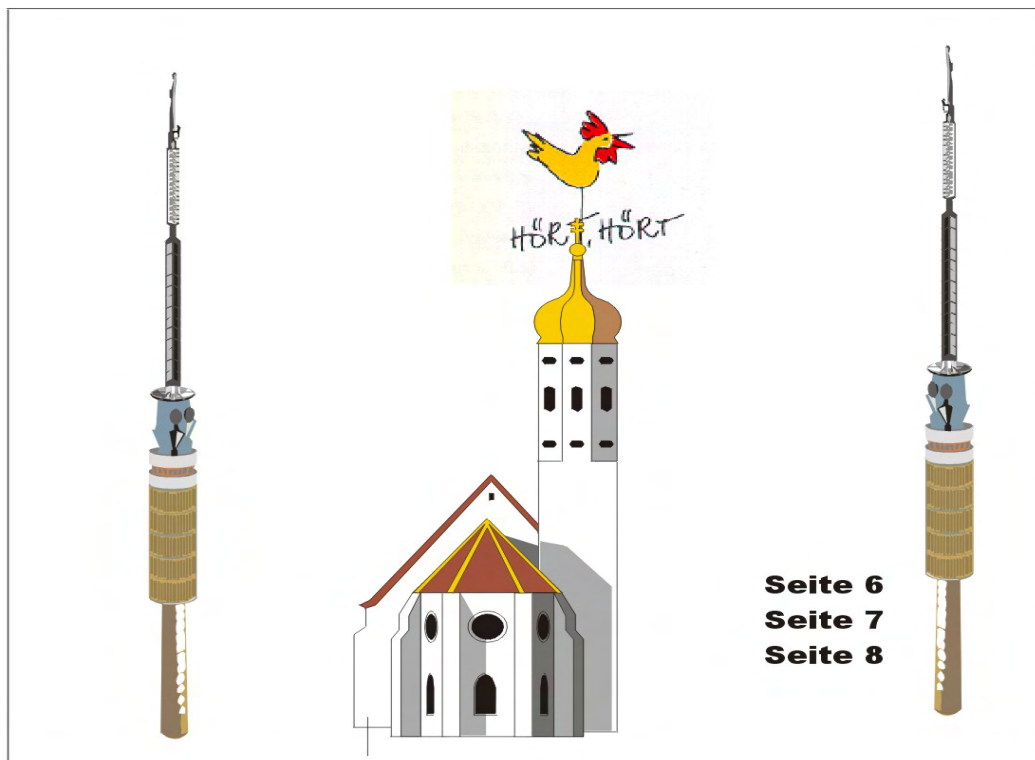


Medien-Dienst Erwachsenenbildung

Nr. 107 -31. Jahrgang - ISSN 0175-629X

3/2008

Katholische Bundesarbeitsgemeinschaft für Erwachsenenbildung



Inhalt

1. Informationen

➤ Was dürfen öffentlich-rechtliche Sender im Internet?	01
➤ Stellungnahme des Zentralkomitees der deutschen Katholiken (ZdK)	01
➤ Print ist tot. Es lebe Print	02
➤ Lebenswelt Netz. Jugendliche und web 2.0	03
➤ Zollitsch beklagt „mediale Heldensuche“	03
➤ Synthetische Welten: Second Life	04
➤ Lust am Glauben	04
➤ Studie: Jugend-Plattformen verletzen Persönlichkeitsrechte	05
➤ Projekt „Medienfluten“ startet an Stuttgarter Schulen	05
➤ Immer mehr Menschen erkranken an Onlinesucht	05
➤ Kirche in den Medien – Wer macht das Image der Kirche?	06
➤ Entscheidung zu einem kircheneigenen Fernsehen steht noch aus	06
➤ Bischof Mixa startet „katholisch1.tv“ im Internet	07
➤ Beauftragter der Bischofskonferenz für katholischen TV-Sender	07
➤ Website zum Paulusjahr	07
➤ Kölner Domradio auf UKW-Frequenz 101,7 Mhz	08
➤ Katholische Radios vereinigt euch!	08
➤ Katholisches Privatrado in der Schweiz	08
➤ Erfolgsfaktor Papst	09
➤ Vatikan startet Bibel-Offensive	10
➤ Bibel-TV will führende Jugend-„Web and TV-community“ werden	11
➤ Deutsche Bibelgesellschaft präsentiert Multimedia-Bibel	11
➤ Tiere der Bibel für Kinder	11
➤ Kirche zeichnet WDR-Themenschwerpunkt „Contergan“ aus	12
➤ Ökumenischer Filmpreis von Cannes für Atom Egoyan	12
➤ Grimme Online Award 2008	12
➤ Arbeitshilfen des Borromäusvereins	13
➤ Medienempfehlungen zum Paulusjahr 2008/2009	13
➤ Medienliste zum Thema „Leben und Sterben in Würde“	13
➤ Aktuelle Ergebnisse der Werbewirkungsforschung	14
➤ EU-Parlament will Bürgermedien stärken	15
➤ „ZeitBILDTheologie. Filmästhetische Erkundungen	16

2. Rezensionen

➤ Hörbuch – ein Medium mit Zukunft	17
➤ Fit für die Öffentlichkeitsarbeit – Ein Praxisbuch für Öffentlichkeitsarbeiter	18
➤ Zweifel. Wenn der Verstand ‚Wirklich?‘ fragt	19
➤ Christen und Muslime Tür an Tür	20
➤ Regeln zum Leben. Die Zehn Gebote	21
➤ Religiöses Kinderbuch der Monate Juli und August	22

3. Verschiedenes

➤ Jetzt rede ich Tacheles – Ägidius Habakuk platzt der Kragen	23
➤ Lorient live	24
➤ Der „Zauberlehrling“ als Rap-Song	24

Beschränkungen für den Online-Auftritt der öffentlich-rechtlichen Sender

Was dürfen die öffentlich-rechtlichen Sender im Internet?

Die Ministerpräsidenten der Länder haben sich Anfang Juni intensiv damit beschäftigt. Unter anderem sollen die Inhalte der Internetangebote grundsätzlich „sendungsbezogen“ sein. Zudem gebe es einen Negativkatalog, was im Internet der öffentlich-rechtlichen Sender «tabu» sei, wie etwa Kontaktbörsen und Beratungsdienste, teilte Hessens Regierungschef *Roland Koch* (CDU) nach den Beratungen über den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag mit. Vorhergegangen war ein kräftiges Lobbying, sowohl der Verleger (unter anderem über Brüssel, wo die zuständige EU-Medienkommissarin *Viviane Reding* von „unlauterem Wettbewerb“ zwischen privaten Verlagen und gebührenfinanzierten Sendern sprach) als auch der öffentlich-rechtlichen Sender (in diesem Zusammenhang interessant der 45-Minuten-Film von *Thomas Leif* im ZDF, den man im Internet noch anschauen kann: www.quotenclicks.de).

Die KEF hatte Anfang Juni noch die Position der Sender in den Finanzbedarf eingeplant; die Ministerpräsidenten haben dem jetzt Grenzen gesetzt.

Denn es geht um Geld. Viel Geld, das man im Internet inzwischen verdienen kann. Die Zeitungsverlage, die seit Jahren in der klassischen Printwerbung Rückgänge verzeichnen müssen, hatten in der vergangenen Zeit kräftig in ihre Online-Auftritte investiert, einige haben eingekauft: Holtzbrinck angelte sich zum Beispiel für mehr als 100 Millionen Euro die wohl größte deutsche Internet-Community „StudiVZ“. Jetzt will man es nicht zulassen, dass gerade in den Bereichen, in denen sich die jungen Zielgruppen tummeln, die Öffentlich-Rechtlichen eigene Angebote schalten. WAZ und WDR schlossen vorausschauend bereits einen Kooperationsvertrag: Kontaktbörsen und Beratungsdienste sollen auf den Seiten von ZDF und ARD verschwinden, und

die Sendungen sollen auf den Mediatheken (ZDF-Mediathek derzeit: mehr als 9 Millionen Downloads/Monat!) nur noch sieben Tage nach deren Ausstrahlung verfügbar sein: Im Internet, wo Kopien und Verlinkungen alltäglich sind, ein nahezu unmögliches Unterfangen. Wer will verhindern, dass User die Sendungen nicht auf U-Tube oder ähnliche Portale stellen? Beide Seiten, einerseits die öffentlich-rechtlichen Sender und andererseits auch die Verleger und privaten Sender, sind mit dem Entwurf nicht zufrieden. So kündigten die Ministerpräsidenten denn auch „Nachbesserungsbedarf“ an: Es läuft wieder hinaus auf eine Entscheidung, die niemandem weh tun soll. Es kommt also, wie es kommen muss in Deutschland: Ein Ziehen und Zerren um Positionen, ohne dass es eine wirkliche medienpolitische Entscheidung gäbe.
Christian Frevel

GKP-Informationen VII/VIII

Zentralkomitee der deutschen Katholiken (ZdK)

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk muss seinem Auftrag auch in Internet und Online-Diensten gerecht werden können

Vor der Entscheidung der Konferenz der Ministerpräsidenten am 12. Juni 2008 über den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag forderte *Klaus Prömpers*, Sprecher für Publizistik und Medienpolitik des Zentralkomitees der deutschen Katholiken (ZdK), den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht durch eine Begrenzung der Abrufmöglichkeiten von Sendungen in den Telemedien auszuhöhlen.

Nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts umfasse der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Unterhaltung, Information, Meinungs- und politische

Willensbildung sowie eine kulturelle Verantwortung. „Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk kommt eine zentrale Aufgabe in unserer demokratischen Ordnung und dem kulturellen Leben in der Bundesrepublik zu. Durch seine Hörfunk- und Fernsehprogramme trägt er wesentlich zum individuellen und öffentlichen Meinungsbildungsprozess bei. Eine starke Einschränkung des Angebots in den Telemedien grenzt den Zugang zu umfassenden, ausgewogenen Informationen unnötig ein und geht am Interesse der Nutzer vorbei“, so *Klaus Prömpers*. Die Verbreitung von Sendungen verlagere sich

derzeit von Radio und Fernsehen hin zu den Telemedien. Sie böten eine Plattform, Hörern und Zuschauern Sendungen in einem viel umfassenderen Maß zugänglich zu machen, als das bisher über Radio und Fernsehen möglich sei. Podcasts und Streamings von Video- und Audioformaten sowie Handy-TV und -Radio ermöglichten eine orts- und zeitsouveräne Nutzung der Angebote und würden besonders von jungen Zielgruppen angenommen. Eine Begrenzung der Verweildauer von Sendungen in den Telemedien auf wenige Tage mache eine langfristige Themendokumentation und vertiefte In-

formation der Konsumenten unmöglich. „Damit gehen gebührenfinanzierte Inhalte für den Meinungsbildungsprozess verloren“, betont Klaus Prömpers. Die Möglichkeit der Verbreitung von Sendungen durch Telemedien nicht zu nutzen, bedeute, die Zukunfts- und Entwicklungsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu beschneiden und seine Relevanz einzuschränken. Das Bundesverfassungsgericht habe zuletzt in seinem „Rundfunkgebührenurteil“

vom 11.9.2007 daran erinnert, dass „der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht auf den gegenwärtigen Entwicklungsstand in programmlischer, finanzieller und technischer Hinsicht beschränkt werden“ dürfe. „Die Finanzierung muss entwicklungs offen und entsprechend bedarfsgerecht gestaltet werden“. Mitgemeint ist dabei auch die Nutzung neuer Übertragungsmöglichkeiten im Internet und anderen Online-Diensten. Im Interesse der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und

mittlerer Zeitungs- und Zeitschriftenverleger müssten die öffentlich-rechtlichen Anstalten sich allerdings auch in ihren neuen Auftritten auf ihr Kerngeschäft konzentrieren: demokratiefördernd den Meinungspluralismus der Gesellschaft wiederzuspiegeln, wie es verschiedenste Verfassungsgerichtsurteile immer wieder fordern, so Klaus Prömpers.

Pressemeldung des ZdK

Print ist tot, es lebe Print

Zeitungen und Zeitschriften können auch im Zeitalter der elektronischen Medien überleben – als Premium-Produkt. Das ist die Kernaussage einer aktuellen Studie der Roland Berger-Unternehmensberater: „Totgesagte leben länger – Printmedien im digitalen Zeitalter,.. Premium-Produkte strahlen Hochklassigkeit schon beim Anfassen und Anschauen aus. Dieses Versprechen lösen sie dann mit exzellenten und exklusiven Inhalten ein. Der Leser weiß zwei Dinge: „Ich muss diese Zeitung lesen, weil ich nur hier finde, was ich brauche, um mehr zu wissen als andere.“ Und: „Ich bin es den Zeitungsmachern wert, dass sie mir hier das Beste bieten.“

Nun sind nicht alle Erkenntnisse der Studie neu und versierte Medienmacher wissen ohnehin seit langem, dass der Abgang auf Print im Web 2.0-Rausch verfrüht war. Dennoch sollten wir uns mit den Botschaften dieser oder ähnlicher Studien intensiv auseinandersetzen. Denn es ist Zeit zu handeln,

gerade für unsere katholischen Verlage. Der seit Jahren anhaltende Leserschwund wird natürlich schon lange tapfer bekämpft und es gibt auch die eine oder andere innovative verlegerische Entscheidung in unserer Branche. Aber: Leider reicht das nicht.

Sie haben Recht: Ich habe hier leicht schreiben. Die Wirklichkeit sieht anders aus in unseren Häusern. Meist fehlen die finanziellen Mittel, regieren Kostendruck oder andere Zwänge. Doch oft fehlt es auch an publizistischen Konzepten. Aber manche dieser Probleme ließen sich lösen: mit mehr Vertrauen in die Zukunft; mit mehr Mut, andere Wege zu gehen und neue Geldquellen zu erschließen; mit mehr Selbstbewusstsein, dass wir als Kirche modern und wie ein weltliches Hochglanzmedium auftreten dürfen. Wir bremsen uns zu lange schon selbst, weil wir zu sehr auf Zahlen schauen: auf die schwindende Zahl von Christen genauso wie auf sinkende Etats in den Bistümern oder anderen Insti-

tutionen. Dabei ist das religiöse Klima gut und vor allem der Hunger nach spirituellen Angeboten groß. Hier liegen Chancen, die wir nicht verspielen dürfen. Unser Leser von morgen kommt nicht aus der Kirche – wir müssen ihn erst einmal in die Kirche ziehen. Der Spagat, die alte Leserschaft zu halten und mit dem gleichen Produkt gleichzeitig eine neue zu gewinnen, ist kaum zu bewältigen. Wir müssen umdenken, umsteuern und vor allem: anfangen, bevor es andere tun und die Leser für sich gewinnen, die wir besser bedienen können. Denn wer, wenn nicht wir, kann den Menschen der säkularisierten Gesellschaft die Qualitäten der Kirche nahe bringen und ihnen die Lebendigkeit des Glaubens und die bereichernde Gemeinschaft der Christen zeigen.

