

MATTHIAS WÖRTHER

# Information, Kommunikation, Ausdruck

Der Beitrag des Religionsunterrichtes  
zur Medienkompetenz

*(Zuerst in: Lupe (Fulda), Heft 2, 1999. Hinweis: Anmerkungen und Bildnachweis sind als Pop-up-Fenster realisiert. Das zunächst erscheinende Werbefenster bitte minimieren, nicht schließen, um Überlagerungen der Fenster zu vermeiden.)*

## **Irren ist menschlich ...**

Als die ersten Besitzer von Handys in der Öffentlichkeit erschienen, waren sie allgemein belächelte Exoten. Keinesfalls, so schien mir klar, wollte ich selbst je zu den Menschen gehören, die ostentativ an Straßenecken stehen und dem drahtlos verbundenen Gegenüber mitteilen, daß sie eben dort stehen, oder gar einen ICE-Großraumwagen mit meinen telefonischen Terminabsprachen belästigen.

Mein Urteil über das Handy war folglich schnell gefällt: Es handelt sich um eine weitere technische Entwicklung, die offenbar überflüssig ist und sich nicht durchsetzen wird.



**Kultotjekt**

Aber ich wurde schnell eines Besseren belehrt. Inzwischen ist offensichtlich, daß das Besitzen und Benutzen eines Handys in unterschiedlichsten Alltagssituationen zur allgemein akzeptierten Selbstverständlichkeit wird. Zwar ist immer noch ein wenig der Nimbus des In-Seins mit dem Besitz eines solchen Gerätes verbunden, aber er verblaßt zusehends und macht der Gewöhnung und fraglosen Akzeptanz Platz.

Warum hatte ich diese neue Technik so voreilig als Modeerscheinung und Mittel der Selbststilisierung von Yuppies verkannt? Vermutlich spielten dabei mehrere Dinge eine Rolle.

Ein Element dabei war sicher eine gewisse Voreingenommenheit gegenüber Leuten, die meiner Meinung nach nur demonstrierten, daß sie besaßen, was andere noch nicht hatten.

Viel entscheidender aber für meine Fehleinschätzung war meine Blindheit für Eigenschaften des Handy, die es nahezu zwangsläufig zu einem Kommunikationsmittel für alle machen mußten. Es befriedigt nämlich auf ungemein flexiblere Weise als das standortgebundene Telefon zwei Bedürfnisse, die für Menschen grundlegend sind: Das Bedürfnis nach **Information** und das nach **Kommunikation**, beide in einem ganz konkreten Sinne verstanden: Information über das, was einen selbst betrifft und Kommunikation mit denen, zu denen man in einem persönlichen oder anderweitig relevanten Verhältnis steht. Darüber hinaus stellt das mobile Telefon eine immer verfügbare Schnittstelle zu einem im Grunde grenzenlosen Horizont von weiteren potentiellen Kommunikationspartnern dar. Die sich bereits abzeichnende Verknüpfung des Handy mit dem Internet ist eine direkte Konsequenz dieser Schnittstellenfunktion.

Offenbar dient das Handy den Menschen dazu, in einer Gesellschaft, die immer mobiler, immer dezentraler und immer schneller wird, technisch vermittelt Beziehungen herzustellen und eine persönliche Welt zu errichten und zusammenzuhalten, die früher durch die selbstverständliche Existenz und Teilhabe an kleinen Gemeinschaften und lokalen Verbänden garantiert wurde.

---

*In keinem anderen mittel- oder südeuropäischen Land ist das Funktelefon so verbreitet wie in Italien. Etwa 25 Millionen Bürger besitzen ein Handy, die Mobiltelefone haben inzwischen sogar die Anzahl der Festanschlüsse (24,3 Millionen) überrundet. Die telefonini piepsen im Kino, in der Schule und selbst im Beichtstuhl. (SZ 10. August 1999)*

### **Molto telefonino**

---

Entscheidend für seinen Erfolg dürften außerdem noch zwei weitere Aspekte sein: Das Handy erlaubt die *verbale* Kommunikation, eine Kommunikationsform die von jedem problemlos gelernt und praktiziert wird, und es stellt zu jedem gewünschten Zeitpunkt und an beliebigen Orten eine direkte Gesprächssituation her, die zwar nicht die Intensität einer "face-to-face"-Kommunikation erreicht, aber ihr doch sehr viel näher ist, als die meisten anderen Kommunikationsformen. Die aktuelle Gegenwart des oder der anderen wird über das Gehör sinnlich erfahrbar.

Bei anderen technischen Entwicklungen der jüngsten Zeit war ich freier von Voreingenommenheiten, etwa bei Computer und Internet, vermutlich weil deren Möglichkeiten meinen Interessen und meiner doch weitgehend durch Schriftlichkeit bestimmten Arbeit näher liegen als die durch ihre Flüchtigkeit bestimmte verbale Kommunikation.

Die Fähigkeit zum **Ausdruck** und der Wunsch danach ist neben den Bedürfnissen nach Information und Kommunikation die dritte entscheidende Größe, die im Hintergrund unseres innigen Verhältnisses zu den Medien steht. Während das Handy dem Bedürfnis, sich selbst auszudrücken, nur einen einzigen Kanal, das gesprochene Wort, zur Verfügung stellt, erscheint der Computer als Verlängerung und Erweiterung der ganzen Palette menschlicher Ausdrucksmöglichkeiten. Der Computer ist zum Mittel geworden, mit dem man sich in den unterschiedlichsten Formen *ausdrücken* kann: Schriftlich, über Bilder, verbal, mit musikalischen Mitteln, über die Verknüpfung aller dieser Ausdrucksformen in "multimedialen" Produkten usw. Er ist das erste wirkliche universale Medium zur Vermittlung von Welt, Gesellschaft, Kultur und Wissenschaft mit deren eigenen Subjekten. Über das Internet erhält diese Ausdrucksfähigkeit eine globale Dimension. In nie zuvor gegebener Weise werden unterschiedliche Sprachen, Denkwelten, Bildkonventionen und Wissensbereiche miteinander in Beziehung gebracht. Was man selbst zum Ausdruck bringt, steht mit einem Mal in letztlich unbeschränkten Horizonten.

