

Medialisierung und ihre Auswirkungen. Theologisch-religionspädagogische Wahrnehmungen

von
Manfred L. Pirner

Abstract

Die digitalen Medien prägen unsere Lebenswelt in vielfältiger Weise, wenn auch häufig unbewusst und mit individuell sehr unterschiedlichen Intensitäten und Wirkungsrichtungen. Der Beitrag stellt zunächst ein Beispiel für die teilweise enorme Wirksamkeit von Internet-Aktionen vor. Seine systematische Hauptthese ist, dass die Einsicht in die grundlegende mediale Verfasstheit des Menschen („homo medialis“) und in die ebenso grundlegende mediale Verfasstheit der Religion („religio medialis“) die notwendige Basis für eine angemessene theologische Hermeneutik und religionspädagogische Bearbeitung der Medialisierung unserer Lebenswelt darstellt. Von dieser Grundlage ausgehend werden zentrale Ergebnisperspektiven aus der empirischen Medienforschung vorgestellt und hinsichtlich ihrer religionspädagogischen Konsequenzen kommentiert.

1. Die Wirkungsmacht der digitalen Netzwerke: Die ALS Ice Bucket Challenge als Beispiel

Der amerikanische Baseball-Star Peter Frates ist an Amyotropher Lateralsklerose (ALS) erkrankt, eine Krankheit, bei der langsam, aber unaufhaltsam die Muskelnerven zerstört werden, die Muskeln immer mehr abbauen und die Erkrankten in der Regel im Lauf von einigen wenigen Jahren – meist an Atemlähmung – sterben. Bis heute gibt es keine Therapie gegen die Krankheit. Um ihre Erforschung und medizinische Bekämpfung voranzutreiben, initiierte Frates im Juli 2014 eine Spendenkampagne besonderer Art. Er drehte ein Video und stellte es ins Internet. In ihm erzählte er von seiner Krankheit und nominierte er drei Bekannte, die er zum Spenden aufforderte; wenn sie nur 10 Dollar spenden wollten, sollten sie sich mit einem Eimer Eiswasser übergießen; um dem Eiswasser zu entgehen, sollten sie 100 Dollar spenden. Dann ließ er sich selbst mit Eiswasser begießen.

Die Kampagne, die *ALS Ice Bucket Challenge*, verbreitete sich in rasantem Tempo. Reihenweise ließen sich prominente und weniger prominente Leute vor laufender Kamera mit Eiswasser übergießen, spendeten für die ALS-Forschung und forderten durch Nominierung weitere Personen zum Spenden auf. Auf youtube.com lassen sich mittlerweile tausende von Videos zur Ice Bucket Challenge finden. Ein besonders bewegendes Video zeigt einen selbst an ALS erkrankten älteren US-Amerikaner, der sich mit sichtlicher Freude bei allen bedankt, die die Challenge bislang angenommen und gespendet haben und dann selbst das Eiswasser über sich ergehen lässt.¹ Ein prominentes Beispiel ist das Video des ehemaligen US-Präsidenten George W. Bush, in dem eine für die Kampagne insgesamt charakteristische Mischung von Ernsthaftigkeit und Humor exemplarisch deutlich wird.²

Bald schon erreichte die Ice Bucket Challenge auch Deutschland und fand auch hier eine breite Resonanz sowohl bei Prominenten als auch bei sogenannten einfachen Leuten. Unter anderem förderte die Berliner Charité-Klinik, die eine eigene ALS-Station unterhält, die Verbreitung der Kampagne. So wurde z.B. der RWE-

¹ <http://www.youtube.com/watch?v=4kBbV0VYROM> [Zugriff: 23.11.2014].

² http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=DepakUSDtQE [Zugriff: 23.11.2014].

Vorstandsvorsitzende Jürgen Großmann von einem Professor der Charité nominiert und nahm die Ice Bucket Challenge an.³

Innerhalb von nur einem Monat erzielte die Kampagne in den USA ein Spendenaufkommen von 100 Millionen Dollar für die ALS Association, in Deutschland über eine Million Euro für die Berliner Charité und weitere Spenden für ähnliche Organisationen.⁴ Ein Riesenerfolg. Freilich blieben kritische Stimmen nicht aus. So kritisierte eine Journalistin der Frankfurter Rundschau, die Tendenz zur Selbstinszenierung in den Videos habe im Lauf der Kampagne stark zugenommen, während der ernste Hintergrund der ALS-Krankheit kaum noch erwähnt werde.⁵ Richtig ist, dass mittlerweile auf *youtube.com* bereits mehrere Zusammenstellungen der prominentesten oder lustigsten Ice Bucket Challenge Videos zu finden sind, die zum eigenen Amüsement angeschaut werden können. Auch zur Verwendung der Gelder gab es einen kritischen Artikel einer österreichischen Zeitung, die darin behaupten, nur ein Bruchteil werde von der ALS Association für den eigentlichen Zweck verwendet, während ein Großteil in deren Verwaltung und die Gehälter der Manager gingen – die darin genannte Studie ist allerdings nirgends zu finden und wird auch nicht quellenmäßig belegt.

