

Multimedia und Religion

Rückfragen – Kontroversen – Perspektiven

Die Medialisierung (oder auch: Mediatisierung) in unserer Gesellschaft, also der »generelle[.] Bedeutungszuwachs medial vermittelter öffentlicher Kommunikation«,¹ schreitet unstrittig voran – am deutlichsten sichtbar und am verlässlichsten dokumentiert ist diese Entwicklung anhand von Kindern und Jugendlichen, also anhand der sog. digital natives. Ob Aussagen einzelner Jugendlicher und junger Erwachsener (wie hier exemplarisch *Jan Salomon* und *Christoph Martsch*), ob quantitativ-repräsentative Befunde wie die KIM- und JIM-Studien (hier von *Thomas Rathgeb* referiert) – alle empirischen Erhebungen weisen in dieselbe Richtung: Die Zahl und Vielfalt der tendenziell jedermann zur Verfügung stehenden tertiären Medien ist im Wachsen begriffen, ebenso steigt die Zahl und Vielfalt ihrer Nutzungsoptionen, und nicht zuletzt verändern sich Quantität und Qualität des tatsächlichen Mediengebrauchs hin zu größerer zeitlicher Extensität und wachsender Intensität durch Interaktion. Die Rede vom »Prosumer« (statt vom »Consumer«) zeigt dies an.

Allerdings gibt es auch Indikatoren für die Beharrungskraft herkömmlichen Medienumgangs: So nutzen nach Angaben des Statistischen Bundesamtes – noch immer – mehr Bundesbürger täglich eine Tageszeitung als das Internet (ca. 48 : 40 Millionen; hier nach *Süddeutsche Zeitung* vom 18.10.2011, S. 15); das Lesen namentlich von Büchern unter Jugendlichen ist ausweislich der JIM-Studien nicht rückläufig. Gerade unter »hochreligiöse(n)« und »religiösen« Menschen in Deutschland ist das Buch das wohl wichtigste Medium zur Gewinnung religiöser Informationen, gefolgt von Internet und lokalem kirchlichen Gemeindebrief.² Und, nicht zu vergessen, es gibt auch bereits gezielte Abstinenz von Medialisierung, etwa das Verhaltensmuster des »Info-Avoiders«³, Software zur temporären Unterbrechung der eigenen Online-Kontakte⁴

1 Mit *Michael Meyen*, Medialisierung, in: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 57 (2009), 23–38, 31. Den internationalen Stand der Medialisierung referiert das »Internationale Handbuch Medien«, hg. vom *Hans-Bredow-Institut*, Opladen²⁸ 2009.

2 Anders verhält es sich bei 14- bis 17-jährigen »Religiösen« – sie präferieren das Fernsehen – und bei den 18- bis 21-jährigen – sie bevorzugen das Internet. Quelle: EKD, Pressemitteilung vom 24.3.2011.

3 *Beate Großegger*, *Jugend in der Mediengesellschaft*, Wien 2011, 5 (www.jugendkultur.at; Zugriff am 29.2.2012).

4 <http://macfreedom.com> (Zugriff am 14.2.2012); künstlerisch verarbeitet in dem Film »The Future« (USA 2011; Regie: Miranda July).

oder die Offline-Lebensphase⁵. Solche »retardierenden« Beobachtungen rufen ins Gedächtnis, dass es sich bei Daten zur Medialisierung in der Regel um Durchschnittsdaten handelt – der Blick auf die Einzelnen erübrigt sich keineswegs.

Medialisierung ist kein exklusives Phänomen der Gegenwart, vielmehr vollzieht sie sich als *Langzeitprozess* in Schüben seit Erfindung des Buchdrucks im 15. Jh.⁶ Es handelt sich nicht um einen abgeschlossenen Vorgang, vielmehr um *work in progress*: »Wir« sind Zeugen einer sich beschleunigenden Veränderung mit schwerlich absehbarem Zielpunkt⁷. »Wir« sind *teilhabende Beobachter*, die ihrerseits unterschiedliche Medien-Perzeptionen und Nutzungsgewohnheiten ausbilden. Beobacht- und gestaltbar ist für »uns« lediglich die Spitze des Eisbergs »Medialisierung«, namentlich deren Langzeit-Wirkung ist (noch) schwer abschätzbar.⁸

1 Medialisierung – Herausforderungen für die Religionspädagogik

1.1 Sich selbst multimedial aufklären

Medien sind nicht gleich Medien. Nicht der Brief (als primäres Medium), das Buch (als sekundäres Medium) oder der Fernseher (als klassisch tertiäres Medium) sind Anlass medialer Religionspädagogik, sondern sog. Multimedia. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie untereinander vernetzt werden können (Konnektivität), mehrere Sinne ansprechen (Multimodalität), verschiedene Ausdrucksformen (Multikodalität) und aktive Mediengestaltung ermöglichen (Interaktivität), schließlich – anders als etwa das Fernsehprogramm – jederzeit überall von jedermann *in beliebiger Abfolge* nutzbar sind (Non-Linearität). Kommunikation, didaktische Arrangements, Weltwahrnehmung werden nicht durch »Medien« im Allgemeinen revolutioniert, sondern namentlich durch Multimedia – allerdings lösen diese jene anderen Medien nicht ab, sondern

5 Alex Rühle, *Mein halbes Jahr offline*, Stuttgart 2010; Thorsten Schmitz, Völlig losgelöst, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 28.12.2010, 3, und Sherry Turkle, *Alone Together*. Why we expect more from technology and less from each other, New York 2011.

6 Dazu etwa Rudolf Stöber, *Mediengeschichte: die Evolution »neuer« Medien von Gutenberg bis Gates. Eine Einführung*, 2 Bde., Wiesbaden 2003.

7 Die Richtung technischer Innovation, etwa hin zur Verknüpfung von Fernseh- und Internetinhalten, lässt sich z.B. an den Projekten des »Instituts für Rundfunktechnik« erkennen; siehe www.irt.de (Zugriff am 14.2.2012); gesellschaftliche Zukunftsentwicklungen sucht etwa der »deutsche Trendtag« (2010 zum Thema »Flow Control«) zu identifizieren, und nicht zuletzt antizipiert das Science-Fiction-Genre seit jeher auch Medialisierung, klassisch etwa bei Stanislaw Lem oder im Film »Matrix« (USA 1999; Regie: Larry und Andy Wachowski).

8 Vgl. »Handbuch Mediensozialisation«, hg. von Ralf Vollbrecht / Claudia Wegener, Wiesbaden 2010.

integrieren und modifizieren sie bzw. ihren Gebrauch (Konvergenz). Das Buch, die Zeitschrift u.a. behalten ihren kommunikativen Stellenwert, allerdings nicht um ihrer selbst willen, sondern in einem veränderten, multimedial bestimmten Referenzrahmen.

Angesichts dessen fokussiert auch dieser Band »Multimedia«, wenngleich mit unscharfen Rändern. Immer wieder kommen auch *klassische Medien* wie Fernsehen, Film, gedruckte didaktische Materialien in den Blick – das zollt den faktischen Nutzungsgewohnheiten, aber auch einem nach wie vor verbreiteten instrumentellen Medienverständnis Tribut, das Medien – anders als Marshall McLuhan (1911–1980; »The medium is the message«) – nicht als wesentlich begreift.

Der Verknüpfung der Medientypen und der Berücksichtigung von Rezeptionstypen dient bei Medienproduktion und -marketing die sog. *Crossmedialität*, also die bewusste, auf Synergie zielende Nutzung verschiedener Arten von Medien⁹ – »ChiRho« dient hier als Beispiel (*Markus Bräuer*).

Multimedialität durchdringt und verändert Kommunikation – gerade auch jedwede Kommunikation im pädagogischen Raum; sie gilt es als Horizont und Faktor aller religionspädagogischen Praxis und Theoriebildung in den Blick zu nehmen – und zu allererst technisch, infrastrukturell, in ihrer Wirkung besser zu verstehen: *Multimediale Aufklärung* (analog zum Programm Soziologischer Aufklärung Niklas Luhmanns) tut Not.¹⁰

1.2 Verhaltensänderungen in Privatheit und Öffentlichkeit beobachten

Der öffentliche Diskurs über Medien und Mediennutzung orientiert sich häufig an dramatischen Einzelfällen, exemplarisch am sog. Nerd, am Computerfreak. In der Regel findet Multimedialisierung demgegenüber augenscheinlich eher moderate, bisherige Mediennutzung sacht variierende Ausdrucksformen (*Reinhardt/Peleikis*).

So wichtig der Blick auf Gefahren und Missbrauchsmöglichkeiten von Multimedia für die Technikfolgenabschätzung ist, aufschlussreicher dürfte in (religions)pädagogischen Zusammenhängen die Wahrnehmung mehr oder weniger schleichend, aber nachhaltig wirksamer Implikationen sein. Beispiele: Multimedia sind nicht nur bildgestützt, sondern bildgeleitet; auf »trendigen« Internetseiten spielt Text nur mehr eine subsidiäre Rolle – *Priorität des Visuellen*. Die Nutzeroberfläche des Internets ist netzartig organisiert – eine Seite will nicht am Stück in ihrer darstellenden oder argumentativen Logik zur Kenntnis genommen werden, sondern zum nächsten attraktiven, weiterführenden Link führen – *Irrita-*

9 Vgl. etwa *Norbert Schulz-Bruhdoel / Michael Bechtel*: Medienarbeit 2.0: Cross-Media-Lösungen; das Praxisbuch für PR und Journalismus von morgen, Frankfurt 2., akt. und erg. A. 2011, 179ff.

10 *Douglas Rushkoff*, Program or be Programmed. Ten Commands for a Digital Age, New York 2010.

tion des Linear-Logischen. Multimediale Offerten zielen nicht auf »passive« Rezeption, sondern auf Interaktion unterschiedlicher Komplexität: die Wahl des Links, die Rückmeldung »gefällt mir«, die Eröffnung von Kommunikation – *Akzeptanzverlust des Rezipierens.* Informationen werden zeitnah oder sogar zeitgleich zum Ereignis bereitgestellt; deren Übermittlung über beliebige Distanzen nimmt kaum Zeit in Anspruch – *Akzeleration des Kommunizierens.* Namentlich im Internet erscheinen Ereignisse, Informationen, Kommunikationswege gleichermaßen ort- und leiblos – *Dekontextualisierung des Wahrnehmens.*

Auf Grund der augenscheinlichen Attraktivität dieser Eigenschaften geht von Multimedia ein hoher Anpassungsdruck auf andere Kommunikationsformen aus: auf Unterricht ebenso wie auf Rede/Predigt oder auch Printmedium.¹¹

1.3 Mediensozialisation und -partizipation als Lebenslauf-begleitenden Prozess wahrnehmen

Im Fokus der Aufmerksamkeit dieses Jahrbuchs wie der Religionspädagogik insgesamt stehen Kinder und Jugendliche im Schulalter; Schule und Jugendarbeit sind die Felder, für die am ehesten bereits medienpädagogische Ansätze entwickelt werden. Das soll indes nicht darüber hinwegtäuschen, dass Medienverhalten in nicht unerheblichem Maße sozialisatorisch erschlossen und somit in der frühen Kindheit grundgelegt wird.¹² Zudem wird die Medialisierung technisch und politisch, ökonomisch und konsumierend von Erwachsenen vorangetrieben und verantwortet – auch die post-digitalen Generationen einschließlich der Seniorenalter haben an ihr teil.¹³ Mediennutzung ist insofern Lebensalter übergreifend wahrzunehmen.

1.4 Medienwissenschaft und Medienpädagogik als Gesprächspartner entdecken

Auch wenn die Beiträge dieses Jahrbuchs weitgehend allgemeinverständlich geschrieben sind und Medien-Fachsprache nur an wenigen Stellen Eingang findet: Medien-bezogene Reflexion entfaltet inzwischen

11 Untersucht wurde dieser Anpassungsdruck v.a. für die Sphäre des Politischen: *Otfried Jarren / Patrick Donges*, Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung, 3., grundlegend überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden 2011.

12 *Helga Theunert / Kathrin Demmler*, (Interaktive) Medien im Leben Null- bis Sechsjähriger – Realitäten und Handlungsnotwendigkeiten, in: *Bardo Herzig / Silke Grafe* (Hg.), Digitale Medien in der Schule, Bonn 2007, 137–144.

13 *Michael Doh*, Heterogenität der Mediennutzung im Alter. Theoretische Konzepte und empirische Befunde, München 2011 (Schriftenreihe Gesellschaft – Altern – Medien 2).

ein Sprachgewebe sui generis; allein schon Medien- und Kommunikationswissenschaft sind hochgradig ausdifferenziert, von den Wissenschaften, die Medialität innerhalb herkömmlicher Wissenschaften reflektieren, ganz zu schweigen: Medienanalyse/Medieninhaltsforschung, Medienethik, Mediengeschichte, Medienökonomie, Medienpädagogik, Medienphilosophie, Medienrecht, Medienwirkungsforschung.¹⁴ Einschlägige religionsbezogene, auch: religionspädagogische Forschung steht damit vor der Aufgabe, eine weitere Referenzwissenschaft, die Medienpädagogik¹⁵, zu erschließen.

2 Multimedia und Religion

Religion wird in Medialisierung einbezogen wie andere Kulturgüter auch – die Beschreibung und Wirkungsanalyse dieses Prozesses fällt keineswegs unstrittig aus.

2.1 Voraussetzungen und Wertungen

Eine wesentliche Scheidemarke ist – einmal mehr – das Verständnis von Religion. Wird ein funktionaler Religionsbegriff oder ein allgemein-substantieller Religionsbegriff unterlegt, stößt man auf eine Vielfalt religiöser Phänomene in Multimedia und wird ihrer kreativen Interpretation und Formgebung gewahr – Werbung, Populäre Musik, Cyber-Friedhöfe u.ä. erscheinen als begrüßenswerte Enkulturation von Religion in der Medienwelt, die es zu fördern gilt (*Wilhelm Gräß, Ilona Nord, Thomas Bohrmann u.a.*). Wird demgegenüber ein spezifisches materiales Verständnis von Religion zugrunde gelegt – sei es im Sinne dialektischer Theologie (*Okko Herlyn*), sei es in Form bestimmter Überlieferungsbestände (*Inge Kirsner / Thomas Böhm*) –, erscheint der mediale Umgang mit Religion tendenziell als unsachgemäß und verflachend. Dazwischen liegen pragmatische Zugänge, die sich ihrer theologischer Tradition verpflichtet sehen und medial kommunizierte Religion interessiert, aber ambiguitätsbewusst beobachten. Das mag »betulich« wirken (*Okko Herlyn*) oder unentschlossen – scheint mir gleichwohl angemessen zu sein: Puristische Medienabstinenz ist eine unmögliche Möglichkeit, die Glorifizierung medialer Kommunikation verbietet sich angesichts ihrer

14 Vgl. exemplarisch *Knut Hickethier*, Einführung in die Medienwissenschaft, Stuttgart 2., akt. und überarb. A. 2010, sowie *Michael Riedel*, Medienwissenschaft in Europa: eine Bibliographie, Berlin 2011. Die Vielzahl der Studiengänge präsentiert www.medienstudienfuehrer.de (Zugriff am 13.2.2012).

15 *Jürgen Hüther / Bernd Schorb* (Hg.), Grundbegriffe Medienpädagogik, München 2010, und *Uwe Sander / Friederike von Gross / Kai-Uwe Hunger* (Hg.), Handbuch Medienpädagogik, Wiesbaden 2008.

Schattenseiten; so bedarf es – wie im Umgang mit Kultur generell¹⁶ – einer Kriteriologie, mit deren Hilfe angemessene und unangemessene Medialität von Religion unterschieden werden kann.

