Die Arbeit der kirchlichen Medienstellen

Navigatoren im Mediendschungel

von Matthias Wörther, Leiter der Fachstelle 'medien und kommunikation' in München

Man kann drei große Bereiche der kirchlichen Medienarbeit unterscheiden: die Präsenz in den Massenmedien, wie sie durch Radiobeiträge (Lokalradio, Angebote des Michaelsbunds), Internetradio, Themenfenster im Fernsehen (Wort zum Sonntag, Gottesdienstübertragungen u.a.), aber auch durch die Beilage 'Rheinischer Merkur' in der ZEIT, die Bistumspresse oder durch die von der katholischen Filmkommission herausgegebene renommierte Filmzeitschrift 'film-dienst' Ausdruck findet.

Als zweiten Bereich kann man die jeweiligen Pressestellen und die anderen Organe der Öffentlichkeitsarbeit in den Diözesen und Verbänden betrachten. Ihre Aufgabe besteht darin, innerkirchliche Vorgänge nach außen zu kommunizieren, aus kirchlicher Sicht Stellung zu aktuellen Fragen zu nehmen und am Image der Kirche in einer Medien- und Informationsgesellschaft zu arbeiten.

Und schließlich gibt es den Bereich der praxisbezogenen Medienarbeit, die in jeder der baverischen Diözesen durch Medienstellen repräsentiert wird, die traditionell 'Medienzentralen' heißen. Deren Auftrag besteht darin, die Multiplikatoren im kirchlichen Bereich, von den LehrerInnen über die ErzieherInnen bis hin zu den FirmgruppenleiterInnen, in ihrer Arbeit zu unterstützen, in allen mediendidaktischen und medienpädagogischen Fragen zu beraten und ihnen Medien aller Art, vor allem aber Filme, für ihre jeweiligen Arbeitsfelder zur Verfügung zu stellen. Zwar unterscheiden sich die einzelnen Medienzentralen, was Stellenkonzepte und die institutionelle Anbindung in den Ordinariaten betrifft durchaus, im Großen und Ganzen sind sie aber in ihren Aufgaben und Zielsetzungen ohne weiteres vergleichbar. Diese gemeinsame Basis und Ausrichtung erlaubt eine die Diözesen übergreifende Zusammenarbeit, die durch regelmäßige Treffen der 'Arbeitsgemeinschaft der diözesanen AV-Medienstellen' koordiniert wird. Mitglied dieser Arbeitsgemeinschaft ist

seit vielen Jahren die Evangelische Medienzentrale in Nürnberg (zuständig für ganz Bavern), so dass auch die ökumenische Zusammenarbeit gewährleistet ist. In ihren Anfängen war die Hauptaufgabe der

Medienzentralen vor allem der Verleih teurer Medien, d.h. konkret von 16-mm-Filmen, deren Anschaffung die Etats von Schulen oder Gemeinden deutlich überschritten hätte. Die rasante Entwicklung der 'Instrumente der sozialen Kommunikation', wie die Medien in der grundlegenden Pastoralinstruktion 'Communio et progressio' aus dem Jahr 1971 genannt werden, hat auch die Aufgaben der Medienstellen stark verändert. Zwar verleihen sie weiterhin Filme, vor allem aber widmen sie sich zunehmend der angesichts unserer Informationsgesellschaft immer dringlicher gewordenen Aufgabe der Entwicklung von Medienkompetenz bei Multiplikatoren und allen anderen Nutzerschichten. 'Medienkompetenz' umfasst dabei sowohl den technisch wie didaktisch sachgerechten Umgang mit Medien, genauso aber die Fähigkeit, Funktionen und Bedeutung von medialer Kommunikation überhaupt zu reflektieren. Wie der Medienwissenschaftler Jochen Hörisch sagt, ist Religion "... per definitionem auf Kommunikations- und Medienprobleme der anspruchsvollsten Art spezialisiert ... Die Leitbegriffe der Religion ... sind denn auch durch und durch Medien- und Kommunikationsbegriffe." Dementsprechend hat kirchliche Medienarbeit immer einen kommunikationstheologischen Hintergrund, so etwa, wenn zu klären ist (um nur ein aktuelles Beispiel zu nennen), was 'Social Communities' wie Facebook mit Gemeinschaftsbildung zu tun haben, und was das für die kirchliche Jugendarbeit und ihre Strukturen bedeuten könnte. In einem Strategiepapier zur Zukunft der kirchlichen Medienstellen werden deshalb vier zentrale pastorale Zielsetzungen für ihre Arbeit genannt: - Erkennen, dass Medien Ausdrucksphäno-