### **... aber die Basis von Erkenntnissen**

Ich habe den Prozeß der Aneignung von technischen Medien an persönlich getönten Beispielen skizziert, um gleich zu Beginn meiner Überlegungen den Stellenwert der **Subjektivität** in der gegenwärtigen Situation zu akzentuieren.

**Information, Kommunikation und Ausdruck** werden erst dann zu gehaltvollen Begriffen, wenn die konstituierende Rolle der Subjekte in ihnen mitgedacht wird. *Information* an sich ist belanglos. Erst in *meinen* konkreten Situationen mit *meinen* konkreten Fragestellungen bekommt sie für mich eine Bedeutung oder sie erweist sich als belanglos. *Kommunikation* wird erst dann zur Erweiterung des eigenen Horizontes, wenn sie dem realen Austausch von Menschen über ihre Eindrücke, Überzeugungen und Standpunkten dient und nicht nur als das

weltweite Verschieben von Datenpaketen betrachtet wird. Und die unendlichen Möglichkeiten des Universalinstrumentes Computer, die eigene Subjektivität nach außen zu wenden und in medialen Produkten vom Text bis zur CD-ROM zu objektivieren, bleibt bloß formal, wenn mit diesen medialen Produkten nicht der Anspruch der Subjekte verbunden ist, sich authentisch über sich selbst und die eigenen Erfahrungen zu äußern.



*Face-to-Face-Kommunikation*

Mit der Reflexion auf die Bedeutung der eigenen Subjektivität wird aber auch die Relativität und Beschränktheit des eigenen Horizontes sichtbar, in dem man sich bewegt. Die Entwicklung der Informationsgesellschaft erfolgt unheimlich schnell und folgt keinem Plan, sie vollzieht sich in den unterschiedlichsten Dimensionen, und ihre Auswirkungen auf uns und unser Leben können noch nicht wirklich

beurteilt werden. Handy, Computer und Internet sind nur drei Teilaspekte eines technisch-informellen Komplexes, der eine wirtschaftliche, gesellschaftsverändernde und unser Selbstverständnis überformende Eigendynamik besitzt, die von niemandem wirklich kontrolliert wird oder überhaupt kontrolliert werden könnte. Wir befinden uns mitten in der Dynamik dieses Prozesses und beeinflussen ihn durch unsere Handlungen und Entscheidungen, aber er ist letztlich ungesteuert. Um so wichtiger ist tatsächlich, welche Erfahrungen wir selbst in ihm sammeln: Der Weg zu einer Medienkultur, die auch eine Kultur des angemessenen Umgangs mit den Medien ist, kann nur über unsere eigenen Einsichten und Erkenntnisse führen. Deshalb sind sowohl Fehleinschätzungen (siehe Handy) als auch spontane persönliche Affinitäten (siehe Computer und Internet) die Basis, auf der diese Kultur entwickelt werden muß. Niemand kann wissen, was das alles bedeutet und wohin es führt, wenn nicht wir selbst.

### ***Kein Ende des Lernens in Sicht***

Zweifellos kommt nun im Prozeß der Ausbildung einer immer dringlicher werdenden Medienkultur der **Schule** eine Schlüsselstellung zu. Die Schule allerdings steht als Bildungsinstitution angesichts der Rasanz der Entwicklung heute vor denselben Problemen wie der einzelne, der nicht mehr ohne weiteres weiß, was er gut oder schlecht finden und welche Optionen er treffen soll. Auch die Schule weiß nicht mehr so problemlos, wie es vielleicht einmal der Fall gewesen ist, was man wissen, wie man sich verhalten und wie man handeln soll. Der Rückgriff auf das Bewährte reicht nicht mehr aus, denn was derzeit geschieht, hat tatsächlich den Charakter des absolut Neuen, für das es noch keine umfassenden Deutungsmuster gibt.

Was sich deshalb als notwendig erweist, ist die Erarbeitung von Konzepten und die Formulierung von klaren Optionen, um aktiv handeln zu können und dem eigenen Anspruch der Orientierungshilfe für die Schüler auch angesichts veränderter Gegebenheiten wirklich gerecht werden zu können. Dabei zeichnet sich ab, daß sich das Wissens- und Autoritätsgefälle, das für institutionalisierte Bildungsprozesse typisch war, transformiert. Was Medien und ihre Nutzung betrifft, kann und muß die Schule inzwischen auch von ihren Schülern lernen, die ihr hier in manchen Punkten voraus sind.




Daniel 5, 1



Die Schule wiederum wird den Schülern zunehmend nicht Faktenwissen, sondern grundlegende und bewährte Ordnungsschemata und Abstraktions-Fähigkeiten vermitteln müssen: Nicht, was man wissen kann, sondern wie man etwas in Erfahrung bringt und wie man sich selbst dazu verhält, wird das entscheidende Thema sein. Schule, Lehrer und Schüler befinden sich gegenwärtig in einem nur gemeinsam zu bewältigenden Lernabenteuer, das zu neuen Unterrichtsformen führen wird, die den offenen Kommunikationsstrukturen der Mediengesellschaft besser entsprechen. Wenn in der Schule etwas für das Leben zu lernen ist, dann in erster Linie, daß Integrität und Identität nur dynamisch definiert werden können.

