

Religion als medial konstruierte Wirklichkeit?

Anmerkungen zum Verhältnis von Medienerfahrungen und religiöser Bildung aus einer konstruktivistischen Perspektive

1. Grundaspekte konstruktivistischer Medientheorie

Die Geschichte menschlicher Erkenntnis seit der Antike, besonders aber seit Kant und noch einmal besonders seit etwa der Mitte unseres ausgehenden Jahrhunderts läßt sich meines Erachtens u. a. charakterisieren durch ein zunehmendes Bewußtsein für die menschliche Konstruiertheit dessen, was wir Wirklichkeit nennen. Auch ohne sich dezidiert einer radikalkonstruktivistischen Erkenntnistheorie á la von Glasersfeld¹ zu verschreiben, wird man die heute durch zahlreiche empirische Forschungsergebnisse gestützte, von kritischen Rationalisten bis zu evolutionären Erkenntnistheoretikern gleichermaßen geteilte Einsicht als unhintergebar betrachten müssen, dass unsere Wahrnehmung die Wirklichkeit nicht abbildet, sondern dass wir Menschen mittels unserer Wahrnehmung Modelle von Wirklichkeit entwerfen, deren Objektivität oder Wahrheit wie letztgültig postuliert werden können. Es geht mir hier deshalb nicht darum, an eine bestimmte erkenntnistheoretische Position anzuknüpfen, sondern Grundlinien des vielfältigen, interdisziplinären „konstruktivistischen Diskurses“ (Siegfried J. Schmidt) heuristisch aufzunehmen und ihn auf das Verhältnis von Medienerfahrung und religiöser Bildung zu beziehen. Mit dem Literatur- und Medienwissenschaftler S. J. Schmidt lassen sich drei Basisargumente dieses Diskurses unterscheiden:

„(a) Wir können – wie schon Pyrrhon im 3. Jahrhundert v. Chr. formulierte – nicht hinter unsere Wahrnehmung zurückgehen, weil wir nur Wahrnehmungen mit Wahrnehmungen, nicht aber Wahrnehmungen mit (noch) nicht wahrgenommenen Dingen vergleichen können. (b) Wahrnehmung ist kein passiver Vorgang, sondern eine Tätigkeit unserer Sinne und des Gehirns, die nach ihren eigenen Operationsbedingungen arbeiten und nicht einfach Eigenschaften des wahrgenommenen Objekts widerspiegeln [...] (c) Wahrnehmung ist eine Aktivität, die stets implizit oder explizit sprach- und theoriegesteuert abläuft (K. R. Popper), entsprechend der Volksweisheit, daß wir nur sehen, was wir wissen.“²

Begreiflicherweise spielt die konstruktivistische Perspektive gerade in Medienforschung und -theorie eine besondere Rolle,³ lassen sich doch durch diese Sicht drei Hauptergebnisse neuerer empirischer Forschung plausibilisieren:

¹ Vgl. E. v. Glasersfeld, *Wissen, Sprache und Wirklichkeit. Arbeiten zum radikalen Konstruktivismus*, Braunschweig / Wiesbaden 1987.

² S. J. Schmidt, *Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur*, Frankfurt/M. ²1996, 13.

³ Vgl. etwa K. Merten u. a. (Hg.), *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Opladen 1994. Auf die Bedeutung des Konstruktivismus für die Medienforschung hat auch aufmerksam gemacht M. Wörther, *Vom Reichtum der Medien. Theologische Überlegungen – Praktische Folgerungen*, Würzburg 1993; vgl. auch demnächst B. Beuscher, *Remedia. Religion – Ethik – Medien. Ein religionspädagogischer Entwurf einer Theologie der Medien* (in Vorbereitung).

