

Grundzüge einer medienwelt-orientierten Religionsdidaktik

Manfred L. Pirner

Medienwelt-Orientierung – warum?

Warum ist es so unverzichtbar wichtig für die Religionsdidaktik, sich mit den Medienwelten der Kinder und Jugendlichen zu beschäftigen? Zur Verdeutlichung zitiere ich gerne eine Episode aus dem bekannten und amüsanten Buch „Hilfe, die Herdmanns kommen“ von Barbara Robinson (die sich übrigens auch im Religionsunterricht verwenden lässt!).

In ihr wird erzählt, wie die Herdmann-Kinder – „die schrecklichsten Kinder aller Zeiten“ – die Weihnachtsgeschichte von einer Mutter aus der Gemeinde vorgelesen bekommen, weil sie bei dem Weihnachtsspiel der Gemeinde mitspielen sollen, ohne die Geschichte bisher jemals gehört zu haben.

„Und siehe, des Herrn Engel trat zu ihnen“, fuhr Mutter fort, „und die Klarheit des Herrn leuchtete um sie, und ...“ „Batman!“ schrie Hedwig (Herdmann), warf die Arme auseinander und ohrfeigte dabei das Kind neben ihr. „Wie bitte?“ fragte Mutter. Mutter las nie Comics. „Aus dem Dunkel der Nacht erschien Batman, der Rächer der Entrechteten ...“. „Ich weiß nicht, wovon du sprichst, Hedwig“, sagte Mutter. „Das ist der Engel des Herrn, der zu den Hirten auf dem Feld kommt.“ „Aus dem Nichts?“ fragte Hedwig. „Aus dem geheimnisvollen Dunkel der Nacht, ja?“ „Na ja.“ Mutter sah etwas unglücklich aus. „Gewissermaßen.“ Hedwig setzte sich wieder hin und sah sehr zufrieden aus. So, als ob das endlich ein Teil der Weihnachtsgeschichte wäre, den sie verstand.

Diese Episode macht exemplarisch deutlich, womit religiöse Erziehung und insbesondere schulischer Religionsunterricht heute immer stärker zu rechnen haben: Vorerfahrungen der Kinder und Jugendlichen, die religiöses Lernen beeinflussen oder gar maßgeblich prägen,



stammen zu einem erheblichen Teil aus den Massenmedien bzw. aus der durch diese vermittelten Populärkultur. Diese Einsicht lässt sich unter den folgenden drei Punkten differenzieren und vertiefen.

Lebenswelten sind Medienwelten¹

Zumindest zu einem guten Teil ist die Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen heutzutage von Medien wie Ra-

dio, CDs, Fernsehen, Kino und Computer geprägt. Medienwissenschaftliche und jugendsoziologische Untersuchungen sind sich darin einig, dass die Medien einen nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ bedeutsamen Platz im Leben der Heranwachsenden einnehmen: Sie machen sie mit den Grundwerten und Grundanschauungen unserer Kultur vertraut, sie begleiten sie durch ihre Lebensgeschichte (so dass Lebensgeschichten heute auch als Mediengeschichten rekonstruierbar sind²), sie können sie unterstützen bei der Bearbeitung von existenziellen Grundfragen (z. B. Fragen nach Schuld, Schicksal, Liebe, Gut und Böse) sowie Entwicklungsaufgaben (z. B. Identitätsentwicklung, Umgang mit der Sexualität) und dienen schließlich auch als wichtige Instrumente zum Knüpfen und Unterhalten von sozialen Beziehungen, was die Abgrenzung von den Erwachsenen, von der eigenen Vergangenheit („Als ich noch ein Kind war, da habe ich noch schnulzige Popmusik gehört.“) und von anderen Gleichaltrigen-Gruppen einschließt.