### ***Zeichen über Zeichen, nicht nur an der Wand***

Im Mittelpunkt der derzeitigen Überlegungen, wie Schule und Schüler der Herausforderung der Mediengesellschaft begegnen können, steht der Begriff der **Medienkompetenz**. Die Überarbeitung der Curricula der verschiedenen Schultypen erfolgt mit dem Ziel einer "integrierten Medienerziehung", die im Grunde die Fähigkeit zu lesen und zu schreiben um die Fähigkeit, Medien zu "lesen" und zu "schreiben" erweitern muß:

*"Medienkompetenz ist in kurzer Zeit zu einem zentralen Begriff der Debatte über Gegenwart und Zukunft der Medienentwicklung geworden. Noch nicht in Theoriedebatten präzisiert, changiert er in allen möglichen Bedeutungsformen. Nur seine Funktion ist klar, er soll die Fähigkeiten begrifflich bündeln, die das Individuum innerhalb einer Medien- oder Informationsgesellschaft benötigt"*, schreibt **Bernd Schorb**  Professor für Medienpädagogik in Leipzig. In einer Welt der Zeichen ist das Alphabet zu einem Teilbereich geworden und seine Beherrschung nur eine von vielen notwendigen Qualifikationen.

Entscheidend scheint also zunächst noch nicht, mit welchen strukturellen Maßnahmen und mit welcher Methodik man die Ausbildung von "Medienkompetenz" anstrebt, sondern was darunter überhaupt verstanden werden soll. Vermutlich ist es nicht zu hoch gegriffen, Medienkompetenz als neue *Kulturtechnik* zu bestimmen.

Orientiert man sich an einem Schema, das **Dieter Baacke**  entwickelt hat, dann umfaßt Medienkompetenz mindestens vier Dimensionen: *Medienkritik*, *Medienkunde*, *Mediennutzung* und *Mediengestaltung*. Eine ähnliche Aufgliederung in verschiedene Dimensionen findet sich bei **Stefan Aufenanger**  Er unterscheidet eine kognitive, eine moralische, eine soziale, eine affektive, eine ästhetische und eine Handlungsdimension.

Blendet man die beiden Raster übereinander, dann lassen sich die vier Dimensionen im Begriff der Medienkompetenz folgendermaßen näher bestimmen:

***Es gibt Filme, die sind besser als das Buch.***

### **Dimension 1: Medienkritik**

Medienkritik umfaßt die Fähigkeit, Medien sowohl analytisch zu durchdringen (*kognitive Dimension*) als auch ethisch zu qualifizieren (*moralische Dimension*) und weiterhin die Fähigkeit, das je eigene Verhältnis zu Medien und den eigenen Umgang mit ihnen zu reflektieren (*affektive Dimension, Handlungsdimension*). Eine kritische Analyse der Medien wird sich auf die empirischen Ergebnisse und das Begriffsinstrumentarium der verschiedenen Medienwissenschaften stützen müssen.

Einer zugeordneten *Medienethik* käme die kritische Bewertung von Medienwirkung und Mediennutzung im Horizont anthropologischer Gesamtentwürfe vom Menschen und den aus ihnen entwickelten ethischen Zielsetzungen zu: Was ist und was soll der Mensch in einer Welt der Medien?

Schließlich würde zur Medienkritik die Fähigkeit jedes einzelnen gehören, sich selbst mit reflektierter Distanz als Subjekt und Objekt von Medien zu begreifen.

### **Elektrische Geräte brauchen Strom!**

#### **Dimension 2: Medienkunde**

Medienkunde vermittelt Kenntnisse über die technischen Voraussetzungen von Medien, ihre Funktionsweisen und ihre sachgemäße Bedienung (*kognitive Dimension, Handlungsdimension*). Bei der zunehmenden Komplexheit und Vielfältigkeit der neuen Techniken wird es dabei eher um die sachgemäße Bedienung von Geräten, etwa eines Computers oder eines Großbildprojektors gehen, denn um den Erwerb von technischem Detailwissen. Auch könnte hier das enge Zusammenspiel der verschiedenen Medientechniken in modernen Gesellschaften skizziert und die Rolle des umfassenden Medienensembles für Alltagsgestaltung und praktische Lebensführung anschaulich gemacht werden.

### **Ich sehe fern, aber trotzdem bin ich.**

#### **Dimension 3: Mediennutzung**

Liegt der Akzent bei Dimension 2 auf der technischen Seite der Medienwelt, rückt in Dimension 3 das Subjekt in den Mittelpunkt (*affektive und ästhetische Dimension, Handlungsdimension*).

Zunehmend ist in den letzten Jahren in den Blick gekommen, daß Medienwirkung und Mediennutzung nicht voneinander zu trennen sind. Immer entspricht einer 'objektiven' Wirkung der Medien die subjektive Ebene des persönlichen Bezugs auf Medien, also der Mediennutzung. Unter den zugehörigen Stichwort "Medienbiografie" und "Mediensozialisation" werden Medienwirkung und Mediennutzung als konstituierende Elemente in der Persönlichkeitsentwicklung und Identitätsbildung verstanden.

Da der Einfluß der Medien die gesamte Gesellschaft überformt, gehört in diesen Zusammenhang dann auch die Frage nach den Konsequenzen dieser Tatsache für das gesellschaftliche Zusammenleben (*soziale Dimension*) und die Medienpolitik.

