiben. Angesichts der technischen und ökonomischen Veränderungen bleibt die Aufgabe, die Medien als Instrumente der sozialen Kommunikation in den Dienst der Bürgerinnen und Bürger zu stellen, der Gefahr der Selbstentfremdung der Menschen untereinander und dem Orientierungsverlust zu wehren sowie der Einschränkung der Informationsvielfalt und Meinungsfreiheit entgegenzuwirken.

Zur Vorbereitung der Gemeinsamen Erklärung zur Mediengesellschaft wurde eine Arbeitsgruppe berufen. In ihr haben mitgearbeitet:

Dr. Ernst Emrich, Gilching

Direktor Hans Norbert Janowski, Frankfurt/M.

Dr. Monika Künzel, Köln

Direktor Horst Marquardt, Wetzlar

Weihbischof Friedrich Ostermann, Münster (Vorsitzender)

Peter Schilder, Eschborn

Professor Dr. Winfried Schulz, Nürnberg

P. Dr. Wolfgang Seibel SJ, München

Kirchenpräsident Professor Dr. Peter Steinacker, Darmstadt (Vorsitzender)

Professor Dr. Klaus Tanner, Dresden

Dr. Beatrice von Weizsäcker, Berlin

Professor Dr. Jürgen Wilke, Mainz

Geschäftsführung/Koordination:

Dr. Christoph Bruns, Hannover

Dr. Martina Höhns, Bonn

Dr. Reinhold Jacobi, Bonn

Oberkirchenrat Robert Mehlhose, Hannover