

Mediale Anthropologie als Thema der Religionspädagogik – Befunde und Perspektiven

von
Monika E. Fuchs

Abstract

Die Lebenswelt heutiger Kinder und Jugendlicher ist eine durch und durch mediatisierte. Dabei entwickeln die in den Medien vorherrschenden Konzepte und Formate von Menschenbild und Menschenbildung eine nicht zu unterschätzende Prägung. In fünf Thesen wird diese Wirkmächtigkeit unter Berücksichtigung medienpädagogischer bzw. -soziologischer Befunde zunächst analysiert; anschließend werden die sich ergebenden schöpfungstheologischen, rechtfertigungstheologischen sowie eschatologischen Anschlussstellen religionspädagogisch anvisiert.¹

1. These: Mediale Anthropologie ist der Subtext gegenwärtiger Lebenswelt(en), auch und gerade bei Kindern und Jugendlichen.

Ein einführender Blick auf Mediensozialisation und Nutzerverhalten eröffnet einen Medienpluralismus sowie ein generell wachsendes Angebot an am Bild orientierten Medien (Abb. 1).



Abb. 1: Geräteausstattung (MPFS, 2010, S. 8)

¹ Im Wintersemester 2012/13 haben wir mit Studierenden des Faches Ev. Religion im Master of Education an der Georg-August-Universität Göttingen ein Forschungsseminar zum Thema „Ich habe heute leider kein Foto für dich! – Körperkult und Castingwahn als religionspädagogische Herausforderung“ durchgeführt (vgl. Fuchs / Hieret / Schwich 2013). Selten hat eine Lehrveranstaltung eine derart nachhaltige Eigendynamik entwickelt; die Seminargruppe steht bis heute im inhaltlichen Austausch; mehrere Masterarbeiten zum Thema sind im Entstehen. Auch viele der vorliegenden Überlegungen konnten im Kontext dieses Seminars (weiter-)entwickelt werden, und an dieser Stelle gilt den Teilnehmenden mein herzlicher Dank für diesen wechselseitigen Lernprozess!

Dabei wird augenfällig, dass das Fernsehen trotz wachsender Relevanz von PC und Internet (vgl. Abb. 2) nach wie vor das zentrale Medium für Kinder und Jugendliche ist. Nach Angaben der einschlägigen KIM- bzw. JIM-Studien aus dem Jahr 2012/13 möchte über die Hälfte (57%) der 6 bis 13-Jährigen am wenigsten auf das Fernsehen verzichten, 60% der Jugendlichen sehen täglich fern (vgl. Abb. 3). Die von ihnen bevorzugten Sender sind ProSieben, mit etwas Abstand gefolgt von RTL. (MPFS, 2013, S. 15)

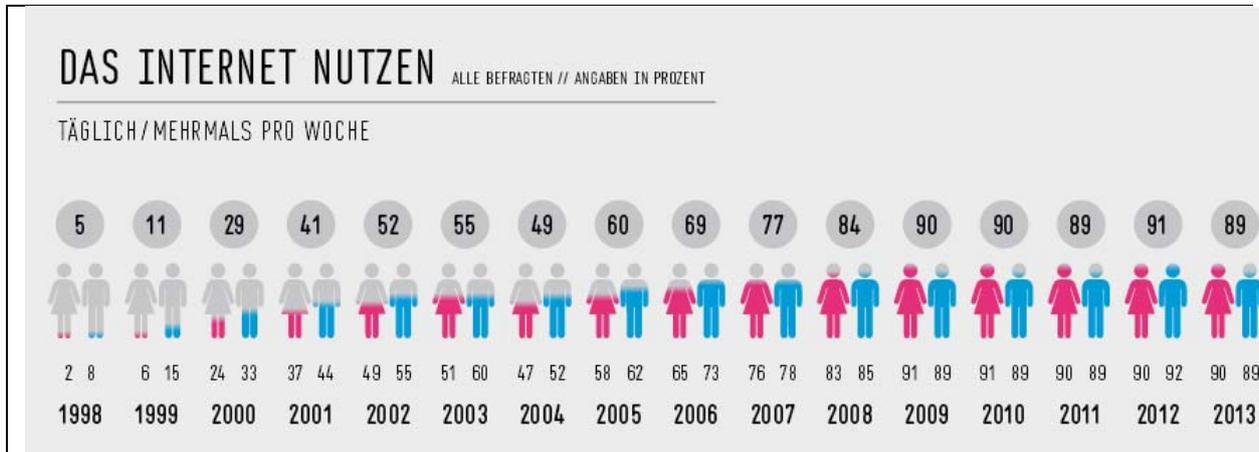


Abb. 2: Internetnutzung (MPFS, 2013, S. 22)

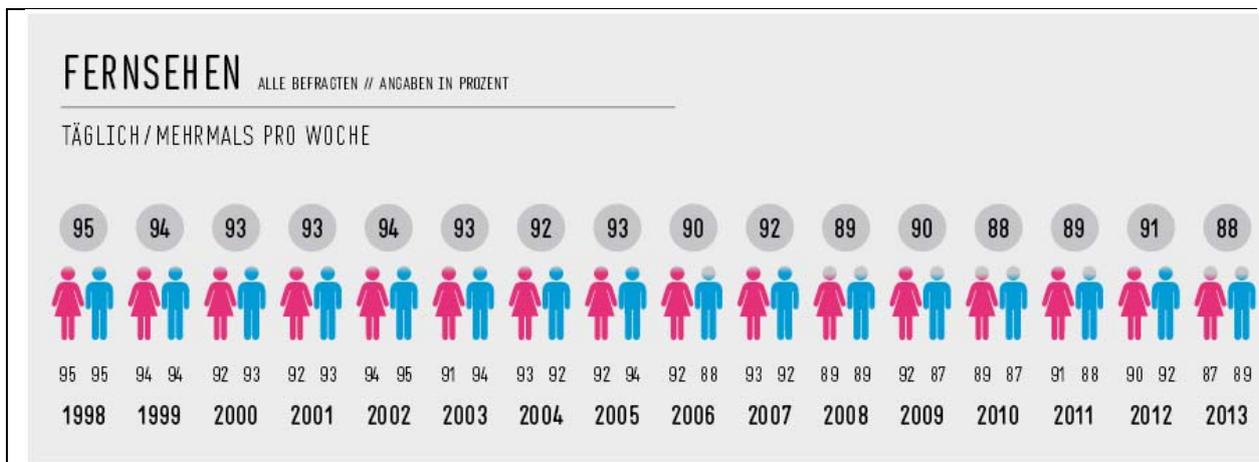


Abb. 3: Fernsehkonsum (MPFS, 2013, S. 14)

Vor einigen Jahren hat Manfred Pirner seinen Forschungsüberblick zum Stichwort „religiöse Selbstsozialisation“ dahingehend zusammengefasst, dass „zumindest ansatzweise die religiöse Bedeutsamkeit von Medienerfahrungen für Heranwachsende beleuchtet“ (Pirner, 2009, S. 9) worden sei. Dabei zeige sich, dass Jugendliche Medien „u.a. zur Bearbeitung von existenziellen Fragen, zur Bewältigung von Kontingenzen, zur Gewinnung von Sinnorientierung und ethisch-moralischer Orientierung, zur Selbst- und Weltdeutung, zur Lebenssteigerung und Lebensperspektivierung

[nutzen]“ und dass die Medienkultur „hier ganz offensichtlich teilweise Funktionen von Religion übernommen“ (Ebd., 9–10) habe.