Hildegard Mathies

GKP-Informationen VI/2008

Lebenswelt Netz. Jugendliche und web 2.0

Virtuelle Welten wie „Second Life“ oder Kommunikationsplattformen wie „Lokalisten“ oder „studiVZ“ sind zunehmend im Internet zu finden. Jugendliche nutzen diese Angebote selbstverständlich, Erwachsene tun sich noch oft schwer damit, weil sie deren Nutzen oft nicht verstehen.

Das Schwerpunktthema „Lebenswelt Netz“ der Zeitschrift *merz. medien + erziehung* beschäftigt sich in der Juni-Ausgabe 2008 mit dieser Problematik. Im Folgenden die Kurzzusammenfassung der Themenaufsätze.



Andreas de Bruin Netz-Welten junger Menschen verstehen

Seit einiger Zeit ist eine gesellschaftliche Entwicklung zu konstatieren, die Chancen wie auch Risiken in sich birgt und die es aufmerksam zu beobachten gilt: die zunehmenden Aktivitäten junger Menschen im Internet. Ein Thema ist von besonderer Relevanz, und zwar die Notwendigkeit, die vielseitigen Online-Aktivitäten von Jugendlichen aus der Innenper-

spektive verstehen zu lernen, sprich: aus der Sicht der jungen Netz-Nutzerinnen und -Nutzer. Dieses Verständnis kann als Ausgangspunkt für den bislang noch zu wenig geförderten Dialog mit jungen Menschen fungieren.

Dagmar Hoffmann

Kult und Kultur, Spaß oder auch Ernst?

Inszenierung und Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken

Soziale Netzwerke im Internet erfreuen sich steigender Beliebtheit bei Kindern und Jugendlichen. Sie dienen ihnen nicht nur zur Kommunikation, sondern auch zur Selbstdarstellung und Selbstinszenierung. Anhand einer Analyse des Online-Portals schülerVZ werden Formen, Möglichkeiten und Risiken dieser Aspekte beleuchtet.

Ekkehard Sander und Andreas Lange

„Die Jungs habe ich über die Lokalisten kennen gelernt“

Virtuelle Freundschaften oder Intensivierung der örtlichen Vernetzung unter Gleichaltrigen?

Elektronisch basierte „Soziale

Netzwerke“ boomen. Damit rücken in den öffentlichen Diskussionen die Fragen nach der ökonomischen Verwertung ebenso in den Vordergrund wie die damit verbundenen Probleme des Datenschutzes. Unter einer medienpädagogischen und jugendsoziologischen Perspektive geht es um die Risiken und Chancen für die Jugendlichen. Der Beitrag rekonstruiert, wie heranwachsende Jungen und Mädchen die neuen Möglichkeiten der elektronisch lancierten lokalen Netzwerke in ihren sozialen Beziehungen nutzen und wie sie diese einschätzen.

Andreas Kirchhoff

Wohlgeordnete Freiheit

Online-Spiele als Sozialisationsräume

Digitale Spielwelten üben eine große Faszination auf Jugendliche aus und führen immer wieder zu Bedenken von Eltern, pädagogischen Fachkräften und der Öffentlichkeit. Der Beitrag gibt Einblick in Bedeutung und Entwicklung von Online-Spielen aus Perspektive der Produzierenden und Konsumierenden.

Franz Haider

Zollitsch beklagt „mediale Heldensuche“

Eine „mediale Heldensuche“ hat Erzbischof *Robert Zollitsch* beklagt. Durch Idole, die mit Hilfe einer gigantischen Inszenierungsmaschinerie künstlich erzeugt würden, präge die Medien weit viele Menschen, insbesondere Kinder und Jugendliche, sagte der Vorsitzende der Deutschen Bischofskonferenz. Nicht selten, so Zollitsch, würden junge Zuschauer auch unter

Druck gesetzt. So würden in professionell inszenierten Castingshows die sogenannten neuen Superstars oder Topmodels gewählt. Hier werde festgelegt, was „in“ und was „out“ sei. Die jeweiligen Gewinner seien in der Regel Stars auf Zeit, ihr Verfallsdatum als Vorbild sei bereits vorgegeben. Mit Beginn einer neuen Staffel verblasse das mediale Interesse und damit der

Ruhm der oftmals noch so jungen Idole. Der Freiburger Erzbischof rief dazu auf, Kinder- und Jugendliche an die als verbindlich geltenden Normen und Werteideale heranzuführen. Das sei nötig, wenn langfristig gesellschaftliches Zusammenleben gelingen solle. Auch bedürfe es der schon frühzeitigen Vermittlung von Glaubensvorstellungen, betonte Zollitsch.

Synthetische Welten: Second Life

Ergebnisse einer explorativen Grundlagenstudie am Beispiel von „Second Life“

In der vorigen Ausgabe des Medien-Dienst EB wurde ein Erfahrungsbericht von Franz Haider über sein Leben als Avatar in „Second Life“ vorgestellt. *Rolf Amann* und *Dirk Martern* haben sich in der Ausgabe 5/2008 der Fachzeitschrift *Media Perspektiven* ebenfalls mit dieser virtuellen Welt befasst und stellen ihre explorative Grundlagenstudie vor. Im Folgenden die Zusammenfassung ihrer Ergebnisse.



Durch extensive Berichterstattung in vielen Medien entwickelte sich in der ersten Hälfte des Jahres 2007 ein regelrechter Hype um so genannte synthetische Welten wie etwa Second Life. Innerhalb weniger Monate wuchs die Zahl der registrierten Nutzer von Second Life dramatisch an. Negative Berichte in den Medien sorgten allerdings nach kurzer Zeit wieder für einige Ernüchterung, unter anderem weil bekannt wurde, dass nur etwa 5 Prozent der Registrierten auch tatsächlich aktive Teilnehmer

bei Second Life sind. Das bedeutet, im Mai 2008 waren weltweit durchschnittlich rund 60 000 Nutzer (bei über 13 Millionen Registrierten) zum selben Zeitpunkt bei Second Life aktiv. Die Nutzerschaft von Second Life ist damit eine bisher sehr überschaubare, aber teilweise sehr intensiv und mit großem Zeitaufwand in der virtuellen Welt aktive Minderheit.

Gegenüber herkömmlichen PC- oder Konsolenspielen besitzen synthetische Welten spezifische Reize: Die Nutzer können virtuelle Gegenstände, Landschaften, Gebäude, Kleidungsstücke mittels eines „3DTools“ erzeugen. Es gibt kein ausdifferenziertes Spielszenario, sondern die Nutzer gestalten ihre virtuellen Personifikationen, die Avatare, die synthetische Welt eigenständig aus, organisieren sich in Gruppen und Gemeinschaften und entwickeln eigene Regelwerke. Es existiert ein vollständiger Wirtschaftskreislauf, Wechselstuben tauschen virtuelles Geld in reale Währungen um und umgekehrt.

Insgesamt weist die Stichprobe der vorliegenden Untersuchung ein Durchschnittsalter von 36 Jahren

auf (über 50-Jährige stellen dabei einen Anteil von immerhin 10 Prozent); auch Bildungsniveau und Einkommen liegen deutlich über dem Bevölkerungsdurchschnitt. Die Nutzungsfrequenz ist hoch, die durchschnittliche Dauer der Besuche beträgt bei den Befragten 3,7 Stunden an Werktagen und 5,1 Stunden am Wochenende. Wöchentliche Nutzungsdauern von über 30 Stunden sind keine Seltenheit. Das Zeitbudget für die Nutzung anderer Medien und auch für weitere Freizeitaktivitäten wird dadurch verändert, Teilnehmer von Second Life sehen unter anderem weniger fern als vorher.

Ein wichtiger Teil der Motivation der befragten Teilnehmer ergibt sich daraus, virtuelle Kontakte in das reale Leben der Nutzer zu übertragen oder umgekehrt reale Kontakte im virtuellen Raum zu pflegen. Weitere Anreize sind die Möglichkeit, alternative Verhaltensmodelle auszuprobieren oder auch Geschäftsmodelle zu testen. Letzteres ist mit ein Grund, warum inzwischen auch Unternehmen und viele Freiberufler in Second Life aktiv sind.

Lust am Glauben

Das Netz ist um ein katholisches Web-Angebot reicher. Internetnutzer können auf der Seite www.glaubenslust.de eine Menge über das Kirchenjahr, über politische und gesellschaftliche Ereignisse aus katholischer Sicht, über Glaubensfragen und Lebenshilfe erfahren. Macher dieses Portals ist das Unternehmen „lorenzspringer medien“ mit dem Journalisten

Andre Lorenz an der Spitze. Dieses neue Internetportal wurde mit prominenter Unterstützung gestartet. Per Video richtete Jugendbischof *Franz-Josef Bode* ein Wort an die Nutzer-Gemeinde. Benediktiner und Bestsellerautor *P. Anselm Grün* beantwortet Glaubensfragen. Jesuitenpater *Eberhard von Gemmingen*, Chefredakteur der deutschsprachigen Sektion

von Radio Vatikan, informiert über aktuelle Vorgänge rund um den Heiligen Stuhl. Sodann äußern sich auf dem „glaubenslust“-Portal der Theologe *Paul Zulehner* sowie Dominikanerschwester *Jordana Schmidt*. Interessierte haben die Möglichkeit, sich mit anderen Nutzern zum Meinungsaustausch zu vernetzen.

GKP-Informationen VI/2008

Studie: Jugend-Plattformen verletzen Persönlichkeitsrechte

Neben neuen Chancen für Kommunikation und Kreativität bringen jugendnahe Internetplattformen auch deutliche Probleme. Wie eine vom Institut für Medienpädagogik (JFF) veröffentlichte Studie ergab, zeigen einige Online-Angebote wenig Sensibilität gegenüber den Persönlichkeitsrechten der Nutzer. So seien wie auf „Kwick“ individuelle und personenbezogene Daten ohne Anmeldung abrufbar. Weiter beklagt die Studie, dass oft unklar sei, wer Autor einer Produktion oder Meinungsäußerung ist. Dies erschwere Jugendlichen die Bewertung und Einordnung, beispielsweise auf

„YouTube“. Zudem drohe ähnlich wie beim Handy die „Kostenfalle Internet“. So gebe es etwa bei „Habbo“ zwar eine Gratis-Anmeldung, interessante Angebote seien dann aber nur noch gegen Bezahlung zugänglich.

Gleichwohl kommen laut JFF die Plattformen dem Bedürfnis von Jugendlichen entgegen, sich dort zu amüsieren, sich in Beziehung zu anderen zu setzen und selbst zur Geltung zu bringen. Dies erkläre die hohen Zugriffszahlen. So ermöglichten Angebote mit kommunikativem Schwerpunkt wie „SchülerVZ“ oder www.lokalisten.de den Austausch mit Gleichaltrigen

und Gleichgesinnten. Auf produktiv orientierten Plattformen wie „YouTube“ oder „flickr“ könnten junge Menschen sich selbst und ihre Produkte einer Teilöffentlichkeit zugänglich machen. Für die Studie wurden laut JFF 83 verschiedene Plattformen erfasst und davon 20 im Detail analysiert. Dabei handele es sich um die Ergebnisse einer ersten Untersuchung. Ein zweiter Teil solle die Bedeutung von kommunikativem und produktivem Medienhandeln Jugendlicher für ihre realen Lebensvollzüge aufzeigen.

GKP-Informationen VII/VIII

Projekt „Medienfluten“ startet an Stuttgarter Schulen

Ein neues praxisorientiertes Projekt „Medienfluten“ zur nachhaltigen und praxisorientierten Medienerziehung im Schulalltag startet an Stuttgarter Haupt- und Realschulen. Das Projekt soll ab dem kommenden Schuljahr die Schüler befähigen, ihre Nutzung von Handy, Internet, Fernsehen und Computerspielen zu hinterfragen und ihnen einen reflektierten Umgang mit Medien nahebringen, erklärten die Initiatoren des Projekts, der Caritasverband Stuttgart, der Förderverein Kinderfreundliches Stuttgart und die „Stuttgarter Zeitung“.

Der Projektleiter, Jürgen Jankowitsch, hob hervor, Jugendliche wüchsen heute selbstverständlich mit neuen Medien auf und seien

häufig im Umgang mit ihnen geübter als Erwachsene. Dies mache sie jedoch nicht medienkompetent, so der Caritasmitarbeiter. Deshalb wolle das 50.000 Euro teure Projekt mit den Themen Medienkunde, Medienkritik und Mediennutzung Schüler der Klasse sieben sowie Eltern und Lehrer für den Medienkonsum sensibilisieren und Medienkompetenz vermitteln. Es besteht den Angaben zufolge aus fünf Unterrichtseinheiten unter Heranziehung von Experten. So seien während des Unterrichts neben dem Klassenlehrer auch Schulsozialarbeiter und Medienschaffende anwesend. Beleuchtet würden Casting-Shows; es gebe Filmanalysen, und die Jugendlichen müssten ihr persönliches

Medientagebuch erstellen, worin sie über einen Zeitraum von einer Woche ihren Medienkonsum dokumentieren. Um die zehn zur Verfügung stehenden Projektplätze können sich alle Stuttgarter Haupt- und Realschulen bewerben. Ziel sei es, so die Initiatoren, das Projekt in den nächsten fünf Jahren an allen etwa 50 Stuttgarter Haupt- und Realschulen durchzuführen. „Es geht darum, der Gefahr des Medienkonsums entgegenzuwirken“, so Jankowitsch. Viele Kinder und Jugendliche befänden sich bereits in medialen Parallelwelten, zeigten soziale Auffälligkeiten oder Suchtverhalten.

GKP-Informationen VII/VIII

Immer mehr Menschen erkranken an Onlinesucht

Schon heute gibt es zwei Millionen Internet-Abhängige in Deutschland. Das erklärten Experten bei einer Anhörung des Bundestags-Kulturausschusses. Die Sachverständigen forderten unter

anderem bessere Therapieangebote. Sowohl Politiker als auch Psychologen forderten bei der Anhörung, die Weltgesundheitsorganisation WHO und der Staat müssten Onlinesucht als Krankheit aner

kennen, damit eine Finanzierung von Therapien durch die Krankenkassen ermöglicht werde.

GKP-Informationen VI/2008

Kirche in den Medien

Wer macht das Image der Kirche?

