

*** Zurück zur Übersicht über den Themenschwerpunkt**

Medienkritik jenseits der Kritischen Theorie

MANFRED L. PIRNER

„Die Kritische Theorie ist tot“, schrieb das populäre *enfant terrible* der deutschen Philosophie, Peter Sloterdijk, im September 1999 in seinem offenen Brief an Jürgen Habermas (Sloterdijk 1999). Auch wenn diese These aus einem recht unphilosophischen emotionalen Überschwang erwachsen war, mag man sich gerade im Hinblick auf die Medien die Frage zurecht stellen: Ist die Kritische Theorie nicht wirklich tot? Und mit ihr die damals so radikale und beißende Medienkritik? Haben sich ihre Prämissen als nicht mehr tragfähig erwiesen und sind deshalb ad acta gelegt worden? Oder sind sie – zumindest in Medienforschung und -theorie – einfach weithin verdrängt worden durch funktionalistische Paradigmen, die dadurch selbst systemfunktional geworden sind? Sind aber andererseits „Wiederbelebungsversuche“ der Totgesagten Erfolg versprechend oder überhaupt sinnvoll?

Zur Kritik der Kritischen Theorie

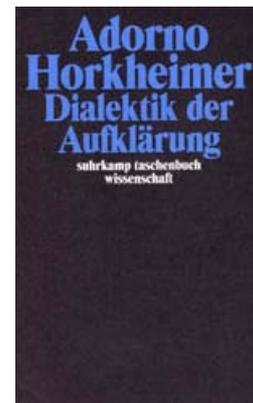
Es ist zur Klärung hilfreich, sich wenigstens kurz die Grundthesen der Medienkritik der Frankfurter Schule, wie sie sich v. a. in Horkheimers und Adornos „Dialektik der Aufklärung“ (1947) und in Adornos



Th. Adorno

„Eingriffe“ (1963) widerspiegeln, noch einmal zu vergegenwärtigen. Die industrielle Kulturproduktion, so versuche ich die zentrale Basisthese zusammenzufassen, manipulierte die Masse der Konsumenten und lenkte sie mit standardisierten Vergnügungen

von ihren eigentlichen Bedürfnissen ab, so dass sie immer unmündiger würden und zum apolitischen Funktionieren in einer affirmativen Integrationskultur gebracht würden. Somit würden sie einerseits ökonomisch ausgebeutet und andererseits politisch ruhig gestellt. Zentral ist die auch von Habermas in seiner Theorie des kommunikativen Handelns (1981) besonders betonte Einsicht, dass durch Kommunikationsstrukturen immer auch Macht- und Herrschaftsansprüche zum Ausdruck kommen, in der Kommunikation der Massenmedien die Herrschaft des Kapitalismus und die Macht der politischen Meinungsführer.



Im Vergleich mit dem parallel zur Frankfurter Schule in den 1960er Jahren in Birmingham entstandenen „Cultural Studies Approach“ (vgl. z. B. Hall 2002; Göttlich/Albrecht/Gebhardt 2002), der sich als „Gegenentwurf“ (Schicha 2004) zu deren kritischer Medientheorie begreifen lässt, können deren wesentliche Schwachstellen deutlich werden:

- ein elitärer Kulturbegriff (und damit eine Abwertung des „massenmedial“ vermittelten „Populären“ in einer deutlich kulturpessimistischen Haltung);
- ein pauschalierender Begriff der „Masse“ (der Gleichförmigkeit, Passivität und Dummheit unterstellt wurde);
- die empirisch ungeprüfte Unterstellung einer geradezu magischen Wirkung der Medien und ihrer Inhalte auf die Rezipienten.