Schließlich hat es die Ice Bucket Challenge auch in „Das Wort zum Sonntag“ (am 30.8.2014) geschafft.⁶ Der katholische Priester Gereon Alter erzählte ihre Geschichte, kommentierte auch die kritischen Aspekte und ließ sich dann ebenfalls mit Eiswasser übergießen, allerdings mit zwei Modifikationen: Er spendete nicht für die mittlerweile aus der Unbekanntheit geholte Krankheit ALS, sondern für die Bekämpfung einer nach wie vor kaum bekannten und ebenso heimtückischen Krankheit, an welcher der Sohn eines mit ihm befreundeten Ehepaars erkrankt ist („Mukopolisaccharidose“). Und er wollte keine Namen für die nächsten Spender nennen, um niemand unter Druck zu setzen und nicht die Selbstinszenierung in den Mittelpunkt zu stellen; jeder solle selbst in Freiheit entscheiden zu spenden – oder auch nicht.

Am Beispiel der Ice Bucket Challenge zeigen sich m.E. typische Charakteristika der digitalen Internet-Netzwerke. Es geht um Beschleunigung, Globalisierung, um die Mischung von Unterhaltung, Spaß und Ernsthaftigkeit, aber eben auch um Partizipation für alle: Jeder kann heute über das Netz derartige Aktionen initiieren und bei ihnen mitmachen oder auch sie kritisch kommentieren; es gibt genügend Beispiele, dass dies auch ganz einfachen, unprominenten Menschen gelungen ist. Übrigens ist die Ice Bucket Challenge auch ein schönes Beispiel dafür, dass intensives leiblich-sinnliches Erleben und mediale Inszenierung durchaus Hand in Hand gehen können. Und das erwähnte Wort zum Sonntag ist vielleicht ein Beispiel dafür, wie Kirche, Theologie und Religionspädagogik mit Medieninszenierungen umgehen können: Das Positive, Wertvolle herausgreifen, es durchaus auch kritisch kommentieren und eigene Modifikationen oder Neugestaltungen einbringen bzw. dazu anregen. Das Internet als Freiraum, als Lern- und Proberaum für diakonisches Handeln und gesellschaftliches Engagement – wäre das nicht eine *Challenge* für Religionsunterricht und kirchliche Bildungsarbeit?

³ http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=sAPyO4TJh2w [Zugriff: 23.11.2014].

⁴ Vgl. die Meldung von mehreren Online-Zeitungen.

⁵ www.fr-online.de/meinung/als-ice-bucket-challenge-verwaessertes-internet-meme,1472602,28174682.htm [Zugriff: 23.11.2014].

⁶ <http://www.daserste.de/information/wissen-kultur/wort-zum-sonntag/videos/gereon-alter-und-die-ice-bucket-challenge-100.html> [Zugriff: 23.11.2014].

2. Perspektiven einer theologisch-religionspädagogischen Hermeneutik der Medienkultur

Mit dem vorgestellten Beispiel im Hinterkopf möchte ich nun grundsätzlicher nach einer systematisch reflektierten theologisch-religionspädagogischen Wahrnehmung und Hermeneutik der Medienkultur fragen. Eine solche bedarf nach meiner Sicht als Voraussetzung

- einer (medien- und kultur-)anthropologischen Grundlage (der Mensch als homo medialis),
- einer Selbstreflexion der Medialität von Religion (das Christentum als religio medialis),
- der Berücksichtigung empirischer (Medien-)Forschung.

Ich werde diese drei Punkte knapp skizzieren und dabei gleich jeweils religionspädagogische Aufgaben mit benennen.