mene sind und jedes Medium als Versuch



Matthias Wörther

einer Wirklichkeitserschließung und Wirklichkeitsdeutung verstanden, analysiert und in seinem Verhältnis zu individuellen Lebensgeschichten und kollektiven Deutungsmustern bestimmt werden kann.

- Medien als Instrumente der sozialen Kommunikation wahrzunehmen und zu nutzen. Medien sind Werkzeuge der Selbst- und Weltdeutung, der Selbstwerdung und der Gruppenbildung. Sie dienen dem gegenseitigen Austausch und sind dialogischer Natur. Kein Medium transportiert Sinn an sich, sondern bekommt seinen Sinn im Prozess der Kommunikation. Gemeinschaft ist das Ergebnis der durch Medien vermittelten Kommunikation.
- Medien als Schnittstellen begreifen lernen. Medien sind Zugänge zu vergangenen und gegenwärtigen Welten. Sie vermitteln Nahbereich und globalen Bereich und stellen Verbindungen zwischen ihnen her. Medien bauen Brücken vom Sichtbaren zum Unsichtbaren, von der Wirklichkeit zur Person, von der Person zum Anderen.
- Die Fähigkeit erwerben, sich in der gesellschaftlichen Öffentlichkeit mit der eigenen Position zu Wort zu melden und die Gesellschaft aus christlicher Verantwortung mit zu gestalten. Das setzt voraus, dass man sich sowohl



Downloadportal der evangelischen und katholischen Medienzentrale

technisch als auch bei der Verwendung öffentlichkeitswirksamer Medien auf der Höhe der Zeit befindet.

Zweifellos ein sehr weites Feld, das sich überdies in permanenter Veränderung befindet. Was kirchliche Medienstellen in ihm leisten, demonstriert die jüngste, anlässlich ihres 40-jährigen Jubiläums erschienene Veröffentlichung von 'medien und kommunikation', der Fachstelle der Erzdiözese München und Freising an Beispielen. muk-publikation 50 mit dem Titel 'Best Practice' stellt 22 medienpädagogische Projekte aus den sieben baverischen Diözesen und aus der evangelischen Landeskirche vor. Dabei reicht das Angebot von Lehrerfortbildungen in Gars über Seminare an den Universitäten und Elternabende in Kindergärten bis zu Kurzfilmreihen, die in der Öffentlichkeit großen Zulauf und große Anerkennung finden. Die Publikation steht als PDF-Download auf der Homepage der Münchner Stelle www.m-u-k.de zur Verfügung, kann dort aber auch in gedruckter Form kostenlos angefordert werden.

Eines dieser Best-Practice-Projekte unter dem Motto 'Low-Budget-Filme - Ein Kurs für Webmaster' stellt etwa vor, wie man mit einfachsten Mitteln (Fotoapparat, kostenloses Schnittprogramm) kleine Filme drehen kann. Dabei eignet sich dieses Modell nicht nur für Webmaster, die die Homepage ihrer Pfarrei gerne mit einem Videoclip attraktiver machen möchten, sondern für Gruppen jeden Alters, von Firmlingen über Lehrer bis zu interessierten Senioren. Der ganztägige Kurs umfasst vier Arbeitseinheiten: Erstens die Themenfindung, zweitens das Aufnehmen des Materials, drittens Schnitt und Gestaltung des Films und viertens die Präsentation des fertigen Produktes. Ergebnisse des Kurses sind Filme zwischen vier und sechs Minuten Länge, wobei es sich sowohl um kurze Spielfilme, aber auch um Dokumentar- oder Trickfilme (vgl. den Screenshot aus einem Film zum Thema 'Gemeinschaft') handeln kann.

Wie bei den anderen in dieser Publikation vorgestellten Projekten, liegt der Hauptakzent bei 'Low Budget' auf dem Erwerb praktischer Medienkompetenz: Wer sich der Medien selbst bedient, kann sowohl ihre Chancen wie ihre Risiken sehr viel treffender beurteilen als iemand, der sie nur von außen betrachtet.

Dieser Erwerb von Medienkompetenz ist auch in direktem Zusammenhang mit dem Verleihangebot der Medienstellen und der medienpädagogischen Beratung zu sehen, die von ihnen geleistet wird. Die von dem Medienzentralen verliehenen Medien stellen eine qualitativ hochwertige Auswahl aus dem Gesamtangebot des Marktes dar, eine Auswahl die immer schon didaktische Möglichkeiten des jeweiligen Mediums und seine Eignung für

die kirchlichen Arbeitsfelder im Blick hat. Zunehmend sind diese Medien mit Zusatzmaterialien ausgestattet, die es den didaktisch und medienpädagogisch kompetenten Nutzern erlauben, den eigenen Medieneinsatz didaktisch präzise vorzubereiten und zu planen.

Die Medienstellen beraten die Nutzer vor Ort und telefonisch in allen Einsatzfragen, stellen aber auch im Internet Recherche-Instrumentarien zur Verfügung. Die bayerischen Diözesen (der Bestand der EMZ Nürnberg ist unter http://www.emzbayern.de/recherche cms/ index.php einsehbar) verfügen über einen gemeinsamen Online-Katalog, der unter www. avmedienkatalog.de aufrufbar ist. Dort kann man das Medienangebot unter verschiedenen Auswahl-Kriterien recherchieren. Eine Warenkorbfunktion erlaubt die direkte Medienbestellung per E-Mail. Darüber hinaus bietet die Seite eine spezielle Suchfunktion, die sich an den Lehrplänen der verschiedenen Schularten orientiert: Wer eine bestimmte Schulart und Jahrgangsstufe sowie ein bestimmtes Lehrplanziel eingibt, erhält jeweils eine qualifizierte Auswahl der zu dieser Zielsetzung zur Verfügung stehenden Medien.

Der sich rasant auch in technischer Hinsicht verändernden Medienwelt wird das im Aufbau befindliche kirchliche Downloadportal www. medienzentralen.de gerecht. Zunehmend liegen Filme nicht mehr nur auf Datenträgern wie DVDs vor, sondern stehen als abspielbare Dateien auf Festplatten und im Internet zur Verfügung. Mit der Verbesserung der medialen Ausstattung in Schulen, Bildungshäusern und Pfarreien wächst die Nachfrage nach online verfügbaren Bildungsmedien rapide. Die Medienzentralen bieten hier in einer Pilotphase noch weithin kostenlos Teilhabe an der Zukunft der Medienarbeit: flexibler, schneller. zeitunabhängiger, nahezu keine Transportkosten erzeugender Zugriff auf gute, unterhaltende und belehrende Medien für alle Arbeitsfelder im kirchlichen und pastoralen Bereich. Vielleicht ist es kein Fehler, abschließend und angesichts der immer wieder aufflammenden Diskussionen um Fragen des Urheberrechts darauf hinzuweisen, dass alle von den kirchlichen Medienstellen zur Verfügung gestellten Medien das Recht zur nicht gewerblichen öffentlichen Vorführung besitzen. Wer sie einsetzt, ist also rechtlich in jedem Fall auf der sicheren Seite.

