

Eckart Gottwald

AG 3: Kindliche Freizeit-Vermarktung und Selbstbestimmung

Die AG hat die beiden Kurzreferate¹ von Wolfgang Fleckenstein: „*Seh(n)-süchte des Kindes, Medienwelt und Kinderwelt (Thesenpapier)*“ und Eckart Gottwald: „*Kinderkultur als religionspädagogische Herausforderung. Eine Problemanzeige*“ zur Kenntnis genommen und diskutiert. Beide Referate thematisierten unabhängig voneinander die Massenmedien, speziell das Fernsehen und seinen Einfluß auf kindliches Erleben und Verhalten, als religionspädagogische Herausforderung, setzten dabei aber unterschiedliche Akzente. *W. Fleckenstein* betont den prägenden Einfluß der Medien auf das Selbst- und Wirklichkeitsverständnis von Kindern und Erwachsenen und die Funktion des Fernsehens als Projektionsfläche und Spiegel für Ängste, Hoffnungen, Befürchtungen und unerfüllte Sehnsüchte der Kinder angesichts nachlassender Einbindung in Familie und Freizeitgruppe. Er problematisiert damit die Sozialisationsfunktion der Medien jenseits ausreichender pädagogischer Kontrolle und fordert deshalb mehr medienpädagogische Begleitung der Kinder. *Fleckenstein* verweist aber auch auf religiöse Themen und Fragmente, Anspielungen und Symbole in den Informations- und Unterhaltungssendungen der Medien und in der Werbung und sucht nach Wegen, die hiervon ausgehenden widersprüchlichen und ambivalenten Folgen für die religiösen Vorstellungen und Einstellungen von Kindern zu bearbeiten. Er plädiert deshalb für ein problemorientiertes, zugleich medienkritisches und religionspädagogisches Aufarbeiten dieser Zusammenhänge in Schule und Religionsunterricht.

E. Gottwald rückt die Teilnahme von Kindern an der Massenkommunikation in einen lebensweltlichen Zusammenhang. Er thematisiert Mediennutzung und Freizeitverhalten der Kinder als deren aktive Partizipation an den Symbolprozessen der Alltagskultur und ordnet sie den kindlichen Bemühungen zu, die persönlichen Entwicklungsaufgaben und subjektiven Orientierungsfragen im täglichen Leben zu bewältigen. In ihrem Bemühen, sich die impliziten und expliziten Sinn- und Leitbilder der Trivialkultur anzueignen und subjektiv für ihre Alltagsbewältigung zu nutzen, müssen die Kinder medienpädagogisch wie religionspädagogisch unterstützt und kritisch begleitet werden. Nur so können sie allmählich fähig werden, sich auch mit ihrer religiösen Sozialisation auseinanderzusetzen und sich dem Glaubenszeugnis der Kirchen und fremder Religionen zu stellen. Die vielfältigen „Botschaften“ der Medien, darin stimmen beide Referate in der Konsequenz überein, bilden nicht nur eine problematische Konkurrenz, sondern auch einen produktiven Kontext für die religiöse Bildung und Erziehung.

¹ *Anm. d. Schriftl.:* Aus technischen Gründen hier in umgekehrter Reihenfolge gedruckt.