Medienkritik heute wird diese Schwachpunkte ernst nehmen und sich den Einsich-

ten und neuen Perspektiven des Cultural Studies Approach nicht verschließen dürfen:

- Der Begriff Kultur ist weiter und dynamischer zu verstehen als in der noch stark traditionellen Sicht der Frankfurter Schule. Gerade so, im anthropologisch-symboltheoretisch fundierten Verständnis von Kultur etwa als ein vom Menschen „selbstgesponnene[s] Bedeutungsgewebe“, als ein „System, mit dessen Hilfe die Menschen ihr Wissen vom Leben und ihre Einstellungen vom Leben mitteilen, erhalten und weiterentwickeln“ (so Geertz 1983, 46), wird einerseits auch den „einfachen“ Menschen, die sich primär im Bereich des „Populären“ bewegen, aktive Partizipation am kulturellen Prozess zugezählt und werden andererseits auch der weitgehend „massenmedial“ vermittelten „populären Kultur“ humane Qualitäten zuerkannt und zugeschrieben.
- Die Medienrezipient/inn/en stellen keine homogene, passive Masse dar, sondern bilden höchst unterschiedliche und vielfältige Publika, die ebenso plurale Formen und Tendenzen der Wahrnehmung und Aneignung von Medieninhalten erkennen lassen.
- Die Medien treffen nicht auf passive Rezipient/inn/en, bei denen sie die von den Medienmachern intendierten Wirkungen umstandslos entfalten, sondern auf durchaus aktive Nutzer/innen, die eben nicht hilflos den Einflüssen der Medien erliegen, sondern, wie nicht nur die Medienwirkungsforschung im Umfeld der Cultural Studies uns gelehrt hat, selektiv und produktiv mit ihnen umgehen (selective exposure, selective perception, selective retention; vgl. Schenk 2002, 135). Dies führt u. a. zu der wichtigen Einsicht, dass die „Masse“ der Rezipient/inn/en durch ihre (anthropologisch wie kulturell bedingten) grundlegenden Bedürfnisse die Inhalte und Inszenierungen der Medien mit bestimmen.

Zur Kritik der Cultural Studies

So weit, so gut die Kritik der Kritischen (Medien-)Theorie. Dennoch gibt es m. E. Aspekte, die festzuhalten und nun wiederum kritisch gegenüber den Cultural Studies-Ansätzen in Anschlag zu bringen sind.

- Die empirische Medienforschung hat zwar in jüngerer Zeit einfache, lineare Wirkungsmodelle widerlegt, widerspricht aber ebenso der These von der Wirkungslosigkeit der Medien. Nach dem Urteil Schenks lässt sich nach einem Überblick über die Forschung, bei allen nötigen Differenzierungen, festhalten, „dass die Massenme-

dien erheblichen Einfluss auf die Aufmerksamkeit, die Wahrnehmung und die Vorstellungen der Rezipienten nehmen können können“ (Schenk 2002, 709). Nach wie vor bleibt also die Frage, was die Medien mit den Menschen machen, eine wichtige, ergänzende und korrigierende zur Frage, was die Menschen mit den Medien machen.

- Die Frage nach Macht und Herrschaft ist im Zusammenhang mit den Medien nicht damit erledigt, dass auf die Vielfalt möglicher Umgangsweisen mit Medien sowie auf die Pluralität ihrer Inhalte verwiesen wird (vgl. hierzu auch Niesyto 2004). Der von Medienkritikern der Frankfurter Schule mehrfach vorgebrachte Verdacht, der Kapitalismus und das symbiotisch mit ihm verbundene Mediensystem stellen eine Art Totalitarismus dar, ist gerade angesichts der neoliberalen ökonomischen Tendenzen neu zu überprüfen. Zu überprüfen sind dabei auch mögliche uniformierende Wirkungstendenzen der Medien im gesamtgesellschaftlichen Sozialisationszusammenhang. Dies gilt sowohl allgemein für weltanschauliche (Menschenbild, Selbstkonzept, Moral etc.) als auch spezifischer für politische Einstellungen (vgl. hierzu auch Pirner 2004).
- Grundsätzlich ist m. E. trotz aller Problematik ein nach Normen und Werten fragender gesellschaftlicher Diskurs, wie ihn die Vertreter der Frankfurter Schule geführt haben, einer normativen Abstinenz, wie sie im Umfeld der Cultural Studies oder im Dunstkreis postmoderner Philosophie (vgl. z. B. Bolz/Bosshart 1995) zu finden ist, vorzuziehen. Wie Horst Niesyto (in dieser Ausgabe) halte ich kontroverse Diskussionen um das, was „gutes Leben“ fördert und eine gesellschaftliche Entwicklung, die möglichst vielen ein solches gutes Leben ermöglicht, gerade auch im Hinblick auf die Medien für unverzichtbar. Insofern hat die Medienkritik ihren Ort innerhalb einer Medienethik, die Position bezieht und unterschiedliche Positionen miteinander ins Gespräch bringt. Medienkritik ohne Standpunkt(e) ist nicht möglich.

