

I. Einführung

Theologische Medienethik im digitalen Zeitalter – Eine Einführung

Gotlind Ulshöfer / Monika Wilhelm

1. Medienwandel und theologische Medienethik

Die Entwicklungen im Bereich der Medien sind in den vergangenen Jahren rasant vorangeschritten. Neben klassischen Massenmedien wie Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen und Radio traten – vermittelt durch das Internet und die mit Computern, Smartphones, Tablets und ihren Programmen einhergehenden Vernetzungsmöglichkeiten – neue und intensivere Formen der Kommunikation, der Informationsgewinnung und -vermittlung und des Datenaustauschs auf. Auch in der Kirche werden diese neuen Formen eingesetzt, was sich beispielsweise am zunehmenden Einsatz sozialer Medien im kirchlichen Bereich zeigt und selbst wiederum zum Beispiel unter #digitaleKirche diskutiert und reflektiert wird.

Die medialen Veränderungen haben wiederum Einfluss auf Aufgabe, Funktion, Formate und Inhalte der klassischen Massenmedien, weil sie deren Stellung verändern oder diese ganz an den Rand drängen (Bruns / Reichert 2007, 9). Neben der Zunahme an Kommunikationsmöglichkeiten und Informationsverbreitung durch die Digitalisierung und dem damit verbundenen Medienwandel sind andererseits auch „hate speech“, „fake news“ oder Cyber-Mobbing sowie Überwachung und Datenmissbrauchsmöglichkeiten gewachsen. Angesichts dieser Entwicklungen sollen die hier vorgestellten Überlegungen zur theologischen Medienethik als Anregungen für ein Forschungsfeld verstanden werden, das weitergehender und intensiverer Analysen bedarf. Dabei ist theologische Medienethik in einem Spannungsfeld zu verorten zwischen aktuellen Entwicklungen im Medienbereich, grundlegenden theologischen Topoi, kirchlichen Veränderungen und gesellschaftlichem Wandel, der mit dem Medienwandel einhergeht.

Dem hier vorliegenden Sammelband liegt ein Medienverständnis zugrunde, das der Offenheit der Phänomene der Erscheinungsformen von Medien Rechnung tragen will. Die Analysen von Medien als Vermittler und Gestalter von Kommunikationsprozessen sind nicht nur im Blick auf ihre gesellschaftlichen Kontexte zu unternehmen, sondern auch hinsichtlich der technologischen Möglichkeiten. Für die Medienethik bedeutet dies, dass sie, wie Jessica Heesen zu Recht in dem von ihr herausgegebenen Handbuch Medienethik deutlich macht (Heesen 2016, 2), auch Informationsethik zu umfassen hat bzw.

mit dieser immer mehr verschmilzt. Dabei soll auch gelten, dass „Medienethik in jedem menschlichen Handeln mit Medien ausgeübt wird“ (Leiner 2006, 158). Medienethik ist also als transdisziplinäres Projekt zu verstehen, das Perspektiven der unterschiedlichen Disziplinen aufnimmt und für ihre ethischen Analysen fruchtbar zu machen sucht. Theologische Analysen bezüglich medienethischer Themen sind seit dem Beginn medienethischer Diskurse zu finden. Sie spiegeln dabei auch den medialen Wandel wider.