1. Erfahrungen, die mit Hilfe von elektronischen Medien gemacht werden, können für manche Menschen wichtiger und ‚realer‘ werden als sogenannte authentische Erfahrungen. So zeigen z. B. Untersuchungen zur Fernsehserie „Lindenstraße“, daß manche Zuschauer eine intensivere emotionale Beziehung zu den fiktiven Personen im Film aufbauen als zu ihren eigenen Verwandten und Bekannten. Die Lindenstraßengemeinschaft wird gleichsam zur Ersatzfamilie oder -nachbarschaft, sie gewinnt „para-soziale“ Bedeutung,⁴ – Da in konstruktivistischer Sicht alle Wahrnehmung als medial – nämlich durch Sinne und Kognition – vermittelt gelten kann, läßt sich die Relativierung der häufig so hoch bewerteten Unterscheidung zwischen „primärer“ und „sekundärer“ Erfahrung verständlicher machen.

2. Bereits Kinder gehen mit den gleichen Medienangeboten ganz unterschiedlich um, deuten und verstehen sie individuell verschieden. – Dieser Rezeptions-Pluralismus läßt sich dadurch erklären, daß Wahrnehmung und Bedeutungskonstitution eben aktiv-konstruierend und nicht einfach passiv-rezipierend verlaufen, so daß der Rezeptionsprozeß als ein weitgehend offener Prozeß verstanden werden muß.

3. Medienangebote und deren Inhalte werden auf eine Art und Weise genutzt bzw. ‚verwertet‘, die stark von allgemeinkulturellen Vorgaben, vom sozialen Umfeld, aber auch von den eigenen biographischen Vorprägungen, dem entwicklungspsychologischen ‚Stadium‘ und aktuellen Problemsituationen abhängt. – Der konstruktivistische Theoriehintergrund hierzu: Die Konstruktion von Wirklichkeit ist nicht etwas rein Willkürliches und nur Individuelles. Natürlich bestimmen und begrenzen unsere anthropologisch-physiologischen Grundvoraussetzungen unsere diesbezüglichen Möglichkeiten; vor allem aber haben wir Teil an der besonders von Peter L. Berger und Thomas Luckmann ins Bewußtsein gehobenen „gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit“⁵, und das meistens unbewußt. Noch einmal S. J. Schmidt: „Wirklichkeitskonstruktion widerfährt uns mehr als daß sie uns bewußt wird“.⁶ Für uns ist es z. B. selbstverständlich, daß Schnee eine einheitliche Substanz beschreibt, während er für die Eskimos bekanntlich in viele verschiedene Kategorien zerfällt. Für uns ist es selbstverständlich, daß ein Gewitter eine elektrostatische Entladung darstellt und nicht, wie für frühere oder andere Kulturen, eine Äußerung zürnender Götter. Unsere je *individuelle* Konstruktion von Wirklichkeit ist also eingebettet in und mitbestimmt durch die *gesellschaftliche* Konstruktion von Wirklichkeit.

Welche besonderen Chancen ergeben sich nun aus einer konstruktivistischen Perspektive für die Wahrnehmung des Zusammenhangs von Medien und Religion bzw. von Medienerfahrung und religiöser Bildung?

⁴ Vgl. hierzu v. a. P. Kottlorz, Fernsehmal. Ethische Strukturen fiktionaler Fernsehunterhaltung, Berlin 1993, sowie P. Vorderer (Hg.), Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen, Opladen 1996.

⁵ P. L. Berger / Th. Luckmann, Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie, Frankfurt/M. 1969.

⁶ S. J. Schmidt, Die Wirklichkeit des Beobachters, in: K. Merten u. a. (Hg.), Die Wirklichkeit der Medien, aO., 3–19, hier: 5.