2.1. Die Medialität des Menschen

Es gibt eine mittlerweile breite interdisziplinär verortete Forschungs- und Diskursströmung zur „Medienanthropologie“ (vgl. z.B. Jörissen, 2014; Pietraß & Funiok, 2010; Uhl, 2009; Pirner & Rath, 2003; Schwemmer & Albertz, 2002; siehe auch: <http://www.media-anthropology.net>). Die grundlegende Bedeutung von Medien für den Menschen wird deutlich, wenn man den Begriff „Medien“ weit fasst, nämlich als Mittel der Kommunikation. Mit den ersten Werkzeugen hat der Homo sapiens bereits *Zeichnungen* und *Symbole* auf Höhlenwände, Steine und Holzstücke geritzt und damit eine „mediale Wirklichkeit“ geschaffen: Die an der Höhlenwand dargestellte Büfelfjagd hat gleichsam virtuellen Charakter. Vor allem mit der Entwicklung der *Sprache* verfügte der Mensch über ein Medium, das ihm erlaubte, nicht gegenwärtige Wirklichkeit zu ver-gegenwärtigen, zu re-präsentieren, vorhandene Wirklichkeit mit Bedeutung zu versehen. Durch seine Phantasie war und ist der Mensch in der Lage, eine eigene Wirklichkeit zu schaffen, z.B. die Wirklichkeit der Geister, Dämonen oder Götter, die durch Sprache, Bilder, Symbole oder Zeichenhandlungen vergegenwärtigt wird.

Der Mensch ist, so gesehen, von Natur aus ein Kulturwesen, mit Cassirer gesprochen ein *animal symbolicum*, medientheoretisch gesehen ein *homo medialis*, den gerade der systematische Gebrauch von Kommunikationsmitteln vom Tier unterscheidet. Mit Hilfe von Medien im weiten Sinn deutet und konstruiert der Mensch seine Welt und schafft dadurch „Kultur“. Jeder Mensch ist von Anfang an in seine Kultur verwoben und damit auch in die Medien, welche die kulturellen Bedeutungen von Wirklichkeit vermitteln.

Diese anthropologische Perspektive eröffnet auch Möglichkeiten, mediale Entwicklungen kulturhistorisch einzuordnen. Kulturgeschichtlich gesehen hat nämlich der Wechsel von einem dominanten Medium zum anderen immer Verluste *und* Gewinne mit sich gebracht. So war der Übergang von der mündlichen Kultur zur Schriftkultur neben den Vorteilen auch mit einem Verlust an persönlichen Beziehungen und kommunikativer Lebendigkeit verbunden. In ähnlicher Weise sind mit dem heutigen starken Vordringen der Bildmedien auf Kosten der Schriftsprache Verluste, *aber auch Gewinne* (z.B. leichtere Zugänglichkeit, größere Unmittelbarkeit, höhere Emotionalität) verbunden.

2.2. Die Medialität der Religion

Für den christlichen Glauben spielen persönliche Beziehungen, direkte „Face-to-face“-Gespräche und leibhaftige Gemeinschaft eine herausragende Rolle. Dennoch gilt auch: Weil Gott nicht zur wahrnehmbaren Weltwirklichkeit gehört, ist seine Existenz grundsätzlich nur durch Medien (z.B. durch Erzählungen, Symbole oder Bilder) vermittelbar. Und die Entstehung und Verbreitung des Christentums ist ohne die Medien der biblischen Schriften schlechterdings nicht denkbar, wobei die Überlieferung des christlichen Glaubens über die Jahrhunderte durch eine Vielfalt weiterer Medien gefördert wurde, angefangen von Symbolen über Bilder und künstlerische Darstellungen bis hin zu Architektur und Musik, zu Zeitungen und Zeitschriften sowie den elektronischen Medien unserer Tage.

In diesem doppelten Sinn kann man das Christentum also in der Tat als Medienreligion bezeichnen: Es braucht Medien sowohl zur Darstellung von religiöser Wirklichkeit überhaupt als auch zur Vermittlung und Weitertradierung der christlichen Glaubenserfahrungen. In besonderer Weise sind Medien für den Protestantismus bedeutsam geworden, angefangen von der deutschen Bibelübersetzung Luthers über die reformatorischen Flugschriften und Predigtbilder bis hin zu den geistlichen Liedern der Reformation. Von daher macht es wenig Sinn, wenn gerade Christen bzw. christliche Theologen pauschal und einseitig gegen die Medialisierung von Wirklichkeit Stellung beziehen. Vielmehr können sie auf eine *reiche Tradition und ausgeprägte Kompetenz* des Christentums im reflektierten Umgang mit Medien und mit der Vielschichtigkeit von Wirklichkeit verweisen, die sich für eine ethische Orientierung hinsichtlich der heutigen digitalen Medienkultur fruchtbar machen lässt.

2.3. Zentrale Ergebnisse der empirischen Medienrezeptions- bzw. -nutzungsforschung (und religionspädagogische Konsequenzen)

Bei aller Vielgestaltigkeit, Komplexität und methodischen Problemen, welche die empirische Medienforschung kennzeichnen – und die ich an anderer Stelle ausführlicher dargestellt habe (Pirner, 2012a; 2008; vgl. auch Krüger, 2012) –, lassen sich doch einige wichtige Einsichten bzw. Theorien benennen, die als empirisch abgesichert gelten können (vgl. auch Bonfadelli & Friemel, 2011).