Grundsatzfragen im Bereich Anthropologie und Kulturtheorie

Eine Klärung der Positionen im Diskursfeld Medienkritik bedarf m. E. dringend die Berücksichtigung der hinter den diversen Ansätzen stehenden – und häufig implizit bleibenden – Menschenbilder (vgl. hierzu auch Pirner/Rath 2003). In der Medienkritik der Frankfurter Schule konnte man häufig den „Wolf“ (Thomas Hobbes) lauern spüren, der im Menschen steckt und durch die Medien aktiviert wird, oder das Schwein, in das sich der Rezipient durch den massenmedial vermittelten „Schund“ verwandelt. In beiden Fällen ist das Bild vom Menschen

geprägt von der Vorstellung, dass „niedere Instinkte“, das „Animalische“ im Menschen durch die Niveaulosigkeit der Medien zum Vorschein gebracht wird – ähnliche Befürchtungen gibt es auch heute wieder im Zusammenhang mit dem vielfach diagnostizierten gesunkenen Niveau der Fernsehunterhaltung (Talkshows, Reality Soaps etc.).

Für problematisch an dem hinter dieser Sicht stehenden anthropologischen Konzept halte ich, dass der Mensch hier auseinander dividiert wird in einen animalisch-ursprünglichen Teil, der als lebensfeindlich abzulehnen ist, und in einen kulturell „gebildeten“ Teil, der allein als lebens- und gesellschaftsförderlich gilt. Dass auch prosoziale Verhaltensweisen auf genetischen Programmierungen basieren – und uns somit mit dem „Animalischen“ verbinden – bleibt dabei ebenso außer Betracht wie die Aufgabe des Menschen, *alle* seine Veranlagungen und Fähigkeiten im Rahmen der Persönlichkeitsentwicklung zu integrieren und damit lebensförderlich umzugehen, statt Teile davon zu unterdrücken.

Ähnlich problematische Züge weist das häufig in der Medienkritik verwendete psychoanalytische Menschenbild auf. Hier werden meist „regressive Tendenzen in der westlichen Medienkultur“ (Heuermann 1994) entdeckt und damit sowohl signalisiert, dass die rezipierenden Individuen in „primitivere“ Denk- und Handlungsweisen bzw. auf ein einfacheres, minderes Entwicklungsniveau zurück geworfen werden als auch, dass sich unsere Kultur insgesamt „in einem bestimmten Sinn und in bestimmten Bereichen rückwärts entwickelt“ (Heuermann 1994, 7). Problematisch an dieser Sichtweise erscheint mir die starke Polarisierung zwischen Regression als einer das Individuum schwächenden, Entwicklung hemmenden Erscheinung und Progression als dem positiven, aufbauenden und Entwicklung fördernden Phänomen. Dabei bleibt in der Regel unberücksichtigt, dass in der Psychoanalyse – wenn man sich denn schon ihrer Konzepte bedient – Phasen der Regression als durchaus notwendig und sinnvoll im Gesamtverlauf der Entwicklung verstanden werden. Noch problematischer ist die recht umstandslose Übertragung der psychoanalytischen Konzepte in die Kulturtheorie. Ob man den in der Medienkultur feststellbaren „Rückgriff“ auf mythisches Denken und rituelles Handeln zurecht als im negativen Sinne regressiv bezeichnen kann oder ob er vielmehr eine notwendige und sinnvolle Kompensation in einer instrumentell-rationalistischen Gesellschaft beschreibt, wäre anhand von Kriterien zu diskutieren, die jedenfalls über das psychoanalytische Vokabular hinaus gehen müssten.