### **Das kann ich auch.**



#### **Dimension 4: Mediengestaltung.**

Der Begriff "Mediengestaltung" betont innerhalb der Medienkompetenz die Komponente des aktiven Umgangs mit Medien (*ästhetische Dimension, soziale Dimension, Handlungsdimension*). Damit ist nicht nur die Fähigkeit gemeint, sich der Medien pragmatisch




zu bedienen, sondern sie als Mittel des Selbstausdrucks, der Erschließung von Welt, der Kommunikation mit anderen und des künstlerischen und schöpferischen Tätigwerdens zu verstehen und zu nutzen.

## **Kommunikative Kompetenz ist mehr**

Fragt man nun, in welchem Zusammenhang der Begriff "Medienkompetenz" mit den Aufgaben und Zielsetzungen des Religionsunterrichtes steht, dann lohnt sich ein Blick auf den in kirchlichen Papieren vertretenen Medienbegriff. Die Magna Charta der kirchlichen Medienarbeit, die Pastoralinstruktion "Communio et Progressio"  von 1971, bestimmt Medien als "Instrumente der sozialen Kommunikation", betont also den Aspekt des Austausches zwischen Gruppen und die Rolle der Medien bei der Gemeinschaftsbildung. Von Christus heißt es dort sogar, er sei ein "Meister der Kommunikation" .

Macht man sich bewußt, daß *Kommunikation* ein anthropologischer und theologischer Schlüsselbegriff ist und die Medienkommunikation in ihm nur einen Teilbereich bildet, dann spricht vieles dafür, die Medienkompetenz in einen umfassenderen Kompetenzbegriff einzubinden.

Hier liegt die Aufgabe des Religionsunterrichtes in der gegenwärtigen Diskussion. Da er auf dem Hintergrund einer theologischen Anthropologie die Ausdrucks- und Kommunikationsfähigkeit des Menschen in allen ihren Aspekten in den Blick nimmt und als konstituierend für menschliche Identität versteht, kann er Medienkompetenz als Teilaspekt einer generellen *kommunikativen Kompetenz* konzipieren.

Diese Einschätzung von Medienkompetenz als Teilaspekt von kommunikativer Kompetenz findet sich auch in der 1998 veröffentlichten Gemeinsamen Erklärung der Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche "Chancen und Risiken der Mediengesellschaft: *"Durch Kommunikation - von der persönlichen, zwischenmenschlichen Begegnung bis hin zu den über technische Medien vermittelten Formen - werden Beziehungen und Verbindungen aufgebaut und kommen Prozesse in Gang, die auf die Beteiligten wieder zurückwirken. Personwerdung und Kommunikation sind unauflöslich verknüpft."* .

Indem die Gemeinsame Erklärung nach der "*Menschen dienlichkeit*" von Medien und Mediennutzung fragt, gibt sie die Richtung für eine Pastoral vor, die die kommunikationstechnische Entwicklung unvoreingenommen bedenkt und nach Konzepten sucht, sie individuell und kollektiv an die Bedürfnisse, Fähigkeiten und Alltagssituationen der Menschen rückzubinden, und gleichzeitig die pastoralen Konzepte aber auch im Blick auf die faktische Nutzung der Medien durch die Menschen korrigieren läßt: Vielleicht macht ja Fernsehen nicht dumm, sondern es ist dumm, nicht fernzusehen.

## **Musik, Fernsehen, Kino, Internet: Medien, die Jugendliche nutzen ...**

Eine pastorale Option, der es um die Menschen dienlichkeit der Medien zu tun ist, setzt voraus, daß man sich mit einer gewissen Selbstverständlichkeit und Neugierde auf die Medien einläßt, denn kritische Konzepte sind nur auf der Basis von *eigenen* Erfahrungen und Kenntnissen möglich. Die Forderung, kommunikative Kompetenz zu erwerben, richtet sich also nicht nur an die Schüler, sondern auch an die Lehrer. Man erwirbt sie sich, indem man sich auf Medien tatsächlich einläßt.

In der Medienwelt gibt es zahlreiche Orte, die in dieser Hinsicht für den Religionsunterricht von Interesse sind, d.h., an denen man kommunikative Kompetenz erwerben kann.

Ich möchte vier von ihnen etwas genauer in den Blick nehmen. Es sind Medien-Orte, die vor allem (aber nicht nur) für Jugendliche integraler Bestandteile ihres Lebens sind, Orte also, wo man sie als sie selbst antreffen und von ihnen lernen kann.

### ***It's only Rock'n'Roll (Techno, Hip-Hop, Volksmusik usw.), but I like it***

Der erste dieser Orte ist die (vorwiegend) populäre Musik. Ihre Allgegenwart läßt sie oft nur noch als Soundteppich und Belästigung erscheinen, aber bei näherer Betrachtung erweist es sich, daß populäre Musik in den Biografien der einzelnen wichtige Funktionen übernehmen kann, etwa so:


Ein zufällig in einer für einen selbst bedeutsamen Situation im Radio gespielter Song verbindet sich so eng mit der Tönung und dem Sinn des aktuellen Erlebnisses, daß er bei erneutem Hören auch noch nach Jahren diese Situation plastisch und sinnlich gegenwärtig heraufbeschwört. Insofern leistet hier Musik etwas, was ähnlich von Fotoalben oder Tagebuchaufzeichnungen gesagt werden kann: Sie bewahrt als Erinnerungsspeicher Vergangenes und dient zugleich der sinnhaften Interpretation dieser Vergangenheit.