Als zentral haben sich in den letzten zwanzig Jahren zwei *Einsichten* herauskristallisiert³:

■ *Erstens* muss die früher manchmal getroffene Unterscheidung zwischen „wirklich“ bedeutsamen primären nicht-medialen Erfahrungen und weniger bedeutsamen medialen Erfahrungen als überholt gelten. Denn zum einen gehen beide Erfahrungsbereiche immer mehr ineinander über, und zum anderen können unter Umständen Medienerfahrungen bedeutsamer werden als so genannte unmittelbare Erfahrungen. Gerade

aus theologischer Sicht ist eine strenge Unterscheidung der beiden Erfahrungsarten mit einer Abwertung der Medienerfahrungen insofern fragwürdig, weil gerade „religiöse Erfahrungen“ in der Regel stark medial vermittelt sind (z. B. durch das Buch-Medium „Bibel“).

- *Zweitens* ist die lange Zeit vorherrschende Sicht von den passiven Medienkonsumenten, die von den „Massenmedien“ manipuliert werden weitgehend widerlegt worden. Insbesondere in der qualitativen Medienwirkungsforschung ist man darauf aufmerksam geworden, dass auch schon Kinder aktiv und konstruktiv mit den Medieninhalten umgehen, sie unter bestimmten Gesichtspunkten auswählen, sie für ihre Bedürfnisse „nutzen“ und in ihr Welt- und Lebensverständnis „einbauen“. Das bedeutet nicht, dass ein Einfluss der Medien auf ihre Nutzer geleugnet wird, wohl aber wird betont, dass dieser Einfluss nicht ungebrochen ist und vor allem nicht zwangsläufig der Absicht der Medienproduzenten entsprechen muss.

Medienwelten enthalten „Medienreligion“

Die Batman-Figur, von der her Hedwig Herdmann den Weihnachtengel versteht, trägt selbst religiöse Züge: Wie andere mediale Superhelden ist Batman unentwegt dabei, mit übernatürlichen Kräften die Welt zu retten und dem Guten gegenüber dem Bösen zum Sieg zu verhelfen.

In bemerkenswerter Übereinstimmung haben seit den 1980er Jahren zahlreiche wissenschaftliche Analysen aus so unterschiedlichen Bereichen wie Kulturanthropologie, Ethnologie, Soziologie, Kommunikationswissenschaft, Literaturwissenschaft, Religionswissenschaft und Theologie auf die *Religionsähnlichkeit* und *Religionshaltigkeit* der (elektronischen) Medien in westlichen Gesellschaften hingewiesen,⁴ so dass manche sogar von einer „Medienreligion“ sprechen.⁵ Die Religion dient hier gleichsam als hermeneutischer Schlüssel zum besseren Verständnis der Medien.

Dabei lassen sich drei Aspekte unterscheiden:

a) Medienkommunikation nimmt *Funktionen* wahr, die in anderen Kulturen von Religion wahrgenommen werden bzw. wurden, z. B. kulturelle Selbstvergewisserung, Bewältigung von Kontingenzen, Abwehr von Chaos, Etablierung von Ordnung, Weckung und Kanalisierung irrationaler Kräfte, Vermittlung zwischen verschiedenen Wirklichkeitsbereichen, Anschluss an alltagsunabhängiges „ewiges Leben“ (an die bunte Welt des Fernsehens oder das omnipräsente Internet), Weltdeutung, ethische Orientierung.

b) Medienkommunikation weist *Strukturen* auf, die auffällige Parallelen zu



Strukturen in den Religionen haben, z. B. die mythosähnliche Grundstruktur der Filmerzählungen, die stark symbolische Kommunikationsstruktur, Ritual- und Liturgieähnlichkeit der Fernsehrezeption, Weltabstand und Weltbezug als Grundstruktur der Medien insgesamt und insbesondere bestimmter Filmgenres wie etwa der Sciencefiction.

c) Wie oben bereits angedeutet, kommen in den Medien immer wieder auch *Themen und Inhalte* vor, die Grundthemen der Religionen sind – und die in der Alltagskommunikation oft tabuisiert werden, z. B. Schuld, Schicksal, Sinn des Lebens, Leiden, Sterben/Tod. Außerdem wird zur Bearbeitung dieser Themen immer wieder auf religiöse *Symbole, Bilder* und *Erzählungen* zurück gegriffen.