2.3.1. Die Kultivierungstheorie

Diese Theorie besagt, dass Medien die Auffassung von Mensch, Welt und Wirklichkeit der Nutzer/innen in meist unbewusster Weise beeinflussen, und zwar umso mehr, je höher und intensiver die Mediennutzung, und vor allem in solchen Gegenstandsbereichen, über die Menschen keine oder nur wenige nicht-mediale Informationen haben. Ein plausibles Beispiel aus der frühen Zeit der Kultivierungsforschung ist, dass die Vorstellung vom Beruf eines Polizisten bei den meisten Menschen in westlichen Ländern von Kriminalfilmen oder -romanen geprägt ist (vgl. Gerbner, 1984).

Ähnliches gilt für den Bereich der Religion: So ist z.B. das Bild, das viele unserer Zeitgenossen vom Islam haben, sehr einseitig von den Medien geprägt (vgl. die aufschlussreiche Analyse von Daniel Meier in Pirner, Lähnemann & Haußmann, 2011), und zwar umso mehr je weniger direkte Begegnungskontakte die Menschen mit leibhaftigen Muslimen haben (wobei direkte Begegnungen nicht immer dazu geeignet sind Vorurteile abzubauen, sondern sie manchmal leider auch bestätigen können). In der V. EKD-Mitgliedschaftsstudie von 2012 zeigt sich, dass auch das Bild von Kirche und Christentum, insbesondere der Menschen im deutschen Osten, teilweise von

den öffentlichen Medien geprägt ist, wenngleich evangelische Kirchenmitglieder offensichtlich tendenziell zurückhaltend in der Nutzung digitaler Medien sind (vgl. Weyel & Kretzschmar, 2014).

Die Aufgabe, die sich hier für die Religionspädagogik stellt, liegt auf der Hand: Es geht darum, solche Prägungsprozesse und einseitige Darstellungen in den Medien bewusst zu machen, korrigierend fundierte, nicht-pejorative Informationen zu geben und authentische Begegnungen zu ermöglichen. Schon hier zeigt sich: Religiöse Bildung, und erst recht interreligiöses Lernen, ist ohne Medienbildung eigentlich kaum denkbar (vgl. auch Pirner, 2012b).

2.3.2. Die Agenda-setting-Theorie

Hier geht es um die vielfach empirisch belegte Beobachtung, dass die Medien bestimmte Themen auf die Tagesordnung der öffentlichen Diskussion setzen können (vgl. v.a. McCombs, 2014). Sie tragen damit zu Konstitution und Konstanz einer gesellschaftlichen Öffentlichkeit bei – mit der negativen Begleiterscheinung, dass eben viele wichtige Nachrichten und bedeutsame Themen von den Medien auch totgeschwiegen werden können. Das Beispiel der ALS Ice Bucket Challenge zeigt aber, dass es in den heutigen Internet-Zeiten sehr viel leichter als zu früheren Fernsehzeiten möglich ist, selbst Themen in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken. Noch vor kurzem wussten die wenigsten, was Amyotrophe Lateralsklerose ist; jetzt weiß es fast jeder.

Für Kirche, Theologie und Religionspädagogik sind solche prominenten Medienthemen interessant, die für Verkündigung und religiöse Bildung anschlussfähig sind. So sind z.B. religionshaltige populäre Kinofilme wie „Matrix“, „Der Da VinciCode“, „Jesus liebt mich“, oder jüngst „Noah“ geeignet, im Religionsunterricht oder in kirchlichen Bildungsangeboten aufgegriffen zu werden, weil sie bereits bei den Jugendlichen und Erwachsenen im Gespräch sind und ‚massenhaftes‘ Interesse gefunden haben, häufig auch bereits Gegenstand öffentlicher Kontroversen geworden sind. Das gilt natürlich auch für ethische Themen wie eben beispielsweise der Kampf gegen tödliche Krankheiten wie ALS.

Darüber hinaus wäre aber auch hier die religionspädagogische und zugleich medienpädagogische Aufgabe, die aufmerksamkeitssteuernde Funktion der Medien kritisch bewusst zu machen. Gerade unter den Perspektiven der Befreiungstheologie sowie einer theologischen Ethik der Aufmerksamkeit wäre auch nach den Themen zu fragen, die von den Medien vernachlässigt oder nach kurzer Zeit wieder fallen gelassen werden. Und es wären z.B. mit den Schülern und Schülerinnen im Religionsunterricht gemeinsam Wege zu suchen, wie man solche Themen selbst in die Öffentlichkeit bringen kann. Erst vor Kurzem ging das Beispiel von vier Studenten durch die Presse, die mit Youtube-Videos auf ihre soziale Aktion für Obdachlose aufmerksam machen wollten und dafür ein eigenes Lied geschrieben und ‚performt‘ haben. Innerhalb von kurzer Zeit stieg die Zahl der Klicks auf Youtube auf 50.000 und dann blitzschnell auf über eine Million. Solche Beispiele können auch anderen Jugendlichen Mut machen.