Quellen humaner Medienkritik

Woher, aus welchen Quellen können solche

Kriterien gewonnen werden? Welche Standpunkte und Perspektiven können es sein, von denen aus Medienkritik möglich wird? Schließlich leben wir offensichtlich in einer pluralistischen Gesellschaft, in der es keine Instanz oder Autorität mehr gibt, welche Normen und Werte vorschreiben kann und in der jede Position von vornherein eine partikuläre Position ist.

Nun vergisst man bei solchen Charakterisierungen unserer Gesellschaft leicht, dass auch der Pluralismus nicht gleichsam „von selbst“ entstanden ist und sich auch nicht „von selbst“ erhält, sondern im Gegenteil eine „kräftige normative Option“ (Schoberth 2002, 254) darstellt, die (nur?) auf der Basis von demokratischen Grundwerten, Menschenrechten und demokratischem Staat „gedeiht“. Zu einem solchen Pluralismus gehören Positionen und Traditionen, die nicht nur mit den demokratischen Grundwerten kompatibel sind, sondern diese einerseits in „dichte“ (Schoberth 2002, 261), überzeugende und motivierende Begründungszusammenhänge stellen können und andererseits Perspektiven dafür bereit stellen können, wie diese Grundwerte und –rechte in unterschiedliche gesellschaftliche Bereiche und Problemstellungen hinein konkretisieren können. Dabei gehört zu einem gelingenden gesellschaftlichen Pluralismus beides: ein Basiskonsens und der kontroverse Streit um die „Wahrheit“ des Humanen, in dem die jeweils andere Meinung zwar toleriert, aber nicht gleichgültig übergangen wird.

Angesichts der gegenwärtigen Dominanz des Ökonomischen in unserer Gesellschaft werden solche Positionen, Traditionen und gesellschaftliche Gruppierungen besonders relevant, die – wie die Menschenrechte – möglichst wenig an ökonomischen Erfolgsprinzipien, aber dafür am Menschsein des Menschen und an einem humanen Zusammenleben orientiert sind. Hier kommen die philosophischen, humanistischen Traditionen ebenso in den Blick wie etwa die Sozialverbände, die Kirchen und andere religiös-weltanschauliche Gemeinschaften mit ihren weltanschaulichen, religiösen und theologischen Traditionen. Exemplarisch und in knapper Form sollen im Folgenden einige Perspektiven einer christlich-theologischen Medienkritik skizziert und zur Diskussion gestellt werden.

Perspektiven theologischer Medienkritik

1. Medienkritik als Kapitalismuskritik

Theologie und Kirche haben unter religionshermeneutischer und religionskritischer Perspektive nach ihrem Selbstverständnis eine Art gesellschaftliche Wächterfunktion, durch die sie auf Systeme oder Erscheinungen aufmerksam machen, welche religionsähnliche Funktionen oder Strukturen aufweisen oder religionsähnliche Ansprüche erheben, also insbesondere ein Höchstes oder Ultimates proklamieren, das an

die Stelle Gottes gesetzt wird und dadurch die umfassende Ausrichtung des Lebens der Menschen auf dieses proklamierte Höchste fordern oder suggerieren. Von jeher wird in der christlichen Tradition die Gefahr gesehen, dass das Geld in den Rang des Höchsten und Lebensbestimmenden gerät, eine Gefahr, die speziell für unsere heutige Gesellschaft nicht nur Theolog/inn/en als besonders hoch einschätzen: „Der Kapitalismus im Stadium gesättigter Konsummärkte wird zur ultimativen ‚letzten‘ Religion dieser Welt“, formulieren die Philosophen und Trendforscher Norbert