---

*There's a guy in my block, he lives for rock  
He plays records day and night  
And when he feels down, he puts some rock 'n' roll on  
And it makes him feel alright  
And when he feels the world is closing in  
He turns his stereo way up high*

**Kinks: Rock'n'Roll Fantasy**

---

Dasselbe läßt sich nicht nur bei einzelnen Songs, sondern auch bei ganzen Stilrichtungen in der populären Musik oder bestimmten Musikgruppen beobachten, die nicht nur für einzelne, sondern für ganze Gruppen bestimmend werden, weil sie in einer bestimmten Lebensphase kongenialer Ausdruck spontaner Gefühle, der Stimmungslage bestimmter Gruppen und des kollektiven Zeitgeistes sind. 

### ***An den Lagerfeuern des 20. Jahrhunderts***

Über die Seichtheit des Fernsehangebotes läßt sich in der Regel schnell Einigkeit herstellen und folglich muß es oft als Sündenbock für eine Reihe negativer Entwicklungen herhalten. Auf der anderen Seite ist das Fernsehen im Medienensemble das Leitmedium, das von den allermeisten genutzt und dem die meiste Freizeit gewidmet wird.

Neuere Untersuchungen arbeiten heraus, daß Fernsehen offenbar weit mehr ist, als eine bloße Unterhaltungsmaschinerie, die womöglich auch noch der Verdummung dient: *"Die Hauptaufgabe des Fernsehens - des massivsten Kommunikationsmediums der modernen Gesellschaft - ist es, für die symbolischen Funktionen zu sorgen, die früher nur von den populären Religionen vermittelt wurden. Die weithin voraussagbaren Szenarien von Nachrichten, Fernsehfilmen, Dramen, 'intimen' Talkshows, denen Millionen zuschauen, können ohne weiteres als die Rituale, Kulte, Passionsspiele und Mythen der Moderne gelten."*



Fernsehen besitzt also neben seinem bloßen Unterhaltungswert auch eine Orientierungs- und Stabilisierungsfunktion. Es bestätigt Jugendliche in ihren Überzeugungen, strukturiert den Tagesablauf und bietet Weltdeutungen an. Es ist die Gesellschaft in ihrer Gesamtheit, die hier den Mythos ihrer Gegenwart formuliert, feiert und sogar reflektiert. Insofern kann es nicht nur

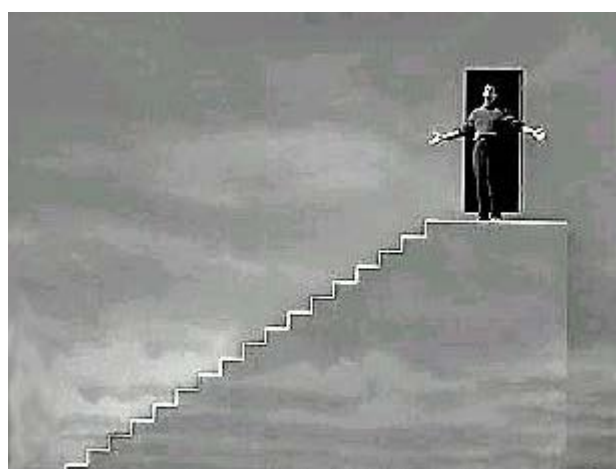
falsch sein, wenn sich die Kinder mit ihren Eltern vor den elektronischen Lagerfeuern sammeln.

### **Die Transzendenz der bewegten Bilder**

Entsprechendes gilt für das Kino. Wer aus Hollywood nur Klamauk erwartet, übersieht die Subtexte des Filmangebotes. Das Kino ist der Ort (und das belegen nicht nur anspruchsvollere Filme wie *Stadt der Engel*, *Rendezvous mit Joe Black*, *Die Truman Show*, *Gattaca* oder *Das süße Jenseits*) wo die Mediengesellschaft breitenwirksam über die letzten Fragen nachdenkt. Dabei ist diese Tatsache als solche schon bemerkenswert, auch wenn viele der dort vertretenen Botschaften und Antworten klischeehaft oder trivial erscheinen mögen.

Die Gefühle, die das Kino hervorruft, die Schönheit, die es zeigt, die Erfahrung von Zeit, die es vermittelt, die Einsichten, die es hervorbringt und die Themen, die es behandelt, haben immer wieder religiösen Charakter.

Und das Kino vermag es, die Aufmerksamkeit für religiöse Themen quer durch Generationen, weltanschauliche Orientierungen und aufgesplitterte Lebenswelten hindurch hervorzurufen. Selbst wenn die inhaltliche Auseinandersetzung über einen Film auf dem kleinsten gemeinsamen Nenner stattfinden sollte, zeigt sich, daß diese Themen interessieren und betreffen. Und der Großteil des Kinopublikums rekrutiert sich aus der Altersgruppe zwischen 15 und 25. 🗨️



*Truman transzendiert die Virtual Reality*

### **What wondrous webs we weave**

Glaubte man manchen Unheilspropheten, müßte man annehmen, das Internet sei erfunden worden, um weltweit Schmutz und Schund zu verbreiten. Natürlich wird dort auch Schmutz und Schund verbreitet (und nicht zu knapp), aber man verstellt sich den Blick für die nicht zu überschätzende Bedeutung dieser Informationsstruktur, wenn man sie von diesen Extremen her zu verstehen sucht.