Darüber sprachen im Vatikan Medienleute und Unternehmensberater bei einer Tagung der deutschsprachigen Abteilung von Radio Vatikan und der Benedictus-Stiftung. Tenor: Deutschsprachige Medien berichten mitunter sehr selektiv über kirchliche Angelegenheiten. Beispielsweise ist derzeit viel von finanziellen Problemen der Kirche die Rede, von Umstrukturierungen und Pfarrzusammenlegungen. Dabei ist am Zustand der Kirche über die Jahre betrachtet zunächst einmal der Rückgang der Gläubigen dramatisch, weniger aber der Rückgang an finanziellen Mitteln – den gibt es nämlich bei näherer Betrachtung gar nicht, sagt der Unternehmensberater *Thomas von Mitschke-Collande*, Fachmann für die katholische Kirche bei McKinsey in München. „Tatsächlich haben sich aber die finanziellen Ressourcen in den vergangenen 40 Jahren nahezu vervierfacht.“

Das eigentliche Problem der Kirche ist der Rückgang der Partizipation, der Bindung. Das heißt, nur noch 14 Prozent der Katholiken gehen regelmäßig in die Kir-

che, vor 40 Jahren waren es noch knapp 50 Prozent. Wir müssen davon ausgehen, dass dieser Trend weitergeht. Nicht so sehr die Austritte, sondern mangelnde Taufen. Wir haben heute rund 25 Millionen Katholiken in Deutschland (was rund 30 Prozent entspricht). In zehn oder 15 Jahren ist eine Zahl von 20 Prozent durchaus realistisch.“

Für die Kirche gilt es zunächst, diese Diagnose zu akzeptieren, empfiehlt der Unternehmensberater – und dann Strategien zu entwickeln, sich wieder sinnvoller ins Gespräch zu bringen. Denn die Krise der Kirche äußert sich auch darin, dass sie in den Massenmedien praktisch kaum vorkommt. „Kirche ist präsent in lokalen Zeitungen mit Glockenweihen und dergleichen, in den breiten überregionalen ist sie nur noch mit großen Ereignissen präsent, oder wenn irgendwelche Fehlverhalten stattfinden. Im Fernsehen findet Kirche nur noch zur späten Abendstunde statt, für einen kleinen Kreis aufgeklärten, christlich interessierten Bildungsbürgertums.“

Kirche muss sich auseinandersetzen mit der sie umgebenden säkularisierten Gesellschaft, in der sie auch in Konkurrenz mit anderen sinnstiftenden Organisationen steht. Dabei hat die Kirche durchaus überzeugende Stärken, die sie von „Mitbewerbern“ aller Art abhebt, sagt Mitschke: Das sind nicht nur ihre alten Strukturen, sondern vor allem ihr Personal. „Kirche wird in ihren Botschaften dann glaubwürdig, wenn sie von Menschen kommt. Es sind nicht die Steine und nicht die Konzerte, die ihnen täglich in ihren Nöten, Sehnsüchten beistehen. Deshalb geht es darum, sich sehr stark am Menschen zu orientieren und ihn in den Mittelpunkt zu stellen. Die Kirche ist für den Menschen da, und nicht der Mensch für die Kirche. Das ist für mich auch eine konsequente Wiederentdeckung des Gläubigen. Wir haben teils zu stark Bewegungen gehabt: auf der einen Seite Kirche, auf der anderen die Gläubigen. Der Gläubige ist nicht nur ein Verbraucher von Glauben, sondern er produziert ihn und gibt ihn weiter.“ (rv)

Entscheidung zu einem kircheneigenen Fernsehsender steht noch aus

Die Kirche braucht nach Einschätzung des katholischen Medienbischofs *Gebhard Fürst* möglichst viele unterschiedliche Medien, um die Botschaft des Evangeliums zu verbreiten. Das erklärte der Rottenburger Oberhirte in der TV-Talksendung „Alpha und Omega“ eines katholischen Privatsenders in Stuttgart. Es gebe inzwischen im Fernsehbereich viele TV-Kanäle, die sich mit Sinnfra-

gen und Religiösem beschäftigten, auch zahlreiche esoterische Sender. „Wenn die katholische Kirche da nicht vorkommt, dann haben wir unsere Verantwortung nicht richtig wahrgenommen.“, so der Bischof. Fürst räumte zugleich ein, dass die Kirche „kein zweites ZDF auf die grüne Wiese stellen“ könne. Aber die Digitalisierung verändere die Aufnahmetechnik so, dass Fernsehen preiswerter sei und

trotzdem mit Brillanz gesendet werden könne. Inzwischen gebe es auch eine Machbarkeitsstudie zu einem eigenen Fernsehkanal der katholischen Kirche, die bereits unter den Bischöfen und in der Publizistischen Kommission beraten worden sei. Eine abschließende Entscheidung zu einem kircheneigenen Fernsehsender sei aber bisher noch nicht gefallen, erklärte Fürst.

Bischof Mixa startet „katholisch1.tv“ im Internet

Die Augsburger Mediengruppe Sankt Ulrich Verlag bietet ab sofort ihr eigenes Internetfernseh-Portal an. Der Augsburger katholische Bischof *Walter Mixa* und der Geschäftsführer der diözesanen Mediengruppe, *Dirk Hermann Voß*, gaben den Startschuss für das Projekt. Unter www.katholisch1.tv ist das gleichnamige TV-Nachrichten-Magazin nun auch rund um die Uhr online zu sehen. Bereits seit Mitte Januar wird es jeweils samstags um 20.15 Uhr über digitalen Satellit (ASTRA 1 F) ausgestrahlt. Danach folgt jeweils um 20.45 Uhr die Sendung „Logos – Lesetipps für Christen“.

Beide Sendungen sind im Internet abrufbar. Dazu kommen täglich aktualisierte Text-Nachrichten aus dem Leben der katholischen Kirche. Mixa betonte, das neue Angebot solle kirchlich interessierten Zuschauern eine zuverlässige Informationsquelle im Zukunftsmedium Internet bieten. Projektleiter *Ulrich Bobinger* hat nach Angaben der Diözese ein Netz von Videoreportern in Deutschland aufgebaut. Außerdem greife der neue katholische Internet-Sender auf die Redaktionsbüros der Mediengruppe Sankt Ulrich Verlag in Berlin, Köln, Regensburg, Augsburg und Kempten zurück. Geschäftsführer

Voß kündigte an, in Berlin und Köln bis zum Jahresende je ein „kleines aber leistungsfähiges TV-Studio“ errichten zu wollen. Aus der Bundeshauptstadt seien ebenso wie aus Rom Live-Übertragungen geplant. Außerdem arbeite katholisch1.tv mit dem Centro Televisio Vaticano zusammen und sende neben Nachrichten und Beiträgen wöchentlich in der Rubrik „Rom und die Welt“ die Mittwochsansprache von Papst Benedikt XVI.

Beauftragter der Bischofskonferenz für katholischen TV-Sender

Für die Einrichtung eines eigenen katholischen Fernsehsenders plädiert der Fernsehbeauftragte der Deutschen Bischofskonferenz für das Privatfernsehen, *Dietmar Heeg*. „Das Fernsehen und das Internet sind die Marktplätze der modernen Gesellschaft. Wer gehört werden will, muss dort seinen Stand aufbauen“, schreibt Heeg in einem Beitrag für die Monatszeitschrift „Herder Korrespondenz“.

Heeg ist seit Oktober 2000 Bischofskonferenz-Beauftragter für RTL und seit 2003 kommissarisch auch für SAT. 1/Pro Sieben. Ein eigener Kanal könnte die Bedürfnisse nach täglichen Gottesdienstübertragungen und anderen liturgischen Formen befriedigen und das Informations-, Service- und Seelsorgebedürfnis vieler Menschen decken, so Heeg. Nach seinen Worten ist ein Fernsehen

für rund 26 Millionen Katholiken in Deutschland eine Herausforderung, sich allen Zielgruppen, die unter den Mitgliedern zu finden seien, zu stellen. Es gebe genügend Beispiele im In- und Ausland, die belegten, dass man auch mit nur fünf Millionen Euro im Jahr ein ordentliches Programm machen könne.

Webseite zum Paulusjahr

Die Deutsche Bischofskonferenz schaltet eine eigene Webseite zum Paulusjahr frei. Unter www.dbk-paulusjahr.de sind ab sofort Grundinformationen über Paulus, seine Schriften und zahlreiche Themenvorschläge und Praxishilfen abrufbar. Anlass ist die 2000-Jahrfeier der Geburt des

Völkerapostels und das dazu von Papst Benedikt XVI. ausgerufene Jubiläumsjahr vom 28. Juni 2008 bis zum 29. Juni 2009. In dieser Zeit sollen nicht nur die Person des heiligen Paulus, seine Tätigkeiten und seine zahlreichen Reisen, sondern auch seine Lehre und Spiritualität neu entdeckt werden, schrei-

ben die Bischöfe in einer Mitteilung an die Presse. Auf der Internetseite gibt es außerdem Literatur- und Materialhinweise, bibelpastorale und liturgische Anregungen sowie diözesane und überdiözesane Veranstaltungstermine und aktuelle Nachrichten. (pm)

Prominente lesen Heiligengeschichten

Das Bonifatiuswerk der deutschen Katholiken hat ein neues Kinder-Hörbuch mit Texten und Liedern über Helden und Heilige herausgegeben. Auf der CD „Himmelswege“ sind Schauspieler wie *Rosel*

Zech, Nadja Uhl, Michael Degen, Peter Sodann und Hardy Krüger jun. zu hören. Zu den Vorlesern gehören auch Persönlichkeiten wie Kardinal *Karl Lehmann*, Kabarettist *Erwin Grosche* oder *Armin*

Maiwald von der „Sendung mit der Maus“. Weitere Infos unter www.bonifatiuswerk.de

Kölner Domradio auf UKW-Frequenz 101,7 Mhz

Das Kölner Domradio hat den Zuschlag für die lokale UKW-Frequenz 101,7 Mhz bekommen. Der Sender der Erzdiözese Köln wird damit schon in den nächsten Tagen im Kölner Stadtbereich zu hören sein. Beim Vergabeverfahren setzte sich Domradio gegen

sieben Mitbewerber aus ganz Deutschland durch. Kardinal *Joaachim Meisner* sagte, die vergangenen acht Sendejahre hätten gezeigt, dass das Domradio ein professioneller, hörbarer und anspruchsvoller Sender für die ganze Familie sei. „Das Radio bringt unsere

christliche Position tagesaktuell in den gesellschaftlichen Dialog ein.“ Das Programm soll künftig weiter ausgebaut und der Empfang optimiert werden. So läuft derzeit im hessischen Fulda ein weiteres Vergabeverfahren für eine UKW-Frequenz. (pm)

Katholische Radios, vereinigt euch!

Was macht einen katholischen Radiosender aus? Über diese Frage wurde drei Tage lang im Vatikan debattiert. Vertreter kirchlicher Radiostationen aus der ganzen Welt nahmen an dem vom Päpstlichen Medienrat organisierten Treffen teil. Der Präsident des Rates, Erzbischof *Claudio Maria Celli*, wünscht sich mehr Zusammenarbeit in der kirchlichen Medienarbeit. „Es könnte interessant sein, mögliche Synergien weiter zu verstärken. So können wir unsere Reichweite erweitern und ein besseres und umfangreicheres Pro-

gramm anbieten, das dann dazu beiträgt, die menschlichen Werte zu fördern und die Solidarität unter den Völkern. Das bedeutet auch eine Stärkung des Evangelisierungsauftrags.“ Die Entwicklungen der katholischen Medien sind in globaler Perspektive sehr unterschiedlich: „In Lateinamerika zum Beispiel gibt es etwa 3.000 katholische Radiosender. In Afrika sind es gerade einmal 150! Das hängt auch mit politischen Schwierigkeiten vor Ort zusammen. Manche Regierungen dulden keine weltanschaulich geprägten Sender und

folglich auch keine kirchlichen Radiokanäle. Das gilt übrigens nicht nur für die katholische Kirche, sondern für alle Religionen, die etwas im Radiobereich machen wollen.“

An dem Kongress an der Urbaniana-Universität nahmen aus Deutschland u.a. der Geschäftsführer der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischöfe, *David Hober*, sowie der Chefredakteur des Kölner Domradio, *Ingo Brüngenjürgen*, teil. (rv)

Katholisches Privatrado startete in der Schweiz

Der katholische Schweizer Privatsender „Radio Gloria“ startete am 13. Mai ein Vollprogramm, das über Satellit und Internet sowie in der Schweiz auch im Kabel zu empfangen ist. Das teilte der neue Radiosender mit. Unterstützt werden die Schweizer Radiomacher durch das Hilfswerk „Kirche in Not“ mit zugelieferten Programmen. Auch die Sendungen und Direktübertragungen von Radio

Vatikan sollen im Programm stehen. Damit wurde erstmals ein schweizweites katholisches Radio in Betrieb genommen. Programmchef des katholischen Senders ist der Priester *Martin Rohrer*. Gegenüber Radio Vatikan erklärt er die Hauptaufgaben des neuen Radios. „Radio Gloria will eigentlich die verschiedensten Bereiche des Glaubens, aber auch des Lebens im Glauben abdecken. Dazu zählen

vor allem die Liturgie, aber auch das Gebet und die Spiritualität. Wir bringen die Glaubensverkündigung und Lebenshilfe durch den Äther. Bei Radio Gloria wird es aber auch Musik zu hören geben. So hoffen wir, dass wir möglichst verschiedene Menschen damit ansprechen können.“ Informationen zum Programm unter www.radiogloria.ch (rv)

Bischöfe der Schweiz plädieren für bessere Medienarbeit

Die Bischöfe wollen die Medienarbeit der Kirche verbessern. Dabei denken sie an mehr Qualität und mehr Quantität gleichzeitig. Eine Arbeitsgruppe soll Vorschlä-

ge für eine bessere Kommunikation der Kirche nach außen machen, beschlossen die Schweizer Bischöfe auf ihrer Vollversammlung im Kloster Einsiedeln. Bei dem

Treffen forderten sie auch mehr Pilgerfahrten ins Heilige Land und freuten sich über die bevorstehende Seligsprechung von Schwester Maria Bernarda Bütler. (pm)

Erfolgsfaktor Papst

In der Gesprächsrunde auf dem Katholikentag über die Internetseelsorge waren überraschende Thesen zu hören

Bei einer Podiumsdiskussion der Gesellschaft katholischer Publizisten fällt kein Wort über die kritische Distanz, mit der deutsche Journalisten das Pontifikat Johannes Pauls II. zu begleiten pflegten. Im Gegenteil: Den Teilnehmern ist sichtlich an einer friedlichen Würdigung vatikanischer Bemühungen gelegen. Kein Wort über Zeiten, in denen das Zentralkomitee schwarze Tage für den Laienkatholizismus in Deutschland witterte.

Norbert Kebekus, Referent für Internetseelsorge im Erzbistum Freiburg, schreibt es sogar in erster Linie dem Papst aus Polen zu, dass die anfangs massiven Bedenken innerhalb der katholischen Kirche in Deutschland gegenüber der Internetseelsorge schließlich geringer wurden. Als „Durchbruch“ bezeichnet Kebekus die Botschaft zum 26. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel 2002: „Das Internet – ein neues Forum zur Verkündigung des Evangeliums“. Eine bemerkenswerte These, denn wer hätte hierzulande gedacht, dass ein römisches Schreiben in deutschen Ordinariaten einen grundlegenden Sinneswandel bewirken kann? Offensichtlich alle auf dem Podium und im Saal, denn auf keiner Seite gibt es Rückfragen oder erstaunte Reaktionen.

Mittlerweile gehört die beratende und verkündigende Internetseelsorge zum allgemein anerkannten pastoralen Instrumentarium und erreicht mit Erfolg die Zielgruppe der 15- bis 35-Jährigen. Dabei geht es auch um „explizite Glaubensfragen“. Die Seelsorger auf dem Podium berichten von Konversionen und Wiedereintritten in die katholische Kirche. Im Publikum steht außer Frage: Nicht nur mit Weltjugendtagen, sondern auch online hat der mitunter der Rückständigkeit bezichtigte Johannes Paul II. den Pastoralstrate-

gen offensichtlich gezeigt, wie moderne Seelsorgestrategien aussehen. Auch Kapuzinerpater Paulus Terwitte spart nicht mit Lob für den Vatikan und erinnert daran, dass der Zwergstaat einen der weltweit ersten nicht militärisch genutzten Server in Betrieb nahm. Friedliche Mission auf päpstliche Art: Christian Frevel von der Gesellschaft katholischer Publizisten (GKP) verwies am Beispiel virtueller Tanzräume auf die mehr oder minder kommerziell ausgerichtete Seite vieler Chat-rooms.