In den vergangenen Jahrzehnten fokussierte theologische Medienethik auf die sogenannten Massenmedien, jedoch ohne grundlegende Fragestellungen zu vernachlässigen. Sie beschäftigte sich mit Medien wie dem Fernsehen (z. B. Thomas 1998)¹ bzw. dem Film (Bohrmann / Veith / Zöllner 2007–2012; Hausmanning 1992) genauso wie mit Entwicklungen des gesamten Medienbereichs (König 2006; Bohrmann 1997). Es geht also um die Nutzung und den Einsatz von Medien (Höhne 2015), das Verhältnis von Medien und Öffentlichkeit (Filipovic 2007) und auch um generelle Überlegungen zu praktischen Analysen und theoretischen Verständnissen von Medien und Ethik (z. B. Dräger / Schneider 2001; Holderegger 2004). Die oben beschriebenen, durch die Digitalisierung ermöglichten Veränderungen im Medienbereich und die damit zusammenhängende Mediatisierung (Krotz 2007) finden zunehmend auch Eingang in medienethische Diskussionen. In der theologischen Medienethik hat sich angesichts dieser Entwicklungen auch das thematische Spektrum ausgeweitet. Klassische theologische Topoi wie anthropologische (Ernst 2015; Costanza / Ernst 2012; Lück 2013; Jung 2018), epistemologische (Lindner / Bründl / Weißer 2018) und ekklesiologische sowie Religion betreffende (Haberer 2015; Zeilinger 2011) Fragen, die sich angesichts der digitalen Veränderungen stellen, werden aufgenommen und gesellschaftspolitische (Stapf / Prinzing / Filipovic 2017; Mitchell / Gower 2012) und neue Themen wie z. B. Überwachung (Stoddart 2011) oder Künstliche Intelligenz (Brand 2018) aufgegriffen sowie grundlegende Fragen gestellt, wie sich Ethik angesichts von Digitalisierung verändert (Ess 2014; Ohly / Wellhöfer 2017) und wie sich Medien und die damit verbundenen ethischen Fragestellungen weiter entwickeln (Heesen / Sehr 2018; Schicha 2019). Ein neues Feld, das für theologisch orientierte medienethische Fragen im Rahmen der Digitalisierung von Interesse ist, stellt dabei auch die Forschung im Bereich der „digital religion“ dar. Diese „does not simply refer to religion as it is performed and articulated online, but points to how digital media and spaces are shaping and being shaped by religious practice“ (Campbell 2013, 1) und kann damit auch moralische Sachverhalte im Sinne einer deskriptiven Ethik darstellen.

Medienethik aus theologischer Perspektive zu betreiben bleibt auch angesichts der digitalen Entwicklungen insofern relevant, weil es des Austausches

¹ Die folgende Aufzählung von Literatur ist nur als exemplarische zu verstehen und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

bedarf zwischen den gesellschaftlichen Entwicklungen durch Digitalisierung, was sich z. B. auch in einem engeren Verhältnis zwischen online- und offline-Sein zeigt, also in der Infosphäre, wie der Philosoph Luciano Floridi (Floridi 2014) beschreibt, und theologischen Traditionen. Dabei stellen auch die Entwicklungen im Bereich der „digital religion“, d. h. zum Beispiel auch die Nutzung von sozialen Medien für die Präsenz von theologischen und religiösen Ideen und Praktiken online, wie beschrieben ein relevantes Thema für theologische Medienethik dar.

Eine theologische Perspektive eröffnet die Chance eines reziproken Prozesses, der theologisches Traditionsgut relevant werden lässt für gegenwärtige gesellschaftlich-mediale Analysen und gleichzeitig zu neuen theologischen Deutungen herausfordert und so sowohl zu einer Perspektiverweiterung im theologischen Bereich auch hinsichtlich religiösen und kirchlichen Handelns führen kann, als auch in einem interdisziplinären Sinne für andere, außertheologische Disziplinen fruchtbar sein kann.

2. Zur Notwendigkeit eines „digital turn“ in der theologischen Medienethik

Angesichts der digitalen Durchdringung des Alltags, sowohl im Berufs- als auch im Privatleben, und der Grundierungen der Gesellschaft mit Digitalem gilt es auch für angewandte Ethik, und hier insbesondere für die Medienethik Überlegungen anzustellen, inwiefern ein „digital turn“ angesagt ist. Die in diesem Sammelband veröffentlichten Aufsätze machen deutlich, dass Medienethik – verstanden als ethische Überlegungen, Analysen und Bewertungen hinsichtlich medialer Entwicklungen und der individuellen, institutionellen und gesellschaftlichen Schaffung und Nutzung von Medien – in jedem Fall der Berücksichtigung der Digitalisierung bedarf.

Rechtfertigt dies bereits die Rede eines „digital turns“? Folgt man der Beschreibung der Stadien eines Wandels (turns) der Kulturwissenschaftlerin Doris Bachmann-Medick, befinden wir uns damit im ersten Stadium, sozusagen der Vorbereitung eines Wandels, in dem ein neuer Gegenstand – hier die Digitalisierung – in die Forschung eingeführt wird, der Wandel aber noch nicht vollzogen sei (Bachmann-Medick 2006, 26). Von einem Wandel spricht Bachmann-Medick erst, wenn in einem zweiten Stadium der Fokus vom Objekt weg hin zu einer analytischen Kategorisierung und zur Formulierung von Konzepten führt und das Benannte (die Digitalisierung) zu einem Mittel und Medium für Erkenntnis wird (ebd.).

Unseres Erachtens lassen sich in der Diskussion um die Digitalisierung in der Medienethik beide Stadien nachweisen: Einerseits wird, wie gesagt, die Notwendigkeit erkannt, sowohl thematisch das Digitale zu berücksichtigen, es

mit traditionellen Topoi der Theologie und theologischen Ethik zu verknüpfen und zu reflektieren und so neue Perspektiven für ethisches Denken zu entwickeln. Andererseits wird auf das zweite Stadium hingearbeitet. Dieses stellt sich nicht automatisch, sondern erst mit der Zeit ein, wenn das Potential der Digitalisierung auch als Konzept sicht- und anwendbar gemacht wird. So werden in den einzelnen Beiträgen des Buches auch Veränderungen hinsichtlich der Methoden und Analyseinstrumentarien sichtbar, welche die Autor*innen andenken und einsetzen. Dabei können sowohl Methoden der Digital Humanities (Berry / Fagerjord 2017; Gasteiner / Haber 2010) als auch der Forschungsrichtung von digital religion (Campbell 2013) gerade auch für ethische Forschungszusammenhänge von Interesse sein. So kann also durchaus von der Notwendigkeit eines „digital turn“ im Sinne der Veränderungen des Erkenntnisobjekts, der Erkenntnismittel und der Erkenntnismedien gesprochen werden (Kossek 2012, 7 und Heidkamp / Kergel 2016, 47ff.).

3. Die Ausrichtung des Bandes: Pluralität als Kennzeichen theologischer Medienethik

In dem vorliegenden Sammelband werden Themen und Ansätze theologischer Medienethik aufgezeigt und entwickelt, die angesichts der Veränderungen im Bereich der Sozialen Medien und des Wandels durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien auftreten. Das heisst, dass wesentliche Themen der Medienethik wie Öffentlichkeit, Verantwortung etc. aufgegriffen und theologisch reflektiert werden, so dass von dem Buch Impulse für theologische, kirchliche, medienwissenschaftliche und gesellschaftliche Diskurse ausgehen können. Der verwendete weite Medienbegriff greift dabei auch Themen der Informations- und Kommunikationsethik auf.

Die in diesem Band versammelten Aufsätze geben sowohl einen Einblick in medienethische Diskussionen im Bereich der Theologie als auch in die Notwendigkeit, klassische medienethische Themenbereiche zu öffnen und informationsethische und kommunikationsethische Topoi mit aufzunehmen. Dadurch eröffnet das Buch Perspektiven für ein Forschungsfeld in der Theologie, das Digitalisierungsfragen aufgreift und sie ethisch im Rahmen von medialen Entwicklungen weiterdenkt und das noch weiter ausgebaut werden sollte.

Gleichzeitig ist der Sammelband so angelegt, dass er auch als Arbeitsbuch verstanden werden kann, mit dessen Hilfe Studierende und Lehrende ein Verständnis und einen ersten Überblick über materialetische Fragen zum Thema Medien bekommen können. Es ist Ziel des Buches, möglichst viele Ansätze zu versammeln, um so die Pluralität, die den Diskurs im ethischen Bereich kennzeichnet, zu erfassen. Dies bedeutet auch, wissenschaftlich-ethische Analysen in Kontakt mit Analysen aus einer Praxisperspektive zu bringen.

Die Sammlung von Texten zur Medienethik von Autor*innen mit unterschiedlichen Ansätzen und aus verschiedenen theologischen Traditionen und Denominationen soll deutlich machen, dass theologische Medienethik ein plurales Projekt im Prozess ist, das auch interdisziplinär angegangen werden sollte. Die Fokussierung auf protestantische und katholische theologische Ansätze und Autor*innen ist dabei vor allen Dingen aus pragmatischen Gründen geschehen, um den Umfang des Buches in einem überschaubaren Maß zu halten. Trotz der Beschränkung finden sich in dem Sammelband jedoch auch Stimmen aus nicht-deutschsprachigen Ländern und verschiedenen Kontinenten. Diese Erweiterung der Perspektive ist einerseits Ausdruck der durch die Wandlungen im Medienbereich verstärkten globalisierten Wahrnehmung der Welt, in der Themen übergreifend bearbeitet werden – und stärkt andererseits das Bewusstsein für die spezifischen Herausforderungen einzelner Kontexte. Ganz bewusst ist dabei die ursprüngliche Sprache, in der die Texte geschrieben wurden, beibehalten worden. In den deutschsprachigen Beiträgen verwenden wir das Gendersternchen*, um möglichst geschlechtergerecht und inklusiv zu kommunizieren.

Die Ausrichtung an der Pluralität bezieht sich nicht allein auf die verschiedenen Ansätze und Autor*innen, sondern auch auf diejenigen, die das Buch mit ihrer Unterstützung ermöglichten: Der Dank geht an den Kohlhammer-Verlag und hierbei insbesondere an Sebastian Weigert und an Janina Schüle, die beide in verbindlicher und präziser Form das Veröffentlichungsprojekt in sehr guter Weise betreut haben sowie an Lea Schober für Anregungen bezüglich der englischsprachigen Texte. Für das Interesse an der Publikation und die finanzielle Unterstützung danken wir herzlich – in alphabetischer Reihenfolge – der: Evangelischen Kirche in Deutschland, Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau, Evangelischen Landeskirche in Württemberg, Reformierten Kirche Kanton Zürich und der Universität Zürich, worin sich die Verbundenheit von Wissenschaft und Kirche ausdrückt. Dank für zuverlässige Korrekturarbeiten und Unterstützung gebührt an der Universität Zürich Eva Schaufelberger, Jana Holeckova und Michael Braunschweig und den Famulierenden des Lehrstuhls Feministische Theologie und Gender Studies der Augustana-Hochschule Neuendettelsau Mirijam Grab und Maximilian Brehm. Für den Satz und die damit verbundene Unterstützung danken wir herzlich Andrea Töcker, die in gewohnt zuverlässiger Weise das Layout erstellt hat. Die Ideen zu dem Band sowie Diskussionen über den medialen und digitalen Wandel und theologische Medienethik sind in Seminaren und Veranstaltungen an den Universitäten von Tübingen, Zürich und an der Augustana-Hochschule Neuendettelsau entstanden und weiterentwickelt worden. Daher gebührt der Dank auch den dortigen Studierenden.

Das Buch ist im Rahmen des DFG-Heisenberg-Projekts einer „Ethik der Macht im digitalen Zeitalter“ (UL 191/4-1 bzw. 5-1) entstanden.

4. Themen theologischer Medienethik im digitalen Zeitalter

Ein **erster** wesentlicher Aspekt theologischer Medienethik im digitalen Zeitalter ist die Reflexion des medialen Wandels und damit zusammenhängend die dadurch angestoßenen oder diesen erst begründenden gesellschaftlichen Veränderungen sowie die Frage, aus welchen Traditionen theologische Überlegungen hinsichtlich des medialen Wandels gespeist werden können. So geht Johanna Haberer in ihrem Artikel „Theologische Medienethik – gelingende Kommunikation als Lebenskunst in der vernetzten Gesellschaft“ von einer anthropologischen Prämisse aus, die den Menschen als ein relationales Wesen versteht, das in Kommunikationszusammenhängen eingebunden ist. Dabei sieht sie auch ein genuines Interesse der Theologie an medialer Kommunikation und weist auf theologische Bezüge in den Medienwissenschaften hin. Grundlegend ist für sie die Medialität der Religion. Haberer entwickelt eine biblische Grundlegung medienethischer Themen und macht gleichzeitig mit Hilfe eines historischen Überblicks zur evangelischen Publizistik deutlich, dass eine theologische Medienethik auch kirchlich zu verankern ist. Sie sieht Medialität und Kommunikation und deren ethisch-theologische Reflexion als „Zukunftprojekt“ der Theologie.

Im Beitrag von Jonas Bedford-Strohm und Alexander Filipović „Mediengesellschaft im Wandel – Theorien, Themen, ethische Herausforderungen“ stehen die Herausforderungen des stetigen Wandels der Mediengesellschaft im Fokus. Menschliche Praxis und Medien wirken wechselseitig aufeinander, so dass ein Medienwandel immer auch einen Wandel in der Gesellschaft bedeutet und umgekehrt. Mit den digitalen Medien treten Geschwindigkeit, Unübersichtlichkeit und Vernetzung als Prägekräfte in den Vordergrund, was sich medienethisch niederschlägt in der Diskussion um die Bedingungen der Begründung moralischer Aussagen, beispielsweise in der Diskussion über „fake news“. Die ethische Antwort auf solche und weitere Herausforderungen des Wandels für die klassischen und neuen Medien finden Bedford-Strohm und Filipović nicht in einer simplen Negation und Abwehr, sondern in der Aufforderung, den Wandel kritisch reflektierend zu begleiten und so seine Potentiale zur Weiterentwicklung von Freiheit, Solidarität und Gerechtigkeit freizulegen.

Mit der Geschichte der Begriffe Freiheit und Verantwortung in der Medienethik bietet Thomas Zeilingers Artikel „Freiheit und Verantwortung – Maximen theologischer Medienethik“ einen historischen Überblick über theologische Medienethik und stellt außerdem Freiheit und Verantwortung als zwei zentrale Aspekte einer gegenwärtigen theologischen Medienethik in den Mittelpunkt seiner Analysen. Dabei zeigt er auf, dass diese beiden Konzeptionen innerhalb der Medienethik – die sich im katholischen Bereich vor allem in wissenschaftlichen Veröffentlichungen niederschlägt, im evangelischen Be-

reich vermehrt in kirchlichen Verlautbarungen – schon längere Traditionen haben. Er entwickelt angesichts der technischen Veränderungen, welche die Digitalisierung mit sich bringt, medienethische Herausforderungen, die die Subjekte von Verantwortung umfassen sowie ein verändertes Verständnis von Öffentlichkeit und von Freiheit. Angesichts aktueller Aufgaben, wie z. B. einer neu zu schaffenden Medienordnung, plädiert er für eine Wiederkehr der Tugendethik und weist auf die Rolle von Kirche als Bildungsort hin.

Die Veränderungen, welche die Digitalisierung in Bezug auf die sozialen Medien mit sich bringt, fordern ein Engagement in Form einer öffentlichen Theologie, so Dion A. Forster in seinem Artikel „Social Identity, Social Media, and Society: A Call for Public Theological Engagement“. Er macht den Einfluss der sozialen Medien auf Identität, Glauben und Werte zum Thema. Die sozialen Medien als Informations-, Kommunikations- und Kollaborations-Plattformen mit Fokus nicht nur auf den Intellekt, sondern auf den Wunsch dazuzugehören, scheinen für die Bildung von Identität (gerade von sozialer Identität und Bewegungen) wie gemacht. So formen sie kulturelle und soziale Ideen bzw. Einbildung („imagination“), werden zugleich aber auch von ihr geformt. Die theologische Herausforderung ist es, diese kulturelle und soziale Imagination nicht unreflektiert in das eigene glaubende Leben einzuweben, sondern das prophetische Amt öffentlicher Theolog*innen wahrzunehmen und in verständlicher Sprache kritische Punkte auch außerhalb der theologischen Sphäre, im öffentlichen Raum, anzusprechen.

Ein **zweiter** Aspekt theologischer Medienethik sind Reflexionen zu verschiedenen Medien und durch sie tätigen Akteur*innen, zu ihrer Nutzung und ihrem Einsatz, zu in ihnen vermittelten moralischen Werten und Normen sowie deren Verankerung in einer Medienordnung und -ökonomie.

Die journalistische Ethik ist traditionellerweise ein wichtiges Thema für die Medienethik. Die Digitalisierung und die damit einher gehende Mediatisierung haben aber für den journalistischen Bereich und die journalistische Tätigkeit massive Veränderungen mit sich gebracht, unter anderem weil durch die sozialen Medien jede*r die Möglichkeit hat, Informationen, Berichte und Bilder einer breiten Öffentlichkeit im Worldwideweb zu präsentieren. Florian Höhne entwickelt in seinem Aufsatz „Journalismus, Printmedien und ihre Veränderungen – ethische Herausforderungen“ nach einer Analyse der aktuellen Entwicklungen im journalistischen Bereich Überlegungen zu einer Ethik des Journalismus, die diese aufnimmt. Dabei macht er deutlich, dass eine Ethik des Journalismus nicht allein professionsethische Aspekte bezüglich der verschiedenen journalistischen Arbeitsschritte umfassen sollte. Für ihn sind auch Fragen nach den ökonomischen Bedingungen sowie gesellschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen journalistischen Handelns zu berücksichtigen. Ethische Überlegungen diesbezüglich betreffen dazuhin alle medial aktiven Akteur*innen.

Anhand der 2018 in der Schweiz zur Abstimmung gebrachten Volksinitiative „No Billag“, welche die Abschaffung des nationalen, öffentlich finanzierten Rundfunks (Radio und Fernsehen) forderte, stellt Michael Braunschweig in seinem Artikel „Fernsehen als Medium und Politikum. Gesellschaftspolitische Herausforderungen des Medienstrukturwandels am Beispiel der Schweizer ‚No Billag‘-Abstimmung“ die Herausforderungen dar, welche die Digitalisierung für die bisher vorwiegend nationalstaatlich geprägte Kommunikationsordnung bedeutet. Global vernetzte Systeme und plattform-basierte Netzwerköffentlichkeiten stehen der Beschränkung einer potentiellen Informationsasymmetrie und dem Verständnis von Information als öffentlichem Gut gegenüber. Braunschweig positioniert sich in dieser Debatte mit theologischen Argumenten auf der Seite eines öffentlichen Mediendienstes: Er erinnert an Zwinglis Rede von den kirchlichen Ämtern der Wächter und Propheten, an die Notwendigkeit eines von der Marktwirtschaft unabhängigen Raums der Meinungsbildung und an Arthur Richs Doppelperspektive des Menschen- und Sachgerechten.

Die ökonomischen und kommerziellen Auswirkungen von Digitalisierung im Medienbereich zeigen sich nicht nur im journalistischen Bereich und bei der Diskussion um die Finanzierung öffentlich-rechtlicher Medienanstalten, sondern auch im Bereich der Werbung. Dabei kann Werbung als Persuasion verstanden werden, die sowohl wirtschafts- als auch medienethisch interessant ist. Sie gehört zum Alltag einer freien Marktwirtschaft – und ist inzwischen längst auch ein Phänomen im Internet. Dabei stellen sich durch die Digitalisierung neue Fragen der Verantwortung, die von den verschiedenen Akteur*innen in diesen Bereichen zu beantworten sind. Thomas Bohrmann sieht in seinem Artikel „Werbung als medienethische Herausforderung im Zeitalter von Digitalisierung und Entgrenzung“ dafür auch Normen einer Werbeethik von Nöten, die sich beispielsweise in dem Grundsatz zeigt: „Werbung darf keine Personen verletzen“. Darüber hinausgehend sind es auch die Themen der Privatsphäre und der Wahrhaftigkeit bzw. Täuschung, die in medienethischen Überlegungen bezüglich Werbung im digitalen Bereich zu bedenken sind – und für alle Beteiligten auch Medienkompetenz erfordern, die es zu erwerben und lebenslang weiter auszubilden gilt.

Der Film als ein Medium, das seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts ständig an Bedeutung zugenommen hat, spielt nicht nur für die Werbung eine wichtige Rolle, sondern ist als eigenständiges Medium gesellschaftlich fest verankert. „Was ist ein guter Film?“, fragt daher Inge Kirsner in ihrem Beitrag „Wir sehen nicht mit den Augen, sondern durch sie – Überlegungen zu einer Ethik des Films und im Film“. Geht es bei der Bewertung eines Films nur um seine angenehme oder verstörende Wirkung auf die Betrachter*innen? Kirsner verneint, denn sie verortet die Ethik des Films nicht zuerst auf der Ebene der Betrachter*innen, sondern auf derjenigen des Films, im Thema und dessen Bearbeitung. Wie dies konkret für die mit der Digitalisierung verbundenen The-