Religiöse Mediensozialisation

Trifft es zu, dass – wie oben herausgestellt – Heranwachsende heute zu einem beträchtlichen Teil durch die Medien beeinflusst, geprägt, also: sozialisiert werden, und trifft es weiter zu, dass die Medien in unserer Gesellschaft zu einem beträchtlichen Teil religionsähnlich und religionshaltig sind, dann ist zu erwarten, dass heutige Kinder und Jugendliche eine Art „religiöse Mediensozialisation“ erfahren, dass sie also in ihren religiösen Einstellungen und Ansichten von den Medien und ihren Inhalten geprägt werden, wie das bei Hedwig Herdmann zu erkennen war⁶.

Theologische Beurteilung

Wie ist die „Zerstreuung“, die Diffusion der christlichen Tradition und des Religiösen in andere Kulturbereiche und insbesondere in den Bereich der primär von Unterhaltung dominierten Medien theologisch zu beurteilen? Während ältere theologische Beiträge zum Thema fast ausschließlich medienkritische Positionen bezogen und vor allem die Funktionalisierung und Trivialisierung religiöser Inhalte in den Medien beklagten sowie die „Medienreligion“ als verführerische Ersatzreligion brandmarkten, zeichnet sich seit den 1990er Jahren eine differenzierte Sicht der Dinge ab, die auch ich teile.

Der diagnostische Wert der Medienkultur. Wenn die Medien, wie oben referiert, nicht lediglich als Manipulationsinstrumente in den Händen mächtiger Verführer angesehen werden können, sondern über Einschaltquoten und Marktorientierung erheblich vom Publikum mit gesteuert werden, dann spiegeln sich in den Medienwelten u. a. auch die existenziellen und religiösen Bedürfnisse der heutigen Menschen wider.

Medienreligion als heilsame Konkurrenz zur christlichen Religion. Wenn eine Theologin bei einer Tagung sagen kann „Ich fühle mich manchmal in meinen religiösen Bedürfnissen von den Medien

besser verstanden als von der Kirche“, dann wird klar, dass die Popularität der Medienwelten auch zu einer kritischen Rückfrage an die offensichtlich so unpopulär gewordene christlich-kirchliche Glaubenswelt führen kann. Kirche und Theologie können von den Medien u. a. lernen, wie wichtig eine stärkere Orientierung an den Menschen und ihren Bedürfnissen ist, wie sich religiöse Inhalte ästhetisch ansprechend inszenieren lassen lernen und welche Bestandteile ihrer eigenen Tradition sie selbst vernachlässigt haben (die aber in den Medien Konjunktur haben; z. B. Engel).

Medienreligion als Ersatzreligion und als Brücke zur christlichen Religion. Mit beidem muss und darf gerechnet werden. Durch ihre religionsähnlichen Züge und die Integration religiöser Inhalte können die Medien in der Tat „wirkliche“, „authentische“ Religion verdrängen, überlagern oder trivialisieren. Allerdings können sie auch beitragen zur Aufrechterhaltung religiöser Sehnsüchte außerhalb der Religion, zur Weitertradierung religiöser Traditionen und zur kreativen Neuinterpretation und -bearbeitung religiöser Themen und Fragestellungen.