2. Medienreligion als gesellschaftliche Konstruktion von Wirklichkeit

Peter L. Berger hat bereits in den sechziger Jahren in seinem Buch „Auf den Spuren der Engel“⁷ darauf hingewiesen, daß die Religion unter einer (sozial-)konstruktivistischen Perspektive in einem anderen Licht erscheint. Der Vorwurf Feuerbachs, alle Religion sei eine Projektion des menschlichen Geistes kann nun nämlich bejaht werden, ohne damit den Wahrheitsanspruch der Religion preis zu geben. Denn in konstruktivistischer Sicht stellt sich *jeder* Entwurf von Wirklichkeit gleichsam als Projektion, als Konstrukt dar, ob atheistisch oder naturwissenschaftlich-agnostisch oder religiös orientiert. Damit ist aber die Frage nach der *Wahrheit* der verschiedenen Wirklichkeiten bzw. Wirklichkeitsperspektiven nicht etwa erledigt, sondern gerade neu zu stellen. Und es ist eben *nicht* von vornherein ausgemacht, daß die religiöse Weltsicht nicht wahr sein kann, nur weil sie als eine Projektion, als ein menschliches Konstrukt begriffen werden kann.

Das heißt aber wiederum, daß wir in christlich-theologischer Sicht recht gelassen zugeben können, daß es sich bei der Glaubenswirklichkeit gleichsam um eine *fiktionale oder virtuelle* Wirklichkeit handelt, insofern wir Gott nicht objektiv fassen können und insofern Christsein vor allem bedeutet, von einer nicht sinnlich wahrnehmbaren Wirklichkeit in, mit und unter der wahrnehmbaren Wirklichkeit auszugehen, oder konkreter: mit den medial vermittelten Geschichten der Bibel zu leben und die eigene Sicht von Wirklichkeit von diesen Geschichten der Bibel her zu konstruieren.

In diesem Zusammenhang macht uns die Theorie von der gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit auch darauf aufmerksam, wie sehr Menschen auf die Teilhabe an einem gesellschaftlich konstruierten Weltbild *angewiesen sind*, um diese Welt und ihr Leben als sinnvoll zu erfahren. Damit sind aber alle gesellschaftlichen Instanzen im Blick, die solche Sinn- und Weltbild-konstituierenden und -vermittelnden Funktionen übernehmen. Neben den institutionalisierten Religionen sind dies vor allem auch die Medien der Massenkommunikation. In den achtziger und neunziger Jahren ist man verstärkt darauf aufmerksam geworden, in welchem beträchtlichen Ausmaß die elektronischen Medien solche gleichsam quasi-religiösen Funktionen wahrnehmen. Insbesondere in der anglo-amerikanischen Forschung im Umfeld des kulturanthropologischen „cultural studies“-Ansatzes sowie im Anschluß an ritualtheoretische Modelle gelangte man zu einem solchen religionsnahen Verständnis der Medien.⁸ Sie werden hier primär als Mittel der kulturellen Selbstverständigung gesehen, durch deren kommunikative Vermittlung von Sinnmustern die bestehende Kultur einerseits affirmiert und reproduziert wird sowie andererseits auch neue Chancen für Kreativität und Veränderung freigesetzt werden.⁹ Vor allem Film und Fernsehen wer-

⁷ Vgl. P. L. Berger, Auf den Spuren der Engel. Die moderne Gesellschaft und die Wiederentdeckung der Transzendenz, Frankfurt/M. 1970, 49 ff.

⁸ Einen ausgezeichneten Überblick über die ritualtheoretischen Ansätze zum Fernsehen bietet G. Thomas, Medien – Ritual – Religion, Frankfurt/M. 1998.

⁹ Vgl. z.B. H. Newcomb / P. M. Hirsch, Fernsehen als kulturelles Forum. Neue Aspekte für die Medienforschung, in: Rundfunk und Fernsehen 34 (1986), H. 2, 177–190

den als Medien wahrgenommen, in denen frühe, ‚ursprüngliche‘ Formen kultureller Erfahrung bewahrt werden, Erfahrungen aus dem Bereich der Mythen und Rituale, die für eine Kultur – trotz ihrer nach außen hin proklamierten Säkularität und Rationalität – offensichtlich unverzichtbar sind.¹⁰ So verweist der Amerikaner Michael Real beispielsweise auf die „paraliturgical role“ der Medien, in deren Sinn sie zur Quelle von Transzendenzerfahrungen mit humanisierender Qualität werden könnten:

„Ebenso wie das Ritual vorliterarischer Kulturen einen Übergang in eine höhere Seinsweise markiert, so bieten die Supermedien [= die dominanten elektronischen Medien; M. P.] Gelegenheiten für das Leben, den Tod und die Auferstehung – ästhetisch, emotional und kulturell. [...] Vernünftig verstanden und kritisch gewürdigt können uns die Medien über eine Schwelle – das Liminale – führen und uns ganzheitlicher, humaner, gütiger und erlöster wieder zurück bringen“¹¹.