Bolz und David Bosshart (1995, 24), und Buchtitel wie „Kapitalismus als Religion“ (Baecker 2003) oder „Die Religion des Kapitalismus“ (Jacob 1996) zeigen an, dass auch *außerhalb* der Theologie eine religionshermeneutische Perspektive als hilfreich für die kritische Gesellschaftsanalyse empfunden wird. In ihrem Licht wird nämlich der totalitäre Dominanzanspruch des Ökonomischen, auf den bereits die Kritischen Theoretiker hinwiesen, noch klarer sichtbar. Das an Besitz und Konsum orientierte kapitalistische Denken scheint heute in einer Weise alle Lebensbereiche zu durchdringen, wie dies typisch für Religionen ist, und Reichtum, Gewinnmaximierung und Konsummaximierung scheinen derart unhinterfragbare höchste Werte geworden zu sein, wie sie in Religionen die spirituellen Werte darstellen. Der englische Theologe John Hull resümiert: „Geld funktioniert, sowohl ontologisch wie psychologisch als der Gott unserer Kultur“ (Hull 1996, 81; vgl. auch Hull 2000 sowie Simmel 1977).

Es dürfte deutlich sein, dass mit dem Aufweis solcher Struktur- und Funktionsparallelen zwischen Religion und Kapitalismus bzw. zwischen Gott und Geld bereits eine Kritik geleistet ist, die im Grundsinn des griechischen Wortes *krinein* zur *Unterscheidung* zwischen dem Letzten und dem Vorletzten, zwischen gesellschaftsbestimmenden Mächten und der „Alles bestimmenden Wirklichkeit“ anhält, also die Verabsolutierung relativer Werte ablehnt – ohne damit den Wert der in Frage stehenden Werte von vornherein zu bestreiten. Damit werden Kapitalismuskritik und Medienkritik zur Religionskritik.

2. Medienkritik als Religionskritik

Charakteristisch für eine *theologische* Religionskritik gegenüber einer z. B. marxistischen Religionskritik ist, dass es sich um eine Religionskritik *im Namen der Religion* handelt, d. h. um eine Kritik, die die Religion bzw. das Religiöse

nicht grundsätzlich als „falsches Bewusstsein“ betrachtet und sie deshalb überwinden oder beseitigen will, sondern die nach der *Wahrheit* und *Lebensförderlichkeit* von Religion(en) und religiösen Erscheinungen fragt. Damit unterscheidet sich auch (heutige) theologische Medienkritik als Religionskritik von einer generell religionsfeindlichen Medien- und Religionskritik dadurch, dass sie die menschlichen Bedürfnisse im Bereich des Religiösen (z. B. Sinnorientierung, Antwortsuche auf „letzte“ Fragen, Auseinandersetzung mit dem Unbegreiflichen sowie mit Vorstellungen von Übersinnlichem und Göttlichem)

akzeptiert und auch die Versuche der Menschen, solche Fragen und Bedürfnisse mit Hilfe der Medien zu bearbeiten, nicht von vornherein ablehnt.

Es geht also auch bzgl. der häufig aufgewiesenen Religionsähnlichkeit des Mediensystems insgesamt (Stichwort: „Medienreligion“) sowie seiner Teilsysteme wie z. B. des Fernsehens, des Kinos oder der Werbung (zur Diskussion vgl. Pirner 2001, Buschmann/Pirner 2003) um die *kritische Unterscheidung* zwischen dem, was eine lebensförderliche Beschäftigung mit religiösen Fragen und Bedürfnissen – trotz aller Funktionalisierung für kommerzielle Zwecke – unterstützen kann und dem, was diese Fragen und Bedürfnisse verdrängt, überspielt oder ruhig stellt. Dabei rechnet theologische Medienkritik auch mit hilfreichen medien- und religionskritischen Impulsen *in den Medien selbst*, an die angeknüpft werden kann und bleibt sich ihrer eigenen „Medialität“ bewusst.