Medienwelten als Ort des Geisteswirkens. Es entspricht dem Glauben an Gottes Herrschaft über die ganze Welt, dass wir mit dem Wirken seines Geistes nicht nur in der Kirche bzw. im Bereich bewusst gelebten christlichen Glaubens, sondern in allen Bereichen der Kultur, auch in den Medienwelten, rechnen. Hierin liegt die pneumatologische Begründung der oben angesprochenen Möglichkeit, dass wir, Kirchen, Christ/innen und Theolog/innen, von der Präsenz des Religiösen und des Menschlichen in den Medienwelten lernen und dass diese zur Förderung der Religion beitragen können. Mit Karl Barth gesprochen lassen sich beispielsweise auch in manchen Mediengeschichten „Gleichnisse des Himmelreiches“ finden.⁷

Medienkritik als Unterscheidung der Geister. Das Rechnen mit dem Wirken des Heiligen Geistes in den und durch die Medien macht die kritische Unterscheidung der Geister nicht überflüssig, sondern umso nötiger. Die Medienwelten sind insgesamt stark vom Geist des Kapitalismus und damit vom Gott des

Geldes dominiert. Deshalb sollten sie nicht in toto dämonisiert werden, aber es ist doch damit zu rechnen, dass das oberste Prinzip der Gewinnmaximierung häufig zu einer Verzerrung des Religiösen und Humanen in den Medien führt. *Medienethik im christlichen Horizont.* Gerade aufgrund der in ihm aufgehobenen Erfahrungen mit den Medien Schrift und Bild erscheint der christlich-theologische Horizont als besonders geeignet zur Orientierung in medienethischen Fragestellungen. Theologie und Religionspädagogik haben eine besondere Kompetenz, die mit den Medien verbundene Gefahr einer Verdinglichung des Menschlichen und einer Verabsolutierung des Relativen aufzudecken, also gleichsam die Medien kritisch zu entmythologisieren ohne sie dabei lediglich abzulehnen.

Konsequenzen für die Religionsdidaktik

Die vorgetragenen Erkenntnisse und Perspektiven haben weitreichende Folgen für den Religionsunterricht.

■ *Wahrnehmung der Schüler/innen und ihrer Lebenswelt.* Sind wir bislang in der Regel davon ausgegangen, dass der überwiegende Teil unserer Schüler/innen heute als „säkularisiert“ – d. h. religiös gesehen als „unbeschriebene Blätter“ – zu betrachten ist, so erscheint es nun angemessener, mit einer religiösen Mediensozialisation dieser Heranwachsenden zu rechnen, welche die Voraussetzung für religiöse Bildung darstellt. Die aufmerksame Wahrnehmung der für die Kinder und Jugendlichen bedeutsamen Medienwelten durch Religionslehrkräfte wird zu einer wichtigen Aufgabe. Dabei wird die Fähigkeit, diese Medienwelten in ihrer religiösen Bedeutsamkeit „lesen“ zu lernen zentral neben der Fähigkeit, die christliche Tradition „lesen“ und verstehen zu können.

■ *Neubestimmung der Ausgangslage.* Über Jahrzehnte arbeitete die Religionsdidaktik mit einem Modell der Gegenüberstellung von christlicher Tradition hier und säkularer Situation /

Lebenswelt dort, welche „vermittelt“ oder „korreliert“ werden sollten. Der Befund der Religionsähnlichkeit und -haltigkeit der Medienwelten („Medienreligion“) unterstützt jedoch – neben anderen soziologischen Befunden – die zunehmende Kritik an der Säkularisierungsthese, nach der Religion zunehmend individualisiert, privatisiert und marginalisiert würde. Statt dessen deutet sich eine „Wiederkehr“ und eine „Veröffentlichung“ (im Sinne von Entprivatisierung) der Religion bzw. des Religiösen gerade auch in den und durch die Medien an, so dass am ehesten von einem Nebeneinander und Ineinander von Säkularisierung und Resakralisierung gesprochen werden kann.

■ *Neubestimmung der Aufgabe.* Hatte die Religionsdidaktik über Jahre hinweg – z. B. als Korrelations- oder Vermittlungsdidaktik – ihr Hauptziel darin gesehen, die Alltagserfahrungen der Schüler/innen über menschliche Grunderfahrungen mit den in der christlichen Tradition geronnenen religiösen Erfahrungen zu vermitteln, so erscheint unter dem Blickwinkel der Medienweltorientierung eine Hauptaufgabe darin zu bestehen, die bereits bestehenden vielfältigen Vernetzungen zwischen religiöser Tradition und jugendlicher Lebenswelt aufzuspüren und didaktisch fruchtbar zu machen.