In eine ähnliche Richtung gehen die Analysen des Filmwissenschaftlers und -kritikers Georg Seeblen, in denen er auf mythische, magische und religiöse Elemente in Filmen aufmerksam macht und sie entsprechend interpretiert.¹² Beinahe jede Filmgeschichte läßt sich nach seiner Meinung

„auf einer Ebene als mehr oder minder säkularisierte Form eines biblischen Gleichnisses lesen. So erzählen Dutzende von Filmen um die Tarzan-Gestalt die Geschichte von der Vertreibung aus dem Paradies, mit einer entscheidenden Inversion: Die Rolle der Schlange spielt in diesen Filmen in der Regel der Vertreter der modernen Zivilisation, und Tarzan und Jane, alias Adam und Eva, müssen durch Aufbietung all ihrer Kräfte immer wieder erreichen, daß sie das Paradies doch erhalten. Eine ganze Reihe von Western erzählt die Geschichte der einander feindlichen Brüder, das Kain und Abel-Motiv... Eine Reihe von Science-fiction-Filmen schließlich behandelt das Thema der Apokalypse...“¹³

All diese religiösen und religionsähnlichen Aspekte der Medienunterhaltung machen exemplarisch deutlich, was man „die Wiederkehr des Religiösen“ in unserer scheinbar so religionslosen Gesellschaft genannt hat.¹⁴ Das Religiöse wird hier meist in einem weiten Sinn – mit Paul Tillich – als das verstanden, „was uns unbedingt angeht“, was unsere letzten Fragen nach gelingendem Leben und Sinn betrifft, oder in Anlehnung an die Religionspsychologie und -soziologie als Transzendenzfähigkeit bzw. Transzendenzvollzug des Menschen begriffen. Gerade bei den kommerziellen Massenmedien, die sich ja um der Verkaufszahlen oder Einschaltquoten willen möglichst stark an den Bedürfnissen ihrer Kunden orientieren müssen, wird deutlich, daß das Religiöse offenbar ein nicht zu vernachlässigendes menschliches Bedürfnis darstellt. Die von den Massenmedien konstruierte Wirklichkeit kommt ohne religiös-mythische Grundmuster

¹⁰ So etwa R. Silverstone, *The Message of Television. Myth and Narrative in Contemporary Culture*, London u. a. (Heinemann Educational Books) 1981, hier: 1.

¹¹ M. Real, *Super Media. A Cultural Studies Approach*, London u. a. (Sage Publications) 1989, 256.

¹² Georg Seeblen hat unter dem Titel „Grundlagen des populären Films“ eine zehnbändige Reihe von Büchern zur „Geschichte und Mythologie“ der unterschiedlichen Genre-Filme verfaßt. Vgl. z. B. G. Seeblen, *Western. Geschichte und Mythologie des Westernfilms*, überarb. u. aktualis. Neuaufl., Marburg 1995 (1979 = Grundlagen des populären Films 1).

¹³ G. Seeblen, *König der Juden oder König der Löwen. Religiöse Zitate und Muster im populären Film* (= EZW-Texte, Information Nr. 134, (V / 1996), 5.

¹⁴ Vgl. z. B. A. Schilson, *Medienreligion. Zur religiösen Signatur der Gegenwart*, Tübingen / Basel 1997, 28.

und Symbole nicht aus, auch wenn der ausdrückliche Bezug auf das Göttliche oft weggelassen wird. Massenmediale „Unterhaltung“ ist demnach offensichtlich nicht nur als oberflächliches Totschlagen von Zeit zur Vertreibung von Langeweile zu begreifen, sondern beinhaltet die Befriedigung grundlegender menschlicher Bedürfnisse nach Orientierung und Sinnvermittlung. In diesem Sinn hat Religion Unterhaltungswert.

