

In: Pirner, Manfred L./Pfeiffer, Wolfgang/Uphues, Rainer (Hrsg.):  
Medienbildung in schulischen Kontexten. Erziehungswissenschaftliche  
und fachdidaktische Perspektive, München 2013.

Manfred L. Pirner  
**Medienbildung im  
evangelischen Religionsunterricht**

„Das mit der Auferstehung Jesu, das ist ja so ähnlich wie in ‚Matrix!‘ – „Also, wenn ich so im Internet surfe und überall auf der ganzen Welt hinkann, da fühle ich mich manchmal so ein bisschen wie Gott.“ – „Islam? Den kenn ich. Da gibt es ganz viele Terroristen, die einen Gottesstaat errichten wollen und die Frauen unterdrücken!“

Drei authentische Schüleräußerungen aus dem Religionsunterricht, die deutlich machen, dass die Medienerfahrungen der Schülerinnen und Schüler in sehr grundlegender und vielfältiger Weise mit den Inhalten und Zielen religiöser Bildung an der Schule zu tun haben. Diese Einsicht führt zu der *zentralen These* des vorliegenden Beitrags, dass *Medienbildung nicht lediglich eine Aufgabe ist, die gleichsam von außen und als „zusätzliche Anforderung“ auf den Religionsunterricht zukommt, sondern die sich auch und vor allem aus einer genuin religionspädagogischen Perspektive als notwendige Dimension schulischer Bildung darstellt.* Als solche ist sie immer schon mit religiöser Bildung verschränkt und sollte noch bewusster sowie konzeptionell reflektiert in religiösen Bildungsprozessen berücksichtigt werden. Umgekehrt kann der Religionsunterricht *spezifische Aspekte in die gesamtschulische Aufgabe der Medienbildung einbringen*, indem er in besonderer Weise die anthropologischen, kulturellen und ethischen Implikationen von Medienwelten beleuchtet.

Diese These wird im Folgenden schrittweise entfaltet. Nach einem historischen Rückblick auf medienpädagogische Bezüge im evangelischen Religionsunterricht (1.) werden anthropologische und sozialisationstheoretische Grundlagen skizziert (2.) sowie eine theologisch-hermeneutische Perspektive vorgestellt (3.), die schließlich in das Konzept einer „*medienweltorientierten Religionsdidaktik*“ eingebracht wird (4.). Zwei konkrete Beispiele für medienbezogenes Arbeiten im Religionsunterricht schließen den Beitrag ab.

## 1 Medien im evangelischen Religionsunterricht – Rückblick und Überblick

Im Gegensatz zu den weitgehend medienabstinenten und medienkritischen Tendenzen der evangelischen Religionspädagogik bis in die 1970er Jahre hinein (genauer: Pirner, 2001, S. 47ff., und Pirner, 2004, S. 11ff.), bringen die 1980er und 1990er Jahre die theologische Entdeckung der populären Kultur und damit ein verstärktes Bewusstsein für die lebensweltliche Bedeutung der Medienkultur (dies dokumentiert sich u. a. in dem 1994 gegründeten „Arbeitskreis Populäre Kultur und Religion“, vgl. [www.akpop.de](http://www.akpop.de)). In der (evangelisch-)theologischen Diskussion der Massenmedien herrschte bis in die 1990er Jahre hinein eine kritische Bewertung der „Massenmedien“ vor, welche sich im Wesentlichen aus einer Verbindung von Wertkonservatismus, hochkultureller Orientierung und Argumenten der Kritischen Theorie der Frankfurter Schule speiste. Bei Horst Albrecht (1993), der noch weitgehend auf dieser Linie argumentiert, deutet sich bereits eine Perspektivenwende der von ihm programmatisch vertretenen „Medientheologie“ an: Wer sich der Religion der Massenmedien zuwendet, so Albrecht, „muß bereit sein, die Maßstäbe bürgerlicher Theologie fallen zu lassen und sich der Trivialität von Religion zu stellen“ (Albrecht, 1993, S. 14). Statt lediglich als Abwertungsbegriff will er den Begriff „trivial“ als Benennung der Erfahrungs- und Bildungswelt der unteren sozialen Schichten verstehen und diese damit ernst nehmen. „Medienreligion“ müsse erst einmal möglichst vorurteilsfrei wahrgenommen werden statt sie von vornherein mit einer christlich-dogmatischen Brille zu betrachten.

Ganz in diesem Sinn plädiert nun eine junge Generation von TheologInnen für eine theologische Hermeneutik der populären Kultur, welche zunächst und vor allem den religiösen und religionsähnlichen Dimensionen, Strukturen und Elementen in der Popkultur nachspürt und nach den Gründen ihrer Popularität fragt. Seit Mitte der 1990er Jahre erscheint eine Vielzahl von theologischen und religionspädagogischen Veröffentlichungen, die sich mit der populären Medienkultur generell bzw. mit bestimmten Unterbereichen beschäftigen (exemplarisch zur Rock- und Popmusik: Schwarze, 1997; Fermor, 1999; Mertin, 1999; Everding, 2000; Böhm & Buschmann, 2001; zu Kinofilmen: Kirsner, 1996; Herrmann, 2001; Kirsner & Wermke, 2000 u. 2004; zum Fernsehen: Thomas, 1998; Pirner, 2001; zu Computer und Internet: Beuscher, 1999; Sander-Gaiser, 2003; Mertin, 2000; 2004; zur Werbung: Klie, 1999; Mertin & Futterlieb, 2001; Buschmann & Pirner, 2003).

Dementsprechend lässt sich in der Religionspädagogik in dieser Zeit eine Akzentverschiebung von der Mediendidaktik (im Sinne des Einsatzes von Unterrichtsmedien zum Erreichen bestimmter Lernziele) zur Medienpädagogik (im Sinne der Einbeziehung und didaktischen Bearbeitung von Alltagsmedien bzw.

von Medienerfahrungen der Schülerinnen und Schüler) feststellen. Zugleich tauchen vereinzelt Beiträge von Medienpädagogen auf, die religiöse Bildung und den Religionsunterricht miteinbeziehen.

So plädiert etwa Jürgen K. Schulze (1988) aus religionspädagogischer Sicht dafür, Medienpädagogik als eine unabdingbare, integrative Aufgabe eines RU zu verstehen, dessen zentrale Aufgabe mit Ernst Lange als „Kommunikation des Evangeliums“ bestimmt ist. Aus medienpädagogischer Sicht regt z. B. Hans-Dieter Kübler (1991) eine stärkere Verknüpfung von Medienpädagogik und Religionspädagogik an und zeigt an drei Bereichen, dass der RU dabei nicht seine besonderen Aufgaben aus den Augen verlieren muss: 1. Die manchmal ideologisch verzerrende Darstellung von Wirklichkeit betreffe auch den religiösen Bereich (z. B. das Bild des Islams). 2. Die Verwendung religiöser Symbole in den Medien, v. a. in der Werbung, zu durchschauen und kritisch zu beleuchten, sei nicht nur wichtig für die Medienkompetenz, sondern auch für religiöse Kompetenz. 3. Die durch die Medien betriebene bzw. geförderte „Verwischung und Entsubstantiierung“ von Wirklichkeit – wie sie sich beispielhaft an der ‚Inszenierung‘ des Golfkriegs gezeigt habe – aufklärend bewusst zu machen sei eine zentrale Aufgabe der Medienpädagogik, die auch für den religiösen Bereich bedeutsam sei.

Grundlegend und viel beachtet ist die Arbeit von Hans-Martin Gutmann (1998), der eine programmatische Verhältnisbestimmung von Popkultur, Kirche und Religionsunterricht vornimmt. Er hält theologisch-religionspädagogische Anknüpfung und Kritik für gleichermaßen möglich und nötig, vor allem aber auch das Weitertradieren und Pflegen der eigenen religiösen Tradition, damit der Einzelne und unsere Kultur insgesamt in existenziellen und religiösen Fragen wahrnehmungs-, sprach- und reflexionsfähig bleiben.