2.3.3. Die These von der „Medienreligion“: Die Medienkultur als funktionales Äquivalent von Religion

Mehrere empirische Studien aus dem kulturwissenschaftlichen, religionswissenschaftlichen und theologischen Bereich haben die These belegen können, dass viele heutige Menschen – und insbesondere Jugendliche – die großen und drängenden

Fragen ihres Lebens mit Hilfe der Medienkultur beantworten. Frau Widl hat ja in ihrem Vortrag auf das religionssoziologische Konzept von Franz-Xaver Kaufmann hingewiesen, das Religion durch ihre Funktionen für Individuum und Gesellschaft bestimmt, wodurch dann eben auch funktionale Äquivalente von Religion in den Blick kommen (vgl. Kaufmann, 1989). Die Medien spielen für viele solche funktionalen Äquivalente in der populären Kultur und den Jugendkulturen eine zentrale Rolle.

Aus theologisch-religionspädagogischer Sicht muss man das nicht zwangsläufig nur negativ sehen. Zunächst einmal ist es auch positiv zu würdigen, dass es neben der Veroberflächlichung und Verdießseitigung bei vielen Jugendlichen nach wie vor ein Interesse für existenzielle und auch religiöse Fragen gibt und über diese Fragen auch eigenständig – teilweise mit Hilfe der populären Medien – kommuniziert wird. Mit Bezug auf eigene und bereits vorliegende empirische Studien zu der Jugendszene der Gothics habe ich an anderer Stelle darauf hingewiesen, dass sich diese Szene geradezu als Gegenbewegung zum oberflächlichen Mainstream versteht (vgl. Pirner, 2014; 2011). In ihr geht es programmatisch darum, bewusster zu leben, Themen wie Leid, Sterben, Tod und das Übernatürliche nicht auszuklammern, sondern sich damit zu beschäftigen. In Jugendkulturen und der Medienkultur findet in hohem Maße informelles Lernen, eine „Selbstsozialisation“ der Jugendlichen statt, die bis in die weltanschaulich-religiöse und ethische Orientierung hineinreicht – wobei durchgehend von den Jugendlichen immer wieder die Selbstbestimmung als höchstes Gut betont wird.

Die religionspädagogische Aufgabe beginnt also hier mit der genauen Wahrnehmung und Wertschätzung der Heranwachsenden. In diesem Sinn plädiert die EKD-Handreichung „Kirche und Jugend“ von 2010 wegweisend dafür, die „Kulturen der Kommunikation Jugendlicher [zu] achten und sich von der Theologie Jugendlicher inspirieren [zu] lassen“ (Kirchenamt der EKD, 2010, S. 78). Dazu gehört auch die Achtung der Selbstbestimmung der Heranwachsenden, die ihnen so wichtig ist. Im Religionsunterricht und anderen religiösen Bildungskontexten wird es also vor allem darum gehen, Kommunikations- und Lernformen zu finden, die es den Lernenden erlauben, sich nicht nur mit ihren Fragen, sondern auch mit den bereits gefundenen Antworten oder Überlegungen einzubringen. Des Weiteren wird es darauf ankommen, christliche Sprache und Denkfiguren so in den Unterrichtsprozess einzubringen, dass ihr Sprachgewinn bzw. ihr besonderer Wert deutlich wird. Das kann auch durch eine theologisch-didaktisch gezielte Auswahl von Elementen aus der Jugendkultur bzw. der Medienkultur geschehen, also sozusagen durch eine Theologie für Jugendliche, die sich aus der Theologie von Jugendlichen speist.

2.3.4. Die Risiken der Mediennutzung

Es ist heute in der Medienforschung unbestritten, dass sich neben den vielen positiven Potenzialen der digitalen Medienkultur auch erhebliche Risiken ergeben. Ich benenne drei davon:

- Die Rede vom „digital divide“ oder der „Medienkluff“ weist darauf hin, dass die positiven, bildenden und entwicklungsfördernden Potenziale der Medien tendenziell von bildungsnahen und intelligenten Menschen genutzt werden, während bildungsferne, weniger intelligente sich tendenziell mit oberflächlicher Medienunterhaltung und seichten Computerspielen beschäftigen. Plakatig gesagt: Durch die Nutzung der digitalen Medien werden die Klugen immer klüger und die dummen immer dümmer (vgl. zum Thema Zillien & Haufs-Brusberg, 2014). Die Schulen und andere Bildungseinrichtungen haben schon deshalb in der Medien-

bildung eine wichtige Aufgabe, nämlich insbesondere die letztere Gruppe in Richtung eines kompetenteren und lebensdienlicheren Medienverhaltens zu fördern.