Medienkultur ist – so scheint es – omnipräsent und gerade darin Subtext gegenwärtiger Lebenswelten. Weil sich Kultur und Lebenswelt jeweils durch ihre Rezipienten formiert und reformiert, ist die Rolle des „Medien-Menschen“ als Produzent ebenso wie als Rezipient von besonderer Bedeutung.² Es liegt also auf der Hand, wenn gegenwärtige geistes- und sozialwissenschaftliche Diskurse diesen Subtext zu entschlüsseln suchen.

Dabei sticht eines ins Auge: Die Medien-Soziologen und Sozialpsychologen gehen mit der Frage „Bohlt du noch oder klumst du schon?“ (Gäbler, 2013) dem Erfolg von Heidi Klum und Dieter Bohlen nach. Sozialwissenschaftler sprechen vom „body turn“ und von Körper-Soziologie als neuer Bindestrich-Soziologie. (Gugutzer 2004, 2006 sowie im Bereich der Jugendforschung Niekrenz & Witte, 2011) Gleichfalls ist die Rede von einer „Philosophie des Körpers“ und hier von einem „grundlegenden Wandel des Körperverständnisses.“ (Marzano, 2013)³ Jener interdisziplinäre Zugriff auf den Forschungsgegenstand führt unmittelbar zur zweiten These:

2. These: Mediale Anthropologie manifestiert sich als Anthropologie des Körpers – sie basiert auf mediatisierten Körpern und zielt auf Verkörperungspraktiken.

Körper und Körperlichkeit spielen eine zentrale Rolle im Jugendalter. Nicht von ungefähr sind etliche der eben genannten Forschungsbemühungen im Kontext Jugendforschung zu verorten, und nicht von ungefähr formuliert es Helmut Fend als eine Entwicklungsaufgabe des Jugendalters, „den Körper bewohnen zu lernen.“ (Fend, 2005, S. 222) Diese Aufgabe umfasst biologische, psychologische und soziale Prozesse dahingehend, dass sich körperliche Veränderungen schlicht biologisch ereignen, sie psychologisch verarbeitet werden wollen und sich auf sozialer Ebene mit immer neuen Zuschreibungen konfrontiert sehen. Der Beurteilungs- und Bewertungsprozess konzentriert sich in überwiegendem Maße auf jene äußeren Aspekte des Körpers, die als Attraktivitätsmerkmale attribuiert werden können (Göppel, 2011, S. 26), und nicht selten wird der tägliche Blick in den Spiegel zur Dauer-Evaluation des Körpers.

Indes scheint die Aufgabe, „zu einem positiven, gelassenen und freundlichen Verhältnis zum eigenen Körper“ zu gelangen „schwieriger als für Jugendliche früherer Generationen.“ (Ebd., S. 37) „Gegenwärtig“ – so schreiben die Soziologen Niekrenz und Witte – „hat der Körper in besonderem Maße Konjunktur und findet mit seinen Praktiken und Darbietungsformen in einem auf Bildlichkeit fokussierten Medienzeitalter zahlreiche Gelegenheiten zur öffentlichen Darstellung.“ (Niekrenz & Witte, 2011, S. 7) An die Seite der Entwicklungsaufgabe, „den Körper bewohnen zu lernen“ tritt

² Die Medienpädagogik unterscheidet drei normative Positionen hinsichtlich der Einschätzung von Medien und ihrer Bedeutung für die Entwicklung von Heranwachsenden: eine kulturpessimistische, eine medieneuphorische sowie eine kritisch-optimistische Position (vgl. Süß / Lampert & Wijnen, 2010, S. 30-33). Letztere „entspricht dem aktuellen Stand der Forschung, indem sie das aktive, realitätsverarbeitende Individuum in den Mittelpunkt stellt und sowohl mögliche Chancen als auch Risiken von Medien und Medieninhalten gleichermaßen thematisiert. Sie verweist auf lebenspraktische Zusammenhänge, den [sic] der Umgang mit Medieninhalten und Medienfiguren für ein Individuum hat.“ Wijnen, 2012, S. 51.

³ Im Klappentext ihres gleichnamigen Bandes.

also die individuelle Gestaltungsaufgabe: der Körper als Instrument zur Selbstinszenierung. Gerade die Jugendlichen verfügen dabei „über ein Kapital, das sie den Erwachsenen gegenüber überlegen macht: Der jugendliche Körper gilt als Ideal, das in einem Kult um Jugendlichkeit erstrebt, verehrt und mit vielerlei Mitteln zu erreichen versucht wird.“ (Ebd., S. 9)

Die Kosmetikindustrie weiß sich diese Tatsache zunutze zu machen.⁴ Jede zweite Frau und jeder sechste Mann nutzt Anti-Aging-Produkte – und zwar nachgewiesenermaßen je mehr, desto weniger sich ihr Nutzen erkennen lässt.⁵ Die Rede ist nicht mehr von Falten, sondern Mimik-Linien, und wo Botox-to-go nicht mehr reicht, weiß die plastische Chirurgie weiter: Neben der Brustvergrößerung zählen mit Augenlidstraffung, Fettabsaugung und Bauchstraffung durchweg verjüngende Maßnahmen zu den am häufigsten durchgeführten operativen Eingriffen. (Schipper, 2013) Das Erstaunlichste an diesem „Leibestuning“ (Marzano, 2013, Anm. 47) ist seine „Ernsthaftigkeit. Die Leute glauben daran, den Alterungsprozess eigenhändig aufhalten oder verlangsamen zu können. Sie fühlen sich verantwortlich, wenn es ihnen entgegen der eigenen Erwartungen nicht gelingt.“ (Schipper, 2013)

Und die Werbung legt nach: Wenn beispielsweise der smarte, graumelierte Schauspieler Sky du Mont – 66-jährig und mit einer knapp 30 Jahre jüngeren Frau verheiratet – als Werbepartner für die Apotheken-Umschau fungiert, so transportiert das implizit die Botschaft, dass heutige Silver-Ager gleichermaßen viril wie vital durchs Leben gehen. Wer's etwas expliziter braucht, dem sei der im Hintergrund laufende Werbejingle ans Herz gelegt: „What ever we do we feel okay we feel alright on every single day!“ – Es darf bezweifelt werden, dass *das* das Lebensgefühl derer ist, die eine Apotheke betreten!

