

Andreas Büsch

## Wie geht eigentlich Medienpädagogik „katholisch“?

Zum Start der Clearingstelle Medienkompetenz  
der Deutschen Bischofskonferenz

Unbestreitbar hat die katholische Kirche an verschiedenen Stellen ein Wahrnehmungsproblem: Die „Marke“ ist zwar zu hundert Prozent bekannt, aber die Markenidentität, sprich was diese alles beinhaltet, ist jenseits sattsam bekannter Klischees häufig eher unklar bzw. sogar schlicht unbekannt. Dies gilt leider auch für den in einer durchweg mediatisierten Gesellschaft zentralen Bereich der Medienpädagogik: Außerhalb kirchlicher Kreise sind die vielfältigen und zum Teil schon auf Jahrzehntelange Traditionen zurückschauende medienpädagogischen Bemühungen weitgehend unbekannt.

Die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz hat daher entschieden, für zunächst drei Jahre „ad experimentum“ eine zentrale Clearingstelle einzurichten, die sich dieser Problematik annimmt. Ziel dieser Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz ist eine politische und praktische Verortung von Medienkompetenz. Praktisch soll dazu ein „Netzwerk kirchliche Medienkompetenz-Förderung“ etabliert werden, das vor allem bestehende Aktivitäten bündelt und vernetzt. Insofern in der im Juni 2011 publizierten medienethischen Schrift „Virtualität und Inszenierung. Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft“ (vgl. *Communicatio Socialis* 4/2011) eine entsprechende Selbstverpflichtung ausgesprochen wurde, ist dabei vor allem die Profilierung der spezifischen theologischen und anthropologischen Dimension sowie eine Schärfung der medienethischen Perspektive im Blick.

### Aufgaben

Die konkreten Aufgaben der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz an der Katholischen Hochschule Mainz lassen sich in vier Bereiche unterteilen:

1. Im Sinne eines Serviceangebots sollen die bestehenden medienpädagogischen Angebote von Diözesen, Verbänden, Trägern und Institutionen im Bereich der katholischen Kirche in Deutschland

zusammengetragen und gebündelt nach innen und außen präsentiert werden. Mittelfristig soll eine Datenbank erstellt werden, die online eine Suche nach Themen, Angeboten und Referenten für eine ortsnahe Beratung zu den unterschiedlichen Bereichen der Medienkompetenz-Förderung ermöglicht. Best-Practice-Modelle sollen gesammelt und evaluiert werden und in geeigneter Form online und offline kommuniziert werden. Eine zentrale Rolle wird ein eigenes Subportal des zentralen Web-Angebots der katholischen Kirche in Deutschland unter [medienkompetenz.katholisch.de](http://medienkompetenz.katholisch.de) spielen.

2. Eine Vernetzung mit kirchlichen wie außerkirchlichen Trägern und Akteuren in den unterschiedlichen Bildungsfeldern wird helfen, die Ressourcen der kirchlichen Medienkompetenz stärker als bisher zu kommunizieren. Neben den „klassischen Feldern“ der Jugend-, Erwachsenen- und Altenarbeit soll dabei ein besonderer Fokus auf bildungsschwache bzw. bildungsferne Milieus gelegt werden, die üblicherweise von medienpädagogischen Projekten eher schlecht erreicht werden. Hier wird es vor allem darum gehen, gemeinsam mit den Kooperationspartnern die vorhandenen Ressourcen für eine bessere Zielerreichung weiter zu entwickeln. Für die unterschiedlichen Akteure auf Diözesan- und Bundesebene sollen im Sinne einer subsidiären Zuarbeit bezogen auf das Thema Medienkompetenz bzw. Medienkompetenzvermittlung Akteure und Institutionen in Projekten miteinander vernetzt werden, womit die genuine Aufgabe einer Clearingstelle erfasst wird.
3. Zur Außendarstellung werden kontinuierlich Theoriebeiträge zur spezifisch kirchlich verstandenen Medienkompetenz publiziert sowie durch die Beteiligung an Kongressen und Tagungen und entsprechende Publikationstätigkeit der Standpunkt kirchlicher Medienpädagogik verdeutlicht.
4. Es ist nicht Aufgabe einer Clearingstelle, eigenständig in großem Umfang Projekte durchzuführen, insofern eine eigenständige Tagungstätigkeit einer subsidiären Zusammenarbeit zuwiderliefe. In Kooperation mit ausgewählten Trägern sollen jedoch Best-Practice-Projekte zur Medienkompetenzvermittlung (z. B. Schulungen von Multiplikatoren) durchgeführt und evaluiert werden, um im Projektzeitraum einen über diesen hinaus gültigen Handlungseitfaden erarbeiten zu können.

Die spannendste Herausforderung wird es sein, die guten Traditionen und Angebote katholischer Medienpädagogik und Medienbildung in einem weiteren Umfeld bekannt zu machen und dabei die spezifischen Ansätze zur Arbeit mit Medien sowie die theologische Sicht auf Medien zu schärfen und in die fachlichen Diskurse einzubringen.