Wer weiß, ob die Christen eines Tages im „second life“ der virtuellen Wirklichkeit mit dem Nachfolger Petri die Vesper oder die Komplet beten können? Viele säßen zweifellos gern einmal mit dem Papst im Internetgebetsraum, auch wenn Terwitte die Ambivalenz der neuen Wirklichkeit beklagt. Zwar seien online-Foren einerseits Herz-zu-Herz-Kommunikation, doch schlossen sie die Armen aus. Terwitte sieht eine virtuelle Exkommunikation für alle, die sich die Teilnahme an den Internetwelten der Wohlhabenden nicht leisten können.

Nicht nur aus diesem Grund herrschte auf dem Podium Konsens darüber, dass das Fach Medienerziehung dringend auf den Stundenplan deutscher Schüler gehört. An Anregungen für die Medienerziehung fehlte es nicht, auch wenn das Fach noch nicht auf dem Stundenplan steht. Doch ein erfolgreicher Medienunterricht könnte an den Schulen Tugenden wieder ins Gespräch bringen, deren Vermittlung in der zeitgenössischen Pädagogik weitgehend verpönt ist. Terwitte nannte mit Blick auf den Medienkonsum sowohl „Schamhaftigkeit“ als auch „Askesse“. Der Gedanke, dass vielfach verschüttete christliche Erziehungsleitsätze im virtuellen Raum

wiederentdeckt werden könnten, wirkte pikant.

Gehört das Feindbild Rom in den Köpfen vieler katholischer Medienleute endgültig der Vergangenheit, an? Der nach Ansicht des Freiburger Moraltheologen Eberhard Schockenhoff mit der Internetnutzung angestrebten Horizontweiterung sind einige im Pontifikat des deutschen Papstes offensichtlich nähergekommen. Der 97. Katholikentag hat gezeigt, dass es sich kein kluger Kopf in den katholischen Medien leisten kann, den Papstfaktor zu unterschätzen.

(Regina Einig - Die Tagespost, 27. Mai 2008, - gekürzt; bereitgestellt von GKP-Informationen VII/VIII 2008)

Vatikan startet Bibel-Offensive

Mit einer Bibel-Offensive will die katholische Kirche die Bedeutung der Heiligen Schrift für die eigenen Gläubigen, aber auch für ihren Kontakt zu den anderen Religionen und Kulturen aufwerten.

Dabei wolle man besonders die Rolle der Bibel als Quelle für Freiheit und Frieden, für Gerechtigkeit, Menschenrechte und den Schutz alles Geschaffenen deutlich machen, heißt es im Arbeitspapier zur Weltbischofssynode im Herbst. Die XII. Ordentliche Generalversammlung der Synode steht vom 5. bis 26. Oktober unter dem Motto: „Das Wort Gottes im Leben und in der Sendung der Kirche“.

Ausdrücklich warnt das mehr als 90-seitige Dokument vor einer fundamentalistischen Bibelinterpretation, die die geschichtliche Dimension der Offenbarung leugnet oder in eine engstirnige Wörtlichkeit flieht. Das Wort Gottes der ganzen Bibel müsse im Leben und der Sendung der Kirche den ersten Platz einnehmen. Dazu zählt der Vatikan eine der Kultur, den aktuellen Lebensumständen und den Erfordernissen der Zeit angemessene Pädagogik und Vermittlung. Denn letztlich richte sich das Heilswort Gottes an jeden Menschen. Aufgabe der Kirche sei es, dieses Wort allen Völkern als „gute Nachricht der Befreiung, des Trostes und des Heiles bekannt“ zu machen. Das müsse im Dialog innerhalb der Kirchen und mit den anderen Religionen und darüber hinaus auch mit anderen Kulturen geschehen. Auf Basis einer Umfrage bei allen Bischofskonferenzen und Ordensgemeinschaften registriert die Synode in ihrem Vorbereitungspapier bei den Gläubigen zwar eine Vertrautheit mit der Bibel. Allerdings sei und bleibe deren Kenntnis oft nur oberflächlich oder gar verkürzt. Mit Nachdruck unterstreicht das Papier die Verbindung von Tradition, Schrift und Lehramt. Letztlich sei es Aufgabe des Lehramtes der Kirche, das Wort Gottes „verbindlich zu erklären“.

Gegen „ideologische Bibellese“

Die Synode, an der im Herbst rund 300 von den Bischofskonferenzen gewählte und vom Papst bestimmte Bischöfe und Experten teilnehmen, erwartet von der „Wiederentdeckung des Wortes Gottes“ auch eine Erneuerung der Kirche. So könne sie mit „neuer Dynamik ihre Sendung der Evangelisierung und der Förderung des Menschen erfüllen“. Dazu brauche es, ergänzt durch andere Zugangsweisen, die historisch-kritische Methode. Ausdrücklich warnt es vor „eigensinnigen und verkürzten“ Interpretationen und vor einer „ideologischen Bibellese“. Diese folge ohne Blick auf den Glauben allzu leicht einem nur „engen geistlichen, sozialen oder politischen oder einfach einem menschlichen Vorverständnis“. Die extreme Form eines fundamentalistischen Umgangs mit der Bibel finde sich vor allem bei Sekten, führt das Papier aus. Dort werde „die Schrift dem dynamischen und belebenden Wirken des Geistes entzogen, und die Gemeinschaft stirbt mehr und mehr ab“. Letztlich bleibe nur noch eine geschlossene Gruppe, die in sich selbst keine Unterschiede und Pluralität mehr zulasse und eine aggressive Haltung gegenüber anderen Denkweisen zeige.

Die Synode will laut Arbeitspapier deutlich machen, dass die Bibel des Alten und Neuen Testaments die Offenbarung des Wortes Gottes und ihre Abfassung von Gott inspiriert sei. Die Interpretation dieses in menschlicher Sprache abgefassten Wortes Gottes erfolge „in Übereinstimmung mit literarischen, philosophischen und theologischen Kriterien, immer unter der einenden Kraft des Glaubens und unter Führung des Lehram-

tes“. Gleichzeitig sei einer Indifferenz, Unkenntnis und Verwirrung über die Wahrheit des Glaubens im Hinblick auf das Wort Gottes entgegenzusteuern. Allerdings dürfe dabei nicht die Verbindung von Heiliger Schrift und Morallehre übersehen werden, heißt es unter Hinweis auf die Zehn Gebote, das Gebot der Gottes- und Nächstenliebe oder die Bergpredigt.

Ökumenischer Bibelmarathon im staatlichen (ital.)Fernsehen

Ein siebentägiger TV-Bibelmarathon wird Anfang Oktober die Weltbischofssynode in Rom begleiten. Insgesamt 1.162 Vertreter verschiedener Kirchen lesen täglich 24 Stunden jeweils rund zehn Minuten lang aus der Bibel vor, wie der Direktor von RaiVaticano, *Giuseppe De Carli*, erläuterte. Voraussichtlich werde *Papst Benedikt XVI.* das ökumenische Bibellese am 5. Oktober eröffnen. Zudem rechnen die Organisatoren auch mit der Teilnahme des römischen Oberrabbiners *Riccardo Di Segni*. „Wir haben 168 Stunden Zeit, um die Bibel vom Buch Genesis bis zur Offenbarung des Johannes vorzutragen“, so De Carli. Das italienische Staatsfernsehen übertrage auf einem Zusatz-Kanal 24 Stunden am Tag live. Der Marathon könne auch im Internet mitverfolgt werden. Wichtigster Veranstaltungsort des Bibel-Marathons sei die römische Kirche „Santa Croce in Gerusalemme“, so De Carli. Je nach Länge des Kapitels stünden dem Leser zwischen sieben und zwölf Minuten zur Verfügung. Nach zweieinhalb Stunden sei eine fünfzehnminütige Pause zur Reflexion vorgesehen.

GKP-Informationen VII/VIII

Bibel-TV will führende Jugend-„Web- und TV-community“ werden

Der christliche Fernsehsender Bibel TV will seinen Jugendkanal [tru:]young television zum führenden wertorientierten Programm für die junge Generation machen. „Wir wollen die christliche Web- und TV-Community werden und wünschen uns, dass beispielsweise die Jugendlichen ihre wertorientierten Filme bei www.trutv.de einstellen, sagte Bibel-TV-Ge-

schäftsführer *Pfarrer Bernd Merz* bei der „[tru:]gether“-Startkonferenz in Kassel, wie der Sender in Hamburg mitteilte. Ziel sei eine Art Internetbörse mit jugendlichen Themen und „regem gedanklichen und filmischen Austausch“, so Merz weiter. „Wir sind unserem Ziel ein ganzes Stück nähergekommen“, kommentierte der Geschäftsführer die bei der Konferenz

vorgestellten Video- und Internetbeiträge von Jugendgruppen und christlichen Organisationen. Laut Sender-Angaben nahmen rund 80 Personen an der Konferenz teil. [tru:]young television war an Weihnachten 2007 auf Sendung gegangen.

Deutsche Bibelgesellschaft präsentiert Multimedia-Bibel

Die Deutsche Bibelgesellschaft hat auf der Leipziger Buchmesse ihre erste multimediale Bibelübersetzung präsentiert. Das Paket aus Taschenbuchbibel und Software mit Audiodateien der vier Evangelien werde nach der Buchmesse im Handel erhältlich sein, sagte Basis-Bibel-Redakteur *Markus Hart-*

mann in Leipzig. Jugendliche und Wissenschaftler hatten über ein Onlineportal an der Übersetzung gearbeitet. Die Software verfügt über ein umfassendes Lexikon und Bildarchiv zu biblischen Stätten. Anwender können sich alle Texte wahlweise von den Hörbuchsprechern der „Drei Fragezeichen“

oder von „TKKG“ vorlesen lassen. Bis 2011 plant die Deutsche Bibelgesellschaft eine komplette Übersetzung des Neuen Testaments. Derzeit können Interessierte unter www.basisbibel.de an der Neuübersetzung der Apostelgeschichte mitwirken, so Hartmann.

Tiere der Bibel für Kinder



Über vierzig Tiere - sowohl bekannte als auch weniger bekannte Arten - aus dem Alten und Neuen Testament werden in ihrem biblischen Kontext vorgestellt, von der Schlange, die den Menschen in die Irre führt, bis hin zum lebensfeind-

lichen Drachen der Apokalypse, der von Gott besiegt wird. Damit füllt das Buch eine Lücke im Kinderbibelsektor. Mit den Tieren lernen die Leser zugleich die biblischen Geschichten zumindest als Kurzfassung kennen. Dabei kann deutlich werden, dass Gottes fürsorgliche und Leben spendende Liebe auch den Tieren gilt. Der abschließende Text aus Psalm 104 unterstreicht diese Deutung und bietet insofern einen sinnvollen Ausklang, weil er zum Lobpreis Gottes aufgrund der wunderbaren Geschöpfe aufruft. Die den Bibeltexten zugeordneten ganzseitigen Illustrationen stellen die jeweils genannten Tiere als Vertreter ihrer Gattung plakativ in Szene. Wenn

auch bei einigen Bibeltexten ein begleitender Kommentar angebracht wäre, empfiehlt sich das Buch, um einen ungewöhnlichen Zugang zur Bibel zu eröffnen und für die Tiere in der Bibel zu sensibilisieren.

Für Kinder ab 6 Jahren.

Tiere der Bibel für Kinder

Marie-Hélène Delval ; Aurélie Fronty. –

Düsseldorf : Patmos, 2007. - 92 S.

überw. Ill. (farb.) ; 22 x 22 cm

Aus dem Franz. übers. –

ISBN 978-3-491-79765-9 fest geb. : 14,90 €

bvMedienNr.: 275505

Bibel in 2.454 Sprachen übersetzt

Die Bibel liegt nach Angaben des Vatikan bislang in 2.454 Sprachen vor. Damit sei sie noch immer nicht in den 3.000 Hauptsprachen der Welt verfügbar, bedauerte Synoden-Generalsekretär, Erzbi-

schof *Nikola Eterovic* bei der Vorstellung des Arbeitspapiers zur bevorstehenden Weltbischofssynode im Vatikan. Dies müsse bei der im Oktober stattfindenden Versammlung zum Thema „Das

Wort Gottes im Leben und in der Sendung der Kirche“ diskutiert werden. Weltweit gebe es rund 6.700 verschiedene Sprachen.

Kirche zeichnet WDR-Themenschwerpunkt „Contergan“ aus

Für die Sendung „Contergan“-Schwerpunkt, ausgestrahlt im Herbst 2007, erhält der WDR den Robert Geisendörfer-Medienpreis der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD). Durch seine umfangreiche Berichterstattung habe der Sender das Schicksal der Medikamentenopfer dem kollektiven Vergessen entrissen, heißt es in der Entscheidung. Darüber hinaus sei es dem WDR gelungen, den gesellschaftlichen Umgang mit Behinderten facettenreich zu thematisieren. WDR-Intendantin *Monika Piel* und der Regisseur des Fernsehfilms „Contergan“, *Adolf Winkelmann*, nehmen die Aus-

zeichnung am 17. September in München entgegen. Neben dem zweiteiligen Film hatte der Sender eine Reihe weiterer Beiträge über Ursachen, Verlauf und Folgen des größten Medikamentenskandals in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg gezeigt. Durch den in Contergan enthaltenen Wirkstoff Thalidomid kamen zwischen 1957 und 1961 mehrere tausend Kinder mit Missbildungen zur Welt. Die Aachener Herstellerfirma Grünenthal entschädigte die Opfer erst nach jahrelangem Rechtsstreit.

Der nach dem evangelischen Publizisten *Robert Geisendörfer* (1910-1976) benannte Preis für

Hörfunk- und Fernsehproduktionen wird in diesem Jahr zum 25. Mal verliehen. Der WDR erhält den Sonderpreis der Jury, die unter dem Vorsitz des badischen Landesbischofs *Ulrich Fischer* steht. Mit der Auszeichnung ehrt die evangelische Kirche seit 1983 Sendungen aus allen Programmsparten, die das persönliche und soziale Verantwortungs-bewusstsein stärken. Die weiteren diesjährigen Preisträger werden Anfang September bekanntgegeben. Hinweis: Näheres unter www.geisendoerfer-preis.de

Ökumenischer Filmpreis von Cannes für Atom Egoyan

Der kanadisch-armenische Regisseur *Atom Egoyan* (47) hat den Preis der ökumenischen Jury bei den Internationalen Filmfestspielen in Cannes erhalten. Sein Film „Adoration“ lade dazu ein, „bestehende Klischees über den Anderen, über das unserer eigenen Kultur und Religion Fremde, neu zu bewerten“, teilten die Juroren in Cannes mit. Die ökumenische Jury

aus christlichen Filmexperten gibt es seit 1974. Im Vorjahr zeichnete sie den deutsch-türkischen Regisseur *Fatih Akin* (34) aus. In „Adoration“ sucht der Jugendliche Simon, der seine Eltern bei einem Autounfall verloren hat, nach seiner Identität. Dabei muss er kulturelle Stereotype und Vorurteile überwinden. Seine erfundene Geschichte, nach der sein arabisch-

stämmiger Vater versucht habe, seine nichtsahnende Mutter als Selbstmordattentäterin nach Israel zu schicken, schlägt in Interneterforen groß ein. Im Chat-Kontakt mit fragwürdigen Gestalten muss sich Simon mental und emotional mit den Problemen von Rassismus und Kampf der Kulturen auseinandersetzen.