3. Medienkritik als Entmythologisierung

Im biblischen „Medienverbot“ (nach Ex. 20, 4f.: „Du sollst dir kein Bildnis machen, weder von dem, was oben im Himmel, noch von dem, was unten auf Erden, noch von dem, was im Wasser unter der Erde ist: Bete sie nicht an und diene ihnen nicht.“) kann der erste Schritt zu einer Selbstentmythologisierung der Religion gesehen werden: Bilder sollen nicht mit der göttlichen Wirklichkeit identifiziert werden (während sie in ihrer symbolischen Funktion durchaus erlaubt waren und im alten Israel auch verwendet wurden). Auf dieser Linie, die im 20. Jahrhundert durch eine programmatische Theologie der Entmythologisierung fortgesetzt wurde, lässt sich auch eine Entmythologisierung der Medien und ihrer Technologien durchführen, wie insbesondere Bernd Beuscher herausgearbeitet hat (Beuscher 1999). So wie die mythischen Erzählungen der Bibel als menschengemacht „durchschaut“ werden und ihr Inhalt nicht kurzschlüssig mit „der“ Wirklichkeit identifiziert werden sollen, so sollen auch die modernen

Medien und ihre Inhalte als Konstruktionen von Menschen durchschaut werden, ohne sie dabei lediglich zu kritisieren oder abzulehnen. So wie die Mechanismen der Beeinflussung von Menschen im Bereich der Religion „durchschaut“ werden können und dabei dennoch das Bekenntnis zu einer bestimmten Religion nicht aus-, sondern eingeschlossen ist, so bietet auch die Entmythologisierung der Medien für Beuscher die Chance, „selbstbewusst zu genießen“ (Beuscher 1999, 213), ohne ihren Heilsversprechungen oder ihren totalisierenden Tendenzen auf den Leim zu gehen.

4. Medienkritik als Sozialkritik

Einen sehr klaren Standpunkt, von dem aus Medienkritik zu betreiben ist, stellt für Kirche und Theologie die „Option für die Armen“ dar, d. h. ihr aus dem biblisch überlieferten Handeln Gottes sowie der sozialen Utopie des „Reiches Gottes“ her kommende Eintreten für Arme, Schwache und Benachteiligte. Diese sozialkritische Perspektive hat vielfältige und weit reichende Konsequenzen. Sie lässt nicht nur die zunehmende Polarisierung von Arm und Reich in unserer Gesellschaft sowie das unter den Stichworten „Wissenskluft“ oder „Medienkluft“ diskutierte Auseintreten von sozialen Gruppierungen bzgl. Mediennutzung und -kompetenz in den Blick kommen, sondern führt u. a. beispielsweise dazu, bei der Diskussion um die Wirkung von Mediengewalt gerade auf die häufig marginalisierten „Risikogruppen“ zu achten: Wenn auch nur bei einem geringeren Prozentsatz als den von Ekkehard Kleiter geschätzten 30 % der Jugendlichen das Risiko besteht, dass gesehene Mediengewalt ihre Aggressivität steigert (vgl. Kleiter 1997, 448) dann ist aus theologisch-ethischer Sicht auf diese Minderheit von Jugendlichen mit sozialen und/oder kognitiven Benachteiligungen Rücksicht zu nehmen. Der Schutz dieser Benachteiligten sowie die Entwicklung unserer Gesellschaft zu mehr Humanität und Friedlichkeit ist gegenüber der ökonomisch dominierten Einschaltquotenjagd einzufordern (vgl. Pirner 2001, 226).

Literatur

Adorno, Theodor W., 1963: Eingriffe. Neun kritische Modelle, Frankfurt a.M.
 Baecker, Dirk (Hg.), 2003: Kapitalismus als Religion, Berlin.
 Beuscher, Bernd, 1999: Remedia. Religion – Ethik – Medien, Norderstedt.
 Bolz, Norbert/Bosshart, David, 1995: Kult-Marketing. Die neuen Götter des Marktes, Düsseldorf 2. Aufl.
 Buschmann, Gerd/Pirner, Manfred L., 2003: Werbung, Religion, Bildung. Kulturhermeneutische, theologische, medienpädagogische und religionspädagogische Perspektiven, Frankfurt a. M.