Aus religionspädagogischer Sicht wären solche religiösen Aspekte oder Wurzeln medialer Inszenierungen zunächst einmal bewußt zu machen und zurückzuverfolgen. Grundsätzlicher wäre den Heranwachsenden (und Erwachsenen!) die Konstruiertheit der medialen Wirklichkeit und jeder Wirklichkeit durchsichtig zu machen, so daß die Wahrheitsfrage und damit auch die Frage nach Gott neu gestellt und durchdacht werden kann.

3. Medienreligion als individuelle Konstruktion von Wirklichkeit

Kann die Theorie von der *gesellschaftlichen* Konstruktion der Wirklichkeit für die orientierenden und sinnvermittelnden Funktionen der Medien sensibilisieren, so haben – wie oben bereits angedeutet – eher *individual*-konstruktivistische Tendenzen die neuere Rezeptionsforschung beeinflusst. Den als konstruktivistisch verstehbaren Perspektivenwechsel vom Wirkungsansatz zum Nutzenansatz haben in Deutschland vor allem W. Teichert und K. Renckstorf entwickelt. Die Frage: „Was machen die Medien mit den Menschen“ wurde abgelöst von der Frage „Was machen die Menschen mit den Medien?“. Die von diesem Ansatz geleiteten empirischen Untersuchungen von Medienwissenschaftlern wie Michael Charlton und Klaus Neumann, Helga Theunert sowie Jürgen Barthelmes und Ekkehard Sander haben erbracht, daß offenbar tatsächlich bereits Kinder und Jugendliche sich intuitiv solche Medienangebote suchen bzw. Elemente aus ihnen ‚herausbrechen‘, die für den eigenen Sinn- und Identitätsaufbau hilfreich sind. Sie verwenden Medieninhalte sozusagen als eine Art ‚Baustelle für die eigene Identitätsarbeit‘. Sie nutzen sie sowohl für die Bewältigung der spezifischen Entwicklungsaufgaben, in denen sie gerade stehen, als auch zur Bearbeitung bestimmter Probleme etwa im sozialen Bereich, die sie gerade haben.

Ein Beispiel aus der aktuellen Untersuchung über die Medienerfahrungen von Jugendlichen von Barthelmes / Sander:

„Für eine 13jährige Gymnasiastin spielen bei der *Suche nach ‚ihrem Frauenbild‘* ... die Songs, Musikvideos sowie Spielfilme von und mit *Madonna* eine wichtige Rolle; die Erscheinung von *Madonna* füllt ihren Alltag aus: mit *Madonna* sich vom Geschmack der Geschwister abgrenzen; die Beziehung mit ihrer Freundin über die gemeinsame Begeisterung für *Madonna* festigen; sich mit *Madonna* dem Thema Erotik und Sexualität annähern“. ¹⁵ Zu ergänzen wäre: sich mit *Madonna* dem Thema Religiosität / Religion annähern, denn auch dieses Thema spielt in den Songs und Filmen von *Madonna* bekanntlich eine wichtige Rolle. ¹⁶

¹⁵ J. Barthelmes / E. Sander, Medien in Familie und Peer-group. Vom Nutzen der Medien für 13- und 14-jährige (= Medienerfahrungen von Jugendlichen, DJI), München 1997, 57.

¹⁶ Vgl. dazu z. B. B. Schwarze, Die Religion der Rock- und Popmusik. Analysen und Interpretationen (= Praktische Theologie heute 28), Stuttgart u. a. 1997, 203 ff.

