

Populäre Kultur und Religion

Ein Literaturbericht

Manfred L. Pirner

„Der Charme des Aufbruchs ist dahin“, meinte *Hans-Martin Gutmann* unlängst etwas wehmütig.¹ Und das ist sicher richtig. Mittlerweile sind nahezu alle zentralen Bereiche der populären Kultur Gegenstand von „Religion und ...“-Analysen gewesen, und auch jene etablierten Theologen, die selbst persönlich weder der Rockmusik noch dem Massenkino viel abgewinnen können, haben solche Phänomene als Bezugfelder für Theologie und Religionspädagogik entdeckt – ein „Missionserfolg“ der populärkulturellen „Avantgarde“, mit dem diese sich zufrieden zurücklehnen könnte? Oder Zeichen für eine inflationäre Entwicklung, die eher Unbehagen bereiten kann? In mancher Hinsicht scheint es mir jedenfalls, als ob wir erst am Anfang stehen. Der Blick auf einige aktuelle Veröffentlichungen soll das verdeutlichen und ebenso, dass die vertiefte und weiter differenzierte Reflexion über den Zusammenhang von Religion und populärer Kultur sowie dessen Bedeutung für die christlich-kirchliche Praxis durchaus ihren eigenen „Charme“ haben kann.

¹ *Hans-Martin Gutmann*: Populäre Kultur im Religionsunterricht, in: Peter Biehl / Klaus Wegenast (Hg.): Religionspädagogik und Kultur, Neukirchen-Vluyn 2000, 179–200, 181.

I. Zum Selbstverständnis der populären Kultur

Wer wissen will, wie sich die „Szene“ und v. a. ihr Marketing selbst verstehen, sei besonders verwiesen auf das primär musikbezogene Jahrbuch „Popkultur 2002/2003“². In einer Mischung aus Essays, Interviews und Werbepräsentationen wird hier ein Kaleidoskop aktueller Trends und Marketing-Strategien geboten mit einem deutlich Akzent auf dem Ringen um Anerkennung der Popkultur als eigenständigem, ernst zu nehmenden Kulturbereich – wofür sich in dem Band immerhin Politiker wie Staatsminister *Julian Nida-Rümelin*, *Wolfgang Thierse*, *Franz Müntefering* u. a. aussprechen. Überhaupt werden die politischen Dimensionen und Implikationen der Popkultur stark herausgehoben, und in diesem Kontext kommen auch Religion und Sinnfragen in den Blick, wobei die Popmusik fast durchweg als Repräsentation eines globalen Humanismus gesehen und dargestellt wird, der sich gegen Rassismus, Neonazismus, Chauvinismus u. a. stellt (Lesetipps: Islam vs. Pop vs. Islam, 70–75; Deutschland schwarz-weiß: Sinnsuche hinter Schablonen, 250–258). – Schafft die Popkultur, was weder die Religionen noch die Politik geschafft haben: die weltweite Humanisierung und Versöhnung von Menschen unterschiedlicher Rasse, Religion und sozialer Herkunft?

II. „Cultural Studies“: populärkulturelle Befreiungstheorie/-theologie?

Welche Freiheit bleibt dem einzelnen oder Gruppen in einer Gesellschaft, in welcher der Kapitalismus und seine Massenmedien religionsähnlichen, nahezu totalitären Charakter angenommen haben?³ Wesentlich mehr, als Kulturpessimisten meinen – das ist der Grundtenor der britisch-amerikanischen Kulturforschungsrichtung der „Cultural Studies“ (CS). Grob gesagt, haben die CS wesentlich dazu beigetragen, die populäre Kultur durch Erweis ihrer Emanzipationspotenziale gegenüber der elitären „Hochkultur“ als wichtige, positive kulturelle Kraft darzustellen. Ein interessanter Tagungssammelband widmet sich nun dem Gespräch zwischen der „herkömmlichen“ deutschen Kultursoziologie und deutschen Vertretern der CS.⁴ Am wichtigsten und wegweisendsten an dem CS-Ansatz erscheint mir der hier verwendete Kulturbegriff zu sein, der eben nicht die Objektivationen ins Zentrum rückt, sondern vielmehr neben den Produktionsverhältnissen vor allem die Rezeptionsprozesse in den Blick nimmt. Nicht die Massenmedien und ihre Inhalte werden als entscheidend angesehen, sondern die Art und Weise, wie Menschen mit ihnen umgehen und

² Dieter Gorny / Jürgen Stark (Hg.): Popkultur 2002/2003. Das Jahrbuch für Musikkultur, Musikmedien & Musikindustrie, Reinbek 2002.

³ Vgl. etwa *Alexander Rüstow*: Die Religion der Marktwirtschaft, Münster u. a. 2001; Willibald Jacob u. a. (Hg.): Die Religion des Kapitalismus. Die gesellschaftlichen Auswirkungen des totalen Marktes, Luzern 1996.

⁴ Udo Göttlich / Winfried Gebhardt / Clemens Albrecht (Hg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies, Köln 2002.

sie in ihr Leben einbauen. Kultur wird umfassend als „Lebensweise“ („whole way of life“) verstanden. Der Band enthält auch einen interessanten Beitrag zum Zusammenhang von Medien und Religion aus medienethnologisch-religionswissenschaftlicher Perspektive.

III. „Populäre Kultur und Religion“ in nichttheologischen Wissenschaften

Während im angloamerikanischen Bereich der Rückgriff auf religionstheoretische Perspektiven zur Analyse der Massenmedien bzw. der populären Kultur schon längere Zeit Konjunktur hat⁵, scheint sich im deutschsprachigen Raum erst in den letzten Jahren eine entsprechende Sensibilität zu entwickeln. Neben den oben bereits angemerkten wirtschaftswissenschaftlich orientierten Arbeiten zur Religionsähnlichkeit des Kapitalismus finden sich solche Perspektiven am ehesten in der Literaturwissenschaft⁶, in der Kulturphilosophie⁷, in der Medienwissenschaft⁸ sowie ansatzweise in der Soziologie⁹ und in musikwissenschaftlichen Arbeiten¹⁰. Erstaunlich ist, dass die (deutsche) Religionswissenschaft sich offensichtlich nach wie vor schwer tut, religiöse oder religionsähnliche Phänomene in der populären Kultur als ihren Forschungsgegenstand zu entdecken.¹¹

Besonders interessant und gewinnbringend angesichts der Komplexität und teilweise schweren Fassbarkeit popkultureller Phänomene erscheinen mir interdisziplinäre Forschungs- und Interpretationsansätze. An dieser Stelle möchte ich lediglich eine bereichsübergreifende Arbeit vorstellen.¹² Das Buch mit dem griffigen Titel „Megatrend Religion?“¹³ bietet den Werkstattbericht

⁵ Angloamerikanische Literatur wurde v. a. einbezogen von *Günter Thomas: Medien – Ritual – Religion*, Frankfurt a.M. 1998, und *Manfred L. Pirner: Fernsehmythen und religiöse Bildung*, Frankfurt a.M. 2001.

⁶ Vgl. etwa *Hartmut Heuermann: Medien und Mythen. Die Bedeutung regressiver Tendenzen in der westlichen Medienkultur*, München 1994; *Joan Kristin Bleicher: Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnisystems*, Opladen / Wiesbaden 1999.

⁷ Vgl. etwa *Norbert Bolz / David Bosshart: Kult-Marketing. Die neuen Götter des Marktes*, Düsseldorf 1995.

⁸ Vgl. etwa die Arbeiten von Knut Hieckethier.

⁹ Vgl. v. a. die im Rahmen der „Hermeneutische Wissenssoziologie“ (Hans-Georg Soeffner, Jo Reichertz u. a.) entwickelte Perspektive, in der bestimmte populärkulturelle Erscheinungen als „Diesseitsreligion“ interpretiert werden: *Anne Honer / Ronald Kurt / Jo Reichertz* (Hg.): *Diesseitsreligion. Zur Deutung der Bedeutung moderner Kultur*, Konstanz 1999.

¹⁰ Vgl. z. B. *Ulf Poschardt: DJ Culture. Diskjockeys und Popkultur*, 2. überarb. u. erw. Aufl. 2001 (v. a. 261ff.).

¹¹ So auch die Einschätzung von Peter Bräunlein in: *Göttlich u. a. 2002. Positive Ausnahme: Arno Schilson: Medienreligion. Zur religiösen Signatur der Gegenwart*, Tübingen 1997. Neuerdings außerdem: *Burkhard Gladigow: Von der ‚Lesbarkeit der Religion‘ zum iconic turn*, in: *Thomas 2000*, 107–124.

¹² Weitere interdisziplinäre Veröffentlichungen finden sich weiter hinten zu den Bereichen Fernsehen und Sport.

¹³ Regina Polak (Hg.): *Megatrend Religion? Neue Religiositäten in Europa*, Ostfildern 2002. Vgl. dazu auch meine ausführlichere Besprechung „Megatrend Religion? Auseinandersetzung mit einem wichtigen Buch aus religiositätstheoretischer Perspektive“, in: Online-Zeitschrift „Theo-Web

eines österreichischen Forschungsprojekts. Die Autoren und Autorinnen stammen aus so unterschiedlichen Bereichen wie der Kommunikationswissenschaft, der Religionswissenschaft, der Soziologie, der Kultur- und Kunstwissenschaft, der Wirtschaftsgeschichte sowie der (katholischen) Theologie. Bemerkenswert ist ferner die Entwicklung eines vielschichtigen und differenzierten Religiositätsbegriffs im ersten Teil, der dann sowohl in einer empirischen Befragung als auch in einer Analyse der „Erscheinungsorte des Religiösen“ (Fernsehen, Internet, Marktwirtschaft, Werbung, Politik, Freizeitbereich und Wissenschaft) als Instrument verwendet wird. Für wegweisend halte ich sowohl die Verbindung von empirischer Forschung und hermeneutischer Analyse als auch insbesondere das entwickelte Konzept von Religiosität, das es erlaubt, differenziert von *religionsanalogen* und *potenziell* religiösen Phänomenen zu sprechen, ohne diese als „religiös“ zu vereinnahmen.

IV. Populäre Kultur als Gegenstand einer „Ästhetischen Theologie“

Wenn ich recht sehe, ist *Klaas Huizing* neben *Günter Thomas* zurzeit der einzige Systematische Theologe, der sich grundlegend mit der populären Kultur beschäftigt. Als zweiten Band seiner auf drei Bände angelegten „Ästhetischen Theologie“ ließ er auf seine „literarische Anthropologie“ eine „Medien-Anthropologie“ folgen.¹⁴ Mit kreativen Ansätzen und in einer ansprechenden, eher essayistischen Diktion gelingt es *Huizing*, auf der Grundlage der medialen Verfasstheit des Menschen christliche Tradition und heutige Medienerzählungen in ein produktiv-kritisches Verhältnis zu setzen. Dabei umgeht er manche Aporien religionstheoretischer Interpretationen, indem er die Begriffe „Geste“ und „Legende“ als Brückenkonzepte ins Zentrum seiner Analysen stellt. Dadurch wird es sowohl möglich, „nach innovativen und kompetenten Neuinszenierungen christlicher Überlieferungen in Filmen und Videoclips“ zu fragen, als auch der in manchen Medienerzählungen propagierten „stoischen Distanzgestik des Cool eine christliche Liebesgestik der Toleranz und Solidarität“ gegenüber zu stellen.

V. Auf dem Weg zu einer theologischen Rehabilitation der Unterhaltung?

Geht es um die theologische Analyse der populären Kultur, dann spielt neben Kulturbegriff und Religionsbegriff der Unterhaltungsbegriff eine zentrale Rolle, denn Unterhaltung gilt als *das* primäre Nutzungsmotiv popkultureller Produkte schlechthin. In einem aufschlussreich-ungewöhnlichen Zugriff hat sich

Wissenschaft. Zeitschrift für Theorie der Religionspädagogik“, 1 (2002), H. 2, ab Dezember 2002 (www.theo-web.de).

¹⁴ *Klaas Huizing*: Ästhetische Theologie. Bd. 1: Der erlesene Mensch. Eine literarische Anthropologie, Stuttgart 2000; Bd. 2: Der inszenierte Mensch. Eine Medien-Anthropologie, Stuttgart 2002.

Harald Schroeter-Wittke in seiner praktisch-theologischen Habilitationsschrift mit dem Phänomen Unterhaltung auseinander gesetzt.¹⁵ Er geht nicht von der heutigen populären Kultur aus, sondern greift historisch zurück bis zur Entstehung eines erbaulich-unterhaltsamen Bibelgebrauchs Ende des 18. Jahrhunderts. In predigtgeschichtlichen Analysen zum 19. und 20. Jahrhundert, konkretisiert an Predigten zum Propheten Elia, wird dann nach deren unterhaltsamen Dimensionen gefragt. Zentrale „Hintergrund“-These ist dabei, dass die Praktische Theologie als eigenständige Disziplin genau deshalb notwendig wurde, weil die christliche Religion spätestens in der nachaufklärerischen Kultur nicht mehr (mit Victor Turner gesprochen) „liminalen“, sondern „liminoiden“ Charakter hatte, also tendenziell von Freiwilligkeit, Wählenkönnen und abnehmender Traditionsbindung gekennzeichnet war und ist (125). Deshalb sei heute allein eine im guten Sinn unterhaltsame, nämlich vielschichtig-deutungsoffene, spannende und zur Partizipation einladende homiletische oder inszenierende Darbietung biblischer Stoffe theologisch angemessen, was am Beispiel von Mendelssohns Elias-Oratorium sowie aktueller Elias-Performances gezeigt wird.

Einen nach wie vor recht ungebrochen unterhaltungskritischen Standpunkt bezieht die theologische Publizistin *Elisabeth Hurth* in ihrem Buch „Zwischen Religion und Unterhaltung“.¹⁶ In den – durchweg interessanten und lesenswerten – Analysen zu Pfarrer-Fernsehserien, Pop(musik)religiosität, Talkshows, Showstars und Medienheiligen revidiert sie zwar durchaus manch pauschale Medienkritik à la *Postman*, bleibt aber dennoch davon überzeugt, dass sich die vorherrschende Tendenz in den Unterhaltungsmedien als „Instrumentalisierung von Religion zu Zwecken des Entertainments“ beschreiben lässt (136) und verweist – nicht zu Unrecht – immer wieder auf die fehlende (große) Transzendenz bei den medialen religiösen oder quasireligiösen Lösungsangeboten.

Im Folgenden sollen nun die wichtigsten aktuellen Veröffentlichungen zu *einigen ausgewählten zentralen Bereichen* der populären Kultur (sehr knapp) vorgestellt werden.¹⁷

¹⁵ *Harald Schroeter-Wittke*: Unterhaltung. Praktisch-theologische Exkursionen zum homiletischen und kulturellen Bibelgebrauch im 19. und 20. Jahrhundert anhand der Figur Elia, Frankfurt a.M. 2000. Vgl. auch *ders.*: Art. Unterhaltung, in: TRE 34 (2002), 397–403.

¹⁶ *Elisabeth Hurth*: Zwischen Religion und Unterhaltung. Zur Bedeutung der religiösen Dimension in den Medien, Mainz 2001.

¹⁷ Aus Platzgründen muss ich mich hier leider beschränken. So lasse ich den gesamten Bereich Internet/Computer undiskutiert – vgl. dazu v.a. *Bernd Beuscher*: Remedia. Religion – Ethik – Medien, Norderstedt 1999; *Andreas Mertin*: Internet im Religionsunterricht, Göttingen 2000; ebenso den Bereich Comics – vgl. dazu *Frank Thomas Brinkmann*: Comics und Religion. Das Medium der „Neunten Kunst“ in der gegenwärtigen Deutungskultur, Stuttgart u.a. 1999; den Bereich Zeitschriften – vgl. dazu *Lutz Friedrichs* (Hg.): Sichtbares und Unsichtbares. Facetten von Religion in deutschen Zeitschriften, Würzburg 1996; *Heiko Trimpel*: Seelsorge bei Dr. Sommer. Religion und Religiosität in der Jugendzeitschrift BRAVO, München 1997; sowie den Bereich Trivalliteratur – vgl. dazu v.a. die Buchreihe der Kath. Akademie Die Wolfsburg „Spurensuche. Religion in der Kinder- und Jugendliteratur“, Mülheim (Bd. 13: 2002); *Hans-Martin Gutmann*: Das Geschenk, das die Gewalt verschlingt, Wuppertal 2001. Ein eklatantes Forschungsdefizit besteht zum Bereich Hörfunk.

VI. Fernsehen

Nach seiner viel beachteten Dissertation zum Fernsehen¹⁸ hat der Heidelberger Systematische Theologie *Günter Thomas* die Beiträge eines internationalen und interdisziplinären Symposiums mit dem Titel „Religiöse Funktionen des Fernsehens?“ herausgegeben.¹⁹ In m. E. vorbildlicher Weise sind hier Medienwissenschaftler, Kultur-, Literatur- und Religionswissenschaftler sowie Theologen mit einander ins Gespräch gebracht und gleichzeitig ein Austausch zwischen der angloamerikanischen und deutschsprachigen Diskussion initiiert worden. Als besonderen Lesetipp empfehle ich den Beitrag des bekannten Konstruktivistin und Medienwissenschaftler *Siegfried J. Schmidt*, der – im Dialog mit *Günter Thomas* – die Religionsförmigkeit des Fernsehens bestreitet und Strukturähnlichkeiten v. a. auf solche Grundstrukturen zurückführt, die Religion und Medien gemeinsamen voraus liegen, ansonsten aber die Eigenständigkeit der beiden Systeme betont. Ich halte den Beitrag für eine ernst zu nehmende Infragestellung allzu schneller Identifikation von popkulturellen Phänomenen mit „Religion“ (ähnlich votiert *Angela Keppler* im gleichen Band).

Aus der oben bereits erwähnten Perspektive einer hermeneutischen Wissenssoziologie hat *Jo Reichertz* die „Frohe Botschaft des Fernsehens“ als Beispiel für „mediale Diesseitsreligion“ anhand von Fernsehshows mit Zuschauerbeteiligung („Nur die Liebe zählt“, „Surprise, Surprise“, „Traumhochzeit“) untersucht.²⁰ Besonders interessant ist der Ansatz deshalb, weil er versucht, das Reden und Handeln der Show-Kandidatinnen und –Kandidaten auf die in ihnen deutlich werdenden kulturellen Interpretationsmuster zu befragen und es somit noch einmal „tiefer“ zu verstehen, als sie selbst ihre eigenen Motive und Absichten wahrnehmen. Als solche Konstruktionsmuster gesellschaftlicher Wirklichkeit zeigen sich z. B. die christliche Lehre von Buße und Vergebung (Schuldbekennnis-Show) und der religiöse Wunderglaube (Surprise-Show). Am Ende landet *Reichertz* bei der nicht gerade neuen These, das Fernsehen stelle ein funktionales Äquivalent zur Religion dar, wobei er aufschlussreiche Unterschiede zwischen beiden sowie die charakteristischen Grundsätze der „Guten Botschaft“ des Fernsehens (258) herausarbeitet.

Die hermeneutisch-analytischen Arbeiten zu Film und Fernsehen aufnehmend habe ich mich in meiner Habilitationsschrift aus der Perspektive einer „medienerfahrungsorientierten Religionspädagogik“ dem dort bisher sträflich vernachlässigten Medium Fernsehen gewidmet.²¹ Im Mittelpunkt steht dabei die von Kindern und Jugendlichen favorisierte fiktionale Fernsehunterhaltung (Filmgeschichten, Serien). Über hermeneutische Aspekte (Kap. 3–6) hinaus

¹⁸ *Günter Thomas*: Medien – Ritual – Religion, Frankfurt a.M. 1998.

¹⁹ *Günter Thomas* (Hg.): Religiöse Funktionen des Fernsehens? Medien-, kultur- und religionswissenschaftliche Perspektiven, Wiesbaden 2000.

²⁰ *Jo Reichertz*: Die Frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchungen medialer Diesseitsreligion, Konstanz 2000.

²¹ *Manfred L. Pirner*: Fernsehmythen und religiöse Bildung, Frankfurt a.M. 2001.

wird der empirischen Rezeptionsforschung besondere Beachtung geschenkt (Kap. 7) sowie eine differenzierte theologische Auseinandersetzung (Kap. 8) anhand der Begriffe Wirklichkeit, Mythos, Bild, Ritual, Unterhaltung und Subjekt versucht, bevor in der Diskussion mit medienpädagogischen Entwürfen ein religionspädagogisches Konzept entwickelt wird (Kap. 9), das nicht nur die Einbeziehung von Fernsehen und Fernseherfahrungen in den Unterricht propagiert, sondern auch grundsätzlicher nach notwendigen und sinnvollen Neubestimmungen religiöser Bildungsbemühungen angesichts der mediendominierten Lebenswelt heutiger Kinder und Jugendlicher fragt.²²

VII. Kino

Nach diversen Sammelbänden mit theologischen Filminterpretationen in den 90er Jahren²³ hat jüngst *Jörg Herrmann* in seiner gründlichen und gut lesbaren Dissertation „Sinnmaschine Kino“²⁴ die „Gemeinsamkeiten und Differenzen von populärer Filmkultur und traditioneller Religionskultur“ (94ff.) herausgearbeitet. Nach Grundsatzüberlegungen zu einer theologischen Kulturhermeneutik werden sieben exemplarische Filme analysiert, wobei das wichtigste Auswahlkriterium ihre Popularität in den 90er Jahren war. Dadurch gewinnt er ein halbwegs repräsentatives Bild von der Präsenz von „Religion“ in populären Filmen, die sich – und das ist ein wichtiges Ergebnis – längst nicht als so bedeutsam erweist, wie das manche theologische Analysen der letzten Jahre nahe gelegt haben (vgl. 211).

Für besonders hilfreich halte ich die neueren religionspädagogischen Interpretations- und Arbeitsbücher zu Kinofilmen. In dem von *Inge Kirsner* und *Michael Wermke* herausgegebenen Band „Religion im Kino“ werden sowohl übergreifende thematische Querschnitt- als auch Einzelanalysen aktueller populärer Filme geboten (z. B. „Truman-Show“, „Terminator 2“, „Lola rennt“, „Schindlers Liste“, „Star Wars“), dazu didaktische Anregungen für Religionsunterricht und Gemeindegarbeit.²⁵

Nach seinem religionspädagogischen Handbuch „Bibel im Film“²⁶ hat sich *Manfred Tiemann* nun in einem weiteren Buch speziell mit Jesus-Filmen befasst und stellt hierzu wertvolle Grundsatzüberlegungen, übersichtliche Analysen und didaktische Impulse zur Verfügung.²⁷

²² Vgl. dazu auch: *Manfred L. Pirner: Medienpädagogik und ethisch-religiöse Bildung*, in: *Medien praktisch* 26 (2002), H. 4, 26–29, demnächst auch auf: <http://www.theo-web.de>.

²³ Vgl. die Auflistung bei Pirner 2001, 129; Gutmann 2000.

²⁴ *Jörg Herrmann: Sinnmaschine Kino. Sinndeutung und Religion im populären Film*, Gütersloh 2001.

²⁵ Inge Kirsner / Michael Wermke (Hg.): *Religion im Kino. Religionspädagogisches Arbeiten mit Filmen*, Göttingen 2000. Inge Kirsner hatte sich schon in ihrer Dissertation intensiv mit dem Film befasst: *Erlösung im Film. Praktisch-theologische Analysen und Interpretationen*, Stuttgart u. a. 1996.

²⁶ *Manfred Tiemann: Bibel im Film. Ein Handbuch für Religionsunterricht, Gemeindegarbeit und Erwachsenenbildung*, Stuttgart 1995.

²⁷ *Manfred Tiemann: Jesus comes from Hollywood. Religionspädagogisches Arbeiten mit Jesus-Filmen*, Göttingen 2002.


VIII. Popmusik

Neben der v. a. auch wegen seiner kulturtheologischen Ausführungen lesenswerten Dissertation von *Gotthard Fermor* zur Popmusik²⁸ weise ich hier lediglich auf zwei neuere religionspädagogische Arbeiten hin. *Matthias Everding* hat einen interessanten Ansatz entwickelt, Popmusik als Kommunikationsmittel im Religionsunterricht zu begreifen und entsprechend – nämlich primär im Sinne offener, kreativer Lernprozesse – zu nutzen.²⁹ *Uwe Böhm* und *Gerd Buschmann* haben in einer für die Praxis hilfreichen Zuordnung zu (bibelorientierten und problemorientierten) religionsdidaktischen Themen Modelle und Materialien zu zahlreichen internationalen Popmusik-Titeln zusammengestellt, die zugleich hermeneutisch reflektiert und theoretisch grundgelegt werden.³⁰

IX. Werbung

Hier gibt es nach dem von *Thomas Klie* herausgegebenen Sammelband „Spiegelflächen“ mit wichtigen Aufsätzen zum Thema³¹ zwei theologisch-kulturhermeneutisch und religionspädagogisch orientierte Neuerscheinungen. Das Buch „Werbung als Thema des Religionsunterrichts“³² zeichnet sich dadurch aus, dass die beiden Autoren, *Andreas Mertin* und *Hartmut Futterlieb*, mit unterschiedlichen Perspektiven an das Thema herangehen, nämlich einer eher kulturhermeneutischen (*Mertin*) und einer eher ideologiekritischen (*Futterlieb*), die sich spannungsvoll ergänzen. Beide Sichtweisen werden in konkreten Unterrichtsvorschlägen umgesetzt.

Etwas breiter angelegt ist der Band „Werbung, Religion, Bildung“ von *Gerd Buschmann* und mir.³³ Hier werden sowohl forschungsgeschichtlich zusammenfassende und aktuell grundlegende theologische wie religionspädagogische Leitlinien geboten als auch Analysen und didaktische Anregungen zu Themen wie Bibel, Gebet, Exodus, Maria u. a.

 ²⁸ *Gotthard Fermor*: Ekstasis. Das religiöse Erbe der Popmusik als Herausforderung an die Kirche, Stuttgart u. a. 1999.

²⁹ *Matthias Everding*: Land unter!? Populäre Musik im Religionsunterricht, Münster u. a. 2000.

³⁰ *Uwe Böhm / Gerd Buschmann*: Popmusik – Religion – Unterricht. Modelle und Materialien zur Didaktik der Populärkultur, Münster 2. überarb. Aufl. 2002. Darin findet sich auch ein Literaturbericht von mir zu weiteren Neuerscheinungen seit den 1990er Jahren.

³¹ *Thomas Klie* (Hg.): Spiegelflächen. Phänomenologie – Religionspädagogik – Werbung, Münster 1999.

³² *Andreas Mertin / Hartmut Futterlieb*: Werbung als Thema des Religionsunterrichts, Göttingen 2001.

³³ *Gerd Buschmann / Manfred L. Pirner*: Werbung, Religion, Bildung. Kulturhermeneutische, theologische, medienpädagogische und religionspädagogische Perspektiven, Frankfurt a.M. 2003. Vgl. auch *Manfred L. Pirner*: Art. Werbung, in: TRE Bd. 35 (2003).