Schließlich flankiert auch die Kunst jene Sehnsucht nach ewiger Jugend: Im Science Fiction-Film „Elysium“ feiert Elysion, die Insel der Seligen, der ewig jungen Helden aus der griechischen Mythologie ihre Auferstehung, die Romanfigur Dorian Grey verkauft gar ihre Seele, um ewig jugendlich zu bleiben.

Zusammenfassend lässt sich festhalten: „Die Attraktivität von Jugendlichkeit als Habitus hängt unmittelbar mit den Konnotationen von Jugend zusammen: Leistungsfähigkeit, Gesundheit und Erlebnisorientierung.“ (Niekrenz & Witte, 2011, S. 9)

Die Arbeit am Körper ist damit nicht nur Arbeit am Selbst und Ausdruck eines Individualisierungsprozesses, sondern wird zugleich zu einer Verkörperung sozialer Normen. Auf diese Weise ergibt sich eine erste problematische *Verkopplung der Normen Schönheit und Gesundheit*.⁶ Die empirische Untersuchung von Imke Schmincke „Bin

⁴ „Beim Umsatz im Körperpflegemittelmarkt nach Bereichen im Jahr 2012 führten in Deutschland die Segmente Haarpflegemittel und Hautpflegemittel mit rund 3 bzw. 2,8 Milliarden Euro. [...] Die dekorative Kosmetik ist damit eine der wichtigsten Umsatzträger in diesem Markt. [...] Die Umsatzentwicklung von dekorativer Kosmetik zwischen den Jahren 2004 und 2012 in Deutschland stieg insgesamt von etwa 1,15 Milliarden auf rund 1,38 Milliarden Euro an.“ URL: <http://de.statista.com/statistik/faktenbuch/286/a/branche-industrie-markt/chemieindustrie/kosmetikindustrie/> [Zugriff: 28.01.2014].

⁵ Vgl. hierzu die bei Schipper 2013 genannte Studie von Sobh & Martin, 2011.

⁶ In seinem lesenswerten Artikel „Über das Essen“ beschreibt Daniel Plessing die Auferstehung der beiden antiken Göttinnen Aphrodite, Göttin der Schönheit, und Hygeia, Göttin der Gesundheit. So gesellt sich zur Angst, vom Essen dick zu werden, noch die Angst, vom Essen krank zu werden. Vor diesem Hintergrund erklärt sich auch das sich verändernde Konsumverhalten, man denke an die wachsende Zahl an Veganern oder werfe einen Blick in die Lebensmittelregale: „Im vergangenen Jahr

ich normal?“ belegt, dass Kinder und Jugendliche schon sehr früh mit Ernährungstipps, Sportempfehlungen und Tricks zur Attraktivitätssteigerung konfrontiert werden. (Schmincke, 2011, S. 149) Nur so ist zu erklären, dass sich laut Shell-Studie 43% der Mädchen zwischen 12 und 25 Jahren als zu dick empfinden, und dass bereits Elfjährige auf Diäten zurückblicken können; von den zahlreichen Essstörungen nicht zu reden. Im „in & out-Ranking“ nahm das Item „toll aussehen“ bei beiden Geschlechtern die Spitzenposition ein. (Ebd., S. 148–149; Langness / Leven & Hurrelmann, 2006, S. 88; Göppel, 2011, S. 30–31)⁷

Als medialer Kristallisationspunkt dieser Verkopplung scheint sich der europäische Fußball etabliert zu haben: Dass Fußballer heute mindestens so gut aussehen müssen, wie sie spielen können – wahlweise auch umgekehrt – mag ein erstes Indiz dafür sein, ganz zu schweigen von der generellen Verquickung zwischen Sport und Mode: Man denke an David und Victoria Beckham⁸ oder Sami Khedira und Lena Gercke – wie überhaupt „die Spielerfrau“ zu einer ganz neuen Begleitererscheinung geworden ist.

Der Sportlerkörper, der gesunde, schlanke Körper – er steht für Disziplin, Stärke und Willenskraft. Sein Träger weiß sich gesund zu ernähren, den Körper diszipliniert zu ertüchtigen und ist willens, ihn angemessen zu verpacken.



Abb. 4: Khedira & Gercke⁹

Entstanden ist ein Körperkult, der den Körper als Statussymbol und als Bühne der Identität hervorhebt und ihn aufwertet. (Hoffmann, 2011, S. 192) Aber: Ist nicht das Leben mehr als die Nahrung und der Leib mehr als die Verpackung? (Mt 6,24)

3. These: Mediale Anthropologie ist ein bildgebendes Verfahren.

Schon das biblische Bilderverbot wusste um die Macht der Bilder! Die Gefahr medialer Bildgebung liegt nun einerseits in ihrer Quantität. Die Medien- und Kommunikati-

ist der Umsatz mit laktosefreien Lebensmitteln um mehr als 20 Prozent gestiegen – und das, obwohl die Spezialnahrung meist deutlich mehr kostet als konventionelle Produkte. [...] Doch für wen die laktosefreien Produkte geeignet sind und welchen Vorteil sie bieten, das ist den meisten Verbrauchern offensichtlich nicht bekannt. Anders lässt sich kaum erklären, warum [...] 80 Prozent der Käufer von laktosefreien Produkten angeben, gar keine Intoleranz zu haben. [...] Zu vermuten ist, dass sich die Käufer davon einen Zusatznutzen für ihre Gesundheit erhoffen, der aber nicht gegeben ist.“ http://www.wdr.de/tv/servicezeit/sendungsbeitraege/2013/kw22/0528/01_laktosefrei.jsp [Zugriff: 29.01.2014].

⁷ Dabei wird die angeblich angestrebte Gesundheit fahrlässig gefährdet: „Da Diätverhalten und Körperunzufriedenheit als wesentliche psychosoziale Risikofaktoren für gesundheitsgefährdende Essstörungen gelten“, sind Präventivmaßnahmen dringend geboten. Schmincke, 2011, S: 149.

⁸ Vgl. <http://www.victoriabeckham.com/> [Zugriff: 29.01.2014] sowie <http://www.belstaff.de/> [Zugriff: 29.01.2014].

⁹ Bildquelle Abb. 4: <http://www.klatsch-tratsch.de/2012/02/08/jetzt-spricht-das-traumpaar-lena-gercke-und-sami-khedira/103785> [Zugriff: 11.12.2013]. Gerade dieses „Traumpaar“ ist medial auch insofern ein dankbares „Vorzeigeobjekt“, als sich die beiden zugleich auf dem interkulturellen und ansatzweise auch interreligiösen Spielfeld bewegen.

onssoziologin Dagmar Hoffmann schreibt hierzu: „Darstellungen von Körpern in populären Medien verweisen in ihren Ästhetiken darauf, was zeitgemäß und kulturell anerkannt ist. Und das interessiert Jugendliche. Allein die Quantität bestimmter medialer Körperpräsentationen lässt auf deren Wert und Bedeutung schließen.“ (Ebd., S. 194)

Sie liegt andererseits in ihrer Qualität: „Ein bildgebendes Verfahren erzeugt aus Messgrößen eines realen Objektes ein Abbild, wobei die Messgröße oder eine daraus abgeleitete Information orts aufgelöst und über Helligkeitswerte oder Farben kodiert visualisiert wird.“¹⁰ Aus einer Doppelkaffeemaschine wird dann beispielsweise dieses, siehe Abb. 5.

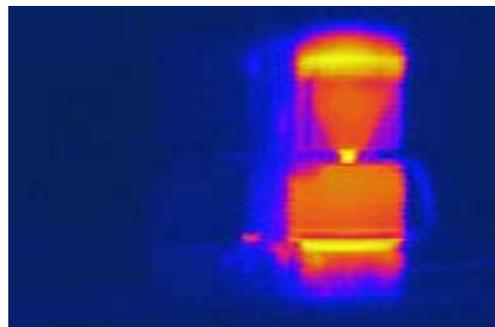


Abb. 5: Bildgebendes Verfahren (Ebd.)

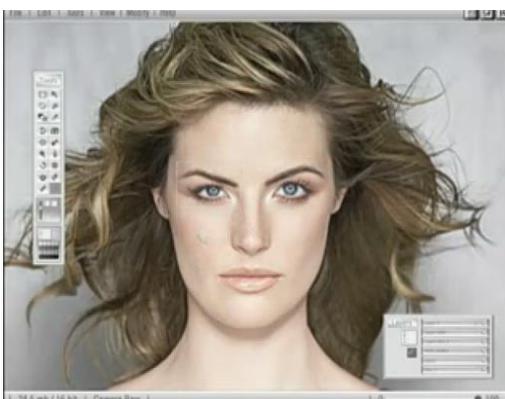


Abb. 6: Dove, Evolution¹¹

Für den vorliegenden Diskussionszusammenhang hieße das wie folgt: *Ein bildgebendes Verfahren erzeugt aus den Messgrößen einer realen Person ein Abbild, wobei die Messgröße oder eine daraus abgeleitete Information orts aufgelöst und über Photoshop kodiert visualisiert wird.* Die Kosmetikkette Dove hat genau dieses in ihrem Werbespot „evolution“ eindrücklich dokumentiert, siehe Abb. 6.

Vor diesem Hintergrund kommt der Erziehungswissenschaftler Goppel zu dem Schluss: Jugendliche waren „noch nie in so hohem Maße umstellt von aufdringlichen, und häufig auch noch computermanipulierten medialen Vorbildern, die klar machen, wie ein perfekter Körper eigentlich auszusehen hat.“ Unschwerwiegend wird dabei „die Botschaft vermittelt, dass gutes Aussehen und perfekte Ausstrahlung primär eine Frage des Gestaltungswillens, der Selbstdisziplin, des ‚Know-hows‘ ist und somit in der Verantwortung jedes Einzelnen liege.“ (Göppel, 2011, S. 37)

Wenn nun der Arbeit am Körper, jenen Verkörperungspraktiken, diese wachsende Bedeutung beikommt, so ist freilich zu fragen, was dies für die Identitätsbildung von Kindern und Jugendlichen nach sich zieht. Die eben zitierte Hoffmann ist der Frage nachgegangen, wie sich nun bei Jugendlichen der Abgleich zwischen den medial vermittelten Körperbildern und dem eigenen Körper(bild) vollzieht. Dabei zeigt sich – unsere Untersuchungen (vgl. Anm. 1) bestätigen diesen Befund – dass die Auseinandersetzung mit Körperinszenierungen in Film und Fernsehen für die Heranwachsenden ein alltägliches Handeln darstellt. (Hoffmann, 2011, S. 202) Auch kennen sie die Diskrepanz zwischen irgendwie normal und „mainstream“ sein zu wollen und gleichzeitig besonders sein zu sollen. So verwundert es nicht, dass den befragten

¹⁰ http://de.wikipedia.org/wiki/Bildgebendes_Verfahren [Zugriff: 11.12.2013].

¹¹ Bildquelle Abb. 6: <http://blog.xeomueller.com/2007/10/dove-werbung-zum-schoenheitsideal-spot/> [Zugriff: 11.12.2013].

Mädchen insbesondere gefällt, wie das Aussehen einer ganz gewöhnlichen jungen Frau optimiert wird. Sie finden gut, wie man „aus einer Alltagsfrau was rausholen“ kann, dass man aus einem Menschen „was machen kann“, dass man „einen Menschen einfach sexy darstellen“ kann und „dass jeder Mensch sexy sein kann“. (Ebd., S. 204)

Die unzähligen Varianten des „vorher-nachher“ scheinen dabei von ungebrochenem Reiz nicht nur für junge Menschen und nicht nur in den Top-Magazinen zu sein, wie das Beispiel von Christa Köpps, einer 75-jährigen Rentnerin aus Parnen zeigt. Sie hat an der – bezeichnenderweise unter der Rubrik „Gesund und schön“ firmierenden – Vorher-Nachher-Show des Göttinger Extra-Tip teilgenommen (s. Abb. 7).

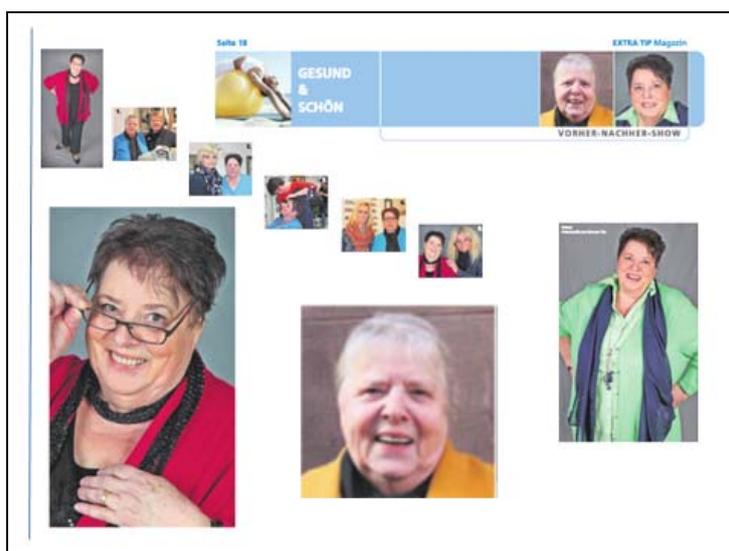


Abb. 7: Vorher-Nachher¹²

Auch Frau Köpps hat sich „[...] darauf eingelassen, einfach mal so, um im Mittelpunkt zu stehen. Alle kümmern sich um dich, du wirst geschminkt, hübsch gemacht, du wirst in Position gesetzt. Die sagen alle, wie du am besten aussiehst, [...]“¹³