In der Untersuchung von Barthelmes und Sander wird deutlich, daß Medienerlebnisse, die von den Jugendlichen als besonders beeindruckend erfahren werden, fast immer mit ihren zentralen Lebensthemen zu tun haben. Gerade das Unsagbare, die Welt der Gefühle und inneren Erlebnisse wird häufig durch die stark emotional bestimmte visuell-bildliche und akustisch-musikalische Symbolsprache der Medien angesprochen. Die Medien bringen sozusagen „die innere Welt der Mädchen und Jungen zum Klingen“¹⁷. Sie helfen ihnen, ihre inneren Erlebnisse zu verarbeiten, indem sie selbst erlebte Situationen spiegeln und indem sie die Erweiterung der eigenen Erfahrungen ermöglichen. In einer Art „Probearbeiten“ können die Jugendlichen neue Handlungsmuster gedanklich und gefühlsmäßig ausprobieren und in ihre Welt- und Selbstbildkonstruktion einbauen. Gleiches gilt im Grunde für alle Altersstufen vom Kind bis zum Erwachsenen, wobei sich mit den jeweiligen Entwicklungsaufgaben und Lebensthemen auch die Medienvorlieben ändern; es kommt zu einer individuell einmaligen, aber doch auch strukturell typischen Medienbiographie: Die eigene Lebensgeschichte ist von unterschiedlichen Medienerfahrungen geprägt und begleitet.

Aus religionspädagogischer Sicht läßt sich schlußfolgern: Gerade durch die Thematisierung der Medienerfahrungen und Medienbiographien ist es möglich, mit Menschen über das, „was sie unbedingt angeht“ ins Gespräch zu kommen, über ihre wichtigsten Lebensthemen, über ihr inneres Erleben.

Interessant ist hierzu ein Bericht von Jürgen K. Schulze zu einer Religionsunterrichtseinheit über das biblische Buch Hiob.¹⁸ Das Unterrichtsgespräch über die Theodizee-Problematik bei Hiob geriet mühsam und stockend. Da meldete sich eine Schülerin und meinte, das bei Hiob sei ja so ähnlich wie bei dem Film-Mehrteiler „Die Dornenvögel“. Auch andere Schüler hatten den Film gesehen, und schon waren sie in einer lebendigen Diskussion, die dann tatsächlich zu einem tieferen und existentiell betroffenen Erfassen der Hiob-Thematik führte. Die Einbeziehung der Medienerfahrungen hat hier das Erkennen und emotionale Nachempfinden der Lebensrelevanz einer biblischen Geschichte ermöglicht. Und andererseits hat die Hiobsgeschichte die Erfahrung mit dem Film „Die Dornenvögel“ neu beleuchtet und vertieft. Dabei ist auch festzuhalten: Es ist – entgegen manchen allzu konstruktivistisch-rezipientenorientierten Ansätzen – *nicht egal*, mit welchen Medienangeboten Kinder und Jugendliche konfrontiert werden. So wären etwa die Fähigkeit eines solchen Medienangebots, einerseits zur eigenen existentiellen Beschäftigung mit einem Thema anzuregen sowie andererseits die Tiefe und der Aspektreichtum der angebotenen Impulse als zwei Qualitätskriterien zu benennen. Im Zusammenbringen zweier unterschiedlicher Medienangebote – hier: des Films und der Hiob-Erzählung – könnte die Chance liegen, unterschiedliche Qualitätsschwerpunkte zur gegenseitigen Erschließung zu nutzen.

¹⁷ J. Barthelmes / E. Sander, aaO., 46.

¹⁸ Vgl. J. K. Schulze, Mediensozialisation – eine Herausforderung für den evangelischen Religionsunterricht, in: C. Schmidt u. a. (Hg.), Medien – Menschen, Frankfurt/M. 1988, 139–156, hier: 148 f.

4. Aufgaben einer medienpädagogisch sensibilisierten Religionspädagogik

Was folgt aus dem Gesagten für die Aufgaben einer für Medienerfahrungen sensibilisierten, und das heißt: medienpädagogisch sensibilisierten Religionspädagogik?