X. Sport

Dass „Sport als populäre Kultur“ verstanden werden kann, in der ebenso wie in anderen Bereichen trotz Kommerzialisierung immer wieder Freiräume für Humanität, für religionsähnliche Erfahrungen und Visionen „erspielt“ werden, das scheint im Licht der Cultural Studies verstärkt bewusst geworden zu sein.³⁴ Ein interessanter Sammelband beschäftigt sich mit „Fußball als Kulturphänomen“³⁵ und bringt dabei auch vier Beiträge von Psychologen, einem Volkskundler und einem Sportsoziologen zur Rubrik „Sinnfindung – Ritual – Religion“. Die Identitätsbildung bei Hooligans wird hier ebenso untersucht wie die „Fußballverzückung“ beim Stadionbesuch, die kultischen Elemente in Fußball-Fangesängen und die religiösen Dimensionen von Fangemeinden. Zur theologischen Beschäftigung mit religiösen Aspekten des Sport sei v.a. auf das Themaheft „Religion und Sport“ der Zeitschrift rhs (Religionsunterricht an höheren Schulen, H. 5/1997) verwiesen sowie auf einen Beitrag von *Manfred Josuttis*.³⁶ Angekündigt ist ein Buch mit „interdisziplinären Beiträgen“ zum Thema „Körper, Sport und Religion“.³⁷

XI. Konsequenzen für Theologie und Kirche

Wer nicht nur Zusammenhänge von populärer Kultur und Religion verstehen will, sondern v.a. danach fragt, wie die Kirche aus diesem Verstehen heraus ihre Aufgaben neu bestimmen kann, der sei abschließend auf zwei Bücher verwiesen. Der Sammelband zu *Henning Schröers* 70. Geburtstag³⁸ signalisiert im Titel ein Konzept, das der zu früh verstorbene Jubilar angestoßen hat: die Entwicklung einer „Gemeindekulturpädagogik“ mit dem Ziel, „die Lebensformen des Glaubens“ zwischen Kult und Kultur „liebenswert und hoffnungsvoll werden“ zu lassen (21).

Und schließlich hat *Wilhelm Gräß* in der ihm eigenen fundierten und analytisch-klaaren Weise unter dem Titel „Sinn fürs Unendliche“ Antworten von Theologie und Kirche auf die „Religion in der Mediengesellschaft“ gesucht.³⁹ Pointiert versteht er Praktische Theologie als „Religionstheologie für die kirchliche Praxis“, zu der notwendig eine religionstheologische Kulturhermeneutik als „theologische Interpretation der religiösen Sinndimension der (massen-) medial konstituierten Gegenwartskultur“ (68f.) dazu gehört. Von

³⁴ Vgl. dazu *Jürgen Schwier*: Sport als populäre Kultur. Sport, Medien und Cultural Studies, Hamburg 2000.

³⁵ *Markwart Herzog* (Hg.): Fußball als Kulturphänomen. Kunst – Kult – Kommerz, Stuttgart 2002.

³⁶ *Manfred Josuttis*: „Fußball ist unser Leben!“ – Über implizite Religiosität auf dem Sportplatz, in: M. Wermke (Hg.), Rituale und Inszenierungen in Schule und Unterricht, Münster 1997, 110–121.

³⁷ *Hans-Georg Ulrichs / Thilo Engelhardt*: Körper, Sport und Religion. Interdisziplinäre Beiträge, Idstein 2003.

³⁸ *Gotthard Fermor / Günter Ruddat / Harald Schroeter-Wittke* (Hg.): Gemeindekulturpädagogik, Rheinbach 2001.

³⁹ *Wilhelm Gräß*: Sinn fürs Unendliche. Religion in der Mediengesellschaft, Gütersloh 2002.

daher plädiert *Gräb* gegen ein bloß gegenkulturelles oder additives Einbringen der christlichen Tradition in die Medienkommunikation, sondern statt dessen dafür, „die Wirklichkeit, die uns die Medien vermitteln, *aufzunehmen*, zu *transformieren*, zu *verfremden*, *kritisch* zu *reflektieren*, zu *interpretieren*, zu *deuten*, die Perspektive zu verschieben. Gefragt ist der *religiöse Kommentar zur Zeit*, aber doch genau so, dass er sich merklich vom politischen unterscheidet – durch Profilierung der *religiösen Deutungsperspektive*“ (174). Hier deutet sich ein Konzept an, das eingehende Diskussion verdient und jedenfalls mehr Aufmerksamkeit, als ihm im Rahmen eines Literatursammelberichts geschenkt werden kann.