Geertz, Clifford, 1983: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme, Frankfurt a.M.

Göttlich, Udo/Albrecht, Clemens/Gebhardt, Winfried (Hg.), 2002: Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies, Köln.

Habermas, Jürgen, 1981: Theorie des kommunikativen Handelns, Frankfurt a.M.

Hall, Stuart, 2002: Cultural studies, hg. u. übers. von Nora Räthzel, Hamburg.

Heuermann, Hartmut, 1994: Medienkultur und Mythen. Regressive Tendenzen im Fortschritt der Moderne, Reinbek.

Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W., 1947: Dialektik der Aufklärung, Frankfurt a.M.

Hull, John, 1996: Christliche Erziehung in einem pluralistischen und multireligiösen Europa, in: ru Ökumenische Zeitschrift für den Religionsunterricht 26 (1996), H. 3, 78-82.

Hull, John, 2000: Gott und Geld (Ausgewählte Schriften, Bd. 2), Berg am Irchel.

Jacob, Willibald (Hg.), 1996: Die Religion des Kapitalismus. Die gesellschaftlichen Auswirkungen des totalen Marktes, Luzern.

Kleiter, Ekkehard, 1997: Film und Aggression – Aggressionspsychologie. Theorie und empirische Ergebnisse mit einem Beitrag zur Allgemeinen Aggressionspsychologie, Weinheim.

Niesyto, Horst, 2004: Aufmerksamkeitserregung. Kritische Anmerkungen zum kulturellen Kapitalismus unserer Zeit und den Aufgaben einer lebensweltorientierten und emanzipatorischen Medienbildung, in: M. Pirner/Th. Breuer (Hg.): Medien – Bildung – Religion. Zum Verhältnis von Medienpädagogik und Religionspädagogik in Theorie, Empirie und Praxis, München 2004, 52-72.

Pirner, Manfred L., 2004: Religiöse Mediensozialisation? Empirische Studien zu Zusammenhängen zwischen Mediennutzung und Religiosität bei SchülerInnen und deren Wahrnehmung durch LehrerInnen, München.

Pirner, Manfred L., 2001: Fernsehmythen und religiöse Bildung. Grundlegung einer medienerfahrungsorientierten Religionspädagogik am Beispiel fiktionaler Fernsehunterhaltung, Frankfurt a. M.

Pirner, Manfred L./Rath, Matthias (Hg.), 2003: Homo medialis. Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien, München.

Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsfor-schung, Tübingen 2. vollst. überarb. Aufl.

Schicha, Christian, 2004: Populärkultur. Medienkritische Theorieentwürfe und ethische Implikationen, in: Ethik und Unterricht 15 (2004), H. 1, 4-7.

Schoberth, Wolfgang, 2002: Pluralismus und die Freiheit evangelischer Ethik, in: ders./ Ingrid Schoberth (Hg.): Kirche – Ethik – Öffentlichkeit. Christliche Ethik in der Herausforderung, Münster, 249-264.

Simmel, Georg, 1977: Die Philosophie des Geldes, Berlin 7. Aufl.

Sloterdijk, Peter, 1999: Die Kritische Theorie ist tot, in: DIE ZEIT 1999, Nr. 37; außerdem in: http://www.geocities.com/hoefig_de/LKPhilolo/Jahrg11/Sloterdijk_an_Assheuer.htm.



Prof. Dr. Manfred Pirner

Professor für Ev. Theologie / Religionspädagogik an der PH Ludwigsburg

Arbeitsschwerpunkte:

Theologische Hermeneutik und Theorie der Kultur und der Medien, Musik und Religion, Sprachphilosophie und Theologie, Medienpädagogik und Religionspädagogik, Medienerziehung im Religionsunterricht.