- In der Mediengewaltforschung gibt es seit vielen Jahren Konsens darüber, dass Mediengewalt zwar nicht generell und gleichsam automatisch, aber für bestimmte Risikogruppen aggressionsfördernd wirken kann – tendenziell für weniger intelligente Jungen bzw. Männer aus sozial schwierigen Verhältnissen, die selbst Gewalt in ihrem sozialen Umfeld erleben (vgl. zum Thema Kunczik & Zipfel, 2006).
- Und schließlich ist unbestritten, dass zu viel Medienkonsum bzw. Mediennutzung lebensbeeinträchtigende Wirkungen haben kann. So zeigen sich z.B. positive Zusammenhänge zwischen einer mittelhäufigen Computer-Nutzung und den Schulleistungen der bei PISA getesteten Schülerinnen und Schülern, während exzessive Computer-Nutzung negativ mit den Schulleistungen korreliert. Und nach verschiedenen Studien sind vier bis neun Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen als computerspielsüchtig oder internetsüchtig einzustufen (vgl. Pfeiffer et al., 2007, S. 17).

Aus medienpädagogischer, aber gerade auch aus religionspädagogischer Perspektive ist hier vor allem ein Akzent auf eine vielseitige und stärkende Persönlichkeitsbildung der Kinder und Jugendlichen zu legen. Es geht darum, die Heranwachsenden darin zu unterstützen, starke Persönlichkeiten zu werden – denn nur starke Persönlichkeiten können sich auch gegenüber den Verführungen der Medien- und Konsumwelten behaupten und selbstbestimmt handeln. Hierzu kann auch eine aktive Medienarbeit beitragen (vgl. Pirner, 2009). Und es gilt, die Vielseitigkeit von Interessen und Freizeitmöglichkeiten von Kindern und Jugendlichen zu fördern, also immer auch Alternativen zum Medienkonsum und wertvolle Alternativen zu problematischem Medienkonsum aufzuzeigen und schmackhaft zu machen.

3. Drei abschließende Thesen

These 1

Die Aufgabe von Theologie und Religionspädagogik gegenüber der Medienkultur lässt sich beschreiben als kritisch-konstruktive Begleitung und kreative (Mit-) Gestaltung.

Die Kriterien dafür gewinnen sie weniger aus einem kategorischen *Gegenüber* zur Medienkultur, sondern eher aus den medienkulturellen *Parallelen* und Erfahrungen der eigenen Tradition (z.B. Medienwirklichkeit / religiöse Wirklichkeit; Mediengewalt / Gewalt in den religiösen Medien; Unterhaltung / religiöse „Unterhaltung“; vgl. dazu genauer: Haberer & Rosenstock, 2010; Pirner, 2010).

These 2

Medienbildung und religiöse Bildung sind prinzipiell und unvermeidlich aufeinander bezogen. Von daher ist Medienbildung nicht als zusätzliche, fremde Aufgabe für den Religionsunterricht und andere religiöse Bildungsbemühungen zu begreifen, sondern als notwendige, integrative Aufgabe religiöser Bildung zu verstehen.

These 3

Aus bildungstheologisch-diakonischem und religionspädagogischem Interesse sollten sich Kirche und Theologie vehement für die Stärkung von Medienbildung in

Schulen und Hochschulen sowie anderen gesellschaftlichen Bereichen und in den Kirchengemeinden einsetzen (vgl. Nord & Luthe, 2014; Kirsner, 2013).

Mögliche Konkretionen:

Kirche und Theologie sollten sich verstärkt einsetzen

a) für eine *systematische Integration von Medienbildung* in Schulen (Lehrpläne, Schulbücher – leider häufig noch unterentwickelt!), Hochschulen (Studienordnungen; spezielle Studiengänge) und anderen Bildungseinrichtungen (vgl. hierzu Tillmann & Fleischer, 2014; Pirner, Pfeiffer & Uphues, 2012; Spanhel, 2006);

b) für die *Förderung von medienpädagogischen Schulprofilen* (insbesondere auch bei Schulen in christlicher Trägerschaft; vorbildlich z.B.: Firstwaldgymnasium Mössingen: <http://www.firstwald.de/schulprofil/>);

c) für eine *bessere Profilierung, Vernetzung, Koordination und Kooperation* zwischen den zahlreichen, guten medienpädagogischen Angeboten im Bereich der Kirchen (religionspädagogische Zentren und Institute; kirchliche Medienzentren; u.ä.; gutes Beispiel: Netzwerk Bildungsmedien-Medienbildung in der Ev.-luth. Kirchen in Bayern);