Das Gespräch mit der Medienpädagogik haben im evangelischen Bereich vor allem Eckart Gottwald und Manfred Pirner geführt. Gottwald hat in mehreren Publikationen, zuletzt in seiner Habilitationsschrift (Gottwald, 2000), Medien und Religionsunterricht im Rahmen einer Theorie der religiösen Kommunikation auf einander bezogen.

In meiner Habilitationsschrift (Pirner, 2001) habe ich selbst eine grundlegende Verhältnisbestimmung von Religionspädagogik und Medienpädagogik vorgenommen und den Dialog mit wichtigen Vertretern der wissenschaftlichen Medienpädagogik gesucht. Dieser Dialog wurde in den Sammelbänden „Homo medialis“ (Pirner & Rath, 2003), „Werbung – Religion – Bildung“ (Buschmann & Pirner, 2003) und v. a. in „Medien – Bildung – Religion. Zum Verhältnis von Medienpädagogik und Religionspädagogik in Theorie, Empirie und Praxis“ (Pirner & Breuer, 2004) weitergeführt. Auf der Basis theoretischer Perspektiven und empirischer Befunde habe ich seitdem das Konzept einer „medienweltorientierten“ und damit medienpädagogisch sensiblen Religionsdidaktik wei-

terentwickelt, dessen Grundzüge im Folgenden zur Darstellung kommen (vgl. auch Pirner 2009a, 2012a; 2012b; Pirner, Lähnemann & Haußmann, 2011).

## 2 Anthropologische und sozialisationstheoretische Grundlagen

Medien (im weiten Sinn von Kommunikationsmitteln) gehören von Anfang an zum Menschsein dazu, von den ersten Höhlenzeichnungen und Buschtrommeln über Schriftzeichen auf Tontafeln bis hin zu Bildern, Büchern und den heutigen elektronischen Medien. Der Mensch ist sozusagen von Natur aus ein Kulturwesen und insofern schon immer „in Medien verwoben“, ein „homo medialis“ (Pirner & Rath, 2003). Und die Art derjenigen Medien, die gerade die dominante Rolle in der menschlichen Kultur spielen, prägt das Menschsein maßgeblich mit. Von daher gehören mediale Welten schon immer, und erst recht seit der Allgegenwart der elektronischen Medien, zur Lebenswelt von Menschen dazu, d. h. zu jener Welt und Wirklichkeit, die uns Menschen als selbstverständlich gegeben erscheint und die im Regelfall unhinterfragte Grundlage unserer Verständigung miteinander darstellt. Erst bei genauerem Hinsehen zeigt sich, dass diese unsere Lebenswelt sowohl sozial (durch Gemeinschaften bzw. Gesellschaft) als auch individuell konstruiert ist und dass dabei die Medien eine wichtige Rolle spielen. Medien sind heute selbstverständlicher Bestandteil unserer Lebenswelt und sie vermitteln diese auch in erheblichem Umfang – in dieser doppelten Weise ist Lebenswelt heute, insbesondere für Kinder und Jugendlichen, immer auch Medienwelt (vgl. auch Spanhel in diesem Band).

Weil die Medienkultur heute einerseits für die Gesellschaft und viele Menschen religionsäquivalente Funktionen wahrnimmt (wie z. B. das Anbieten von sinnstiftenden Erzählungen, gemeinschaftsfördernden Ritualen, Anregungen zum Umgang mit menschlichen Grenzerfahrungen) und andererseits Themen und Elemente beinhaltet, die von den traditionellen Religionen beeinflusst oder übernommen sind, ist Mediensozialisation immer auch zu einem Teil religiöse Sozialisation: Sie beeinflusst die weltanschaulichen und religiösen Vorstellungen der Kinder und Jugendlichen sowie ihre Haltungen gegenüber Religion(en), Glaube und Kirche. Dies lässt sich durch empirische Studien belegen (vgl. ausführlicher: Pirner, 2012c). So hat z. B. Lynn Schofield Clark auf der Basis von Interviews mit 100 amerikanischen Teenagern festgestellt: Die Jugendlichen verwenden die Medien als Quelle ihrer religiösen Identitätsfindung; Medienerfahrungen prägen ihre weltanschaulichen und religiösen Vorstellungen (Clark, 2003). Das gilt vor allem für solche Jugendliche, die ein geringes Interesse an institutioneller Religion haben, also die eher kirchenfern sind. In eigenen Studien unter Konfirmandinnen und Konfirmanden (Pirner, 2004; Pirner & Kröner, in Vorber.) konnten

wir nachweisen, dass es Zusammenhänge zwischen ihren Fernsehvorlieben und ihren religiösen oder para-religiösen (religionsähnlichen) Vorstellungen gibt. So zeigte sich z. B., dass diejenigen Mädchen, die eine Vorliebe für Grusel-, Mystery- oder Horrorfilme haben, überproportional häufig an übersinnliche Erscheinungen und an die Wiedergeburt glauben. Außerdem hatten sie im Durchschnitt ein negativeres Gottesbild als die anderen Befragten.

In einer ethnographisch orientierten Studie untersuchte Astrid Dinter (2007) u. a. durch teilnehmende Beobachtung und Interviews mit 19 Jugendlichen deren Computernutzung. Sie fand heraus, dass die Computererfahrungen für die Identitätsentwicklung der Jugendlichen von großer, zumeist konstruktiver Bedeutung sein können, und dass sowohl die allgemeinen Nutzererfahrungen (z. B. Onnipotenz- oder Flow-Gefühle) als auch der Inhalt mancher Computerspiele (z. B. Spiele, in denen der Spieler selbst die Rolle Gottes einnehmen kann) Bezüge zu religiösen Dimensionen in einem weiten Sinn aufweisen.

Ein Forscherteam um Wilhelm Gräß interviewte junge Erwachsene zwischen 19 und 30 Jahren in Gruppendiskussionen und Einzelinterviews direkt nach dem Anschauen bestimmter populärer Kinofilme. Die Befunde zeigen, dass die Rezipienten religiöse Anspielungen und transformierte Elemente aus religiösen Traditionen in den Filmen meist nicht erkennen und daran auch wenig interessiert sind. Sie nutzen selbst solche Filme mit recht deutlichen religiösen Dimensionen überwiegend, um ihnen jeweils *eigene* Sinndeutungen zu entnehmen, ohne dass sich dadurch ihre Distanz zu Religion, Gottesglaube und Kirche verringern würde (Gräß u. a., 2006, S. 293-294). Zu einem ganz ähnlichen Ergebnis kommt eine englische Studie, in der 15-25-Jährige zu ihrer Nutzung der populären Kultur, u. a. von Filmen wie „Herr der Ringe“ oder „Harry Potter“ interviewt wurden: Auch hier zeigt sich, dass die Jugendlichen der populären Kultur Sinn entnehmen, aber nicht *religiösen* Sinn – selbst bei Filmen mit starken religiösen Anspielungen (Savage et al., 2006; vgl. auch Collins-Mayo & Beaudoin, 2009, S. 23).

Auch Jörg Herrmann (2007) fand in den biographischen Interviews, die er mit 16 jungen Erwachsenen führte, Belege dafür, dass für viele der Befragten die Medien, vor allem Kinofilme und Bücher, eine wichtige Rolle für die Lebensbewältigung spielen, auch für die Bearbeitung derjenigen Fragen, die wir im Allgemeinen für religiöse Fragen halten: Fragen nach dem Sinn des Lebens, nach Schicksal, Sterben und Tod. Hier fungieren die Medien also sozusagen als Ersatz für traditionelle Religion. Andererseits – dies zeigte die Studie ebenfalls – vermitteln sie auch Elemente von Religion und können Zugänge zu Religion eröffnen. So hat z. B. einem Befragten ein philosophisches Buch den entscheidenden Impuls gegeben, sich wieder dem Christentum zuzuwenden; für einen anderen war die Fernsehserie „Kung Fu“ ein Anstoß, sich intensiv und dauerhaft mit dem Buddhismus zu beschäftigen.