Die wichtigste Grundlage für alles medienbezogene pädagogische Handeln liegt meines Erachtens im Zusammenhang zwischen individueller und sozialer Konstruktion von Wirklichkeit. Dieser Zusammenhang ist, soweit ich sehe, bisher sowohl in der Rezeptionsforschung als auch im konstruktivistischen Diskurskontext zu wenig theoretisch bedacht oder gar geklärt worden.¹⁹ Festhalten läßt sich aber wohl: So individuell und aktiv konstruierend jede Medienrezeption ist, so sehr wird sie doch von Familie und Peer-group mit bestimmt. Das Verständnis und die Be-Deutung von Medien und ihren Inhalten hängt wesentlich mit von der *Kommunikationsgemeinschaft bzw. Interpretationsgemeinschaft* ab, in der man sich über diese Medien und Medieninhalte verständigt. Ja, die Untersuchungsbefunde weisen darauf hin, daß Medienerfahrungen vor allem dann persönlichkeitsbildend wirken, wenn sie kommunikativ – also z. B. durch Gespräche oder Rollenspiele – von den Kindern und Jugendlichen bearbeitet werden.

Für religiöse Bildungsangebote wie z. B. den Religionsunterricht liegt darin die Chance, sich unter anderem als Rahmen für eine solche Kommunikationsgemeinschaft zu verstehen: Im Religionsunterricht können Medienerfahrungen im Licht religiöser Weltdeutung bzw. im Licht des christlichen Glaubens interpretiert, diskutiert, kritisiert und kreativ-produktiv bearbeitet werden. Auf diese Weise sind gleichzeitig ein wichtiges medienerzieherisches Ziel *und* ein religionspädagogisches Ziel anvisiert. Bei diesem Interpretations- und Auseinandersetzungsprozeß wird es auch um die *Wahrheit(en)* und *Lebensförderlichkeit* der Medienwirklichkeiten und -geschichten gehen.

Theologische Kriterien, die hier einzubringen wären, sind meines Erachtens vor allem an der christlichen Vorstellung vom Reich Gottes bzw. von der „Gottesherrschaft“ zu gewinnen.²⁰ *Formal* trägt diese Vorstellung ja utopisch-fiktionalen Züge. Sie ‚hebt aber nicht ab‘, sondern ist in der Geschichte Israels und der Lebensgeschichte Jesu zurückgebunden an weltlich-geschichtliche, leibhaft-leidvolle Wirklichkeit. *Inhaltlich* stellt die gleichsam virtuelle Wirklichkeit des Reiches Gottes, wie sie besonders in den Gleichnissen Jesu und in der Bergpredigt deutlich wird, den Entwurf einer von Gott ermöglichten vollkommenen Menschlichkeit dar, aber bleibt gleichzeitig spannungsvoll verbunden mit der hier und jetzt unvollkommen und fragmentarisch zu verwirklichenden Menschlichkeit in den konkreten personalen Bezügen, in denen

¹⁹ Vgl. dazu als Problemanzeige, aber auch mit weiterführenden Lösungsvorschlägen das bereits zitierte Buch von S. J. Schmidt, *Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur*, Frankfurt/M. ²1996.

²⁰ Vgl. hierzu auch die etwas anders akzentuierten, aber anregenden Gedanken von H. Schmidt, *Transparenz für das Reich Gottes. Religionspädagogische Erwägungen zu einer Ethik der Fernsehkultur*, in: P. Bubmann / P. Müller (Hg.), *Die Zukunft des Fernsehens. Beiträge zur Ethik der Fernsehkultur*, Stuttgart u. a. 1996, 140–155.

wir leben. „Möglichkeitssinn“ und „Realitätssinn“ der Theologie sind in der Vorstellung des Reiches Gottes in charakteristisch-spannungsvoller Weise verbunden.²¹