d) für ein breites, qualitätsvolles und gut vernetztes kirchliches Angebot digitaler und cross-medialer Medien für die kirchliche und außerkirchliche Bildungsarbeit (z.B. www.rpi-virtuell.de; die von EKD und DBK mitfinanzierte Fernsehserie Chi Rho – das Geheimnis: http://www.kika.de/scripts4/projects/fernsehen/a_z/c/chi_rho/index.php);

e) für eine *stärkere Präsenz von medienpädagogischen Angeboten in der Medienkultur selbst* (z.B. Internationales Zentralinstitut für das Kinder- und Jugendfernsehen IZI beim Bayerischen Rundfunk: www.izi.de);

f) für eine sinnvolle Weiterentwicklung und Stärkung des *Jugendmedienschutzes* (vgl. Friedrichs et al., 2013);

g) für die *Qualitätsentwicklung von Medienangeboten für Kinder und Jugendliche* (z.B. durch die Verleihung von Preisen oder Qualitätssiegel; vorbildlich: Erfurter Netcode: <http://www.erfurter-netcode.de>; EKD-Goldener Webfish: http://www.ekd.de/internet/presse/pm58_2013_webFish_2013.html);

h) für inhaltliche Impulse durch öffentlich wirksame Veröffentlichungen, Expertenpapiere (vgl. Lesebuch zur Vorbereitung der EKD-Synode 2014 „Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft: <http://www.ekd.de/download/synode2014-lesebuch.pdf>).

Literaturverzeichnis

Bonfadelli, H. & Friemel, T. N. (2011). *Medienwirkungsforschung* (4. Aufl.). Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft.

Friedrichs, H., Junge, T. & Sander, U. (Hrsg.). (2013). *Jugendmedienschutz in Deutschland*. Wiesbaden: Springer VS.

- Gerbner, G., Gross, L., Hoover, S. M., Morgan, M., Signorilli, N., Cotugno H. E. & Wuthnow, R. (1984). *Religion and Television. A Research Report by the Annenberg School of Communications*. University of Pennsylvania, and the Gallup Organization. Philadelphia.
- Haberer, J. & Rosenstock, R. (2010). Theologische Perspektiven. In C. Schicha & C. Brosda (Hrsg.), *Handbuch Medienethik* (S. 107–123). Wiesbaden: VS.
- Jörissen, B. (2014). Digitale Medialität. In C. Wulf & J. Zirfas (Hrsg.), *Handbuch pädagogische Anthropologie* (S. 503–514). Wiesbaden: Springer VS.
- Kaufmann, F.-X. (1989). *Religion und Modernität. Sozialwissenschaftliche Perspektiven*. Tübingen: Mohr.
- Kirchenamt der EKD (2010). *Kirche und Jugend. Lebenslagen, Begegnungsfelder, Perspektiven. Eine Handreichung des Rates der EKD*. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Kirsner, I. (2013). *Kirchenbilder und Menschenbildung. Religionspädagogische Studien im Spannungsfeld von Medien, Bildung und Religion*. Leipzig: Ev. Verlagsanstalt.
- Krüger, O. (2012). *Die mediale Religion. Probleme und Perspektiven der religionswissenschaftlichen und wissenssoziologischen Medienforschung*. Bielefeld: transcript.
- Kunczik, M. & Zipfel, A. (2006). *Gewalt und Medien. Ein Studienhandbuch* (5. Aufl.). Stuttgart: UTB.
- McCombs, M. (2014). *Setting the Agenda. Mass Media and Public Opinion* (2. Aufl.). New York: Wiley.
- Meier, D. (2011). Auf der Suche nach dem Positiven: Zur journalistischen Wahrnehmung des Islam zwischen stereotyper Verunsicherung und notwendiger Kritik. In M. L. Pirner, J. Lähnemann & W. Haußmann (Hrsg.), *Medien-Macht und Religionen Herausforderung für interkulturelle Bildung* (S. 71–77). Berlin: EB-Verlag.
- Nord, I. & Luthe, S. (Hrsg.). (2014). *Social Media, christliche Religiosität und Kirche. Studien zur Praktischen Theologie mit religionspädagogischem Schwerpunkt*. Jena: IKS Garamond.
- Pfeiffer, C., Mößle, T., Kleimann, M. & Rehbein, F. (2007). *Die PISA-Verlierer – Opfer ihres Medienkonsums. Eine Analyse auf der Basis verschiedener empirischer Untersuchungen*. Kriminologisches Forschungsinstitut Niedersachsen e.V. URL: <http://www.kfn.de/versions/kfn/assets/pisaverlierer.pdf> [Letzter Zugriff: 28.11.2014].
- Pietraß, M. & Funiok, R. (Hrsg.). (2010). *Mensch und Medien. Philosophische und sozialwissenschaftliche Perspektiven*. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Pirner, M. L. (2014). Religiöses Lernen in Jugendkulturen. In U. Kropac & U. Meier (Hrsg.), *Zwischen Religion und Religiosität*. Regensburg: Pustet Verlag (im Druck).
- Pirner, M. L. (2012). Religiöse Mediensozialisation. Wie die Medien die Religiosität von Kindern und Jugendlichen beeinflussen. In R. Englert, H. Kohler-Spiegel, E. Naurath, B. Schröder & F. Schweitzer (Hrsg.), *Gott googeln? Multimedia und Religion (Jahrbuch der Religionspädagogik, JRP Bd. 28, S. 59–69)*. Neukirchen-Vluyn: Neukirchener Verlagsgesellschaft mbH. [= 2012a]