Prinzipien und Perspektiven einer medienweltorientierten Religionsdidaktik (MWR)

1. MWR nimmt die Medienkommunikation als eine mögliche, wichtige Basis für die Kommunikation über religiöse Themen im Religionsunterricht. Sie geht davon aus, dass die Kinder und Jugendlichen nicht so sehr religiös „sprachlos“ geworden sind, sondern eher eine andere Sprache bevorzugen als die der religiösen Traditionen und Gemeinschaften, nämlich die häufig stark symbolische, bildliche, audiovisuelle Sprache der Medien. Deshalb gibt sie den Schüler/innen Gelegenheit, die für sie

besonders bedeutsamen Medienerfahrungen in den Unterrichts einzubringen und bezieht Elemente aus den Medienwelten in den Unterricht ein.

2. MWR versucht, mit den Schüler/innen gemeinsam religiöse Aspekte und Elemente in den Medienwelten zu entdecken und in den hinter ihnen stehenden Kontexten und Traditionen zu erschließen. Hier kann die religiöse Tradition sowohl ihre erschließende als auch ihre kritische Kraft erweisen, wenn z.B. die religiösen Symbole in der Werbung oder in einem Film wie „Matrix“ dechiffriert werden und dabei zugleich deutlich wird, dass die Werbung mit religionsähnlichen Versprechungen arbeitet und Matrix wie ein religiöser Erlösungsmythos „funktioniert“⁸.

3. MWR regt die Schüler/innen an, ihre Medienerfahrungen ins kreativ-produktive Spiel mit Elementen aus dem religiösen Erfahrungs- und Traditionsbereich zu bringen. Sie rechnet damit, dass es dadurch zu wechselseitigen Erschließungsprozessen kommen kann. Methodische Beispiele dafür sind Collagen, Zitatsammlungen, die Erstellung eines Musikvideos oder „mediodramatische“ Spielformen (Bibliodrama mit Elementen aus Medienerzählungen).⁹

4. MWR fördert einen kompetenten Umgang der Schüler/innen mit den unterschiedlichen Medien, was nicht nur technische Fertigkeiten, sondern vor allem auch ästhetisch-gestalterische und reflexive Fähigkeiten einbezieht.

5. MWR macht die Medienwelten, insbesondere in Mittel- und Oberstufe, immer wieder auch zum Gegenstand thematischer Erarbeitungen im Religionsunterricht, z. B. von anthropologischen, religionskritischen oder ethischen Überlegungen.¹⁰

6. MWR bietet immer auch Alternativen zum Medienkonsum an. Sie rechnet damit, dass angesichts der zunehmenden Mediatisierung unserer Lebenswelt das Nicht-mediatisierte, „Ursprüngliche“, „Elementare“, „Sinnlich-Unmittelbare“ und Körperliche neu als wertvoll erlebt wird. Gerade wenn die Mediennutzung teilweise Bedürfnisse im Umfeld des Religiösen befriedigt, hat der Religionsunterricht eine besondere Chance, hier alternative Wege aufzuzeigen.

7. MWR rechnet damit und macht immer wieder deutlich, dass gerade wegen der Religionsähnlichkeiten und -haltigkeiten der Medienwelten auch der „normale“ Religionsunterricht zur einer Förderung der Persönlichkeitsentwicklung der Schüler/innen beiträgt, die sich im Bereich der Mediennutzung positiv auswirken kann.