Die entscheidende *religionspädagogische* Frage ist, ob mediale Verarbeitungen von Religion Individuen Raum lassen bzw. geben, sich kritisch, würdigend oder distanznehmend zu ihnen zu verhalten. In religionspädagogischer Perspektive geht es somit um den Aufbau einer Medienkompetenz, die es erlaubt, Arbeitsweisen, Inhalte und Wirkungen von Multimedia im Umgang mit »Religion« zu begreifen und kritisch zu reflektieren. *Theologisch* impliziert dies eine doppelte Herausforderung: Zum einen müssen im eigenen Traditionsbestand Topoi identifiziert oder generiert werden, die geeignet sind, Medialität und Medienreligion zu reflektieren (etwa »Bild« oder »Geist«); zum anderen gilt es, diese und andere theologische Kategorien in einem bestimmten Sinn zu verflüssigen: Mag es im innertheologischen oder innerkirchlichen Diskurs genügen, Medien vor dem Forum tradierter theologischer Vernunft zu prüfen und ggf. zu verwerfen; in der Kommunikation mit Medienschaffenden und digital natives ist das nicht zureichend. Theologische Reflexion muss im Gespräch mit ihnen der Form wie dem Inhalt nach *transformiert* werden, wenn sie zur Kenntnis genommen oder gar auf Zustimmung stoßen soll – sowohl die Entdeckung, dass Filme wie »Matrix« religioide sind, als auch der Vorwurf, Medien seien Religionssubstitut, gehen andernfalls ins Leere.

2.2 Bezüge

Die Wechselbeziehungen zwischen Multimedia und Religion sind auf der Ebene der Phänomene vielschichtig: a) *Explizite Thematisierung traditioneller Religion in Multimedia*: Internet, Fernsehserien, Populäre Musik verarbeiten ausdrücklich religiöse Gehalte (Uwe Böhm / Gerd Buschmann, Roland Rosenstock, Stefan Scholz, Matthias Wörther u.a.), Religionsgemeinschaften stellen sich selbst multimedial dar (exemplarisch *Götz Nordbruch*) und entwickeln mediale Angebote zu »ihren« Themen (exemplarisch *Markus Bräuer*). b) *Implizite Adaption religiöser Inhalte und Formen in Medien*: Werbung, Berichterstattung, Filme nehmen Motive, Fragestellungen, Traditionsgüter von Religionen – häufig: von (jüdisch-)christlicher Religion – auf und modifizieren sie dabei z.T. gegen deren eigenen Richtungssinn (Manfred Pirner, Thomas Bohrmann, Peter Hasenberg). c) *Übernahme religiöser Funktionen durch Medien*: Medien bzw. ihre Nutzung treten an die Seite oder an die Stelle von leibhaftiger Religionszugehörigkeit, sie nehmen Funktionen wahr, die traditionell Religionen zufielen, etwa Strukturierung des Tagesab-

16 *Kirchenamt der EKD / Geschäftsstelle der VEF* (Hg.), *Gestaltung und Kritik. Zum Verhältnis von Protestantismus und Kultur im neuen Jahrhundert*, Hannover/Frankfurt 1999.

laufs, Kontingenzbewältigung, Thematisierung von Sinnfragen. Medien übernehmen diese Aufgaben z.T. strukturell, z.T. inhaltlich in Form von virtuellen Gebetsräumen, Cyber-Friedhöfen, Online-Seelsorge¹⁷ (*Wilhelm Grüb, Ilona Nord, Ingo Reuter*). d) *Prägung von Religion durch Medien*: Die Inanspruchnahme von Multimedia verändert Religion durch Vorstrukturierung von Inhalten und Ausdrucksformen (*Günter Thomas*); sie führt womöglich (in, mit und unter den drei zuvor genannten Bezugsarten) zur Ausbildung einer »Medienreligion«¹⁸.

Sei es bedingt durch die relativ kleinteiligen, gegenstandsorientierten Themenstellungen, sei es bedingt durch die hermeneutische Brille der beteiligten Autoren: Meta-Theorien wie die These von der Medienreligion, also einer spezifischen Gestalt medial thematisierter Religion, kommen im vorliegenden Band kaum zum Tragen. Ebenso wenig thematisch wird e) die *Prägung von Medien und Medienrezeption durch Religion*. Die explizite und implizite Thematisierung von Religion in Multimedia lässt sich auch als Erfolgsgeschichte von Religion (nicht als Ausdruck ihrer Entmachtung und Ersetzung) lesen. Im Sinne dieser Perspektive wäre außerdem zu fragen, inwiefern Einstellungen von religiösen Individuen und Religionsgemeinschaften deren Medienrezeption beeinflussen – die Amish People wären ein pointiertes Beispiel (dazu z.T. *Manfred Pirner*).

2.3 Wirkungen

Während sich die Mediennutzungsextensivität und -intensivität von Kindern und Jugendlichen in den Kategorien quantitativer Forschung recht genau beschreiben lässt (*Thomas Rathgeb*), werden die Ergebnisse empirischer Medienwirkungsforschung hier (*Christine Wijnen* und *Manfred Pirner*) wie andernorts¹⁹ bemerkenswert zurückhaltend formuliert – nicht weil es an Beobachtungen fehlt, sondern weil Theoriemodelle konkurrieren und Kausal- bzw. Wirkzusammenhänge schwer nachweisbar sind: Medienwirkung ist nicht als Einbahnstraße zu verstehen; somit kommt es in ho-

17 *Ramona Vauseweh*, Onlineseelsorge: zur Präsentation von Seelsorge- und Beratungsangeboten im World Wide Web, Erlangen 2007.

18 So thetisch *Arno Schilson*, Medienreligion: zur religiösen Signatur der Gegenwart, Tübingen u.a. 1997, und *Joachim Kunstmann*, Medienreligion: Praktische Theologie vor neuen Aufgaben, in: *EvTh* 58 (2003), 405–420; kritisch *Günter Thomas*: Medienreligion. Religionssoziologische Perspektiven und theologische Deutungen, in: *Magazin für Theologie und Ästhetik* 22/2003; anhand einschlägiger Analysen etwa *Thomas H. Böhm*, Religion durch Medien – Kirche in den Medien und die »Medienreligion«, Stuttgart 2005, 143–222; *Wilhelm Grüb* u.a., »Irgendwie fühl ich mich wie Frodo ...!« Eine empirische Studie zum Phänomen der Medienreligion, Frankfurt a.M. u.a. 2006.

19 Dazu *Heinz Bonfadelli*, Medienwirkungsforschung, Konstanz 4., völlig überarb. A. 2011; *Roland Mangold* (Hg.), Lehrbuch der Medienpsychologie, Göttingen u.a. 2004; *Michael Schenk*, Medienwirkungsforschung, Tübingen 3. vollst. überarb. A. 2007.

hem Maße auf den jeweiligen Rezipienten und die Rezipientin sowie deren Kontexte an. Medienwirkung erfolgt nicht eindimensional, sondern multikodal, mehrdeutig, eingebunden in ein nach Form und Inhalt heterogenes Gefüge weiterer Medien und anderer Sozialisations- und Erziehungsinstanzen. Medienwirkung entfaltet sich nicht in erster Linie punktuell, sondern über längere Zeiträume, über Habitualisierungen und den Aufbau von Einstellungen, über soziale Verstärkungen; somit spielen kumulative Effekte eine wichtige Rolle. Eindeutige Ergebnisse sind unter diesen Umständen kaum zu erwarten – gewiss ist ein Mehr an einschlägigen Untersuchungen wünschenswert und möglich, doch die Objektivität, Reliabilität und Validität ihrer Ergebnisse steht unter einem sachbedingten und methodologischen Vorbehalt.

Das gilt zumal, wenn nicht die Rezeption einer Fernsehserie wie »Gute Zeiten, schlechte Zeiten«, »ChiRho« oder die »Simpsons« durch ihre Zielgruppen untersucht würde (was dringend wünschenswert wäre), sondern der mediale Einfluss auf Gehalte und Ausdrucksformen von Religiosität Gegenstand empirischer Forschung und – darauf basierend – verallgemeinerungsfähiger Aussagen sein soll.

Mangels deutlicher empirischer Befunde zur Makro-Wirkung von Multimedialität ist deren Effekt auf Religion in religionspädagogischem Kontext erst einmal nur auf der Mikro-Ebene beschreibbar: als Auswirkung der Spielregeln multimedialer Kommunikation auf die Gestaltung von Unterrichtsmedien (*Stefanie Lorenzen*) oder als Medieninhaltsanalyse etwa von Fernsehsendungen (*Roland Rosenstock*)²⁰; als Formung Kinder- und Jugend-bezogener Medienarbeit von Religionsgemeinschaften (aej, bdkj, Kinder- und Jugendarbeit von Kirchengemeinden),²¹ als Einfluss auf das Erscheinungsbild christlicher Religion im Internet, etwa gespiegelt in den Ergebnissen von Suchmaschinen (»Gott googeln«) oder auch als Rückwirkung medial kommunizierter Religion auf Theologie (*Günter Thomas*).²²

Solche Beobachtungen legen den Verzicht auf die Konstruktion linearer Zusammenhänge mit Anspruch auf Allgemeingültigkeit (etwa: mehr Internetnutzung – weniger soziale Kontakte) nahe. Apokalyptische Visionen, etwa von Hartmut von Hentig bis hin zu Klaus Winterhoff-Spurk,²³

20 *David Biesinger*, Muss Kinderfernsehen gottlos sein? Bedeutung, Chancen und Grenzen des Kinderfernsehens in Deutschland für die religiöse Sozialisation, Münster 2004.

21 Als Beispiele für entsprechende Internetseiten können dienen <http://www.pope2you.net> (eine Jugendseite des Vatikan, gestartet 2009) oder solche Web-Seiten, die mit dem webfish von EKD/gep ausgezeichnet wurden, etwa die Preisträger 2010 www.crosschannel.de, wiki.volxbibel.com und www.jg-karow.de (»Gott chillt in Karow – Kirche 2.0«); publizierte Analysen dazu liegen – jenseits von Kommentierungen im Internet – nicht vor.

22 Vgl. *Klaas Huizing*, Ästhetische Theologie, Bd. 2: Der inszenierte Mensch: eine Medien-Anthropologie, Stuttgart 2002; *Matthias Wallich*, @-Theologie. Medientheologie und die Theologie des Rests, St. Ingbert 2004.

23 *Hartmut von Hentig*, Das allmähliche Verschwinden der Wirklichkeit: ein Pädagoge ermutigt zum Nachdenken über die neuen Medien, München 1984; *Peter Winterhoff-Spurk*, Kalte Herzen: wie das Fernsehen unseren Charakter formt, Stuttgart 2009.

sind und werden aller Voraussicht nach nicht ein[ge]treten – z.T. sicherlich, weil ihr alarmistischer Tenor reflexionsstiftend, sensibilisierend, kurz: präventiv wirkt, vor allem aber, weil Medien bei aller strukturbildenden Kraft *Spielraum für individuelle Entscheidung* ihrer Nutzer lassen – und eben die Wahrnehmung und Nutzung dieser Spielräume sollte Medienpädagogik stärken.

Unbeschadet dessen erhöhen Multimedia die Spannungen zwischen moderner Lebenswelt und religiöser Lebensführung, insbesondere den *Assimilations- oder Akkulturationsbedarf* (Jean Piaget) religiöser Individuen und Institutionen. Das Angebot permanenter Kommunikation kollidiert mit dem Moment der »Unterbrechung« des Alltags, das Christentum, Judentum und Islam in Form von »Gottesdienst/Gebet« pflegen; die Akzeleration des Daten- und Kommunikationsflusses kollidiert mit dem Moment der Verlangsamung, des Innehaltens, der intensivierten (Selbst-)Wahrnehmung; die Individualisierung des multimedialen Datenzugriffs kollidiert mit dem Moment der Geselligkeit und des gemeinsamen Taktes religionsgemeinschaftlichen Lebens; die Abkoppelung medial repräsentierter Wirklichkeit von realen Orten, Zeiten und Kontexten kollidiert mit dem Moment leiblicher Begegnung und Erfahrung.

Die gegenläufige Dynamik traditioneller Formen religiösen, konkret: christlich, jüdisch, muslimisch imprägnierten Lebens einerseits und eines von multimedialer Kommunikation bestimmten Lebensstils andererseits birgt systemisch (also für die verfassten Religionsgemeinschaften) wie individuell (für jede und jeden von »uns«) enorme Herausforderungen: Kann man ohne Vorbehalt multimedial kommunizieren und zugleich traditionelle religiöse Praktiken bzw. Überzeugungen pflegen? Entstehen neue Formen religiöser Lebensführung, die sich der multimedialen Lebenswelt anschmiegen?

2.4 Ethische Fragen

Seltsam am Rande des Diskurses stehen ethische Implikationen von Multimedia:

- die Frage nach – scheinbar gender-spezifischen²⁴ – »impliziten Axio-men« (Dietrich Ritschl) multimedialer Kommunikation und Unterhaltung, etwa Freiheit, Gleichheit, »open access«, die öffentlichkeitswirksam durch die 2006 gegründete »Piraten«-Partei und die Diskussion um »ACTA« (Anti-Counterfeiting Trade-Agreement) im Februar 2012 artikuliert wird;²⁵

24 Hinweise bei Renate Luca, Gender, in: Handbuch Mediensozialisation (s. Anm. 8), 357–363.

25 Konkret fragte in diesem Sinne etwa eine Tagung des Erfurter Netcode e.V. am 7.11.2011 nach »Wert(e) des Spielens? Medienethische und -pädagogische Aspekte von Online-Games für Kinder«.

- die Frage nach Datenschutz und Datensicherheit, aber auch nach einem Recht auf Datentilgung als Teil der informationellen Selbstbestimmung, die sich im Blick auf Kinder und Jugendlicher etwa angesichts von »Timeline« (einem Programm der Firma Facebook) stellt;²⁶
- die Frage nach ethisch problematischen Verhaltensweisen im Umgang mit Medien wie Handy Slapping, Cybermobbing, Verbreitung jugendgefährdender Inhalte²⁷ oder nach Sucht-Phänomenen²⁸;
- die Frage nach dem Ressourcenverbrauch der »information technology« (IT) und dessen geopolitischen Auswirkungen (Energieverbrauch bei Herstellung und Betrieb; Arbeitsbedingungen bei Herstellung; steigender Bedarf an sog. seltenen Erden, die zu 95% und mehr in China gewonnen werden);²⁹
- die Frage nach wirtschaftlichen Implikationen medialer Innovation, die angesichts der gewaltigen Gewinnmargen einzelner Unternehmen und der Durchmischung von Information und Marketing, etwa im Angebot von Suchmaschinen, aufzuwerfen ist;³⁰
- die Frage nach der Manipulierbarkeit und Suggestivkraft (digitaler) visueller Daten.³¹
- Ethische Aspekte sind gesellschaftlich und politisch aufzugreifen; können und sollten aber auch in problemorientierten Einheiten etwa des Religionsunterrichts thematisch werden.

2.5 Aufgaben und Ziele religionsdidaktischer Arrangements

In Religionsunterricht und Jugendarbeit dominiert, sofern Multimedia eine Rolle spielen, deren funktionaler Gebrauch sowie die Medien(in-)

26 Vgl. etwa Stellungnahmen des Bundesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit, Peter Schaar, anlässlich der Markteinführung von »Timeline« im September 2011. Eindrücklich vor Augen führt die Problematik des »Total Recall« das TV-Drama »Homevideo« (D 2011, Regie: Kilian Riedhof).

27 Programm *Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes* (Hg.), Im Netz der neuen Medien. [...] Handreichung für Lehrkräfte [...], Stuttgart 3., akt. A. 2010. Unterrichtsmaterial bietet etwa klickITsafe. Sicher und kompetent das Netz erleben, Bodenheim 2011.

28 Christoph Müller (Hg.), Internet- und Computersucht. Ein Praxishandbuch für Therapeuten, Pädagogen und Eltern, Stuttgart 2012.

29 buy it fair. Leitfaden zur Beschaffung von Computern nach sozialen und ökologischen Kriterien, hg. von der Südwind Agentur, Wien 2009.

30 Zum Beispiel Andrea Beyer / Petra Carl, Einführung in die Medienökonomie, Konstanz 2., überarb. A., 2008; Hanno Beck, Medienökonomie. Print, Fernsehen und Multimedia, Berlin/Heidelberg 3., überarb. A. 2011, 227ff. und insbesondere Ralf Peters, Internet-Ökonomie, Berlin u.a. 2010.