- Pirner, M. L. (2012). Interreligiöses Lernen und die Medien. In H. Rupp & S. Herrmann (Hrsg.), *Bildung und interreligiöses Lernen* (Jahrbuch für kirchliche Bildungsarbeit 2012, S. 56–69). Stuttgart: Calwer. [= 2012b]
- Pirner, M. L. (2011). Religiöse und politische Selbstsozialisation. Wahrnehmungen und Herausforderungen am Beispiel der Gothic-Jugendszene. In H.-J. Benedict, A. Engelschalk & M. L. Pirner (Hrsg.), *“Hey, Mr. President ...”. Politik und populäre Kultur. Sozialwissenschaftliche und theologische Perspektiven* (S. 123–145). Jena: IKS Garamond.
- Pirner, M. L. (2010). Kommunikation und Medien. In A. Brummer, M. Kießig & M. Rothgangel (Hrsg.), *Evangelischer Erwachsenen Katechismus* (8. neu bearb. u. erg. Aufl., S. 458–468). Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Pirner, M. L. (2009). Selbsta Ausdruck und Partizipation. Aktive Medienarbeit im Religionsunterricht. *ARBEITSHILFE für den ev. Religionsunterricht an Gymnasien* 2009, 67–80.
- Pirner, M. L. (2008). Vorbilder in den Medien. Mediale Bezugspersonen und ihre Relevanz für religiöse Erziehung und Bildung. In R. Englert, H. Kohler-Spiegel, N. Mette, F. Rickers & F. Schweitzer (Hrsg.), *Sehnsucht nach Orientierung* (Jahrbuch der Religionspädagogik, JRP Bd. 24, S. 100–109). Neukirchen-Vluyn: Neukirchener Verlagsgesellschaft mbH.
- Pirner, M. L., Pfeiffer, W. & Uphues, R. (Hrsg.). (2013). Medienbildung in schulischen Kontexten. Erziehungswissenschaftliche und fachdidaktische Perspektiven (Medienpädagogik interdisziplinär, Bd. 9). München: kopaed.
- Pirner, M. L., Lähnemann, J. & Haußmann, W. (Hrsg.). (2011). *Medien-Macht und Religionen. Herausforderung für interkulturelle Bildung*. Hamburg: ebv-Verlag.
- Pirner, M. L. & Rath, M. (Hrsg.). (2003). *Homo medialis. Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien*. München: kopaed.
- Schwemmer, O. & Albertz, J. (Hrsg.). (2002). *Anthropologie der Medien. Mensch und Kommunikationstechnologien*. Berlin: Geschäftsstelle der Freien Akademie.
- Spanhel, D. (2006). *Medienerziehung. Erziehungs- und Bildungsaufgaben in der Mediengesellschaft*. München: kopaed.
- Tillmann, A. & Fleischer, S. (Hrsg.). (2014). *Handbuch Kinder und Medien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Uhl, M. (2009). *Medien, Gehirn, Evolution. Mensch und Medienkultur verstehen. Eine transdisziplinäre Medienanthropologie*. Bielefeld: transcript.
- Weyel, B. & Kretzschmar, G. (2014). Medien. In N. Schneider, H. Bedford-Strohm & V. Jung (Hrsg.), *Engagement und Indifferenz. Kirchenmitgliedschaft als soziale Praxis. V. EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft* (S. 50–51). Ohne Jahr und Ort. URL: http://www.ekd.de/download/ekd_v_kmu2014.pdf [Zugriff: 23.11.2014].
- Zillien, N. & Haufs-Brusberg, M. (2014). *Wissenskluff und Digital Divide*. Baden-Baden: Nomos-Verlag.

Dr. Manfred L. Pirner, Professor für Religionspädagogik und Didaktik des evangelischen Religionsunterrichts an der Universität Erlangen / Nürnberg.