Die hier nur kurz und auswahlweise vorgestellten Studien machen deutlich: Es gibt keine einlinigen, direkten „Wirkungen“ der Medien auf ihre Rezipientinnen und Rezipienten, wohl aber intensive Wechselwirkungen zwischen sozialer Lebenswelt und Medienwelt. Dementsprechend vielschichtig sind auch die Effekte der Medienkultur auf die religiös-weltanschauliche Sozialisation der Heranwachsenden: Die Medien können religionsäquivalent und völlig profan genutzt werden; sie können verzerrende und einseitig negative Vorstellungen von bestimmten Religionen vermitteln; sie können aber auch religionsproduktive Impulse geben und positive Anschlussmöglichkeiten für religiöse Bildungsprozesse bieten.

### 3 Theologische Grundlagen

#### 3.1 Medien und Religion

Für die Religion und insbesondere für das Christentum sind Medien in zweifacher Weise von grundlegender Bedeutung. Zum einen gilt: Da die göttliche Wirklichkeit nicht sinnlich wahrnehmbar ist, lässt sie sich nur medial repräsentieren, also durch Bilder (auch Sprach-Bilder wie z. B. Gott als Hirte, König oder Vater), durch Symbole, Gedichte oder Erzählungen darstellen. Zum anderen bilden Medien für geschichtliche Offenbarungsreligionen wie Judentum und Christentum eine wichtige Voraussetzung, wenn es um die Überlieferung (Tradierung) der Glaubensinhalte geht. Was Christen über Gott und Jesus wissen, haben sie weitgehend aus dem Buchmedium Bibel erfahren. Christlicher Glaube lässt sich verstehen als das Vertrauen darauf, dass die mediale oder „virtuelle“ Wirklichkeit der Bibel, die eine von Gott durchwirkte Wirklichkeit vor Augen malt, die wahre und letztlich maßgebliche Wirklichkeit ist.

Schon von daher verbietet es sich aus theologischer Sicht, Medienwirklichkeiten gegenüber der nicht-medialen Wirklichkeit und Medienerfahrungen als weniger wichtige „sekundäre“ Erfahrungen gegenüber „unmittelbaren“ „primären“ Erfahrungen abzuwerten. Allerdings bietet die biblische Tradition drei kritische Orientierungsmarken im Umgang mit medialen Wirklichkeiten an.

1 Das alttestamentliche Medienverbot (nach Ex. 20, 4 und Dtn. 5,8: „Du sollst dir kein Bild machen und keine Darstellung von irgendetwas am Himmel droben, auf der Erde unten oder im Wasser unter der Erde. Du sollst dich nicht niederwerfen vor ihnen und ihnen nicht dienen ...“) verbietet nicht bildliche Darstellungen generell, sondern ihre *Identifikation* mit der wahren, letztgültigen, göttlichen Wirklichkeit. Dort, wo (z. B. die neuen digitalen) Medien als Heilsbringer für die Menschheit verklärt werden, wo die Macht der Medien alles dominiert und Medienwirklichkeiten zu den einzigen für Menschen rele-

vanten Wirklichkeiten werden, wird gegen das biblische Verbot verstoßen und die Menschlichkeit des Menschen gefährdet.

- 2 Auf das Dilemma, dass Gott nur medial dargestellt werden kann, aber dabei immer die Gefahr besteht, ihn mit den Darstellungen zu identifizieren, antwortet die jüdisch-christliche Tradition sowohl mit *Multimedialität* als auch mit *Medienkritik*. Gott wird schon in der Bibel in vielerlei (Sprach-) Bildern, in Erzählungen, Gleichnissen, Dichtungen, Symbolen und Ritualen, also multimedial, vorgestellt. Sie liegen teilweise in beachtlicher Spannung zueinander, kritisieren sich so gegenseitig und verhindern, dass Gott auf *ein* bestimmtes Bild festgelegt wird. Auch in der heutigen Medienkultur können Multimedialität und Multiperspektivität wichtige Faktoren sein, um zu verhindern, dass mediale Darstellungen mit *der* Wirklichkeit gleichgesetzt werden.
- 3 Die prophetische Religionskritik trägt auch medienkritische Züge. So haben die alttestamentlichen Propheten ebenso wie Jesus im Neuen Testament immer wieder deutlich gemacht, dass der von Gott erwartete Glaube nicht in der weltfremden Selbstversenkung in die medial-religiöse Wirklichkeit besteht, sondern immer und vor allem die aktive Zuwendung zur Welt und zum anderen Menschen einschließt. Die göttliche Wirklichkeit manifestiert sich also nicht nur im Buchmedium Bibel, sondern vor allem auch *in der personalen Begegnung von Menschen, in der sozialen Wirklichkeit gelebter Nächstenliebe und in christlicher Gemeinschaft*. Entsprechend ist weltvergessen-egozentrischer Rückzug in eine religiöse Spiritualität ebenso abzulehnen wie der Rückzug in die Medienwirklichkeit; beide können lebenszerstörerische Folgen haben. Im Gegenteil ist im Sinn der prophetischen Kritik zu fragen, ob bzw. inwieweit Medien die sozialen, zwischenmenschlichen Beziehungen von Menschen und ihr humanes Miteinander fördern oder (zer-)stören. Mit diesen biblischen Orientierungsmarken sind bereits die Grundlagen für eine theologische Medienethik angedeutet.

#### 3.2 Zur theologischen Hermeneutik und Ethik der Medienkultur

Eine theologische Hermeneutik der Medienkultur ist als dialogischer Prozess einer wechselseitigen Erschließung und Kritik zu fassen: Aus einer christlichen Perspektive nehme ich die Medienkultur wahr und deute sie; dabei sehe ich auch manche Aspekte des christlichen Glaubens und des gegenwärtigen Christentums in einem neuen Licht. Anhand von theologisch-ethischen Kriterien beurteile ich bestimmte Erscheinungen der Medienkultur; andererseits ergeben sich aus der Beschäftigung mit der Medienkultur auch kritische Rückfragen an Theologie, Christentum und Kirche.

Eine solche Hermeneutik der Medienkultur hat zunächst einmal einen bedeutsamen *diagnostischen Wert*: In der Beschäftigung z. B. mit populären Filmen oder Popmusikern erfahre ich etwas darüber, was den Menschen wichtig ist, was sie anspricht und umtreibt, was sie „unbedingt angeht“ (womit es nach Paul Tillich auch die Religion zu tun hat) und was für sie „Sinn macht“ im Leben. Das gilt auch für die Kinder und Jugendlichen im Religionsunterricht: Mit ihnen ins Gespräch zu kommen über ihre Lieblingsmedien oder Lieblingsstars, heißt häufig auch, mit ihnen ins Gespräch zu kommen über das, was ihnen im Leben wichtig ist. Schon unter dieser Perspektive deutet sich an, dass Elemente aus der populären Medienkultur sich gut als Ausgangspunkte für ein Theologisieren mit Kindern und Jugendlichen eignen. Dazu ist es allerdings wichtig, dass Religionslehrkräfte sich wenigstens ansatzweise mit den Medienwelten ihrer Schülerinnen und Schüler bekannt machen. Wer schülerorientiert unterrichten will, muss etwas über die Lebenswelten seiner Schüler/innen wissen, auch über ihre medialen Lebenswelten.