Man könnte das mit einem harmlosen Lächeln abtun, würde sich dahinter nicht eine weitere problematische Verkopplung verbergen – die der *Kombination von Ethik und Ästhetik*. Um auf der richtigen Seite zu stehen, sind die Regeln so einfach wie fatal: Sie lauten in Männer- wie Frauenzeitschriften „Sei wie du bist, aber beachte folgende Schmink-, Styling- und Diättipps.“¹⁴, und im Klum'schen Casting-Duktus: „Sei ganz du selbst und mach, was ich dir sage!“ Zum Beispiel: „Gib die Raubkatze!“ Dabei ist die Werte-Logik¹⁵ ganz einfach:

¹² Der Bericht „Endlich mehr Farbe!“ erschien in der Printausgabe des Extra-Tip (27. Jahrgang) vom 08.12.2013; Seite 18. Die Rentnerin kommentierte ihre Teilnahme mit „Für eine Veränderung ist man schließlich nie zu alt.“ Die Fotos in Abb. 7 sind dieser online unter <http://extratip-goettingen.de/e-paper.html> eingestellten Printausgabe entnommen [Zugriff: 11.12.2013].

¹³ So die 16-jährige Flora in der Studie von Hoffmann, 2011, S. 205.

¹⁴ Dies gilt bereits für Mädchenzeitschriften mit der Alterszielgruppe 10-12-Jährige: „Die für Frauenzeitschriften so typische Doppelbotschaft – ‚Sei wie du bist, aber beachte folgende Diät- und Schminktipp!‘ – findet sich bereits in der Mädchenzeitschrift [Bravo Girl].“ Schmincke, 2011, S. 149.

¹⁵ Zu Details ihrer Herleitung sei auf Alexander Kisslers Buch „Dummgeglotzt“ verwiesen, vgl. Kissler 2009; vgl. auch Plessing, 2013, S. 73.

dünn = diszipliniert

dick = undiszipliniert

sexy = richtig

ohne „Finesse“ = falsch

schön = geliebt

hässlich = ungeliebt

die Fettschürze losgeworden = moralisch hochstehend

den Diätvorgang abgebrochen = moralisch höchst defizitär

...

Die Liste ließe sich endlos fortsetzen; die Studie der Otto-Brenner-Stiftung „Hohle Idole“ macht vor diesem Hintergrund indes Sexismus, Egoismus und Gehorsam als die tatsächlich vermittelten Werte aus. (Gäbler, 2012) Schmincke zieht als Fazit ihrer Untersuchung „Bin ich normal?“: „Der aktuelle Gestaltungsimperativ hat insbesondere für die jugendliche Entwicklung etwas Unerbittliches“ und führt zu einem sehr engen, normativen und standardisierten Schönheitsideal: schlank, unbehaart¹⁶ und sexuell begehrenswert. (Schmincke, 2011, S. 152–153)¹⁷

Dass sich die einschlägigen TV-Formate dessen ungeachtet noch immer großer Beliebtheit erfreuen, lässt religionspädagogisch betrachtet innehalten. Denn in der Auseinandersetzung um „Identität und Religion“ benennen aktuelle Überlegungen zur religiösen Identitätsbildung – quasi als Gegenrichtung zu den schier unendlichen Individualisierungsoptionen die – „Sehnsucht nach Eindeutigkeit, Prinzipientreue, Gewissheiten, nach der Sicherheit verlässlicher Bindungen“ (Noormann, 2011, S. 104). Es dürfte sich auch und gerade mit Blick auf o.g. Brenner-Studie lohnen, diese Folie (die bislang v.a. diskutiert wird im Blick auf religiös-fundamentalistische Strömungen¹⁸ bzw. auf politisch rechts- wie linksextreme Gruppierungen) auf jenen medialen Gestaltungs-imperativ anzulegen. Denn wo sonst sind die Vorgaben derart sicher, eindeutig und gewiss wie bei Model-Mama Heidi?¹⁹

Nun ist Heidi Klums TV-Format in vielerlei Hinsicht paradigmatisch für eine mediale Anthropologie. Ihre Art, den Rauswurf auszudrücken könnte es denn auch nicht besser auf den Punkt bringen: „Ich habe heute leider kein Foto für dich!“ Will sagen: „Du bist es nicht wert, abgebildet zu werden!“ Das ist der definitive Schlusspunkt. Denn mediale Geschöpflichkeit ist Ab-bildlichkeit, nicht Eben-bildlichkeit!²⁰

Dieses führt unmittelbar zur vierten These.

¹⁶ Der Blick auf aktuelle Debatten zur sog. „Intimrasur“ lässt einem freilich die – je nach individueller Praxis dann auch nicht mehr vorhandenen – Haare zu Berge stehen, vgl. Schmincke, 2011, S. 150–151.

¹⁷ Damit einher geht eine „sehr enge Vorgabe, Geschlecht zu performieren, d.h. darzustellen und zu verkörpern.“ Ebd., 153. Vgl. hierzu Wuckelt, 2004 sowie Schaaf, 2012 und dazu gleichsam querliegend Balters, 2007 sowie Warkentin, 2012.

¹⁸ Zu den Gefahren eines falschen Fundamentalismusverdachts vgl. aber ebd., S. 105.

¹⁹ Gleichwohl bliebe auch zu prüfen, inwiefern gerade dieses normierte, standardisierte und deshalb schon tausendfach gesehene Idealbild von Schönheit, Gesundheit und Leistungsfähigkeit nicht das Seine dazu beigetragen hat, die Inklusionsdebatte zu befeuern.

²⁰ Nicht umsonst wird bei „Facebook“ der Name zum Programm und jede Facebook-Seite zu einer kleinen „Ego-Vernissage“ (Spieker, 2011, S. 146). Man kann sich dabei des Eindrucks nicht erwehren, dass auf die Auswahl des Facebook-Profilbildes zuweilen mehr Zeit verwendet wird als auf die des Lebenspartners.