Zu fragen wäre also, wo sich ‚Gleichnisse vom Reich Gottes‘ oder Elemente davon in den Mediengeschichten und -symbolen in unserer populären Alltagskultur finden lassen. Wie lassen sie sich mit den Subjekten religiöser Bildung gemeinsam entdecken und bearbeiten? Und zu fragen wäre, wie sich biblische Symbole und Geschichten mit den Symbolen und Geschichten der Medien – im Sinne etwa der Symboldidaktik Peter Biehls – so zusammenbringen lassen, daß sie sich gegenseitig erhellen, kritisieren und befruchten. Praktische Möglichkeiten dazu haben wir in einem religionsdidaktischen Seminar an der Universität Bamberg erprobt. In einem damit verbundenen Projekte wurde versucht, biblische Geschichten bzw. Gestalten oder religiöse Themen auf der einen und Mediengeschichten bzw. Mediencharaktere auf der anderen Seite in Beziehung zueinander zu setzen, und zwar durch das Erfinden, Spielen und Videoaufzeichnen einer neuen Geschichte. Dabei wurde deutlich, daß dieses Ineinander der Geschichten neue Sichtweisen sowohl der medialen wie der religiösen Thematik sowie das Entdecken von neuen Frage- und Problemstellungen anregen kann. Als die „Raumschiff-Enterprise“-Crew sich – im Rahmen einer Zeitreise – plötzlich mit dem Verkündigungselengel des Weihnachtsgeschehens konfrontiert sah, war die Frage nach der Realität bzw. nach dem Wesen der Engel neu aufgeworfen, aber auch die Frage nach den oftmals engelähnlichen Funktionen und Erscheinungsweisen der Science-fiction-Protagonisten gestellt. Als sich Sherlock Holmes in seinem „schwierigsten Fall“ auf die kriminalistische Suche nach dem Sinn des Lebens machte, erschienen die Religionen und Sekten, die er untersuchte, in einem neuen Licht. Und die Beschäftigung mit einer Folge von „Winnie der Puh“, in der es um die vermeintliche Zauberkraft eines Spiegels geht, führte zu dem Vorschlag, die Tiere um Winnie die ‚Zauberkraft‘ der Verheißung Jesu ausprobieren zu lassen „Bittet, so wird euch gegeben“. Weitere Ideen: Im Rahmen der Serie „Alf“ findet die Tochter der Familie, Lynn, bei einer Billy Graham-Evangelisation zum Glauben und gibt somit der Familie viel Gesprächsstoff. Oder: Superman und Jesus begegnen sich und zeigen bzw. erklären sich gegenseitig, was sie tun, wie sie es tun und warum sie es tun. Im ersten („Star Trek“) und letzten („Superman“) Beispiel wurde auch besonders deutlich, daß biblische Erzählungen oder Gestalten beim Zusammenbringen mit den Mediengeschichten die in diesen enthaltenen Mythen kritisch beleuchten können, also sie z. B. auf ihre Herkunft, ihr Welt- und Menschenbild sowie ihre Motive befragen können, ohne daß dies kritisierend-beckmesserisch wirken muß. Dies sind nur einige methodische Möglichkeiten, die sich für die Arbeit mit Medienerfahrung im Rahmen religiöser Bildungsprozesse ergeben. Bereits hier deuten sich aber jedenfalls besondere Chancen für die in jüngster Zeit zu Recht religionspädagogisch immer wieder geforderte Verstärkung der Wahrnehmungs- und Symbolerziehung an.

²¹ Vgl. hierzu auch *H.-G. Heimbrock*, Wahrnehmung und Einbildung. Irritationen religiöser Erziehung durch virtuelle Welten, in: Schönberger Hefte 26 (1996), 10–19.

Mein Fazit: Die Wahrnehmung und Bearbeitung von Medienerfahrungen stellt für Religionspädagogik und Religionsunterricht weder eine Marginalität noch eine unliebsame zusätzliche Belastung darstellt, sondern führt – insbesondere unter einer konstruktivistischen Perspektivierung – ins Zentrum des spezifisch religionspädagogischen Anliegens, die Lernenden als – auch in religiöser Hinsicht – eigenständige Subjekte anzunehmen und zu fördern, so daß sich ihnen das erschließt, was im Leben ‚wirklich‘ wichtig ist.