31 Vgl. etwa Studien im Rahmen des (Schweizer) Nationalen Forschungsschwerpunktes »Bildkritik. Macht und Bedeutung der Bilder« (www.eikones.ch; Zugriff am 14.2.2012); alltagsnah lässt sich diese Problematik anhand von Navigationsgeräten vor Augen führen, so etwa Thomas Steinfeld, Wo bin ich? In: Süddeutsche Zeitung vom 12./13.11.2011, 16.

halts)kritik – durchaus im Sinne der »Ambivalenzdidaktik«, die *Bernd Trocholepczy* hier vorschlägt. Interaktive Mediennutzung und Mediengestaltung klingen im religionspädagogischen Diskurs nur vereinzelt an³² – ebenso die unterrichtliche Reflexion auf den Vorgang der Medialisierung und seine rezeptionsästhetischen, ökonomischen, ethischen Implikationen. Insofern steht die Entwicklung eines religionspädagogischen Leitbildes von »Medienkompetenz«, die in der Lesart Dieter Baackes Medienkunde, Mediennutzung, Medien(inhalts)kritik und Mediengestaltung umfasst, noch aus.

3 (Multi-)Medien im Spiegel der Religionspädagogik

Multimedia – obschon als »Lernort« seit den 1990er Jahren im Blick – sind bis heute ein marginaler Zweig der Religionspädagogik; das Verhältnis von Medien- und Religionspädagogik wird nur selten thematisch.³³ Religionspädagogische Medien-Kompetenz hat sich vor allem außeruniversitär, etwa in regionalen Medienzentren beider Kirchen sowie bei deren Arbeitsstellen mit bundesweiter Ausstrahlung (rpi-virtuell, »Gemeinschaftswerk evangelischer Publizistik« [gep], Fachreferate im Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz) gesammelt. Gleichwohl ist die Sensibilität für Medienfragen innerhalb der Religionspädagogik seit den 1970er Jahren deutlich gewachsen; dazu haben sowohl religions- wie allgemeindidaktische Neuorientierungen und der Ausbau religionspädagogischer Institutionen als auch technische Innovationen und gesellschaftliche Entwicklungen beigetragen.³⁴

Für die Gestaltung von Lernprozessen spielten evangelischerseits über Jahrhunderte nur sekundäre Medien eine Rolle, namentlich Bibel, Katechismus und Gesangbuch; erst in den 1960er Jahren gewannen »Bilder« einschließlich Flanellbilder, Dias und Filme in der Fläche an Verbreitung.³⁵ Katholischerseits spielten demgegenüber Realien, etwa Kirchraum und (kirchliche) bildende Kunst, und personale Medien, etwa Liturgie und szenisches Spiel, früher und verbreiteter eine Rolle.

32 Vgl. *Martin Sander-Gaiser*, Lernen mit vernetzten Computern in religionspädagogischer Perspektive, Göttingen 2003; *Christian Brenner*, Der Computer als Medium im Religionsunterricht? Münster u.a. 2003; *Astrid Dinter*, Adoleszenz und Computer: von Bildungsprozessen und religiöser Valenz, Göttingen 2007.

33 Zu den wenigen Verhältnisbestimmungen zählen die Beiträge von *Gerhard Tułodziecki* und *Eckart Gottwald* in: *Manfred L. Pirner / Thomas Breuer* (Hg.), Medien – Bildung – Religion: zum Verhältnis von Medienpädagogik und Religionspädagogik in Theorie, Empirie und Praxis, München 2004.

34 Vgl. *Björn Rohloff*, Medien im Kontext der religiös orientierten Bildungsarbeit: eine Untersuchung zur Bildungsmedienentwicklung seit 1945 [...], Berlin u.a. 2009.

35 Zu den ersten monografischen Thematisierungen zählt *Liselotte Corbach*, Vom Sehen zum Hören: Kunstwerke im Religionsunterricht, Göttingen 1965; entsprechend gewürdigt in: *Religion im Bild: visuelle Medien im Religionsunterricht*. Liselotte Corbach zum 70. Geburtstag, hg. von *Friedrich Johannsen*, Göttingen 1981.

In den 1970er Jahren wies zum einen die thematisch-problemorientierte Religionsdidaktik den Medien neue didaktische Funktionen zu: Sie werden – als solche unverzichtbare – Mittel zur Einbeziehung der Lebenswelt in den Unterricht; benötigt werden entsprechend nicht mehr primär künstlerisch und theologisch wertvolle Medien³⁶, sondern Zeitungen und graue Literatur, Fotografien und Plakate, Tonträger wie Schallplatten und Musik-Kassetten, eigens für Unterrichtszwecke hergestellte audiovisuelle Medien (Filme; Hörspiele mit Diareihen) und Medienpakete. Zum anderen rückte die lerntheoretische Didaktik Medien als Objekte didaktischer Reflexion in den Blick: Vom bloßen Informationsträger werden sie zu Faktoren des Unterrichts mit »didaktischem Mehrwert«, die einer eigens auf sie bezogenen didaktischen Analyse bedürfen und mit den übrigen Faktoren des Unterrichtsgeschehens in Wechselwirkung stehen.

In den 1980er Jahren erfährt die Rolle der Medien nochmals eine tiefgreifende Veränderung: Die private Medienrezeption wird als Sozialisationsfaktor, die Medialisierung als Merkmal gesellschaftlicher Wirklichkeit und beides – religionsdidaktisch zugespitzt – als Quelle von (Des-)Information, als Stabilisator von Wirklichkeitssichten und »Symbol-«Vorrat identifiziert, die anregend wie hinderlich in den Religionsunterricht hineinwirken. Insofern wird seit etwa dreißig Jahren »Medienpädagogik [sukzessive] als [komplexer werdende] Aufgabe religionspädagogischer Praxis« entdeckt; Wahrnehmen, Analysieren, Aufklären und – freilich noch nicht auf die Gestaltung von Medien bezogen – Handeln sind ihre Arbeitsschritte.³⁷

Die Entdeckung von aktivem Medienhandeln als medienpädagogische Aufgabe verdankt sich wiederum technischen Innovationen: der flächendeckenden Verbreitung von VHS-Videokassetten und Videokameras in den ausgehenden 1980er Jahren, vor allem der Einführung der Digitaltechnik (DVD 1995, Digitalfotografie und -film seit Ende der 1990er Jahre, Verbreitung tragbarer Computer mit hoher Speicherkapazität und kabelloser Internet-Verbindung) und damit der Anbahnung von Multimedia. In diesem Zusammenhang hat sich auch das – oben bereits genannte – Leitbild der *Medienkompetenz* durchgesetzt.

Im Hintergrund dieser medientechnischen und -didaktischen Entwicklung hat ein religionspädagogischer, mit einem allgemein-wissenschaftlichen verwobener Paradigmenwechsel eine Neubewertung von Medien herbeigeführt: Waren Evangelische Unterweisung, hermeneutische Religionsdidaktik, auch thematisch-problemorientierter Religionsunterricht im Wesentlichen auf das »Wort« und dessen Auslegung konzentriert – das Wort der Verkündigung, der biblischen Texte, der Selbstauslegung von Schülern –, hat die Wende zur Symbol- bzw. Symbolisierungsdidaktik, weitgehend parallel auf katholischer und evangelischer Seite, das sinnlich Wahrnehmbare aufgewertet: Künstlerisch-ästhetische Zeichen, Gestaltformen von Lebensführung und Gottesdienst, »Symbole« rückten

36 Vgl. aber Folkert Doedens, *Bildende Kunst und Religionsunterricht: theoretische Grundlagen der Praxis*, Stuttgart/München 1972.

37 Rohloff, *Medien* 235 und 248–250.

in den Fokus der Aufmerksamkeit. Die Religionspädagogik hat insofern tatsächlich einen »visual« bzw. »iconic turn« erfahren³⁸, den sie durch theoriebildende Hinwendung etwa zu »Kultur«³⁹ und »Ästhetik«⁴⁰, zum Lernort »Medien«⁴¹ und zum »performativen« Moment von (christlicher) Religion⁴² reflexiv bearbeitet hat.

4 Perspektiven

Die Rede von der Medialisierung spricht gesamtgesellschaftliche Veränderungsprozesse an, die »Religion« ebensowenig wie andere Teilsysteme unberührt lassen. Sie fungiert für die Religionspädagogik als Kontext, Prägefaktor (nicht zuletzt für die einzelnen Religionspädagogen), heuristischer Horizont – und hat de facto bereits zu einer wachsenden Sensibilisierung für Bezüge und Wirkzusammenhänge zwischen »Multimedia und Religion« geführt. Verallgemeinernde, nicht selten dramatisierende Thesen im Blick darauf, wie die Nutzung von Multimedia die Kommunikationsformen und die Religiosität bestimmter Bevölkerungsgruppen verändert, dienen als solche ebenfalls dieser Sensibilisierung: Allerdings fehlen für begründete Gesamteinschätzungen Daten – in empirischer, aber auch in konzeptioneller Hinsicht stellen Multimedia die Religionspädagogik vor neue Aufgaben.

Im Hinblick auf die religionsdidaktische Praxis steht etwa die unterrichtliche Erprobung von Multimedia in religiösen Lehr-Lern-Prozessen und die entsprechende Reflexion auf deren fraglos wünschenswerten Beitrag zum Aufbau von Medienkompetenz an; im Hinblick auf die Theoriebildung gilt es, die nicht zuletzt in diesem Jahrbuch vor Augen gestellten Phänomene, Entwicklungen und Herausforderungen im Sinne einer Religionspädagogik der Medien aufzugreifen.

38 Die Rede vom »Iconic turn« geht auf Gottfried Boehm zurück; dazu die Beiträge in *Christa Maar / Hubert Burda* (Hg.), *Iconic turn: die neue Macht der Bilder*, Köln 2004; *Hubert Burda* (Hg.), *In medias res: Zehn Kapitel zum Iconic Turn*, Paderborn/München 2010.

39 *Peter Biehl / Klaus Wegenast* (Hg.), *Religionspädagogik und Kultur*, Neukirchen-Vluyn 2000, und *Gotthard Fermor u.a.* (Hg.), *Gemeindekulturpädagogik*, Rheinbach 2001.

40 *Joachim Kunstmann*, *Religion und Bildung: zur ästhetischen Signatur religiöser Bildungsprozesse*, Gütersloh 2002 (*Religionspädagogik in pluraler Gesellschaft* 2).

41 *Christian Grethlein*, *Religionspädagogik*, Berlin / New York 1998.

42 Dazu etwa *Harald Schroeter-Wittke*, *Simsalabimbambasaladusaladim. Zwischenbilanz einer Performativen Religionsdidaktik*, in: *ZPT* 63 (2011), 371–385.