Vermutlich ist man besser beraten, wenn man ernst nimmt, was Gernot Böhme in einem Aufsatz über das Internet sagt: "*Gewiss ist Cyberspace in einem exoterischen Sinn auch und zuerst ein ubiquitäres Archiv, ein Verkehrsmittel von Zeichen aller Art, ein Kommunikationsmedium, eine Wissensmaschine, ein Entertainment- und Sex-Tummelplatz, ein ideales Theater für multiple Persönlichkeiten und ein optimales Instrument szientifischer Globalisierung. In einem hermetischen Sinn aber ist Cyberspace eine religiöse Sphäre, die allerdings, bezogen auf die Religionen der Welt, ganz unspezifisch und ohne jede theologische oder institutionelle Bindung ist, gleichsam eine anarchische Fluktuation von religiösen Energien.*" 🗨️

Wenn das richtig ist, und vieles spricht dafür, dann verfügen die jugendlichen Nutzer dieser informellen Superstruktur nicht nur über ein neuartiges Instrumentarium zur Erschließung der Welt, sondern machen auch Sinnerfahrungen im Raum einer Religiosität, deren Beziehungen zu den herkömmlichen und vertrauten Ausdrucksformen von Religiosität erst noch bestimmt werden müssen: Im wundersamen Netz kann man sich verfangen, aber eben auch



aufgefangen werden.

### **... und was sie ihnen bedeuten**

Wenn *Information*, *Kommunikation* und *Ausdruck* zentrale Bedürfnisse beschreiben, dann lassen sich auch die Beispiele *Musik*, *Fernsehen*, *Kino* und *Internet* mit Hilfe dieser Begriffe näher erschließen. Was an ihnen ist für die Bestimmung von *kommunikativer Kompetenz* von Interesse?

### **Vom Glauben an die Information**

Die Gegenwart glaubt an die **Information**: Ist man umfassend informiert, trifft man auch die richtigen Entscheidungen. Von daher werden gerne vor allem die *Informationsmöglichkeiten* des Internet so gerne betont. Dieses Informationspotential ist Jugendlichen bewußt. Sie gebrauchen es als ein universales Auskunftsmedium, das durchaus auch in Konkurrenz zur Schule steht und eigene Autorität entfaltet.

Auch das *Fernsehen* hat, obwohl es in erster Linie als Unterhaltungsmedium auftritt, seine Bedeutung als Informationsquelle. Zwar informiert es weithin "oberflächlich", aber es transportiert explizit und vor allem implizit in allen seinen Sendeformen ein Bild unserer Welt wie sie ist, wie sie sich versteht und wie unsere Gesellschaft sie verstehen will.

Weniger relevant im Blick auf Sachinformationen ist der *Spielfilm*, obwohl er natürlich wie jedes Medium immer auch Tatsachen und objektive Gegebenheiten vermittelt. Seine Stärke liegt jedoch eher im Transfer von Problemen und Einstellungen, also von gewerteten Informationen.

Am schwierigsten dürfte es sein, den Informationsgehalt von *Musik* zu bestimmen, wenn man Information nicht auf eine technisch quantifizierbare Größe verkürzen will. Aber auch bei Musik kann man davon ausgehen, daß sie Information über die Zeit, über deren Stimmungen und über das Bewußtsein anderer Menschen enthält, die nur auf diesem Weg zugänglich sind.

### **Wir bleiben im Gespräch ...**

Information an sich stellt keinen Wert da. Wert bekommt sie erst *in kommunikativen Zusammenhängen*. Für die genannten Beispiele läßt sich das leicht belegen.

Ganz offensichtlich ist der Kommunikationsaspekt von populärer *Musik*. Sie funktioniert in allen Gestalten als Mittel der Kommunikation mit einem selbst und den eigenen Gefühlen, als Signal, mit dessen Hilfe man die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe mitteilt (das gilt auch für jemanden, der sich als Messiaen-Verehrer outet) und sich damit von anderen abgrenzt, und als Kommunikationsform innerhalb einer Gesellschaft und zwischen den Kulturen.

Beim *Fernsehen* liegt der Schwerpunkt auf der Alltagskommunikation. In vielerlei Hinsicht führt es das unablässige Gespräch, in dem wir uns mit unserer Umgebung befinden, auf einer gesamtgesellschaftlichen Ebene fort. Wie das Alltagsgerede ist dieser Strom an Bildern und Worten oft banal, aber trotzdem wichtig und sogar lebensnotwendig. Es versichert uns Tag für Tag und unaufhörlich, daß unsere Welt Bestand hat und man ihrer Normalität vertrauen kann. Deshalb kann man die Freude von Kindern und Jugendlichen an Fernseh-Serien durchaus auch positiv interpretieren: Sie tauchen in eine Welt ein, die gleichbleibenden und zuverlässigen Regeln folgt und in der sie sich problemlos orientieren können.

Ein *Kinobesuch* ist eine andere Kommunikationsform als ein Fernsehabend, sowohl was die äußere Gestaltung als auch was die Form des Mediums betrifft. Ist für das Fernsehen das unaufhörliche "Strömen" typisch, stellt der Film eher ein herausgehobenes Ereignis da. Man wählt den Film, den man sich ansieht, sehr viel gezielter aus als eine Fernsehsendung, bringt ihm gewisse Erwartungen entgegen und kommt mit einer anderen Nutzergruppe ins Gespräch. Spielfilme sind oft auch im allgemeinen Bewußtsein sehr viel präsenter als bestimmte Fernsehsendungen und deshalb leichter zitierbar oder als Referenz für eine bestimmte Position zu verwenden. Für Jugendliche bildet das Kino einen entscheidenden Ort des Austausches über die Dinge des Lebens.