4. These: Mediale Anthropologie ist konsequente „Immanenz-Verwaltung“.

In ihrem Buch „Philosophie des Körpers“ beschreibt Marzano den Körper des modernen Menschen als einen „Spielplatz seines Willens. Wir tunen, verändern und optimieren unseren Leib fast nach Belieben. Damit beginnt, unbemerkt, ein neues Zeitalter. Denn alle Zeiten zuvor verstanden den Körper als natürliche und unverfügbare Grenze [...]“ (Marzano, 2013, Klappentext) Oberste Norm ist der Gestaltungsimperativ zu Schönheit und Gesundheit. Ausstrahlung bringt Erlösung. Hieran ist zu messen, was gerechtfertigt ist und was nicht, wer Teil der Gemeinschaft ist und wer nicht, wer sein Foto bekommt und wer nicht.²¹ Schuld zeigt sich in der Verknüpfung von Ethik und Ästhetik als Schönheitsfehler und Modesünde, wobei eine „Verlegenheit in der Rede von der Sünde“ (Hofheinz, 2013, S. 218) hier gerade nicht konstatiert werden kann. Als Urteilsinstanz gilt die Jury aus Pop-Titanen und Mode-Ikonen, zuweilen auch eine ominöse „Stimme aus dem Off“ (Kissler, 2009, bed. S. 24–46) und sowieso immer auch die Internetcommunity.²² Zielpunkt schließlich ist die Ewigkeit in Form ewiger Jugend. Sinnbild hierfür ist jene mediale „Schlüsselszene, ohne die keine Reportage, keine Dokumentation auskommt: der Held im Spiegel.“ (Kissler, 2009, S. 22)

Mediale Anthropologie hat als „Bild vom Menschen“ also vor allem das „Bild“ vom Menschen vor Augen.²³ Nun ist es nicht Aufgabe der Religionspädagogik, weitere Bilder des Menschen zu generieren, aber gleichwohl die Bildung des Menschen zu fundieren. Diesbezüglich wird angesichts der konzisen Zusammenfassung die hochgradig religiös konnotierte Sprache augenfällig, mit der medial operiert wird. So diskrepant die Inhalte medialer Anthropologie einerseits auch sein mögen, so anschlussfähig ist diese ihre Sprache andererseits im Blick auf schöpfungstheologische, rechtfertigungstheologische sowie eschatologische Grundkonstanten biblischer Anthropologie. Die abschließende fünfte These erläuternd soll diese Anschlussfähigkeit in ihren wesentlichen Linien skizziert werden.

5. These: Mediale Anthropologie als Thema der Religionspädagogik verweist diese auf ihre Grundfragen und Grundbegriffe.

Im jüngst erschienenen Handbuch Bibeldidaktik eröffnet Johannes Woyke seinen Artikel „Gerechtigkeit Gottes / Rechtfertigung des Menschen“ mit elementaren Haft-

²¹ Zu nennen ist hier auch die Frage, wer *von wem* ein Foto bekommt. Mit relativer Selbstverständlichkeit berichten 16-/17-jährige Mädchen davon, intime Fotos für ihren Freund – in der Regel von der Freundin – schießen zu lassen (vgl. Hoffmann, 2011, S. 203). Dabei sind die Grenzen vom Privaten zum Öffentlichen fließend. Dies betrifft zum einen die durchaus erwartbaren Folgen, dass die für den Freund geschossenen Intimfotos nach der Trennung auf den Handys und Smartphones seiner Freunde die Runde machen. Zum anderen den generell wachsenden und allzu sorglosen Umgang mit Urheberrechten und mit privaten Fotos im öffentlichen Raum, wie es beispielsweise beim sog. „Sexting“, dem Versenden von erotischen oder intimen Nachrichten und Bildern, der Fall ist. Gelangen diese Bilder ins Internet, werden die Jugendlichen häufig zum Gespött ihrer Mitschüler. Vgl. pro kompakt 2013b, Berendsen 2014 und Schäfer 2014 sowie Rathgeb, 2012, S. 47 und Nieswiodek-Martin, 2014.

²² Hier hat sich gar ein eigener, „Pretty or ugly“ genannter, Trend etabliert, bei dem v.a. weibliche Teenager Fotos oder Videos ins Netz stellen, um ihr Aussehen von der Internetcommunity bewerten zu lassen; vgl. pro kompakt, 2013a.

²³ Eine interessante Facette dessen lässt sich gegenwärtig in zahlreichen Nachrichtensendungen beobachten, wenn Kamerateams wiederum andere Kamerateams dabei filmen, wie sie beispielsweise eine Bundestagsdebatte aufnehmen. Darin dupliziert sich gleichsam, wie jemand jemanden ins Bild setzt.

punkten und schreibt: „Das Ineinander von theologischer und anthropologischer Dimension der Wirklichkeit ermöglicht auch ohne das Postulat Gottes einen Zugang zur Rechtfertigungsthematik über das elementare menschliche Ringen um Integrität und damit um das eigene Daseins-Recht. ‚Darf ich sein?‘, ‚Darf ich ‚ich selbst‘ sein?‘, ‚Darf ich dazugehören?‘ sind grundlegende Fragen menschlicher Existenz“ (Woyke, 2013, S. 222). Und es sind genau *die* Fragen, die die jugendliche Auseinandersetzung mit ihrem Körper, ihrer Schönheit und ihrer sozialen Wirkung auf andere rahmen.

Ein zweiter Zugang ergibt sich über die Plessner'sche Differenz von Leib-Sein und Körper-Haben. (Niekrenz & Witte, 2011, S. 7) Bernhard Grümme schreibt in seiner „religionspädagogischen Anthropologie“, Online-Identitäten führten zu einer „Abwertung des Leiblichen“ (Grümme, 2012, S. 41). Seine These lässt sich stützen im Blick auf Leibfeindlichkeit als einer Abwertung und / oder einer Vergötterung des Körpers. Entsprechende Überlegungen stellt Hans Weder im Kontext seiner Darstellung zur „Leiblichkeit im NT“ an und schreibt, Leibfeindlichkeit bestehe „genau darin, dass einzelne Aspekte des Menschseins ausgeklammert werden, dass also der Mensch auf einen Sektor festgelegt wird, gleichgültig, ob auf seinen Körper, seinen Geist, seine Leistung oder sein Herz.“ (Weder, 1983, S. 35)²⁴

Demgegenüber verweist biblische Leiblichkeit auf Geschöpflichkeit und Ganzheitlichkeit. Der biblische Mensch ist ein relationales Wesen, und Ausdrucksrahmen seiner Relationalität ist seine Leiblichkeit – begrifflich gefasst in die hebräischen Wort *basar* (Fleisch / Haut) als der äußeren Gestalthaftigkeit, *leb* (Herz) als dem inneren Kräftezentrum und *näfäsch* (Seele) als dem umfassenden Vitalitätsprinzip. Gerade so wird der Mensch „identisch“ – mit sich selbst wesenseins.²⁵

Gleichwohl: Zur Geschöpflichkeit gehört auch die Geschichtlichkeit des Menschen. Dabei gilt freilich immer noch: Unser irdischer Leib zerfällt! (2.Kor 4,16; 5,1) Diese Bedingtheit will als Bedingung des Lebens ernst- und angenommen werden. Jene irdische Leiblichkeit ist eine sterbliche, sie steht darin unter den Mächten von Sünde und Tod. Dass nun ausgerechnet die Bühne seiner Selbstinszenierung dem Tod geweiht ist, kann dem modernen Menschen einerseits zum Schreckensszenario werden.²⁶ Andererseits gewinnt die in Römer 8 konkretisierte „Sehnsucht nach der Erlösung des Leibes“ einen neuen, wahrhaft „erlösenden“ Zugang.²⁷ Die Verkopplung von Schönheit und Gesundheit kann abgelöst werden von Vergebung und Heilung. Die menschliche Verwaltung von Immanenz kann ersetzt werden durch die

²⁴ Ganze 30 (!) Jahre später – eine kleine Ewigkeit, betrachtet man die schnelllebigen Entwicklungen gerade in der Medienlandschaft – frappt die Gültigkeit und Aktualität dieser Ausführungen umso mehr!

²⁵ Vgl. hierzu Krieg, 1983.

²⁶ „Gegenwärtig rückt der Körper als Projekt von Jugendlichkeit, Schönheit und – als Überbietung des Gesundheitsbegriffs – von Fitness in den Vordergrund. [...] Momente von Schwäche wie Erscheinungen der Endlichkeit, des Versagens oder des Sterbens kaum anders als durch Verdrängen bewältigt werden können. Es scheint so zu sein, dass der in den Vordergrund getretene Körperkult mit einer subtilen, sich selber nicht mehr eingestandenen Körperverachtung einhergeht, die man [...] als Säkularisierung der christlichen Sündenangst verstehen kann. [...]“ Grümme, 2012, S. 177. Von einer gänzlich anderen Blickrichtung kommend sind im Blick auf die Auseinandersetzung um Unvollkommenheit und Angewiesensein auch die Ausführungen Rainer Anselms zum Verhältnis von „Rechtfertigung und Menschenwürde“ bedenkenswert, vgl. Anselm, 2001.

²⁷ „Nicht allein aber sie, sondern auch wir selbst, die wir den Geist als Erstlingsgabe haben, seufzen in uns selbst und sehnen uns nach der Kindschaft, der Erlösung unseres Leibes.“ (Rö 8,23).

göttliche Gestaltung von Transzendenz. Und dann heißt die Zielperspektive: verwandelt zu werden in *sein* Bild!²⁸

Es wird eine ebenso spannende wie herausfordernde Aufgabe sein, diese Überlegungen didaktisch zu brechen und unterrichtlich zu thematisieren. Aber eines ist schon jetzt deutlich: Mediale Anthropologie als Thema der Religionspädagogik verweist diese auf ihre Grundfragen und Grundbegriffe: Bildung, Sozialisation und Entwicklung, Identitätsbildung und Subjektwerdung.²⁹

Mediale Anthropologie als Thema der Religionspädagogik fokussiert diese Begriffe in je eigener Weise. Damit dies tatsächlich auch zu einer Begriffsschärfung und -klärung beiträgt, bedarf es weiterer empirischer wie didaktischer und inter- wie intradisziplinärer Fundierung. Die vorliegenden Überlegungen bilden hierzu einen ersten Anstoß und schließen mit einem Fazit in fünf erweiterten Thesen:

1. Mediale Anthropologie ist der Subtext gegenwärtiger Lebenswelt(en), auch und gerade bei Kindern und Jugendlichen. Darin liegt ihre Faktizität.
2. Mediale Anthropologie manifestiert sich als Anthropologie des Körpers – sie basiert auf mediatisierten Körpern und zielt auf Verkörperungspraktiken. Darin liegt ihre Gefahr.
3. Mediale Anthropologie ist ein bildgebendes Verfahren. Darin liegt ihre Täuschung.
4. Mediale Anthropologie ist konsequente „Immanenz-Verwaltung“. Darin liegt ihre Begrenztheit.
5. Mediale Anthropologie als Thema der Religionspädagogik verweist diese auf ihre Grundfragen und Grundbegriffe. Darin liegt ihre Chance.

Literatur

Anselm, R. (2001). Rechtfertigung und Menschenwürde. In E. Herms (Hrsg.), *Menschenbild und Menschenwürde* (S. 471–481). Gütersloh: Gütersloher Verlags-haus.

Balters, A. (2007). *Nur Engel dürfen dick sein. Von Schönheitswahn und wahrer Schönheit* (2. Aufl.). Aslar: Gerth Medien.

Berendsen, E.-M. (2014). Ich will was von dir sehen. *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* vom 16.02.2014, 47.

Fend, H. (2005). *Entwicklungspsychologie des Jugendalters*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Nachdruck der dritten, durchges. Aufl. 2003.

²⁸ „Wir alle spiegeln mit enthülltem Angesicht die Herrlichkeit des Herrn wider und werden so in sein eigenes Bild verwandelt, von Herrlichkeit zu Herrlichkeit, durch den Geist des Herrn.“ (2 Kor 3,18).

²⁹ Vgl. hierzu auch die neun Dimensionen (Körper – Leib – Geist; Endlichkeit; Identität; Sozialität; Freiheit; Versagen, Schuld, Sünde; Zeit; Rationalität; Religion), die nach Grümme „für ein religionspädagogisches Reden vom Menschen [...] zentral sind“ (Grümme, 2012, S. 24).

- Fuchs, M. E. / Hieret, J. & Schwich, L. (2013). „*Ich habe heute leider kein Foto für Dich!*“ – Körperkult und Castingwahn als religionspädagogische Herausforderung; Posterveröffentlichung zur Tagung „Forschendes Lernen in der Lehrerbildung“ des Projekts nexus der HRK und des Niedersächsischen Verbundes zur Lehrerbildung am 13.11.2013 in Hannover. URL: http://www.hrk-nexus.de/fileadmin/redaktion/hrk-nexus/07-Downloads/07-01-Tagungen/07-01-29-Forschendes-Lernen-in-der-Lehrerbildung/Poster/Goettingen-Poster_Mesoebene.pdf [Zugriff: 01.04.2014].
- Gäbler, B. (2012). *Hohle Idole. Was Bohlen, Klum und Katzenberger so erfolgreich macht*. Eine Studie der Otto-Brenner-Stiftung, Mainz 2012. URL: http://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/AH72_HohleIdole_web.pdf [Zugriff: 16.12.2013].
- Gäbler, B. (2013). *Bohlt du noch oder klumst du schon? Der Siegeszug des Banalen und wie man ihn durchschauen kann*. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Göppel, R. (2011). Erwachsen werden. Der pubertierende Körper aus bio-psycho-sozialer Perspektive. In Y. Niekrenz & M. D. Witte (Hrsg.), *Jugend und Körper. Leibliche Erfahrungswelten* (S. 23–40). Weinheim / München: Beltz Juventa.
- Grümme, B. (2012). *Menschen bilden? Eine religionspädagogische Anthropologie*. Freiburg / Breisgau: Herder.
- Gugutzer, R. (2004). *Soziologie des Körpers*. Bielefeld: Transcript.
- Gugutzer, R. (Hrsg.) (2006). *body turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*. Bielefeld: Transcript.
- Hoffmann, D. (2011). Mediatisierte Körper. Die Dominanz der Bilder und ihre Bedeutung für die Selbstakzeptanz des Körpers. In Y. Niekrenz & M. D. Witte (Hrsg.), *Jugend und Körper. Leibliche Erfahrungswelten* (S. 191–207). Weinheim / München: Beltz Juventa.
- Hofheinz, M. (2013). Art. Sünde. In M. Zimmermann & R. Zimmermann (Hrsg.), *Handbuch Bibeldidaktik* (S. 218–222). Tübingen: Mohr Siebeck.
- Kissler, A. (2009). *Dummgeglotzt. Wie das Fernsehen uns verblödet*. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Krieg, M. & Weder, H. (1983). *Leiblichkeit* (Theologische Studien, Bd. 128). Zürich: Theologischer Verlag.
- Langness, A. / Leven, I. & Hurrelmann, K. (2006). Jugendliche Lebenswelten: Familie, Schule, Freizeit. In Shell Deutschland Holding (Hrsg.), *Jugend 2006. 15. Shell-Jugendstudie. Eine pragmatische Generation unter Druck* (S. 49–103). Frankfurt / Main: Fischer.
- Marzano, M. (2013). *Philosophie des Körpers*. München: Diederichs.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2012). *KIM-Studie 2012. Kinder + Medien. Computer + Internet*. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6-bis 13-Jähriger in Deutschland, Stuttgart. URL: http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf12/KIM_2012.pdf [Zugriff: 11.12.2013]. [=MPFS 2012].
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2013). *15 Jahre JIM-Studie. Jugend, Information, (Multi-)Media. Studienreihe zum Medienumgang 12-*

- bis 19-Jähriger 1998-2013, Stuttgart. URL: <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM15/PDF/15JahreJIMStudie.pdf> [Zugriff: 11.12.2013]. [= MPFS 2013].
- Niekrenz, Y. & Witte, M. D. (2011). Zur Bedeutung des Körpers in der Lebensphase Jugend. In Y. Niekrenz & M. D. Witte (Hrsg.), *Jugend und Körper. Leibliche Erfahrungswelten* (S. 7–22). Weinheim / München: Beltz Juventa.
- Nieswiodek-Martin, E. (2014). Schau mich an! *pro Christliches Medienmagazin* 1, 10–11.
- Noormann, H. (2011). Identität und Religion In U. Becker (Hrsg.), *Theologie im Kontext pluraler Lebensformen – Beiträge zum interdisziplinären Gespräch* (S. 91–107). Stuttgart: Kohlhammer.
- Pirner, M. (2009). Zur Religiosität von Jugendlichen heute. Schlaglichter aus der aktuellen empirischen Forschung. *rhs*, 52(1), 3–10.
- Plessing, D. (2013). Über das Essen. Unangepasste Gedanken über Superhelden und Götzendiener. *Aufatmen* 03, 73–76.
- pro kompakt. pdf-Magazin des Christlichen Medienmagazins pro; Ausgabe 43/2012, darin Seite 4 „Studie ‚Hohle Idole‘ und der Trug im Fernsehen“ [= pro kompakt 2012a] sowie Seite 7 „Die verlorene Ehre der Amanda Todd“. [= pro kompakt 2012b]. URL: http://www.pro-medienmagazin.de/uploads/tx_booklet/2012_43_proKOMPAKT.pdf [Zugriff: 16.12.2013].
- pro kompakt. pdf-Magazin des Christlichen Medienmagazins pro; Ausgabe 48/2013, darin Seite 6 „Teenager stellen ihr Aussehen zur Abstimmung“ [= pro kompakt 2013a] sowie Seite 7 „‘Sexting‘ an Schulen“ [= pro kompakt 2013b]. URL: http://www.pro-medienmagazin.de/uploads/tx_booklet/2013_48_proKOMPAKT.pdf [Zugriff: 16.12.2013].
- Rathgeb, T. (2012). Die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen. Ergebnisse der Studienreihen KIM und JIM. In R. Englert / H. Kohler-Spiegel / E. Naurath / B. Schröder & F. Schweitzer (Hrsg.), *Gott googeln? Multimedia und Religion* (Jahrbuch der Religionspädagogik, Bd. 28) (S. 35–47). Neukirchen-Fluyn: Neukirchener.
- Schaaf, J. (2012). Eine Kindheit ganz in Pink. *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* vom 05.08.2012, 42.
- Schäfer, N. (2014). „Als wenn du nackt über den Schulhof läufst...“. *pro Christliches Medienmagazin* 1, 6–9.
- Schipper, L. (2013). Die Sehnsucht nach ewiger Jugend. *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* vom 24.11.2013, 35.
- Schmincke, I. (2011). Bin ich normal? Körpermanipulation und Körperarbeit im Jugendalter. In Y. Niekrenz & M. D. Witte (Hrsg.), *Jugend und Körper. Leibliche Erfahrungswelten* (S. 143–154). Weinheim / München: Beltz Juventa.
- Spieker, M. (2011). *Mono – Die Lust auf Treue*. München: Pattloch.
- Süss, D. / Lampert, C. & Wijnen, C. W. (2010). *Medienpädagogik*. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Springer VS.
- Warkentin, J. (2012). *7 Wochen ohne Meckern über Bauch, Beine & Co*. Neukirchen-Fluyn: Aussaat.

- Wijnen, C. W. (2012). Sinn, Unsinn und subjektiver Sinn der Mediennutzung: Zur Bedeutung von Medien für die Situation Heranwachsender. In R. Englert / H. Kohler-Spiegel / E. Naurath / B. Schröder & F. Schweitzer (Hrsg.), *Gott googeln? Multi-media und Religion* (Jahrbuch der Religionspädagogik, Bd. 28) (S. 48–58). Neukirchen-Fluyn: Neukirchener.
- Woyke, J. (2013), Gerechtigkeit Gottes / Rechtfertigung des Menschen. In M. Zimmermann & R. Zimmermann (Hrsg.), *Handbuch Bibeldidaktik* (S. 222–227). Tübingen: Mohr Siebeck.
- Wuckelt, A. (2004). Bin ich weiblich genug? Bin ich männlich genug? Geschlechterzuschreibungen und Sexualität – gendertheoretisch betrachtet. In: C. Bizer (Hrsg.), *Menschen-Bilder im Umbruch: didaktische Impulse* (S. 51–61). Neukirchen-Fluyn: Neukirchener.

Dr. Monika E. Fuchs, Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Lehrstuhl für Praktische Theologie mit den Schwerpunkten Religionspädagogik und Bildungsforschung, Georg-August-Universität Göttingen.