Unter der theologischen Perspektive kommt auch die oben bereits erwähnte Religionsähnlichkeit und Religionshaltigkeit der Medienkultur in den Blick. Erfüllt die Medienkultur heute vielfach Funktionen von Religion, dann erscheint sie vor allem als *Konkurrentin* von oder *Ersatz* für traditionelle Religion. Andererseits vermittelt sie, wie sich in den empirischen Befunden bestätigt, auch solche Sinnorientierungen, existenziellen Fragestellungen, ethischen Normen und kulturellen Symbole, die *Brücken* zu Religion und Christentum erkennen lassen. Dies hängt nicht zuletzt auch damit zusammen, dass die Wirkungsgeschichte des Christentums spätestens seit der Epoche der Aufklärung auch außerhalb der Kirchen, vor allem in der Kunst, der Literatur und der Musik und so auch in der Medienkultur zu finden ist (vgl. Lauster, 2005). Beide großen Kirchen bejahen grundsätzlich diese ‚Freisetzung‘ der christlichen Tradition und ihre Rezeption in anderen kulturellen Bereichen – also außerhalb kirchlicher ‚Kontrolle‘. Weil, theologisch gesehen, Gott „die alles bestimmende Wirklichkeit“ ist (Wilfried Härle), lässt sich mit seinem Wirken auch in der profanen Medienkultur rechnen und lassen sich auch in ihr „Gleichnisse des Himmelreichs“ (Karl Barth) sowie Impulse finden, die auf Theologie und Kirche zurück wirken und hier zum *selbstkritischen Hinterfragen* anregen können.

So erfreuen sich beispielsweise Engel und andere mythische Gestalten in populären Medien größter Beliebtheit, während die Theologie im Gefolge des Entmythologisierungskonzepts von Rudolf Bultmann lange Zeit meinte, die mythischen Vorstellungen der Bibel seien heutigen Menschen nicht mehr zumutbar. Und während heute manchen Theologen die Vorstellung vom stellvertretenden Opfertod Jesu als nicht mehr zeitgemäß erscheint, finden Motive des stellvertretenden Opfers bis hin zum Tod in populären Filmerzählungen

großen Anklang. Dies sind Impulse aus der Medienkultur, die Theologie und Kirche selbstkritisch fragen lassen können, ob sie mit ihren Versuchen der Aktualisierung des christlichen Glaubens der christlichen Tradition einerseits und den heutigen Menschen andererseits – insbesondere auch Menschen jenseits der bildungsbürgerlichen Schichten – gerecht werden.

Zum andern ist – gerade angesichts allgemeiner Medienbegeisterung – theologisch ebenfalls die *Unterscheidung der Geister* und die *kritisch-konstruktive Auseinandersetzung* mit der Medienkultur gefordert. Hier kann die Theologie, wie oben am Beispiel des Bildverbots deutlich wurde, auf eine reiche – durchaus auch problembehaftete – eigene Tradition im Umgang mit Medien zurückgreifen. Das kann exemplarisch am Thema „Mediengewalt“ verdeutlicht werden: Die Bibel und die Bildtraditionen des Christentums sind voll von Gewaltdarstellungen; und leider hat diese Mediengewalt im Lauf der Kirchengeschichte immer wieder zur Auslösung oder Verstärkung von realer Gewalt beigetragen. Aber dennoch hat sich im Christentum eine Hermeneutik, eine Deutungskultur durchgesetzt, die letztlich nicht Gewalt fördert, sondern Gewalt bindet (vgl. Gutmann, 2009), die vom Kern der Bibel und der christlichen Botschaft her zur Gewaltlosigkeit aufruft sowie Perspektiven für ein friedliches Zusammenleben und für eine universelle Nächstenliebe entwickelt hat – ohne die Gewalt in der Welt und in der eigenen Tradition zu übergehen. Wir brauchen eine solche Deutungskultur auch für die populären Medien unserer Zeit. Es geht letztlich darum, eine humane Kultur des Medienumgangs und der Medienverantwortung zu fördern und weiterzuentwickeln. Dazu können Theologie und Kirche und kann der schulische Religionsunterricht Wesentliches beitragen.

Wichtige weitere Themen einer solchen theologisch-ethischen Auseinandersetzung mit der Medienkultur sind v. a. die „Medienkluff“ („digital divide“) zwischen bildungsnahen und bildungsfernen Bevölkerungsschichten, Fragen einer Ökonomie der Aufmerksamkeit (Wer bekommt in unserer Medienkultur warum Aufmerksamkeit, und wer nicht?), Fragen des Datenschutzes, die Vermittlung von problematischen Menschenbildern (z. B. Geschlechtsstereotypen) sowie die Gefährdung der Menschenwürde in manchen Fernsehformaten oder Darstellungen im Internet (vgl. zu Aufgaben theologischer Medienethik zusammenfassend Haberer & Rosenstock, 2010, sowie Pirner, 2006).

## 4 Perspektiven einer medienpädagogisch sensiblen Religionspädagogik

### 4.1 Zum Verhältnis von Medienpädagogik und Religionspädagogik

Die oben skizzierten Überlegungen zu einer theologischen Hermeneutik und Ethik der Medien(kultur) machen deutlich, dass der konfessionelle Religionsunterricht gerade von seiner theologischen Fundierung her spezifische Perspektiven zur schulischen Medienbildung beizutragen hat. Ja, mehr noch: Die religionspädagogische Perspektive reicht bis in die anthropologischen und gesellschaftlichen Grundbestimmungen der Medien und ihrer Bedeutung für den Menschen hinein, von der ein religionspädagogisches Verständnis von Medienbildung entscheidend mitbestimmt wird. Von daher kann die Beziehung zwischen der wissenschaftlichen Medienpädagogik und der wissenschaftlichen Religionspädagogik nicht hierarchisch, sondern nur im Sinne einer dialogischen Beziehung verstanden werden. Konkret bedeutet dies, dass die Religionspädagogik bzw. -didaktik<sup>1</sup> nicht lediglich eine von der erziehungswissenschaftlichen Medienpädagogik vorgegebene Bestimmung von Medienbildung unkritisch übernimmt, sondern vielmehr eine solche in Dialog und kritischer Auseinandersetzung mit Positionen und Konzepten der Medienpädagogik und anderer Fachdidaktiken mitentwickelt. Ähnlich wie sich die Fachdidaktiken von einer gewissen Dominanz der Allgemeinen Didaktik emanzipiert haben und in jüngster Zeit, gleichsam ‚von unten‘ nach gemeinsamen Perspektiven für schulische Bildung fragen, so ist auch ein schulisches Konzept für Medienbildung nur im dialogischen Miteinander der Fachdidaktiken und der die fächerübergreifende medienpädagogische Perspektive einbringenden Erziehungswissenschaften zu entwickeln. Dazu will der vorliegende Band beitragen.

Für die Begründung und Implementierung einer fachintegrativen Medienbildung im Religionsunterricht ist es m. E. legitim und sinnvoll, der spezifischen religionsdidaktischen Perspektive ein besonderes Gewicht zuzugestehen. Wenn die Aufgabe der Medienbildung nicht aus der eigenen fachdidaktischen Perspektive begründet werden kann, sondern lediglich ‚von außen‘ als allgemeine pädagogische Aufgabe der Schule auf den Religionsunterricht zukommt, besteht die Gefahr, dass sie von den Religionslehrkräften überwiegend als zusätzliche, eigentlich fachfremde Aufgabe empfunden wird und demzufolge auch nur lose mit den spezifischen Fachzielen und -inhalten verbunden wird. Die Auseinandersetzung mit erziehungswissenschaftlich-medienpädagogischen

<sup>1</sup> Religionsdidaktik wird hier verstanden als die auf Schule bezogene Wissenschaft religiöser Bildung, während Religionspädagogik weitere außerschulische Handlungsfelder mit im Blick hat.

gischen Perspektiven ist für die Religionsdidaktik und den Religionsunterricht wiederum unverzichtbar wichtig, weil sie dadurch vor Engführungen medienpädagogischen Handelns bewahrt werden können, wertvolle Hinweise für ein aufbauendes, konzeptionell durchdachtes medienbezogenes Lernen erhalten sowie mögliche Referenzrahmen für Austausch und Kooperation mit den anderen Fachdidaktiken und Unterrichtsfächern erhalten. Diese Wechselbeziehungen werden in der folgenden Grafik veranschaulicht.