Die Bedeutung des *Internet* in kommunikativen Zusammenhängen resultiert vor allem aus seiner egalitären Struktur, der Tatsache nämlich, daß es ein Medium mit Rückkanal ist (man kann direkt auf seine Angebote reagieren) und daß der Unterschied zwischen Autor und Leser in ihm verschwindet. Im Prinzip kann jeder Leser hier auch ein Autor sein.

*Eric Raymond* hat das in der Gegenüberstellung von "Kathedrale" und "Basar" anschaulich gemacht (☺): Die gegenwärtigen Kommunikationsstrukturen bevorzugen das Modell des Basars: Das Gespräch aller mit allen. Es ist nicht weiter verwunderlich, daß eine Generation, die selbstverständlich mit einem solchen Modell aufwächst, hierarchisch konzipierten und autoritätsorientierten Modellen kritisch gegenübersteht.



"Die Kirche denkt nicht mehr um. Dachte ich. Und dann hörte ich diese Predigt"

Die Katholische Kirche spricht von Gott

Wir sind nicht nur sonntags da

Konzept 1: Kathedrale

### ***Alles Subjektive ist auch objektiv. Und umgekehrt***

Kommunikation erfolgt immer auf der Basis objektivierten Sinnes. Man kann sich nur mitteilen, indem man seinen Gedanken oder Gefühlen in einer Form **Ausdruck** verleiht, auf die sich andere Menschen beziehen können. Subjektivität wird in Objekte des Ausdrucks verwandelt.

Wer *Musik* macht, bringt sich selbst, seine persönlichen Stimmungen, aber auch musikalische Strukturen zum Ausdruck. Derjenige wiederum, der Musik rezipiert, wird sie immer auch als Ausdruck und Mitteilung anderer Subjekte verstehen. Für Jugendliche ist es selbstverständlich, sich über Musik auszudrücken, weil sie mitteilen wollen, wer sie sind und was sie fühlen.

Die *Fernsehwelt* als Sinnkonstrukt und Zeichensystem stellt ein höchst komplexes Gebilde dar, dessen Konglomerat von Ausdrucksformen in seiner Gesamtheit kaum zu analysieren ist. Sicher ist jedenfalls, daß seine Gestalt auch Ausdruck der Gesellschaft, ihrer Überzeugungen, ihrer Optionen und ihres Willens ist, sich in allen ihren Facetten mitzuteilen, selbst wenn die Autoren dieses Ausdrucks nicht ohne weiteres zu bestimmen sind und in ihren Ausdrucksmöglichkeiten natürlich auch an die technische Form des Mediums gebunden sind. Tendenziell bleibt das Fernsehen jedoch ein von "oben" nach "unten" gerichtetes Massenkommunikationsmittel, wenn auch Bürgerfernsehen und Videogruppen an Schulen belegen, daß es auch in umgekehrter Richtung genutzt werden kann.

Der *Spielfilm* stellt ein Ausdrucksmittel dar, das anderen Konventionen als das Fernsehen folgt. Der Film hat immer darum gekämpft, als Kunstform anerkannt zu werden und dieses Ziel inzwischen auch erreicht. Im Spielfilm drücken sich persönliche Subjektivität, kollektive

Erfahrungen und sinnstiftende Symbolwelten in formal anspruchsvollerer und disziplinierter Weise aus, als das im Fernsehen gewöhnlich der Fall ist. Man kann deshalb den Film als ein Ausdrucksphänomen betrachten, das signifikante Aussagen über den Bewußtseinszustand ganzer Gesellschaften macht. Amerika hat Vietnam vor allem im Kino diskutiert. Wenn also ein Film wie *Titanic* zum gigantischen Erfolg wird, dann auch, weil er etwas zum Ausdruck bringt und nicht nur, weil er mit einer großen Werbekampagne lanciert wurde. Selbst weit banalere Filme lassen als Ausdrucksphänomene Rückschlüsse auf objektive Gegebenheiten und subjektive Befindlichkeiten zu.



**Konzept 2: Basar**

Im *Internet* hat die Fähigkeit und das Bedürfnis der Menschen sich auszudrücken und ihrer Subjektivität kommunizierbare Objektivität zu verleihen, seinen vorläufigen Höhepunkt gefunden. In ihm, das kann man ohne Übertreibung sagen, laufen nahezu alle Ausdrucksformen zusammen, geraten in Kontakt miteinander und beginnen sich gegenseitig zu beeinflussen. Die Rede von der Entstehung eines "globalen Gehirns" unterstreicht, daß diese Tatsache

zunehmend bewußt wird. Der "Cyberspace" scheint sogar die Tendenz zu besitzen, zum "reinen" Ausdruck zu werden zu wollen, der die Rückbindung an die Welt und ihre Erfahrungen verliert und reiner Geist zu sein behauptet. Die Tatsache, daß sich jeder eine Homepage einrichten kann, auf der er weltweit seine Hobbys und Lieblingsplatten kundtut, ist jedenfalls nicht nur albern. Prinzipiell betrachtet macht dieses Phänomen wie wenige andere anschaulich, daß noch die komplexesten Sinnsysteme auf der Subjektivität und Ausdrucksfähigkeit der einzelnen beruhen.

### ***Auf dem Weg zu einer Theologie der Kommunikation***

Die Theologie brauche, so fordert die Pastoralinstruktion *Aetatis Novae*, eine Anthropologie und Theologie der Kommunikation, auch um selbst offener zu werden und das Evangelium besser verkünden zu können (💬). Diese Theologie müßte das begriffliche Instrumentarium zur Verfügung stellen, mit dem der Religionsunterricht die Medienkompetenz in eine umfassendere kommunikative Kompetenz einordnen kann, aber sie existiert erst in Ansätzen.