GKP-Informationen VI/2008

Grimme Online Award 2008

Sieben Web-Angebote haben in diesem Jahr den Grimme Online Award erhalten, den vom Adolf-Grimme-Institut (Marl) vergebenen Preis für publizistische Qualität im Netz. Die Preisträger wurden am 11. Juni im Rahmen des Medienforums NRW bekannt gegeben und bei einer Feier in der Kölner Vulkanhalle ausgezeichnet. In der Kategorie „Information“ vergab die unabhängige Jury einen Preis an die Seite „Störungsmelder“, die sich mit gesellschaftspolitisch relevanten Themen wie Rechtsextremismus, und Rechtsradikalismus auseinandersetzt. Ein weiterer Preis in der Kategorie

„Information“ ging an die „WDR Mediathek regional.“ Die ebenfalls nominierte ZDF-Mediathek ging leer aus. In der Kategorie „Wissen und Bildung“ wurden „zeitzeugengeschichte.de“ sowie „www.kidshotlines.de“ ausgezeichnet. Das Musikportal „incro.de“ und der Auftritt „literaturport.de“ erhielten jeweils einen Preis in der Kategorie „Kultur und Unterhaltung“. Den Spezial-Preis verlieh die Jury an „Hobnox.com“, ein Web-TV-Angebot für Macher und Fans der digitalen Medienkultur. Zudem wurde ein Publikumspreis vergeben. Diese Auszeichnung wurde dem Projekt „Sandra Schadek-

ALS“ zuerkannt, einer Website, die aus der persönlichen Sicht einer Betroffenen über die tödlich verlaufende Krankheit Amyotrophe Lateralsklerose (ALS) informiert:

<http://www.sandraschadeck.de>

GKP-Informationen VII/VIII

Arbeitshilfen des Borromäusvereins

Appelle und Ermutigungen zum verantwortlichen Umgang mit den Medien

Mediensonntag am 14. September 2008

Zu den beiden Medienthemen gewidmeten Sonntagen im Kirchenjahr hat der Bonner Borromäusverein eine neue Arbeitshilfe herausgegeben. Sie enthält Predigtanregungen und andere Elemente zur Gottesdienstgestaltung sowie Medientipps.

Der "Welttag der sozialen Kommunikationsmittel", kurz "Mediensonntag" genannt, entstand auf Anregung des Zweiten Vatikanischen Konzils, um die Öffentlichkeit gezielt auf die Aktivitäten der Kirche im Medienbereich hinzuweisen. In Deutschland wurde der Mediensonntag 1967 eingeführt, gefeiert wird dieser am zweiten Sonntag im September.

Die Gläubigen sollen den wachsenden gesellschaftlichen Stellenwert von Medien und die wichtigen Aufgaben der Kirche auf diesem Gebiet erkennen. Katholiken soll er zu einer verantwortlichen und bewussten, passiven wie aktiven Nutzung von Medien ermutigen. Diözesen und kirchliche Organisationen nehmen den Mediensonntag auch zum Anlass, mit Medienvertretern ins Gespräch zu kommen.

Buchsonntag am 9. November 2008

Der erste Sonntag nach dem Fest des Hl. Karl Borromäus wird in den Diözesen als „Buchsonntag“ gefeiert. Diese Bezeichnung geht zurück auf den 1925 von der damaligen Fuldaer Bischofskonferenz eingeführten „Borromäussonntag“. An diesem Tag soll auf die Tätigkeit der Katholischen öffentlichen Büchereien in den Pfarrgemeinden und des Borromäusvereins in Bonn aufmerksam gemacht werden. In Deutschland arbeiten rund 3.000 Katholische öffentliche Büchereien mit dem Borromäusverein zusammen.

Der Borromäusverein bietet mit seiner Arbeitshilfe eine Unterstützung an, mit der die katholische Medienarbeit in gottesdienstliche Feiern gut einbezogen werden kann. Sie kann das ganze Jahr über genutzt werden und will den Verantwortlichen in den Pfarrgemeinden Anregungen geben und umsetzbare Elemente zur Verfügung stellen.

Die Arbeitshilfe zum Buchsonntag ist beim Borromäusverein, Wittelsbacherring 9, 53115 Bonn, Tel: [0228/7258-0](tel:022872580), Fax: [0228/7258-189](tel:02287258189) erhältlich.

Medienempfehlungen zum Paulusjahr 2008/2009

Das Bild des Apostels Paulus ist von Vorurteilen geprägt: Vom Bild des Frauenfeindes und bis zum Vorwurf des selbsternannte Apostels reicht das Spektrum. Eine Auseinandersetzung mit diesen Vorurteilen ermöglichen die Bücher, die der Borromäusverein aus Anlass des Paulusjahres 2008/2009 empfiehlt.

Im Paulusjahr gedenkt die ka-

tholische Kirche der Geburt des Apostels Paulus vor 2000 Jahren in Tarsus. Er hat die Christenheit und das abendländische Denken entscheidend geprägt. Papst Benedikt XVI. eröffnete das Gedenkjahr am 28. Juni 2008, dem Vorabend des Festes Peter und Paul, mit einem Gottesdienst in der römischen Basilika St. Paul vor den Mauern.

Die Medienempfehlungen des

Borromäusvereins finden Sie im Internet unter <http://www.borro.de/enid/Paulusjahr>. Die Verlage haben für die kommenden Monate weitere Titel zum Paulusjahr angekündigt. Entsprechend werden wir unsere Literaturliste mit weiteren empfehlenswerten Titeln ergänzen.

Medienliste zum Thema „Leben und Sterben in Würde“

Seit ein ehemaliger CDU-Politiker einer älteren Dame aktiv Sterbehilfe geleistet hat, wird in der breiten Öffentlichkeit wieder heftig über Sterbehilfe und ein würdiges Lebensende diskutiert. Der Borromäusverein leistet mit einer Medienliste zum Thema „Leben und Sterben in Würde“ einen Beitrag zu dieser Debatte. Die Medienempfehlungen umfassen zum einen Titel, die sich mit

der Frage nach einem menschenwürdigen Lebensende beschäftigen. Wer allerdings die Menschen davon überzeugen will, dass das Lebensende der menschlichen Verfügbarkeit entzogen bleiben muss, muss ihnen auch eine Perspektive für das Leben im Alter bieten. Deshalb enthalten die Empfehlungen des Borromäusvereins zum anderen ausgewählte Titel, die sich mit der Frage nach einem gelingenden Leben im Alter befassen. Die Medienliste bietet zu allen

Titeln Borromäus-Rezensionen, die eine erste Orientierung über deren Inhalt ermöglichen.

Die Medienliste ist zu finden im Internet unter [www.borro.de/enid/Leben und Sterben](http://www.borro.de/enid/Leben_und_Sterben)

Aktuelle Ergebnisse der Werbewirkungsforschung

Der ARD-Forschungsdienst hat in der Ausgabe 6/2008 der Fachzeitschrift *Media Perspektiven* aktuelle Ergebnisse der Werbewirkungsforschung veröffentlicht. Uli Gleich, Mitarbeiter beim ARD-Forschungsdienst fasst, die Ergebnisse zusammen.



Menschen werden täglich mit tausenden von Werbebotschaften konfrontiert. Wie viele dieser Botschaften es schaffen, die Aufmerksamkeit der Konsumenten zu gewinnen, wahrgenommen und verstanden zu werden und schließlich ihre intendierte Wirkung zu erzielen, hängt von einer Reihe von Faktoren ab, die einerseits von den Kommunikatoren beeinflusst werden können (z.B. Medienwahl, Platzierung, Kommunikationsstrategie, Werbegestaltung), andererseits aber auch durch Merkmale auf Seiten der Rezipienten (z.B. Wahrnehmung, Motivation, Fähigkeiten, Verständnis) bestimmt werden. Um etwa der (von den Kommunikatoren) ungewollten Vermeidung von Fernsehwerbung (z.B. durch Zapping) entgegenzuwirken, wurden Formen der simultanen Präsentation von Programm und Werbung entwickelt, wie zum Beispiel die so genannte Split-screen-Werbung. Sie wird zwar weniger häufig vermieden, gleichzeitig sind jedoch auch die Chancen geringer, dass parallel zum Programm gezeigte Spots von den

Rezipienten intensiv verarbeitet werden. Insbesondere, wenn eine solche Botschaft mit starken Argumenten überzeugen will, scheint die Kapazität zur gründlichen Informationsverarbeitung und Bewertung der Argumente nicht mehr auszureichen (vgl. die Studie von Chowdhury, Finn und Olsen, 2007). Sinnvoller erscheint es daher, in einem solchen Kontext Botschaften zu verwenden, die eher emotional ansprechen und auf der so genannten peripheren Route, das heißt ohne großen kognitiven Aufwand, verstanden und verarbeitet werden können.

Stimmung der Rezipienten

Eine günstige Voraussetzung für die Beschäftigung mit Werbung ist laut einer Feldstudie von F. E. Bronner, J.R. Bronner und Faasse (2007) eine angenehme und entspannte Stimmung der Rezipienten. Dies ist offensichtlich häufiger an Wochenenden, insbesondere sonntags der Fall, wenn die Belastungen des Alltags und damit verbundene Stressfaktoren gering sind. Ungünstige Voraussetzungen für die Effizienz von Werbebotschaften sind dagegen Situationen, in denen die Rezipienten Belastungen empfinden, sich in einer ungünstigen Stimmung befinden und/oder physiologisch so erregt sind, dass die Informationsverarbeitung darunter leidet. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn im Kontext von Werbepräsentationen stark erregende Inhalte präsentiert werden, wie sexuelle oder gewalthaltige Darstellungen. So konnte Bushman (2007) in seinem Experiment zeigen, dass sich Sex und Gewalt sowohl im TV-Programmkontext als auch in der Werbung selbst negativ auf das Behalten und Erinnern von Mar-

kennamen auswirken. Neben solchen Kontextbedingungen spielen natürlich spezifische inhaltliche Merkmale für die Verarbeitung und Wirkung von Werbebotschaften eine wichtige Rolle. Dazu gehört beispielsweise die generelle „Valenz“ der Argumentation: Schildert man den Konsumenten die positiven Konsequenzen, die der Kauf bzw. der Besitz eines Produkts mit sich bringt („Positive ad framing“), oder führt man ihnen die negativen Konsequenzen vor Augen, die entstehen, wenn sie ein Produkt nicht kauften bzw. nicht besitzen („Negative ad framing“)? Insbesondere bei Produkten, die für die Konsumenten (auch) einen psychologischen Wert haben, also zum Beispiel selbstwertrelevant sind, zeigen sich deutliche Unterschiede infolge solch unterschiedlicher „Verpackungen“ der Kommunikationsstrategie (vgl. Studie von Chang, 2008).

Einsatz von Prominenten oder von Humor

Die Vorteile häufig verwendeter Gestaltungselemente, wie etwa der Einsatz von Prominenten oder von Humor (z.B. Aufmerksamkeitssteigerung, positive Bewertung) wurden in früheren Studien bereits dokumentiert. Voraussetzung dafür ist jedoch auch hier, dass die Rahmenbedingungen stimmen. So sollten prominente Werbepresenter innerhalb der beworbenen Zielgruppe ein positives Image genießen und darüber hinaus auch zum beworbenen Produkt passen („Matching“). Ist dies der Fall, reicht es nach einer Studie von Till, Stanley und Priluck (2008) schon aus, die Bilder eines Prominenten und eines Produkts mehrmals gemeinsam zu präsentieren, um die Konsumenten dauer-

haft zu „konditionieren“. Ob und wie Humor in der Werbung wirkt, hängt unter anderem von der Frage ab, wie sehr die Konsumenten Humor als Kommunikationsinhalt erwarten und wie groß das Bedürfnis nach Humor bei ihnen ausgeprägt ist (vgl. Studie von Kellaris und Cline, 2007).

Sprachliche Gestaltungsvarianten

Während solche klassischen Gestaltungsmerkmale schon relativ oft Gegenstand wissenschaftlicher Forschung waren, sind werbepsychologische Studien zu sprachlichen Gestaltungsvarianten bislang noch relativ überschaubar. Wie gehen Rezipienten beispielsweise mit symbolischen Bedeutungen und/oder Mehrdeutigkeiten um, unter welchen Voraussetzungen werden sie („richtig“) verstanden und wie wirken sie im Hinblick auf Werbe- und Produktbeurteilung? Mittels eines eigens entwickelten

Instruments wiesen Dimofte und Yalch (2007) nach, dass Konsumenten sich hinsichtlich ihrer Fähigkeit, symbolische und/oder mehrdeutige Aussagen zu dekodieren, unterscheiden. Manche tun dies gewissermaßen automatisch und lassen ihre Interpretationen implizit in die Produktbewertung mit einfließen. Andere sind dazu weniger gut in der Lage. Nach einer Studie von Brennan und Bahn (2006) zeigen figurative Sprache und die Verwendung von symbolhaften Aussagen insbesondere bei denjenigen Konsumenten Wirkung, die sich gerne kognitiv mit Dingen auseinandersetzen und „Spaß am Denken“, mit anderen Worten ein hohes Kognitionsbedürfnis haben. Ihnen fällt es nicht nur leichter, verschlüsselte und/oder symbolische Aussagen „richtig“ zu dekodieren, sie beurteilen solche Kommunikationsstrategien gleichzeitig auch positiver als rein faktenorientierte und sach-

lich argumentierende Botschaften. Dies korrespondiert mit den Ergebnissen von DeRosia (2008), die experimentell belegten, dass die Dekodierung von symbolhaften Bedeutungen höheren Verarbeitungsaufwand (kognitive Ressourcen) erfordert und gleichzeitig die Wahrscheinlichkeit des Aufkommens von Gegenargumenten senkt. Selbst banale Attribute, wie etwa die Farbe eines Produkts, können durch kreative Namensgebung ein gewisses Wirkungspotenzial entfalten. So fanden Skorinko und andere (2006) heraus, dass kreative Farbnamen (z.B. „ocean“) deutlich besser beurteilt wurden als schlichte generische Farbbezeichnungen (z.B. „blau“) und offensichtlich Assoziationen wecken, die wiederum Einfluss auf die Bewertung des Produkts haben.

Franz Haider

EU-Parlament will Bürgermedien stärken

Offener Kanal, Studentenradio und unabhängige Online-Projekte haben eines gemeinsam: Sie werden von der Öffentlichkeit selten beachtet, manchmal sogar belächelt – und sie sind chronisch unterfinanziert. Das soll sich nach dem Willen des Europäischen Parlaments nun ändern. Der Kulturausschuss berät derzeit über eine stärkere Förderung von alternativen Medien. Nach einem Entwurf der österreichischen Liberalen-Abgeordneten Karin Resetarits sollen Bürgermedien, die nicht gewinnorientiert arbeiten und für die Mitarbeit von jedermann offen sind, von der EU offiziell anerkannt und stärker unterstützt werden. Kommerzielle Medien und auch die Öffentlich-Rechtlichen, erklärt die österreichische Liberale-Abgeordnete Karin Resetarits, würden vor allem den „Mainstream“ bedienen: „Die Bürgermedien bedienen kleine Interessens-

gruppen, sie decken die Vielfältigkeit unserer Gesellschaft viel besser ab.“ Es sei deshalb wichtig, die Bürgermedien ins Bewusstsein der Entscheidungsträger zu bringen, sagt Resetarits. „Ziel ist, dass sie als dritte Säule neben kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Medien wahrgenommen werden.“ Eine direkte finanzielle Unterstützung aus neuen Mitteln ist allerdings nicht geplant. Durch die rechtliche Anerkennung als eigenständige Medienform seitens der EU sollen schon bestehende Fördertöpfe besser genutzt werden können, hoffen die Parlamentarier. Auch soll genau definiert werden, wer unter den neuen Begriff der Bürgermedien fällt. „Es geht nicht darum, dass private Weblogger EU-Fördergeldern bekommen“, sagt die deutsche Grünen-Abgeordnete Helga Trüpel, stellvertretende Vorsitzende des Ausschusses. Entscheidend sei die Qualität der In-

halte. Über einen entsprechenden Gesetzentwurf wird derzeit im Ausschuss debattiert, um die Verabschiedung im Parlament vorzubereiten.

GKP-Informationen VI/2008

Symposium der Internationalen Forschungsgruppe „Film und Theologie“ „ZeitBILDTheologie. Filmästhetische Erkundungen“

Ein Bericht von Matthias Ganter, Medienzentrale des Erzbistums Köln

Tagung der Forschungsgruppe „Film und Theologie“ mit der Bildebene im Film und in der bildenden Kunst. Vom 14. bis 17.05.2008 trafen sich in der Katholischen Akademie Schwerte ca. 35 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Deutschland, der Schweiz, Österreich, den Niederlanden und Italien, um den Dialog zwischen Theologie und Film fortzuführen.

Vor dem Hintergrund der immens gestiegenen Bedeutung, die in unserer heutigen Gesellschaft den Bildern zukommt, wurde der Fokus auf die visuelle Ästhetik im erkenntnis- und wahrnehmungstheoretischen Sinne gerichtet. Über die Beschäftigung mit verschiedenen Film- und Bildtheorien wurden mögliche Wechselwirkungen zwischen Bildästhetik und religiöser Haltung untersucht. Kann ein Bild (bzw. ein Film) „das Undarstellbare“ darstellen oder wenigstens andeuten? In welchem Verhältnis stehen dabei die Produktions- und die Rezeptionsseite? Welche ethischen Implikationen begleiten den Umgang mit Bildern? Wie werden/wurden Bilder in der christlichen Tradition verstanden und genutzt, und welche Rolle spielt die Bildlichkeit in der katholischen Liturgie?

Vergessener Pionier einer religiös motivierten Filmtheorie:

Amédée Ayfre

Als für die kirchliche Film- und Medienarbeit besonders interessant sei hier die theologische Filmästhetik von Amédée Ayfre hervorgehoben, die Prof. Dr. Reinhold Zwick, Mitglied der Forschungsgruppe „Film und Theologie“ und Mit-Organisator der diesjährigen Tagung, in einem Referat vorstellte:

Amédée Ayfre, französischer Jesuit und enger Freund des Film-

theoretikers André Bazin, hinterließ ein umfangreiches aber heute (nicht nur im deutschsprachigen Raum) weitgehend unbekanntes und schwer zugängliches, weil nicht übersetztes, Werk zum Verhältnis zwischen Religion und Filmkunst. Ayfres Ansatz begegnet Filmen mit größtmöglicher Offenheit – soweit wie möglich frei von theoretischen und ideologischen Vorannahmen, ausgehend vom vorgefundenen Material, also „phänomenologisch“ – und untersucht sie auf bildästhetische Hinweise; auf religiöse Implikationen. Er sucht nach Spuren spiritueller Haltungen, die in Filmen nicht unbedingt explizit religiösen Inhalts auf der gestalterischen Ebene produktionsseitig eingebracht sind und/oder auf der Rezeptionsseite wahrgenommen werden können. Der Ansatz ist gerade für die religionspädagogische Arbeit mit Spielfilmen interessant und liefert Anregungen für eine offene Zuwendung der Kirche zum Medium Film als Indikator zeitgenössischer Lebenswirklichkeit.

Reinhold Zwick berichtete, dass die Forschungsgruppe sich um die Wiederentdeckung Ayfres im deutschsprachigen Raum bemühe. Angestrebt sei die Publikation einzelner Werke in deutscher Übersetzung im Rahmen der Schriftenreihe „Film und Theologie“. Bisher fehlten allerdings die finanziellen Mittel für die Übersetzungen aus dem Französischen.

Die Schriftenreihe „Film und Theologie“

Im Anschluss an jede Jahrestagung publiziert die Internat. Forschungsgruppe „Film und Theologie“ einen Band zum Thema der jeweiligen Tagung. Dieser enthält die Referate der Tagung und darüber hinaus weitere Beiträge zum

Thema. Die Schriftenreihe „Film und Theologie“ erscheint im Schüren Verlag (Marburg). Sie enthält neben den Tagungsbänden auch weitere Texte zur Thematik Film und Theologie. Bisher sind 10 Bände veröffentlicht. Die Reihe bietet für die kirchliche Medienarbeit wertvolle Informationen und Anregungen. Auch die Referate der diesjährigen Tagung werden voraussichtlich in einem Jahr in Buchform zugänglich sein.

Ausblick auf die nächste Tagung 2009

Die Jahrestagung 2009 der Internationalen Forschungsgruppe „Film und Theologie“ wird das Thema Jenseitsvorstellungen im Film behandeln. Sie wird in der Kath. Akademie Schwerte stattfinden. Der Zeitraum der Tagung steht noch nicht fest – es wird überlegt, die Tagung erstmals nicht in der Woche nach Pfingsten, sondern etwas später im Jahr durchzuführen.

Kontakt zur Internationalen Forschungsgruppe „Film und Theologie“:

www.film-und-theologie.de

Hörbuch – ein Medium mit Zukunft

Beim Lesen von Verlagskatalogen fällt auf, dass es inzwischen ein großes Angebot an Hörbüchern gibt. Diese Entwicklung hat einen demografischen Grund. Die Bevölkerung in unserem Land – und nicht nur dort – wird immer älter. Und mit dem Älterwerden nehmen Einschränkungen der Sehfähigkeit zu. Eine besondere Rolle spielt dabei die „AMD“, die altersbedingte Makula-Degeneration. „Die Makula (gelber Fleck) ist ein Areal in der Netzhaut, das einen Durchmesser von etwa 1,5 Millimetern hat. Sie enthält die wichtigsten Sinneszellen des Auges und ermöglicht das Scharfsehen (z.B. die Buchstaben beim Lesen). Im Bereich der Makula gehen die Zellen der Netzhaut zugrunde. Dadurch wird das Sehen in der Mitte des Blickfeldes herabgesetzt: Das Lesen und das Erkennen von Gesichtern ist stark beeinträchtigt.“ (Zitiert aus netdoktor.de).

Das Lesen, genauer, das Nicht-mehr-richtig-lesen-können, ist eines der gravierendsten Einschränkungen durch die Makula-Degeneration. Normalerweise lesen wir Wörter nicht Buchstabe für Buchstabe, sondern erkennen „abgespeicherte“ Wörter. Durch die Makula-Degeneration werden Buchstaben verformt oder fallen z.T. ganz aus. Das Gehirn kann mit diesem verformten Schriftbild nichts anfangen und versucht, einen Sinn zu erkennen, was erst mit einiger Verzögerung gelingt. Mit größeren Buchstaben gelingt das schneller. Also muss das Schriftbild vergrößert werden.

Mit einer guten Lupe kann man Texte hinreichend gut bewältigen. Doch ein Buch mit der Lupe lesen zu wollen, ist eine nicht realistische Option. Viele Lesehilfen sind noch nicht befriedigend. Wahrscheinlich werden in Zukunft bessere Hilfsmittel entwickelt werden.

Eine positive Entwicklung ist deshalb die rasante Zunahme des

Angebots an Hörbüchern. Aus den mir bekannten Titeln möchte ich ein paar Beispiele aufführen. Der vor einiger Zeit als Bestseller gekürte Science-Fiction-Roman „Der Schwarm“ von Frank Schätzing wurde von ihm als Hörspiel mit hervorragenden Sprechern auf 10 CDs mit einer Gesamtlänge von 726 Minuten herausgebracht.

Siegfried Lenz' berühmter Roman „Deutschstunde“ gibt es als ungekürzte Autorenlesung auf 16 CDs mit einer Gesamtlänge von 1160 Minuten.

Ein weiterer literarischer Leckerbissen sind 85 von bekannten Schauspielerinnen und Schauspielern gesprochene Gedichte aus dem bei Artemis & Winkler erschienenen Werk „Das Balladen Buch“, zusammengestellt von Frank T. Zumbach. Das 823 Seiten umfassende Buch enthält 812 Balladen von 237 Autorinnen und Autoren.

Das Hörbuch



Die Hörbuchausgabe ist im Patmos Verlag, Düsseldorf, erschienen und trägt den Titel „Die schönsten deutschen Balladen“. Sie umfasst vier CDs mit einer Gesamtlänge von 261 Minuten. Es sind Tonaufnahmen aus verschiedenen Quellen, zu unterschiedlichen Zeiten und Anlässen entstanden. Die bekanntesten Sprecher sind Dirk Bach, Ben Becker, Konrad Beikircher, Heinz Erhardt,

Georg Kreisler, Susanne Lothar, Dieter Mann, Dagmar Manzel, Otto Mellies, Ulrich Mühe, Achim Reichel, Otto Sander, Ulrich Tukur.

Unter „Copyrights“ werden nicht nur die Quellen der Tonaufnahmen, sondern auch die Namen der Autorinnen und Autoren mit Angabe der Geburts- und Todesjahre und der von ihnen verwendeten Gedichte angegeben.

Die schönsten deutschen Balladen

Patmos, 09/2004

4 CDs, 261 min

Preis: 24,95 € (D), 24,95 € (A),
45,90 SFr (CH)

ISBN: 978-3-491-91149-9

Hans Fahle

Fit für die Öffentlichkeitsarbeit

Ein Praxisbuch für Öffentlichkeitsarbeiter

Wirtschaftsunternehmen messen den Erfolg ihrer Öffentlichkeitsarbeit an den verkauften Produkten und damit am erwirtschafteten Gewinn. Kirchliche und soziale Einrichtungen können den Erfolg daran messen, wie viele Menschen ihre Veranstaltungen besucht haben oder wie oft sie in der Zeitung erwähnt wurden. Doch ist es in der Mediengesellschaft gar nicht so einfach, Ankündigungen, Pressetermine, Berichte und Nachrichten zu platzieren. Die Frage ist, besser selber schreiben oder den Journalisten der Lokalzeitung oder vom Rundfunk anrufen und hoffen, er findet die Zeit zu kommen und schreibt eine Ankündigung oder Bericht. Weil viele immer noch meinen, Öffentlichkeitsarbeit sei nur etwas für ausgebildete Profis, ist der Griff zum Hörer eine weit verbreitete Methode der Öffentlichkeitsarbeit, obwohl diese Form oft nicht erfolgreich ist.

Es gibt Grundvoraussetzungen, ohne die eine Öffentlichkeitsarbeit nicht wirklich professionell entwickelt und gestaltet werden kann, diese können durch Fort- und Weiterbildung erworben werden. Eine strategische Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln, setzt ein Wissen um die verschiedenen Instrumente voraus, erfordert planerisches Denken und die Kompetenz, die journalistischen Instrumente richtig einsetzen zu können. Vieles davon lässt sich durch regelmäßiges Üben und Trainieren aneignen, wie das Presse-seminar im Bistum Münster dies jährlich zeigt.

Öffentlichkeitsarbeit ist ein weites Aufgabengebiet, darunter lassen sich sämtliche Aktionen und Werkzeuge für die interne und externe Zielgruppenansprache subsumieren. Oftmals wird Öffentlichkeitsarbeit mit der klassischen Pressearbeit für Printmedien verbunden. Dies ist in einer Mediengesellschaft, in der Inhalte (Con-

tent) crossmedial verwertet werden, nicht zielführend. Inhalte werden heute mehrfach verwertet. Im Kindergarten wird ein Tag der offenen Tür durchgeführt. In der Lokalzeitung erscheint am nächsten Tag ein Bericht, vorher gibt es die Fotostrecke im Internet. Und auf der Webseite des regionalen Fernsehsenders gibt es einen kurzen Beitrag über den Festakt zu Beginn, bei dem der Bürgermeister spricht. Im Lokalradio werden O-Töne von Kindern und Eltern gesendet, die den Kindergarten ganz toll finden.

Vor diesem Hintergrund bekommt die Kommunikationsarbeit zu den verschiedenen Medien eine ganz andere Bedeutung, ist damit auch umfassender als der Begriff Öffentlichkeitsarbeit zunächst meint. Alle Aktivitäten der Öffentlichkeitsarbeit sollten daher in eine Kommunikationsstrategie eingebunden sein, die die Klammer für die interne wie externe Öffentlichkeitsarbeit darstellt. Das macht die Aufgabe nicht leichter, erwarten die Medien doch möglichst professionell aufbereitete Beiträge und Inhalte. „Gut schreiben allein“, reicht daher heute auch nicht mehr aus, um professionell in die Öffentlichkeit zu kommunizieren. Die Kompetenzen sollten heute breiter angelegt sein: Diese betreffen alle Medienbereiche vom Print bis zum Radio, vom Internet bis zur Werbekampagne, vom Fernsehen bis zum Design.

Jürgen Holtkamp führt seit vielen Jahren das Presse-seminar im Bistum Münster durch und aus diesen Erfahrungen hat er ein praktisches Buch geschrieben mit vielen Beispielen, Übungen und Checklisten. Zu Beginn jedes Kapitels gibt er eine Situationsbeschreibung der fiktiven Gemeinde St. Medien, die als Synonym für eine Pfarrgemeinde, einen Verband, Verein oder eine Einrichtung

oder Bücherei steht. Der Rückgriff auf St. Medien soll dem Leser den Bezug zur Praxis erleichtern.

Aus der Perspektive des Journalismus, des Marketing und der Public Relations gibt er Erklärungs- und Lösungsansätze. Die Übungen am Ende der Kapitel sollen zum Nachdenken und Weiterarbeiten motivieren.