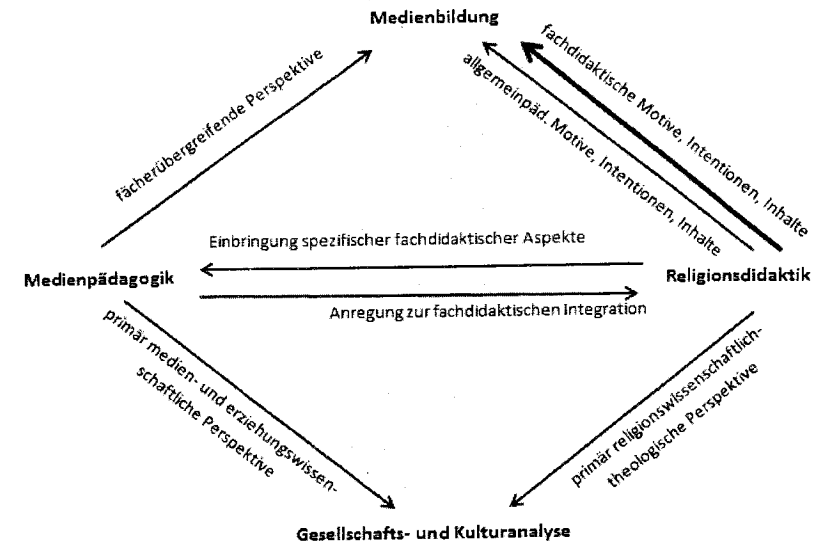


Abb. 1: Grafik zum Verhältnis von Religionsdidaktik und Medienpädagogik (Pirner)

### 4.2 Zur Beachtung der religiösen (Selbst-)Sozialisation der Heranwachsenden

Die bedeutsame Rolle der Medien a) für Religion und Christentum, b) für westliche Gesellschaften insgesamt und c) für die Sozialisation heutiger junger Menschen insbesondere ist m. E. religionsdidaktisch verstärkt ernst zu nehmen. Damit verbindet sich auch eine veränderte Sicht auf die Kinder und Jugendlichen. Generell hat in der Religionsdidaktik der letzten zwanzig Jahren die Sozialisation der Schülerinnen und Schüler gegenüber entwicklungspsychologischen Perspektiven weniger Beachtung gefunden. Oftmals wird für heutige Kinder und Jugendliche eine zurückgehende oder gar ausfallende religiöse Sozialisation diagnostiziert, weil viele in der Familie nicht mehr religiös erzogen

werden und kaum mehr Kontakt zu einer Kirchengemeinde haben; sie gelten dann meist als in religiösen Dingen unwissend und sprachlos.

Dabei bleibt unbeachtet, dass sie in anderen Bereichen ihrer Lebenswelt, wie v.a. in der Medienkultur und den medial geprägten Jugendkulturen, sehr wohl eine (Selbst-)Sozialisation erfahren, die im weiten Sinn religiöse Sozialisation mit beinhaltet: Viele Kinder und Jugendliche setzen sich hier durchaus mit existenziellen, ethischen und auch spezifisch religiösen Fragestellungen auseinander und finden dafür auch eigene Sprach- und Ausdrucksformen. Die stark symbolhafte, bild- und musikorientierte Sprache der populären Medienkultur, die häufig mit Elementen aus den traditionellen Religionen durchsetzt ist, kann sie dabei und bei ihrer Kommunikation untereinander unterstützen (vgl. Altmeyer, 2011). Es ist vor diesem Hintergrund zu begrüßen, dass die neue EKD-Handreichung „Kirche und Jugend“ dafür plädiert, „Kulturen der Kommunikation Jugendlicher [zu] achten und sich von der Theologie Jugendlicher inspirieren [zu] lassen“ (Kirchenamt der EKD 2010, S. 78). Dazu gehört, dass die Kinder und Jugendlichen nicht länger nur als Suchende und Fragende in den religionsdidaktischen Blick kommen, sondern auch in ihren Antwortversuchen und eigenständigen Überlegungen gewürdigt werden. Manche Jugendkulturen, wie z. B. die Gothics, weisen ebenso wie manche Fanclubs der Medienkultur (z. B. Star Trek-Fans) eine beachtlich reflektierte Kommunikation über ethische und religiöse Fragen auf, die aus theologisch-religionspädagogischer Sicht gewürdigt werden kann (vgl. Pirner, 2011).

Insofern kann aus der Perspektive einer medienpädagogisch sensiblen Religionsdidaktik eine zentrale Aufgabe des Religionsunterrichts bestimmt werden als *bildende Begleitung der religiösen (Selbst-)Sozialisation der Kinder und Jugendlichen*. Diese Bestimmung knüpft einerseits lose an Dieter Stoodts Konzept eines sozialisationsbegleitenden Religionsunterrichts aus den 1970er Jahren an und nimmt andererseits auch Grundaspekte des Konzepts von Karl Ernst Nipkow von 1992 auf, der aus religionspädagogischer Perspektive „Bildung als Lebensbegleitung und Erneuerung“ bestimmt hat. Sie hat außerdem eine Nähe zu lebensweltorientierten Ansätzen wie z. B. denen von Hans-Günter Heimbrock (vgl. Failing & Heimbrock, 1998), Hans-Martin Gutmann (1998), Wilhelm Gräß (2002) und Godwin Lämmermann (2005) sowie kompetenz- bzw. kommunikationsorientierten Konzepten wie jenen von Ulrich Hemel und Christian Grethlein. Hemel hat bereits in den 1980er Jahren wegweisend vorgeschlagen, die „Öffentlichkeit“ als zusätzlichen Lernort in den Gegenstandsbereich der Religionspädagogik aufzunehmen (Hemel, 1986, 44); Grethlein hat in seiner Religionspädagogik von 1998 die (öffentlichen) Medien als zusätzlichen „Lernort“ für religiöses Lernen bestimmt und sie in seiner Praktischen Theologie grundlegend als „offenen Kommunikationsraum“ mit in den Blick genommen (Grethlein, 2012; vgl. auch Grethlein, 2003).

Die genannte Aufgabenbestimmung des Religionsunterrichts will bewusst den Blick stärker als die meisten religionsdidaktischen Konzepte auf die *informellen außerunterrichtlichen und außerschulischen Lernprozesse* lenken, die nach Schätzungen der empirischen Bildungsforschung wohl über 70 bis 80 Prozent allen Lernens der Kinder und Jugendlichen ausmachen, während dem Schulunterricht ein Anteil von maximal 20 bis 30 Prozent zugeschrieben wird. Der Begriff der „bildenden Begleitung“ beinhaltet neben Anregungen zur Weiterentwicklung der sozialisatorisch erworbenen Wahrnehmungs-, Deutungs-, Kommunikations-, Gestaltungs- und Reflexionskompetenzen auch Impulse zur kritischen Aufarbeitung der eigenen, teilweise medialen Sozialisation. Er schließt auch eine respektvolle Konfrontation oder Provokation der Schülerinnen und Schüler mit ihnen fremden oder ihren Ideen widersprechenden Vorstellungen und Lebensentwürfen aus dem Christentum oder anderen Religionen mit ein.

#### 4.3 Zum Verständnis von Medienbildung

Wie sich in den oben knapp zusammengefassten Ergebnissen zur Medienrezeptionsforschung gezeigt hat, sollten die Kinder und Jugendlichen nicht lediglich als passive Konsumenten der Medienkultur betrachtet werden, die deren manipulativen Einflüssen hilflos ausgeliefert sind, sondern als aktiv-konstruktive, wenn auch immer wieder gefährdete Mediennutzer. Der Religionsunterricht kann als Chance begriffen werden, die Kultivierung eines Medienumgangs zu fördern, welcher die Medien und ihre Inhalte vielschichtiger und kritischer wahrnehmen sowie kreativ-selbstbestimmter nutzen lässt und damit *auch religiös bildend* wirkt.

Aus den genannten Gründen wird sich der Religionsunterricht bereitwillig an der schulischen Gesamtaufgabe der Medienbildung und an entsprechenden Projekten beteiligen, hier allerdings auch eigene Akzente setzen. So wird häufig in bildungspolitisch initiierten „Medienkompetenz“-Projekten der Schwerpunkt einseitig auf den instrumentellen Mediengebrauch gelegt: Die Schülerinnen und Schüler sollen vor allem besser mit dem Computer umgehen und das Internet zur Informationsrecherche nutzen lernen. So wichtig das ist, umfasst die Vorstellung von Medienkompetenz aus medienpädagogischer Sicht über die (umfassendere, auch den Freizeitbereich mit einbeziehende) Mediennutzungskompetenz hinaus auch Medienkunde, Medienkritik und (kreative) Mediengestaltung (so schon Baacke, 1997; vgl. auch Spanhel, 2006; Jörissen & Marotzki, 2009). Und auch aus religionspädagogischer Sicht wird, wie oben gezeigt, vor allem ein vertieftes Verständnis der Medien, ein selbstbestimmter Umgang mit den Alltagsmedien sowie eine kritische Urteilsfähigkeit zu akzentuieren sein. Diese Schwerpunkte können und sollten Religionslehrkräfte in die medienpäd-

agogischen Vorstellungen von Schulprojekten einbringen und selbst innerhalb der medienpädagogischen Rahmenvorgaben setzen. Von daher wird hier auch der Begriff Medienbildung dem Begriff Medienerziehung vorgezogen: Zum einen soll damit die Anerkennung der ‚Selbstsozialisation‘ der Schülerinnen und Schüler und das Ziel der Selbstbestimmung im Umgang mit den Medien betont werden; zum anderen die Notwendigkeit, Medienbildung immer in den gesamten, mehrdimensionalen Prozess von Bildung einzubinden: Medienbildung wird ihrem Auftrag nur im Kontext einer umfassenden Persönlichkeitsbildung (mit dem Ziel starker Persönlichkeiten, die den verführerischen Medienangeboten auch Widerstand und den Willen zur Selbstbestimmung entgegensetzen können), einer ethischen, ästhetischen und Wirklichkeits-Bildung gerecht.

Dabei sollten gerade Religionslehrkräfte keinen Gegensatz zwischen den primären Erfahrungen direkter sozialer Begegnungen und den scheinbar nur sekundären Erfahrungen mit der Medienwelt konstruieren, sondern vielmehr den jungen Menschen *sowohl* wertvolle Alternativen *zum* Medienkonsum *als auch innerhalb* der Medienkultur wertvolle Alternativen zum „Mainstream“ aufzeigen. Die Schülerinnen und Schüler sollten angeregt und unterstützt werden, in der christlichen Welt- und Wirklichkeitssicht Orientierung für die kritisch-konstruktive Auseinandersetzung mit und in der Medienkultur zu finden und ihre Urteilskompetenz für die mediale wie außermmediale Welt weiterzuentwickeln. Es wäre theologisch wie pädagogisch gesehen problematisch, die Medienkultur pauschalisierend abzuwerten; gerade Religionslehrkräfte sollten sich bewusst sein, dass die Medien sowohl zum „Funktionieren“ von Religionen als auch zum „Funktionieren“ von demokratischen Gesellschaften (und des religiösen wie interreligiösen Diskurses in ihnen) unentbehrlich sind. Sie sollten folglich die jungen Menschen darin unterstützen, sich medienkompetent und religiös kompetent in religiöse, interreligiöse, ethische und gesellschaftliche Kommunikationsprozesse einbringen zu können, also ihre Partizipations- und Gestaltungskompetenz weiterzuentwickeln.

#### 4.4 Zur Praxis einer medienweltorientierten Religionsdidaktik

Medienweltorientierte Religionsdidaktik heißt in der Praxis insbesondere,

- › als Religionslehrkraft Elemente und die „Sprache“ der Medienkultur zu unterschiedlichen Themenbereichen in den Religionsunterricht aufzunehmen, um die Kommunikation mit den Schülerinnen und Schülern zu verbessern und ihre Lebenswelt in den Religionsunterricht einzubeziehen;
- › den Schülerinnen und Schülern zu passenden Themen die Gelegenheit zu geben, selbst Beispiele aus ihren Medienwelten in den Religionsunterricht einzubringen;

- › die Medienkultur oder bestimmte Teile von ihr (z. B. Popmusik, Fernsehen, Internet) ab und zu zum Gegenstand des Religionsunterrichts zu machen (z. B. als exemplarische ethische Problemfelder);
- › die vielfältigen medialen (auch textlichen, bildkünstlerischen usw.) Bearbeitungen von religiösen bzw. religionsunterrichtlich relevanten Themen in Geschichte und Gegenwart in ihrer Perspektivität und Konstruiertheit zu analysieren;
- › gemeinsam mit den Schülerinnen und Schülern die religiösen und religionsähnlichen Züge, Dimensionen und Inhalte der Medienkultur zu entdecken, ihre Hintergründe zu erschließen und zur kritisch-konstruktiven Beurteilung und Dekonstruktion anzuregen (Insbesondere die oftmals einseitige Darstellung von Religion(en) in Nachrichten und dokumentarischen Medienformaten bedarf der Aufarbeitung [vgl. hierzu u. a. Meier, 2011; Weingardt, 2010; 2011]);
- › im Religionsunterricht selbst gut durchdacht mit (elektronischen) Medien wie v.a. dem Internet zu arbeiten und die Schüler/innen in der Weiterentwicklung ihrer Medienkompetenz, zusammen mit ihrer religiösen und ethischen Kompetenz, zu unterstützen.

Zu vermeiden ist sowohl eine „Sprungbrett-Didaktik“, welche die Medienbezüge lediglich als Einstieg verwendet, um dann zum eigentlichen – traditionellen – Thema zu kommen, als auch eine „Kontrastrfolien-Didaktik“, welche die Medienwelten lediglich als Quelle für Negativbeispiele heranzieht, denen dann die christliche oder ethische Perspektive kontrastierend gegenüber gestellt wird. Wie einige empirische Studien sowie religionsunterrichtliche Erfahrungen zeigen, schätzen es die Schülerinnen und Schüler in der Regel, wenn ihre Lebenswelt im Religionsunterricht vorkommt, solange diese und ihre Meinungen dazu ernst genommen und differenziert diskutiert werden. Eine solche glaubwürdige Subjektorientierung stellt eine unerlässliche Basis für Medienweltorientierung im Religionsunterricht dar.

#### 4.5 Beispiel: 1: Chi Rho – das Geheimnis. Religionsdidaktisches Arbeiten mit einem cross-medialen Projekt in der Grundschule

Die Kinder-Zeichentrickserie „Chi Rho – das Geheimnis“ ist mittlerweile mehrfach im Kinderkanal gesendet worden und kann auch in den kirchlichen Medienzentralen ausgeliehen werden (vgl. zum Folgenden auch: Bräuer, 2012). Eingebettet in eine popkulturell gestaltete Abenteuergeschichte (mit „Zeitreise“ und „Indiana-Jones“-ähnlichen Zügen) werden biblische Geschichten präsentiert, die von den beiden Protagonisten Cora und Habib vor ihrer Zerstörung durch das Böse bewahrt werden müssen (vgl. [www.chirho.kika.de](http://www.chirho.kika.de)). Die Serie verortet sich deutlich im Schnittpunkt zwischen populärer Medienkultur und religiöser Bildung.



Sie eignet sich von daher gut für Kinder im Grundschulalter, um mit ihnen einerseits die biblischen Geschichten zu erschließen und ihnen andererseits Gelegenheit zu geben, dabei auf spielerisch-entdeckende Weise Grundprinzipien medialer Bearbeitungen kennenzulernen. Indem die Kinder zwischen Zeichentrickstory und biblischer Erzählung bzw. weiteren filmischen Bearbeitungen der Geschichten vergleichen oder selbst filmische Gestaltungsideen für biblische Geschichten entwickeln, lernen sie, auf die jeweils transportierten (theologischen) Perspektiven zu achten und werden zugleich sensibel für die konstruierenden Anteile einer medialen Bearbeitung. Zudem kann z. B. die Darstellung des Bösen in den Filmen als Anregung zum Theologisieren genutzt werden. Vorschläge dafür und viele weitere Ideen zur Arbeit mit der Serie im RU bietet eine dazu erschienene „DVD educativ“ (Pirner & Rosenstock, 2011) sowie diverse Internetangebote, die über die oben angegebene Seite zu finden sind.

#### 4.6 Beispiel 2: Dan Browns „DaVinci-Code“

Der Mediendiskurs über Dan Browns Bestseller-Roman (2003 „The DaVinci-Code“, dt. 2004 „Das Sakrileg“ – das Buch gilt schon jetzt als eines der erfolgreichsten aller Zeiten, die Verfilmung lief 2006 in den Kinos) lässt sich im Religionsunterricht zu ethischen Themen wie „Wahrheit und Lüge“, im Rahmen des Oberstufenthemas „Was ist wahr? – Wahrnehmung und Wirklichkeit“ (so im bayerischen Lehrplan für die 11. Jahrgangsstufe), zum Thema „Bibel“ oder auch zum Themenbereich „Jesus Christus“ sinnvoll bearbeiten. Bekanntlich geht es als Hintergrund zu der spannend erzählten Kriminalstory u. a. um die für den Plot zentralen Fragen, ob Jesus mit Maria Magdalena verheiratet war und mit ihr Kinder hatte, ob „die Kirche“ Aussagen alternativer Evangelien darüber verheimlicht und tendenziös aus ihren heiligen Schriften aussortiert hat bis hin zur Behauptung, dass auf Leonardo DaVinci's „Abendmahl“ nicht Johannes, sondern Maria Magdalena neben Jesus zu sehen sei (vgl. auch Pirner, 2009b). Interessant ist, dass die charakteristische Mischung von historischen Tatsachen, Halbwahrheiten und, mit dem Anspruch historischer Wahrheit versehenen, Fiktionen in Roman und Film zu einem bislang beispiellosen Mediendiskurs geführt hat, der sich über mehrere Jahre hinweg in diversen Internetforen und Blogs, in zahlreichen Buch- und Zeitschriftenveröffentlichungen, in Fernsehtalkshows, Kirchengemeindeabenden u. ä. niedergeschlagen hat. Er kann auch einige Jahre danach noch gut von den Schülerinnen und Schülern, z. B. durch eigene Internet-Recherchen, nachvollzogen werden. Die Beschäftigung mit dem Medienprodukt kann wichtige Einsichten über die Konstruiertheit von „Wahrheit“, über wissenschaftlich-theologische Kriterien der Wahrheitsfähigkeit und über die Entstehung von – religiösen wie popkulturellen – Mythen eröffnen; sie kann außerdem die

Schülerinnen und Schüler dazu anregen und ermutigen, sich selbst in solche medialen Diskurse einzubringen, wie das Tausende zum „DaVinci-Code“ über das Internet oder durch die Organisation lokaler Diskussionsrunden getan haben.

#### Literaturempfehlungen zum Weiterlesen

Englert, Rudolf u. a. (Hrsg.) 2012). *Gott googeln? Multimedia und Religion* (Jahrbuch der Religionspädagogik JRP 28) Neukirchen-Vluyn: Neukirchener. – Die aktuellste Buchveröffentlichung zum Thema mit einer breiten Palette von relevanten Aspekten.

Gutmann, H.-M. (1998). *Der Herr der Heerscharen, die Prinzessin der Herzen und der König der Löwen. Religion lehren zwischen Kirche, Schule und populärer Kultur*, Gütersloh: Gütersloher. – Ein immer noch lesenswerter Klassiker! Pirner, M. L., Lähnemann, J., & Haußmann, W. (Hrsg.) (2011). *Medien-Macht und Religionen. Herausforderung für interkulturelles Lernen*, Berlin: EBV. – Hier wird besonders die im vorliegenden Beitrag und in der bisherigen Forschung unterbelichtete Rolle der Medien für interreligiösen Dialog und interreligiöses Lernen multiperspektivisch entfaltet.

Zahlreiche weitere Literatur zu verschiedenen Feldern der Medienkultur findet sich auf der Homepage des Arbeitskreises Populäre Kultur und Religion, [www.akpop.de](http://www.akpop.de), unter „Veröffentlichungen“, z. T. auch in der unten stehenden Literaturliste. Religionsdidaktisch haben vor allem gearbeitet: Gerd Buschmann, Hans-Martin Gutmann, Inge Kirsner, Andreas Mertin, Ingo Reuter und Michael Wermke.

#### Verwendete Literatur

- Albrecht, H. (1993). *Die Religion der Massenmedien*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Altmeyer, S. (2011). *Fremdsprache Religion? Sprachempirische Untersuchungen im Kontext religiöser Bildung*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Baacke, D. (1997). *Medienpädagogik. Grundlagen der Medienkommunikation*. Band 1. Tübingen: Niemeyer.
- Beuscher, B. (1999). *Remedia. Religion – Ethik – Medien*. Norderstedt: BoD.
- Böhm, U., & Buschmann, G. (2002). *Popmusik – Religion – Unterricht* (2. Aufl.). Münster u. a.: LIT.
- Bräuer, M. (2012). Multimedia und Religion. CHI RHO – ein crossmediales Projekt. In R. Englert u. a. (Hrsg.), *Gott googeln? Multimedia und Religion. Jahrbuch der Religionspädagogik. Band 28* (S. 187-195). Neukirchen-Vly: Neukirchener.
- Clark, L.-S. (2003). *From Angels to Aliens. Teenagers, the Media and the Supernatural*. New York: Oxford University Press.

- Collins-Mayo, S., & Beaudoin, T. (2010). Religion, Pop-Culture and ‚Virtual Faith‘. In S. Collins-Mayo & P. Dandelion (Eds.), *Religion and Youth* (S. 17-23). Farnham, England: Ashgate.
- Dinter, A. (2007). *Jugendliche am Computer*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Everding, A. (2000). *Land unter!? Populäre Musik und Religionsunterricht*. Münster u. a.: Waxmann.
- Failing, W.-E., & Heimbrock, H.-G. (1998). *Celebte Religion wahrnehmen*, Stuttgart: Kohlhammer.
- Fermor, G. (1999). *Ekstasis. Das religiöse Erbe in der Popmusik als Herausforderung an die Kirche*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Gottwald, E. (2000). *Didaktik der religiösen Kommunikation*. Neukirchen-Vluyn: Neukirchener.
- Gräb, W. (2002). *Sinn fürs Unendliche. Religion in der Mediengesellschaft*. Gütersloh: Gütersloher.
- Gräb, W. u. a. (2006). „Irgendwie fühl ich mich wie Frodo...!“ Eine empirische Studie zur Medienreligion. Frankfurt a. M.: Peter Lang.
- Grethlein, C. (1998). *Religionspädagogik*. Berlin: de Gruyter.
- Grethlein, C. (2003). *Die Kommunikation des Evangeliums in der Mediengesellschaft*. Leipzig: Ev. Verlagsanstalt.
- Grethlein, C. (2012). *Praktische Theologie*. Berlin: de Gruyter.
- Gutmann, H.-M. (1998). *Der Herr der Heerscharen, die Prinzessin der Herzen und der König der Löwen. Religion lehren zwischen Kirche, Schule und populärer Kultur*. Gütersloh: Gütersloher.
- Gutmann, H.-M. (2009). *Gewaltunterbrechung. Warum Religion Gewalt nicht hervorbringt, sondern bindet. Ein Einspruch*. Gütersloh: Gütersloher.
- Haberer, J., & Rosenstock, R. (2010). Theologische Perspektiven. In C. Schicha & C. Brosda (Hrsg.), *Handbuch Medienethik* (S. 107-123). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hemel, U. (1986). *Religionspädagogik im Kontext von Theologie und Kirche*. Düsseldorf: Patmos.
- Herrmann, J. (2001). *Sinnmaschine Kino. Sinndeutung und Religion im populären Film*. Gütersloh: Gütersloher.
- Herrmann, J. (2007). *Medienerfahrung und Religion. Eine empirisch-qualitative Studie zur Medienreligion*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Jörissen, B., & Marotzki, W. (2009). *Medienbildung – Eine Einführung. Theorie – Methoden – Analysen*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Kirchenamt der EKD (Hrsg.) (2010). *Kirche und Jugend. Lebenslagen – Begegnungsfelder – Perspektiven*. Eine Handreichung des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland. Gütersloh: Gütersloher.
- Kirsner, I. (1996). *Erlösung im Film*. Stuttgart: Kohlhammer.

- Kirsner, I., & Wermke, M. (Hrsg.) (2000). *Religion im Kino. Religionspädagogisches Arbeiten mit Filmen*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Kirsner, I., & Wermke, M. (Hrsg.) (2004). *Gewalt – Filmanalysen für den Religionsunterricht*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Klie, T. (Hrsg.) (1999). *Spiegelflächen. Phänomenologie – Religionspädagogik – Werbung*. Münster u. a.: LIT.
- Kübler, H.-D. (1991). Medienpädagogik und Religionsunterricht. Perspektiven und Aufgabenfelder. *medien praktisch*, 15(2), 26-30.
- Lämmermann, G. (2005). *Religionsdidaktik*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Lauster, J. (2005). *Religion als Lebensdeutung. Theologische Hermeneutik heute*. Darmstadt: Wiss. Buchgesellschaft.
- Meier, D. (2011). Auf der Suche nach dem Positiven: Zur journalistischen Wahrnehmung des Islam zwischen stereotyper Verunsicherung und notwendiger Kritik. In M. Pirner, J. Lähnemann & W. Haußmann (Hrsg.), *Medien-Macht und Religionen* (S. 71-77). Hamburg: EBV-Verlag.
- Mertin, A. (1999). *Videoclips im Religionsunterricht*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Mertin, A. (2000). *Internet im Religionsunterricht*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Mertin, A. (2004). *Neues zum Internet im Religionsunterricht*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Mertin, A., & Futterlieb, H. (2001). *Werbung als Thema des Religionsunterrichts*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Pirner, M. L. (2001). *Fernsehmythen und religiöse Bildung*. Frankfurt a. M.: GEP.
- Pirner, M. L. (2004). *Religiöse Mediensozialisation? Empirische Studien zu Zusammenhängen zwischen Mediennutzung und Religiosität*. München: kopaed.
- Pirner, M. L. (2006). Neue elektronische Medien. In R. Lachmann, G. Adam & M. Rothgangel (Hrsg.), *Ethische Schlüsselprobleme. Lebensweltlich - theologisch - didaktisch* (S. 198-215). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Pirner, M. L. (2009a). Religion. In R. Vollbrecht & C. Wegener (Hrsg.), *Handbuch Mediensozialisation* (S. 294-301). Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwiss..
- Pirner, M. L. (2009b). An der Oberfläche des „DaVinciCode“ kratzen. Was bürgerliche Erwachsene thrillt. In M. Wermke (Hrsg.), *Erwachsen werden – erwachsen sein* (S. 113-129). Jena: IKS Garamond.
- 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. (2012a). Medienweltorientierte Religionsdidaktik. In B. Grümme, H. Lenhard & M. L. Pirner (Hrsg.), *Religionsunterricht neu denken. Innovative Ansätze und Perspektiven für den Religionsunterricht* (Religionspädagogik Innovativ, Bd. 1) (S. 159-172). Stuttgart: Kohlhammer.

- Pirner, M. L. (2012b). Medienbildung und religiöse Bildung. Grundlagen und Perspektiven einer medienweltorientierten Religionsdidaktik. In U. Kropac & G. Langenhorst (Hrsg.), *Religionsunterricht und der Bildungsauftrag der öffentlichen Schule* (S. 193-207). Babenhausen: Verlag LUSA.
- Pirner, M. L. (2012c). Religiöse Mediensozialisation. Wie die Medien die Religiosität von Kindern und Jugendlichen beeinflussen. In Englert, Rudolf u. a. (Hrsg.), *Gott googeln? Multimedia und Religion. Jahrbuch der Religionspädagogik. Band 28* (S. 59-69). Neukirchen-Vlyn: Neukirchener.
- Pirner, M. L., & Breuer, T. (Hrsg.) (2004). *Medien – Bildung – Religion. Zum Verhältnis von Medienpädagogik und Religionspädagogik in Theorie, Empirie und Praxis*. München: kopaed.
- Pirner, M. L., & Kröner, S. (in Vorber.). *Religiöse Orientierungen und Fernsehpräferenzen von Jugendlichen. Eine empirische Studie*.
- Pirner, M. L., Lähnemann, J., & Haußmann, W. (Hrsg.) (2011). *Medien-Macht und Religionen. Herausforderung für interkulturelles Lernen*. Berlin: EBV.
- Pirner, M. L., & Rath, M. (Hrsg.) (2003). *Homo medialis. Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien*. München: kopaed.
- Pirner, M. L., & Rosenstock, R. (Bearb.). Chi Rho – das Geheimnis. „DVD educativ“ mit 4 Folgen der Serie + didaktisches Begleitmaterial. Hrsg. von und zu beziehen über Matthias-Film GmbH: [www.matthias-film.de](http://www.matthias-film.de).
- Sander-Gaiser, M. (2003). *Lernen mit vernetzten Computern in religionspädagogischer Perspektive*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Savage, S. et al. (2006). *Making sense of Generation Y: The World View of 15 to 25 Year-olds*. London: Church House Publishing.
- Schulze, J. K. (1988). Mediensozialisation . eine Herausforderung für den evangelischen Religionsunterricht. In C. Schmidt u. a. (Hrsg.), *Medien – Menschen*. Frankfurt a. M.: GEP.
- Schwarze, B. (2007). *Die Religion der Rock- und Popmusik. Analysen und Interpretationen*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Spanhel, D. (Hrsg.) (2006). *Medienerziehung. Handbuch Medienpädagogik. Band 3*. München: kopaed.
- Thomas, G. (1998). *Medien – Ritual – Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Weingardt, M. (2010). *Religion Macht Frieden. Das Friedenspotenzial von Religionen in politischen Gewaltkonflikten*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Weingardt, M. (2011). Die Präsenz religiöser Friedensinitiativen in den Medien. In M. L. Pirner, J. Lähnemann & W. Haußmann (Hrsg.), *Medien-Macht und Religionen* (S. 78-84). Berlin: EBV.