8. In dem allem versucht MWR religionspädagogische und medienpädagogische Perspektiven und Zielsetzungen produktiv zu verbinden. Sie sucht dazu das Gespräch mit der wissenschaftli-



chen Medienpädagogik sowie Austausch und Kooperation mit anderen Unterrichtsfächern. (siehe zu MWR den weiterführenden Beitrag von Manfred Pirner auf S. 51 in diesem Heft)

Anmerkungen

1 Vgl. Baacke, D. u.a., Lebenswelten sind Medienwelten, Opladen 1990.

2 Vgl. Baacke, D. u.a., Lebensgeschichten sind Mediengeschichten, Opladen 1990.

3 Vgl. zum ganzen genauer: Pirner, M.L., Fernsehmythen und religiöse Bildung, Frankfurt a.M. 2001, Kapitel 7.

4 Vgl. für einen Überblick z. B. Pirner, M.L., Populäre Kultur und Religion. Ein Literaturbericht, in: Praktische Theologie 38 (2003), H. 3, 207–216, sowie die Einführung in: ders./Breuer, T. (Hg.), Medien – Bildung – Religion. Medienpädagogik und Religionspädagogik im Gespräch, München 2004.

5 Z. B. Schilson, A., Medienreligion. Zur religiösen Signatur der Gegenwart, Tübingen 1997.

6 Lässt sich eine solche religiöse Mediensozialisation auch empirisch belegen? In einer eigenen Untersuchung konnte ich zeigen, dass es Zusammenhänge zwischen den Fernsehvorlieben und den religiösen Einstellungen von Jugendlichen im Konfirmandenalter gibt, vgl. Pirner, M.L., Religiöse Mediensozialisation, München 2004, sowie das gleichnamige Kapitel in Pirner/Breuer (Anm. 1). So ergab sich beispielsweise, dass von denjenigen Mädchen, die gerne Horror- und Mystery-Filme sehen, wesentlich mehr an eine Wiedergeburt glauben als von denen, die diese Filme nicht mögen (vgl. die Grafik).

7 Barth, K., Kirchliche Dogmatik, Bd. IV / 3, Zollikon-Zürich 1959, 130.

8 Vgl. dazu den Entwurf von Uwe Böhm und Marc Lenz in www.entwurf-online.de

9 Zu methodischen Aspekten vgl. Pirner, M.L., „Film/Fernsehen/Video“ und „Internet/Computer“, in: Adam, G./Lachmann, R. (Hg.), Methodisches Kompendium für den Religionsunterricht 2 – Aufbaukurs, Göttingen 2002, 309–32 und 322–332.

10 Vgl. dazu ausführlicher: Pirner, M.L., Besondere Chancen einer medienweltorientierten Religionsdidaktik in der SekII, in: G. Adam/M. Rothgangel/M. Wermke (Hg.), Kompendium für den Religionsunterricht in der Sekundarstufe II, Göttingen (in Vorbereitung).

Literaturhinweise

Buschmann, G./Pirner, M.L., Werbung – Religion – Bildung. Kulturhermeneutische, theologische, medienpädagogische und religionspädagogische Perspektiven, Frankfurt/M. 2003.

Kirsner, I./Wermke, M. (Hg.), Religion im Kino. Religionspädagogisches Arbeiten mit Filmen, Göttingen 2000.

Kirsner, I./Wermke, M. (Hg.), Gewalt – Film – Analyse für den Religionsunterricht, Göttingen 2004.

Mertin, A., Videoclips im Religionsunterricht, Göttingen 1999.

Mertin, A., Internet im Religionsunterricht, Göttingen 2. überarb. Aufl. 2001.

Mertin, A., Neues zum Internet im Religionsunterricht, Göttingen 2004.

Mertin, A./Futterlieb, H., Werbung als Thema des Religionsunterrichts, Göttingen 2001.

Pirner, M.L./Breuer, T. (Hg.), Medien – Bildung – Religion. Zum Verhältnis von Medienpädagogik und Religionspädagogik in Theorie, Empirie und Praxis, München 2004.

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

Prof. Dr. Manfred L. Pirner lehrt Evangelische Theologie und Religionspädagogik an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg.