

Wie geht eigentlich Medienpädagogik „katholisch“?

Andreas Büsch

Die Aufgaben der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz an der KH Mainz

Unbestreitbar hat die katholische Kirche an verschiedenen Stellen ein Wahrnehmungsproblem: Die „Marke“ ist zwar zu 100 % bekannt, aber die Markenidentität, sprich, was diese alles beinhaltet, ist jenseits sattem Bekanntheitsgrades häufig eher unklar bzw. sogar schlicht unbekannt.

Dies gilt leider auch für den in einer durchweg mediatisierten Gesellschaft zentralen Bereich der Medienpädagogik: Außerhalb kirchlicher Kreise sind die vielfältigen und zum Teil schon auf jahrzehntelange Traditionen zurückschauenden medienpädagogischen Bemühungen weitgehend nicht bekannt.

Die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz hat daher entschieden, für zunächst drei Jahre „ad experimentum“ an der KH Mainz unter meiner Leitung eine zentrale Clearingstelle einzurichten, die sich dieser Problematik annimmt. Globales Ziel ist eine politische und praktische Verortung von Medienkompetenz; konkret soll dazu ein „Netzwerk kirchliche Medienkompetenz-Förderung“ etabliert werden, das vor allem bestehende Aktivitäten bündelt.

Insofern in der im Juni 2011 publizierten medienethischen Schrift „Virtualität und Inszenierung. Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft“ eine entsprechende Selbstverpflichtung ausgesprochen wurde, ist dabei vor allem die Profilierung der spezifischen theologischen und anthropologischen Dimension sowie eine Schärfung der medienethischen Perspektive im Blick.

Aufgaben

Die konkreten Aufgaben der Clearingstelle Medienkompetenz der DBK an der KH Mainz lassen sich in vier Bereiche unterteilen:

1. Im Sinne eines Service-Angebots sollen die bestehenden medienpädagogischen Angebote von Diözesen, Verbänden, Trägern und Institutionen im

Bereich der katholischen Kirche in Deutschland zusammengetragen und gebündelt nach innen und außen präsentiert werden. Derzeit wird eine Datenbank erstellt, die neben kurzen Fachartikeln über die Website medienkompetenz.katholisch.de abfragbar ist und online eine Suche nach Themen, Angeboten und Referenten für eine ortsnahe Beratung zu den unterschiedlichen Bereichen der Medienkompetenz-Förderung ermöglicht.

2. Eine Vernetzung mit kirchlichen wie außerkirchlichen Trägern und Akteuren in den unterschiedlichen Bildungsfeldern wird helfen, die Ressourcen der kirchlichen Medienkompetenz stärker als bisher zu kommunizieren. Neben den „klassischen Feldern“ der Jugend-, Erwachsenen- und Altenarbeit soll dabei ein besonderer Fokus auf bildungsschwache bzw. bildungsferne Milieus gelegt werden, die üblicherweise von medienpädagogischen Projekten eher schlecht erreicht werden. Dabei geht es vor allem darum, gemeinsam mit den Kooperationspartnern die vorhandenen Ressourcen für eine bessere Zielerreichung weiter zu entwickeln.
3. Zur Außendarstellung werden kontinuierlich Theoriebeiträge zur spezifisch kirchlich verstandenen Medienkompetenz publiziert sowie durch die Beteiligung an Kongressen und Tagungen und entsprechende Publikationstätigkeit der Standpunkt kirchlicher Medienpädagogik verdeutlicht.
4. Da dies einer subsidiären Zusammenarbeit zuwiderliefe, wird die Clearingstelle nicht selbst Tagungen und Projekte veranstalten. In Kooperation mit ausgewählten Trägern sollen jedoch Best-Practice-Projekte zur Medienkompetenzvermittlung (z. B. Multiplikatoren-Schulungen) durchgeführt und evaluiert werden, um im Projektzeitraum einen über diesen hinaus gültigen Handlungsleitfaden erarbeiten zu können.

Schwerpunkte

Gemäß den benannten Aufgaben liegt ein Schwerpunkt der Arbeit der Clearingstelle eher „im Verborgenen“ – die vielfältige Netzwerkarbeit mit zahlreichen Kooperationspartnern wird „nur“ sichtbar in Vorträgen, Tagungen oder Kooperationsprojekten, die sich zwangsläufig erst im Laufe des Projektes entwickeln. Schwerpunkt des ersten Projektjahres war daher die Vorstellung der Clearingstelle und ihres Auftrags bei Kooperationspartnern in verschiedenen medienbezogenen Handlungsfeldern, vor allem bei den diözesanen AV-Medien- und Büchereifachstellen, bei Akademien und Verbänden, im Bereich Schulen/Hochschulen etc.

Erfreulich gut funktioniert die Vernetzung auch mit außerkirchlichen medienpädagogisch tätigen Institutionen, von denen hier nur einige genannt werden können:

- Im Förderverein des Internete ABC e.V., einer gemeinsamen Aktion der Landesmedienanstalten, nimmt die Clearingstelle Medienkompetenz offiziell die Vertretung der Katholischen Kirche wahr;
- in der Stiftung Digitale Chancen ist die Clearingstelle ebenso im Beirat vertreten, wie
- im Beirat der Stiftung Medienkompetenzforum Südwest (MKFS), die mit einer Reihe von Projekten, u. a. den namhaften Studien zur Mediensozialisation von Kindern und Jugendlichen KIM, JIM, FIM, miniKIM (siehe www.mpfs.de), dem Ohrenspitzer-Projekt bundesweit bekannt ist.

In diesen und anderen Kooperationen gilt es vor allem, die guten Traditionen und Angebote katholischer Medienpädagogik und Medienbildung in einem weiteren Umfeld bekannt zu machen und dabei die spezifischen Ansätze zur Arbeit mit Medien sowie die theologische Sicht auf Medien zu schärfen und in die fachlichen Diskurse einzubringen.

Ein deutlich sichtbarer Schwerpunkt der Arbeit sind die verschiedenen Online-Präsenzen der Clearingstelle: Erste Anlaufstelle ist die Website, die als Partnerportal von katholisch.de unter <http://medienkompetenz.katholisch.de> erreichbar ist. Eine Facebook- (www.facebook.com/ClearingstelleMedienkompetenz) und Twitter-Präsenz (<https://twitter.com/clearingmedienk>) sowie ein Blog (<http://blog.clearingstellemedienkompetenz.de/>) runden das Online-Angebot ab und ermöglichen den Dialog mit Leitung und Team der Clearingstelle.

Neben inhaltlichen Beiträgen fließt die meiste Arbeit in Aufbau und Pflege einer innovativen Datenbank, in der nicht nur alle kirchlichen Veranstaltungen zu Medienpädagogik und Medienbildung abrufbar sind. Nach einem umfangreichen Relaunch in den letzten Monaten sind dort nun auch qualifizierte Referentinnen und Referenten nach Themengebieten recherchierbar, die für Veranstaltungen kirchlicher Träger anfragbar sind. Ziel dieser Arbeit ist es, im Rahmen der Projektlaufzeit hier einen zentralen und umfassenden Überblick über Medienbildungsangebote der katholischen Kirche in Deutschland zu erstellen – und damit die Frage, wie eigentlich Medienpädagogik „katholisch“ geht, ganz praktisch zu beantworten.