- Vorgestellt werden Form und Aufbau von Pressemitteilungen, die klassischen journalistischen Instrumente von der Nachricht über den Bereich bis zur Reportage.
- Ein Kapitel widmet sich den Themen Medienverteiler, Pressefoto und Bildzeile sowie Pressegespräch und Medienarchiv.
- Ausführlich werden von Martin Wißmann die Bereiche Radio und Fernsehen dargestellt.

Die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit im Internet wird immer größer. Ob Newsletter, Homepage oder Webdesign, ausführlich werden diese Bereiche dargestellt. Ebenso wird der Bereich Werbung in einem eigenen Kapitel diskutiert. Zum Schluss folgen Ideen zur Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes, einige kirchliche Verlautbarungen, ein Fragebogen zur Kommunikationsarbeit und Checklisten.

Jürgen Holtkamp
Fit für die Öffentlichkeitsarbeit
ein Praxishandbuch
152 Seiten,
Festeinband 19,80 €
Dialogverlag Münster
E-Mail service@dialogversand.de
www.dialogversand.de

Religiöses Buch des Monats Juni 2008**Zweifel. Wenn der Verstand ‚Wirklich?‘ fragt**

Petrus hatte sie, der Apostel Thomas sowieso, Thérèse von Lisieux und Mutter Teresa auch: Glaubenszweifel. Sie sind beunruhigend, sie sind existentiell und irgendwann treffen sie jeden Gläubigen. Anlässe für ernste Glaubenszweifel gibt es viele: Eigenes oder fremdes Leid, die Leere des eigenen Herzens, das Gefühl, den Draht nach oben verloren zu haben, oder naturwissenschaftliche Erkenntnisse, z.B. aus dem Bereich der Hirnforschung oder die Evolutionstheorie. Stefan Liesenfeld zeigt in seinem Buch, dass Glaubenszweifel zu Gefährten auf dem Weg des Glaubens werden können, die den eigenen Glauben bereichern und lebendig halten.

Wenn der Verstand ‚Wirklich?‘ fragt

Zweifel entstehen, wenn naturwissenschaftliche Erkenntnisse Gott scheinbar überflüssig machen. Die Evolutionstheorie hat bei vielen Gläubigen die Vorstellung von Gott als Schöpfer der Welt ins Wanken gebracht. Liesenfeld betont zunächst, dass Wissenschaft-

ler, die Gott mit der Evolutionstheorie überflüssig machen wollen, unseriös sind, weil sie ihren Kompetenzbereich verlassen. Kein Naturwissenschaftler könne mit seinen Mitteln Gott beweisen, wie andersherum kein Theologe die Evolutionstheorie widerlegen könne. Naturwissenschaftliche Erkenntnisse, die nicht als Konkurrenz zu Gott gesehen werden, fordern das Staunen über die Welt und den Kosmos geradezu heraus, so Liesenfeld. Sie können dann als Spuren, Indizien, Verweise auf Gott hin gelesen werden.

Wenn das Herz Gott nicht spürt

Wenn Christen keinen Sinn mehr darin sehen, Gott um etwas zu bitten oder sich für etwas zu bedanken, ist auch das Ausdruck von Glaubenszweifeln. Liesenfeld hält es trotz allen wissenschaftlichen und technischen Fortschritts für „intellektuell verantwortbar“, „jemandem ganz direkt dafür zu danken, dass ein Flugzeug fliegt, ein Telefon funktioniert“ oder eine Operation erfolgreich verlaufen ist (S. 69). Nicht etwa, weil Gott das – wie auch immer – „macht“, ist Grund zur Dankbarkeit, sondern dass er den Menschen die Fähigkeiten dazu geschenkt hat.

Wenn Leid Gott zur Frage macht

Auch Leid provoziert die Frage nach Gott. Die Christen sind herausgefordert, sich dieser Frage zu stellen, fordert Liesenfeld. Eine befriedigende Antwort werde es nicht geben, höchstens Annäherungen. Als eine Annäherung schlägt er vor, Gott als den in den Blick zu nehmen, „der in Christus das Leid einer gottlosen Welt mitleidet. ‚Gott ist ohnmächtig und schwach in der Welt und gerade und nur so ist er bei uns und hilft uns‘ [schreibt Dietrich Bonhoeffer

1944]. Ja, auch das stimmt. Dadurch wird zwar nichts erklärt. Die bohrenden Fragen bleiben. Und doch ändert sich alles in der Begegnung mit diesem Gott. Er ist da, auch im Leid, auch in unserem Leid. Wir können zu ihm gehen, zu ihm, der leidet – in uns, in vielen, vielleicht in allen? Es gibt eine Form der Nähe im Leid, die in Worten nicht mehr gesagt werden kann. Und das ist gut so. Man würde nur zerreden, worüber man eigentlich nicht sprechen kann“ (S. 135).

Glaubenszweifel nicht als Gefahr werten und nicht als Zeichen mangelnden Glaubens, sondern positiv als Bereicherung und Vertiefung, nicht aufgeben und gegen alle Zweifel trotzig anglauben – das ist die Botschaft dieses Buches. Stefan Liesenfeld versteht es, sie anschaulich zu vermitteln. Dazu tragen nicht zuletzt die jüdischen Weisheitsgeschichten bei, auf die er zurückgreift, um seinen Überlegungen die nötige Schärfe zu geben. Christen, die sich auf diesen Weg einlassen, dürfen sich in guter Gesellschaft wissen mit Petrus, dem Apostel Thomas, der heiligen Thérèse von Lisieux, Mutter Teresa und vielen anderen Christen.

Stefan Liesenfeld: Zweifel. Wenn der Verstand ‚Wirklich?‘ fragt. Wenn das Herz Gott nicht spürt. Wenn Leid Gott zur Frage macht. München: Verlag Neue Stadt 2008. - 176 S., 14,90 €

(Als „Religiöses Buch des Monats“ benennen der Borromäusverein, Bonn, und der St. Michaelsbund, München, monatlich eine religiöse Literaturempfehlung, die inhaltlich-literarisch orientiert ist und auf den wachsenden Sinnhungrer unserer Zeit antwortet.)

Religiöses Buch des Monats Juli 2008**Christen und Muslime Tür an Tür**

Ob auf den Straßen und Plätzen oder am Arbeitsplatz, ob in der Schule oder im Krankenhaus – die Begegnung mit Muslimen gehört inzwischen zum Alltag. Mit 3,4 Millionen Gläubigen sind sie nach den beiden christlichen Konfessionen die drittgrößte Religionsgemeinschaft im Land. Wie leben Muslime in Deutschland? Und was glauben sie? Die Autoren dieses Buches, ein Muslim und zwei Christen, wollen durch grundlegende Informationen zum Gespräch zwischen Christen und Muslimen ermuntern und zum gegenseitigen Verständnis beitragen.

Dialog bedeutet für sie, nicht das Trennende in den Vordergrund zu stellen, sondern für ein Klima des Interesses aneinander zu sorgen. Die Kunst dabei ist, das Gemeinsame zu suchen und das Trennende, Andere nicht zu leugnen. „Das Andere und der Andere dürfen und sollen anders sein und bleiben, aber sie sind nicht Anlass zur Ausgrenzung, sondern Grund, den Reichtum der Vielfalt zu erkennen.“

Nach einer Einführung zur Religionslandschaft in Deutsch-

land und zur Situation der Muslime stellen die Autoren die wichtigsten Aspekte des Christentums und des Islam vor. Für die Muslime sind das die „fünf Säulen des Islam“, das Bekenntnis zu Allah, den Einen Gott, das tägliche fünfmalige Gebet, das Fasten im Monat Ramadan, das Pflichtalmoosen und die Pilgerfahrt nach Mekka, die jeder Muslim einmal in seinem Leben unternehmen soll. Für die Christen formuliert das Glaubensbekenntnis den Kern des christlichen Glaubens an den Dreieinen Gott. Dazu weisen sie auf einige christliche Rituale und Praktiken hin, die den „fünf Säulen“ ähnlich sind und die Verwandtschaft von Christen und Muslimen erkennen lassen: Gebet, Wallfahrt und der Einsatz für Notleidende. Sie stellen die christliche und muslimische Frömmigkeitspraxis vor und beschreiben die wichtigsten Feste. Zu diesen Festen gegenseitig Grüße auszusprechen, sei eine wichtige Geste der Anerkennung und des Interesses, betont Bekir Alboğa, Dialogbeauftragter der DİTİB (Türkisch-Islamische Union der Anstalt für Religion e.V., türkisch: Diyanet İşleri Türk İslam Birliği), des bundesweiten Dachverbandes türkisch-islamischer Moscheegemeinden in Deutschland.

Im Kapitel über das „Leben in der Welt“, das mit den Themen islamisches Rechtsverständnis und Stellung der Frau im Islam die vielleicht heikelsten Punkte im Verhältnis von Christen und Muslimen enthält, wird besonders deutlich, dass die Darstellung des Islam in diesem Buch türkisch geprägt ist. Diese Richtung des Islam ist geprägt von der strikten Trennung

zwischen Religion und Staat und hat weitgehend seinen Frieden gemacht mit der säkular geprägten Demokratie. In Deutschland vertritt die DİTİB unter Aufsicht der türkischen Regierung diese Richtung des Islam. Auch wenn nicht alle Muslime diese Positionen teilen, sind sie doch für das Bild des Islam in Deutschland sehr wichtig, nimmt die DİTİB doch für sich in Anspruch, die Mehrheit der im Land lebenden Muslime zu vertreten.

Richtig rund wird das Buch schließlich durch die zahlreichen Adressen, Links und Literaturhinweise sowie durch ein kleines Lexikon, in dem wichtige Begriffe des Christentums und des Islam kurz erläutert werden.

„Christen und Muslime Tür an Tür“ ist eine Einladung, offen und ohne Angst auf die in Deutschland lebenden Muslime zuzugehen und einander besser kennenzulernen. Das Buch räumt mit vielen Vorurteilen auf und zeigt sehr eindrücklich, dass Integration keine Einbahnstraße ist, die nur von „den Anderen“ etwas fordert. Einheimische und Fremde, Muslime und Christen müssen aufeinander zugehen, um sich als vielfältige Gemeinschaft zu erfahren. Der Weg mag anstrengend sein, aber er lohnt sich.

Bekir Alboğa, Georg Bienemann, Werner Höbsch
Christen und Muslime Tür an Tür. Basiswissen kompakt.
München: Don Bosco Verlag
2008. - 131 S., 14,90 €

Religiöses Buch des Monats August 2008
Regeln zum Leben. Die Zehn Gebote –
Provokation und Orientierung für heute



Heutzutage werden Normen und Gesetze oftmals überwiegend in ihrer negativen Bedeutung wahrgenommen, sie werden in erster Linie als Einschränkungen und Einengungen der individuellen Freiheit verstanden und darum von vorneherein eher kritisch gesehen, wenn nicht ganz abgelehnt. Und die Zehn Gebote der jüdischen und christlichen Religion, die bereits vor tausenden von Jahren entstanden sind, haben in den Augen vieler obendrein noch den Mangel, für eine moderne Gesellschaft ohnehin längst hoffnungslos veraltet zu sein. Dieser weitverbreiteten Auffassung gegenüber stellen der Benediktiner-Abtprimas Notker Wolf und der Journalist Matthias Drobinski in ihrem gemeinsamen Buch „Regeln zum Leben“ die Zehn Gebote als eine keineswegs einengende, vielmehr geradezu befreiende Wegweisung dar, die in ihrer zeitlosen Gültigkeit auch nicht veraltet, sondern immer aktuell bleibt, ja in unserer weitgehend orientierungslos gewordenen Ge-

sellschaft sogar eine besondere Aktualität besitzt.

Dabei wissen die Autoren natürlich - und geben dies offen zu -, dass die Zehn Gebote in der Geschichte der Religionen und Konfessionen häufig auch missbraucht wurden - als einschüchterndes, Angst machendes Regelwerk, das nicht nach dem Geist, sondern nach dem Buchstaben ausgelegt wurde und so das Bild eines v.a. fordernden und strafenden Gottes sowie eine Vielzahl an Schuldgefühlen vermittelte. Einem solchen Missbrauch der Zehn Gebote muss nach Meinung der Autoren unbedingt entgegengehalten werden, dass diese Gebote dem Menschen nur dann eine hilfreiche „innere Orientierung“ geben können, „wenn sie einsichtig realisiert werden, wenn es um ihren Sinn geht und nicht um einen Buchstabengehorsam“. Deshalb dürfen die Zehn Gebote auch nicht herausgelöst werden aus dem biblischen Gesamtzusammenhang, der im Alten wie im Neuen Testament immer wieder von einem Gott spricht, der die Menschen liebt.

Nach einer einführenden kurzen Geschichte der Entstehung und der Rezeption der Zehn Gebote werden die Gebote jeweils einzeln nacheinander betrachtet und in ihrer besonderen Bedeutung für den modernen Menschen erschlossen. So zeigt z.B. das Erste Gebot Gott als eifersüchtigen Gott, der keine Rivalen neben sich duldet – eben weil er die Menschen liebt bis zur Selbsthingabe. Daraus resultiert einerseits der Wahrheitsanspruch der jüdisch-christlichen Religion, deren Grundprinzip damit andererseits jede gewalttätige Intoleranz widerspricht. Von höchst aktueller Bedeutung ist zweifellos auch das Dritte Gebot

um die Heiligung des Sonntags, das besonders klar erkennen lässt, inwieweit dieses Gebot für den Menschen nicht Einschränkung, sondern Befreiung ist. Und am Fünften Gebot lässt sich sehr klar erkennen, wie die christlichen Kirchen in unserer Gesellschaft für den Schutz des Lebens in allen Bereichen eintreten - und so einen unverzichtbaren Beitrag leisten, den Menschen von einer reinen Nützlichkeitsethik zu befreien. Die Autoren schreiben bewusst mit sehr klaren, offenen Worten, um einer möglichst großen Leserschaft zu vermitteln, dass die Zehn Gebote, wie der Untertitel des Buches formuliert, beides sind: „Provokation und Orientierung für heute“. Dies zu zeigen, gelingt dem sehr lesenswerten Buch auf eindrucksvolle Weise.

(Sankt Michaelsbund)

Notker Wolf, Matthias Drobinski:

Regeln zum Leben

Die Zehn Gebote – Provokation und Orientierung für heute

Freiburg: Herder Verlag. - 157 S.; 12,95 €

Religiöses Kinderbuch des Monats Juli**Ewiges Leben**

Das inhaltliche Spektrum der hier dargestellten religionsgeschichtlichen Jenseitsvorstellungen reicht vom Auferstehungsglauben des

alten Ägypten bis zum Reinkarnationsglauben Indiens, von der griechischen Lehre von der unsterblichen Seele bis zum Bekenntnis der großen Religionen Judentum, Christentum und Islam zur Auferweckung der Toten durch Gott. Vorstellungen des Christentums vom Gericht, der Hölle, vom Fegefeuer und vom Himmel werden fundiert erläutert. Nachfolgend werden zahlreiche Bilder und Bildworte, Symbole und Zeichen vorgestellt, die der Hoffnung der Menschen auf ein Leben nach dem Tod Ausdruck verleihen. Bei den Symbolen der Hoffnung wird unter anderem Bezug genommen auf Samenkorn, Baum, Blüten, Blume, Sonne, Tor, Tür und Brücke. Das abschließende Kapitel befasst sich

insbesondere mit der Bedeutung des Todes für das Leben, mit dem menschenwürdigen Sterben, der Kunst des Sterbens sowie dem christlichen Begräbnis und endet mit einem hoffnungsvollen Ausblick auf Gott, der die Menschen zu sich heimführt. Zahlreiche literarische und biblische Texte sowie Werke der Kunst regen zum Nachdenken an.

Ein empfehlenswertes Sachbuch, das den Sachverhalt prägnant und verständlich aufbereitet.

Ewiges Leben; Hermann-Josef Frisch; Düsseldorf : Patmos, 2008. - 62 S. : zahlr. Ill. (überw. farb.) ; 25 cm - ISBN 978-3-491-79780-2, fest geb. : 14,90 €

Religiöses Kinderbuch des Monats August**Unsere Sakramente : heilige Zeichen für Kinder erklärt**

In den Sakramenten wird der Glaube lebendig. Sie veranschaulichen, wie Glaube gelebt wird und was er beinhaltet. Die katholische Kirche kennt sieben feste Hauptsakramente, denen im vorliegenden Buch jeweils ein Kapitel gewidmet wird. Kindgerecht und in anschaulicher, leicht verständlicher Sprache werden dem Leser die

einzelnen, meist feierlich begangenen Ereignisse vermittelt. Durch die Verwendung des Pronomens „Du“ wird der Leser direkt angesprochen. Jedes Kapitel erklärt übersichtlich, welche Bedeutung das jeweilige Sakrament für den Menschen hat. Dazu werden Bibelzitate aufgegriffen und näher erläutert, verbunden mit der Erklärung des praktischen Ablaufs der Sakramentenspende in der Kirche. Auch auf die Bedeutung der verschiedenen Symbole, wie z.B. das Wasser, das Taufkleid oder die Taufkerze, wird eingegangen. Weitere Kapitel nehmen zudem Bezug auf andere christliche Kirchen und Rituale anderer Religionen. Zahlreiche Fotos und Informationen laden ein, die Welt der Sakramente zu entdecken. Das Buch eignet sich daher gut für die Arbeit von ehrenamtlichen Kate-

cheten. - Sehr empfehlenswert für Kinder ab 8 Jahren.

Unsere Sakramente : Heilige Zeichen für Kinder erklärt / Esther Hebert ; Gesa Rensmann. - 1. Aufl. - München : Don Bosco, 2008. - 78 S. : zahlr. Ill. (farb.); 21 x 22 cm ISBN 978-3-7698-1651-8 fest geb. : 14,90 € bvMedienNr.: 557632

Mit dem "Religiösen Kinderbuch des Monats" präsentiert der Borromäusverein (Bonn) monatlich ein Buch für Kinder bis 14 Jahre, das die christliche Dimension des Lebens in besonderer Weise erschließt. Das Buch soll Kindern und den an ihrer Erziehung Beteiligten helfen, Antworten auf die großen Fragen des Lebens zu finden.

Jetzt rede ich Tacheles

Ägidius Habakuk platzt der Kragen

„He (she) murders the Queen's (King's) English“, so reagiert man in Großbritannien auf jemand, der schlechtes Englisch spricht. Die gleiche Reaktion passte auch auf den gegenwärtig immer noch ausufernden Gebrauch von Anglizismen, nicht nur in der Werbung, der Wirtschaft, seit einiger Zeit auch im Bereich der Erwachsenenbildung. Würde man diesen Satz auch ins Deutsche übertragen, könnte er etwa heißen: „Er (Sie) vergewaltigt die Sprache Luthers, Goethes, Herders“.

Diese kritische Einstellung zum Ausufernden des Denglisch wird oft als „Deuschtümelei“ diffamiert. Also, die das behaupten (ich kenne ein paar Personen), wissen absolut nicht, worüber dabei verhandelt wird. Ein persönliches Bekenntnis: Ich achte, ja ich liebe die englische Sprache. (Ich kann sogar englische Literatur im Original lesen und benötige dazu nur gelegentlich das Wörterbuch). Wie aber diese Kultursprache in der Wirtschaft, in den Medien, jetzt sogar in der Erwachsenenbildung missbraucht wird, das macht mich tief traurig.

Beispiele

Zurück zur Praxis, dem Eindringen des Denglisch in Bereiche der Bildungsarbeit. Beispiel 1: Viele Einrichtungen leiden an mangelnden finanziellen Ressourcen. Um ihnen bei der Erschließung geldlicher Quellen zu helfen, gibt es zahlreiche Angebote mit dem Titel „Fundraising“-Seminar. Gemeint ist schlicht der gar nicht mal altbackte Begriff „Mittelbeschaffung“. Ich meine, darauf reagieren Kassenwarte der leidenden Institutionen genau so dankbar wie auf den denglischen Lockruf. Warum also diese verkrampte Formulierung?

Ein positives Gegenbeispiel: In der Publikation „Köln aktuell – Informationen für die Katholischen öffentlichen Büchereien im Erzbistum Köln“ gibt es einen Hinweis auf eine Weiterbildungsveranstaltung, die auf den modischen Anglizismus „Fundraising“ verzichtet, aber das gleiche meint: „Geld auf-treiben, ausgeben und verwalten – Zukunftsorientierte Finanzstrategien für Büchereien“. Ich bin überzeugt, dass diese Formulierung nicht zuletzt auf die Einstellung zur Sprache des Textautors und der Zielgruppe zurückzuführen ist. Geht doch!

Best Practice Award für innovative Non-Profit-PR)

Beispiel 2: Ein Schwerpunktthema vieler Weiterbildungseinrichtungen ist schon seit Jahren der Bereich der „Öffentlichkeitsarbeit“, d. h. der Bekanntmachung der Einrichtung und ihrer Ziele. Im Laufe der Zeit hat sich für diesen verständlichen Begriff das Modewort „Public Relations“, abgekürzt PR, eingebürgert. Nun gibt es Institutionen, die damit eine Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Effizienz erreichen wollen. Aber nicht nur wirtschaftlich orientierte Einrichtungen haben das gleiche Ziel. Diese nennt man „Non-Profit-Organisations“.

Für alle, die das Ziel einer optimalen Selbstdarstellung verfolgen, gibt es Qualifizierungsangebote. Und für besonders erfolgreiche Absolventen winkt jetzt eine Auszeichnung, was sag ich: ein „Award“! Und der heißt: „Best Practice Award für innovative Non-Profit-PR“.

Man darf jedoch fragen, was mit dieser misslungenen denglischen Wortschöpfung erreicht werden soll. Es gibt Untersuchun-

gen, die herausgefunden haben, wieviele deutsche Bürger diese schlecht-englischen Begriffe überhaupt richtig übersetzen, d. h. verstehen können. Ein Ergebnis weist aus, dass nur 28,3 % der angesprochenen deutschen „Verbraucher“, glauben, *nota bene (lat. wohl gemerkt)* „glauben“, diese Werbe-sprüche „voll verstanden“ zu haben. Ein etwas höherer Prozentsatz „glaubt, verstanden zu haben“. Ich bitte Sie, reicht das für den Einsatz solcher Sprachverstümmelungen aus?

Und nun die Frage nach dem Auftrag von Weiterbildung in dieser Situation. Ich meine, man müsste aus rein pragmatischen Gründen dieser Entwicklung gegensteuern. Aber was machen manche Institutionen, besser gesagt die für sie verantwortlichen „PR-Manager“? Sie garnieren ihre Angebote mit genau dem Sch... (shit hört sich gebildeter an), den sie eigentlich entlarven sollten.

Und was ist mit den „kids“?

In der letzten Zeit häufen sich die Berichte über Untersuchungen der schulischen Leistungen deutscher Schülerinnen und Schüler im Vergleich mit anderen europäischen Ländern, bekannt als PISA-Studie. Das hatte zur Folge, dass man bei uns auch geografisch eingegrenzte Tests durchführte. Ein Ergebnis aus Nordrhein-Westfalen wurde in den Gazetten behandelt. „Rechnen gut, Lesen mangelhaft“, so die Überschrift einer seriösen Tageszeitung in NRW. Es handelt sich dabei um einen landesweiten Vergleichstest der Viertklässler. Bei der Bewertung der Lesefähigkeit wird differenziert. 80 % der getesteten Schülerinnen und Schüler können Diktate mit ordentlicher Rechtschreibung bewältigen. Doch

von allen getesteten Kindern können mehr als ein Drittel den richtig gelesenen Text nicht verstehen. Das heißt doch, sie können die Buchstaben entziffern, aber nicht die Bedeutung erkennen. Das ist schon bedenklich. Aber, übertragen auf ihre spätere Fähigkeit, Texte zu verstehen, muss man sich doch fragen, ob diese nachwachsenden „Konsumenten“ überhaupt von den denglischen Werbetexten erreicht werden.

Nun gibt es sicherlich Bildungseinrichtungen, die, hellhörig geworden, Angebote planen, diese Defizite durch geeignete Veranstaltungsangebote auszugleichen. Dabei sollten sie sich aber nicht von modischen Sprachtendenzen leiten lassen. Die richtige Beherrschung der eigenen Sprache (Muttersprache) muss eines ‚der ‚Klassenziele‘ der heutigen Schülerinnen und Schüler sein. Apropos (*franz. nebenbei bemerkt*) ‚Klas-

senziel‘. Die Schulabteilungen in den Kultusministerien gehen schwerpunktmäßig von einer Angleichung der Bildungschancen von Kindern ‚aus Villenvororten ...zu Kindern aus verarmten Stadtteilen‘ (zitiert aus der oben angeführten Tageszeitung in NRW) aus. Das ist sicherlich nötig, kann aber nur ein Schwerpunkt der notwendigen Bemühungen sein. Fangen wir doch schon mal mit den Schulklassen an.

Der Zauberlehrling von Goethe als Rap-Song im Kinderfunk

Der Zauberlehrling von Goethe als Rap-Song im Kinderfunk: Mir ist klar, dass man bei der Vermittlung von klassischen Gedichten an Kinder überlegen muss, wie man die sehr jungen Zuhörer (am Radio, in der Schulklasse usw.) erreichen kann. Die ‚Versuchung‘ liegt nahe, sie mit den Mitteln anzusprechen, die sie alltäglich erleben. Der Rap-Stil ist gegenwärtig dominierend. Also lass ich den ‚Zauberlehrling‘ in dieser Weise vortragen. Und so geschah es in der

Sendung Liliputs im WDR 5. Jetzt erhebt sich die Frage: Was gefällt den jungen Zuhörern, der Musikstil oder der Text? Im ersten Fall wird die beabsichtigte pädagogische Wirkung wahrscheinlich verfehlt. Das Urteil ‚toller Song‘ ist wohl nicht hinreichend befriedigend.

Also muss ich als Pädagoge überlegen: Wie kann ich die Spannung, die im Ablauf der Geschichte liegt, vermitteln? Ich würde den Text, so wie er im Original vor-

liegt, von einem guten Rezitator vortragen lassen, durchaus auch unter Berücksichtigung der Altersstufe der Kinder, wie etwa bei der Vermittlung im Hörfunkprogramm für Kinder. Danach könnte ein Gespräch mit Kindern folgen, bei dem die starke Wirkung der sprachlichen Darbietung noch intensiviert würde.

Kurz: Ich halte viele ‚moderne‘ Vermittlungsbemühungen für fragwürdig, in manchen Fällen für falsch.

Ägidius Habakuk

Loriot live

‚Auf dem Landsitz North Cothelstone Hall von Lord und Lady Hesketh-Fortescue befinden sich außer dem jüngsten Sohn Meredith auch die Cousinen Priscilla und Gwyneth Molesworth aus den benachbarten Ortschaften Nether Addlethorpe und Middle Fritham, ferner ein Onkel von Lady Hesketh-Fortescue, der neunundsiebzigjährige Jasper Fetherston, dessen Besitz Thrumpton Castle zur Zeit an Lord Molesworth-Houghton, einen Vetter von Priscilla und Gwyneth Molesworth, vermietet ist.‘

Dies ist der Anfang von Lorits Scetch ‚Inhaltsangabe‘, mit der eine Übersicht über die bisherigen Teile des ‚sechzehnteiligen englischen‘ Fernsehkrimis »Die zwei Cousinen« gegeben werden soll.

Ist Loriot's Sketch mit Evelyn Hamann zu toppen? Ja! Der englische Krimi ‚Inspektor Barneby‘ vom 20. Juli 2008 schaffte es mit einer Unzahl von komplizierten englischen Namen. Genau das wurde im Sketch von Loriot auf die Schippe genommen. Es war auch bei Barneby für mich schwer, mit der Zeit sogar unmöglich, die

vielen Namen den zahlreichen Personen zuzuordnen und ihre Beziehungen zueinander zu erkennen. Am Ende wusste ich schließlich nicht mehr, worum es überhaupt ging.

Es war ein Beispiel für die Schwierigkeit, englische Krimis dieses Schnittmusters einigermaßen genussvoll erleben zu können. Gott sei Dank gibt es jedoch immer noch ausländische Filme, die keine Verständnisschwierigkeiten bereiten.

Ägidius Habakuk

Für Ihre Bestellung per FAX 0228/90247-29 oder Brief

Katholische Bundesarbeitsgemein-
schaft für Erwachsenenbildung
Joachimstraße 1

53113 Bonn

Bitte schicken Sie die Lieferung an folgende An-
schrift:

Name / Vorname:

Straße/ Postfach:

PLZ / Ort:

Datum Unterschrift:

Hiermit bestelle(n) ich/wir _____ Exemplar(e)

EB-Buch 25 Treffpunkt Ethik

Internetbasierte Lernumgebungen für ethische Diskurse

Ralph Bergold, Helga Gisbertz, Gerhard Krup (Hrsg.)

Druck und Verlag: W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld, 2007
DIN-A5-Broschüre, 508 Seiten, **19,90 €** ISBN 978-3-7639-3538-3

Welche Chancen bietet das Internet als Lernme-
dium für die Reflexion von Einstellungen, Wert-
haltungen, ethischen Grundorientierungen und
Verhaltensmustern? Wie können DozentInnen
die veränderten Mediennutzungsgewohnheiten
ihrer TeilnehmerInnen in Kursangebote der all-
gemeinen Erwachsenenbildung zu ethischen
Themen einbeziehen?

Diese beiden Leitfragen skizzieren den Radius
dieser Publikation. AutorInnen aus Theorie und
Bildungspraxis geben Antwort auf diese Fragen
und stellen internetbasierte Bildungsangebote
und Blended-Learning-Kursformate zu unter-
schiedlichen ethischen Themen und Zielgruppen
vor. Damit bieten sie DozentInnen aus der all-
gemeinen Erwachsenenbildung Impulse zur Durch-
führung eigener Bildungsangebote.

Die vorliegende Publikation vereinigt die Ergeb-
nisse des dreieinhalbjährigen Entwicklungspro-
jektes „Treffpunkt Ethik. Nachfrageorientierte
Lernumgebungen für ethische Diskurse“, das die
Katholische Bundesarbeitsgemeinschaft für Er-
wachsenenbildung (KBE) unter Förderung des
Bundesministeriums für Bildung und Forschung
(BMBF) durchgeführt hat.