Ihre pastorale Zielsetzung allerdings ist klar: Sie muß die Lebensdienlichkeit der Medien reflektieren, in dem sie diese an entscheidende Lebensaufgaben und Zielsetzungen rückbindet: an die Entwicklung und Behauptung der eigenen Identität, an die Interpretation und Bewältigung von Wirklichkeit, an das Leben der Gemeinschaften, an die symbolischen und begrifflichen Ausdruckstraditionen und an ethische Vorgaben wie die Herstellung von Gleichberechtigung und die Wahrung der menschlichen Würde.



*Traditionelle Medienpädagogik*

Was könnte eine solche Theologie zu den Schlüsselbegriffen Information, Kommunikation und Ausdruck zu sagen, wenn man sie als theoretische Basis für die Auseinandersetzung mit der Medienthematik im Religionsunterricht begreift?

Folgende Schwerpunkte scheinen mir wichtig:

### ***Jede Information ist auch eine Botschaft***

Information wird im theologischen Horizont immer als Mitteilung oder Selbstmitteilung betrachtet, der man Vertrauen schenken kann und Vertrauen schenken darf, weil sie erklärt, orientiert, heilt oder tröstet. Deshalb ist dort nicht von 'reiner' Information, sondern von Lebenswissen, Orientierungswissen, Erfahrungswissen, von Rettung und Heil usw. die Rede.

Damit führt ein theologisch konzipierter Informationsbegriff direkt zur Frage nach dem Verhältnis der Subjekte zur Information und wird sich kritisch gegen einen positivistischen Informationsbegriff wenden, der den persönlichen Bezug des einzelnen zu den Informationen, die ihm begegnen, außer acht läßt.


Deshalb ist ein Thema wie das der *Medienbiographie* im Religionsunterricht von größter Bedeutsamkeit, weil sich an Medienbiografien ablesen läßt, in welcher Weise sich Menschen auf welche Art von Informationen beziehen und wie sie mit ihrer Hilfe Weltdeutungen und Lebenskonzepte entwerfen und Lebenssinn entdecken.

Auch ein theologischer Begriff wie "Kairos" gehört hierher, denn Wissen braucht die richtige Zeit und den richtigen Ort, um als bedeutsam für einen selbst wahrgenommen werden zu können. Von daher kann das Internet soviel Informationen enthalten wie es mag, entscheidend ist der je eigene Zugriff auf diese Informationen im Horizont der Lebenssituationen in denen man sich befindet.


Kein anderes Fach hat so klar ein reflektiertes Bewußtsein von der Notwendigkeit der 'Fleischwerdung' des Wortes wie der Religionsunterricht, denn eine Wahrheit, die sich nicht in der Relativität von Lebensgeschichte, konkretem Ort, kulturellem Kontext und bestimmter Zeit artikulieren kann, bleibt ohne Bedeutung für Bewußtsein und Handeln.

### ***Kein Ich ohne Austausch***

Entsprechendes gilt auch für den Kommunikationsbegriff. Die theologisch gedachte Kommunikation beschäftigt sich nicht mit dem Transfer von Informationen, sondern mit dem

Aufbau der Identität von einzelnen und Gemeinschaften. Kommunikation bezeichnet den lebensnotwendigen Austausch mit allem, was uns umgibt, angefangen vom permanenten materiellen Austausch zwischen unseren Körpern und der Natur bis hin zum subtilen Austausch des menschlichen Geistes mit den höchsten Ausdrucksformen von Kunst und Kultur und der Kommunikation mit Gott. Theologie versteht Kommunikation immer auch als offenen Prozeß und nicht als technischen Regelkreis: Kommunikation ist offen für die Einsicht in das Vergangene, aber genauso offen für das absolut Neue; sie kann gelingen, und sie kann scheitern. Nur in Kommunikationsprozessen können wir zu uns selbst kommen. Gerade deshalb muß der Religionsunterricht den modernen Kommunikationsprozessen in ihrer technisch vermittelten Ausprägung alle Aufmerksamkeit zuwenden. Wie definieren sich Kinder, Jugendliche, Eltern, Familien, Interessengemeinschaften usw. in einer mobilen, dynamischen, global vernetzten Informationsgesellschaft? 

### **Das Sakrament des Ausdrucks**

Im Anfang war das Wort. Der Philosoph *Alfred North Whitehead* behauptet deshalb: "*Ausdruck ist das eine grundlegende Sakrament. Er ist das äußere und sichtbare Zeichen einer inneren und spirituellen Gnade.*"  Nimmt man diese Aussage ernst, und die ganze Theologie baut auf ihr, von der Überzeugung daß die Schöpfung ein Ausdruck Gottes ist bis hin zum Sakramentsbegriff und dem Verständnis von Kirche als einem "wirkenden Zeichen", dann liegt nichts näher, als das entsprechende theologische Begriffsinstrumentarium auch auf die modernen "wirkenden Zeichen", auf die Medien nämlich, anzuwenden. Man kann die ganze Medienentwicklung als gigantische Steigerung des menschlichen Ausdrucksvermögens betrachten, dessen 'sakramentaler' Charakter erst noch zu entdecken ist.

Für die Vermittlung dieser Tatsache ist der Religionsunterricht ein wichtiger Ort. Er sieht sich vor der doppelten Aufgabe, das Neue tatsächlich als neu zu begreifen, und gleichzeitig Vertrautes in die Tradition einzuordnen und an den richtigen Platz zu rücken. Es zeigt sich heute, daß die "Natur des Menschen" noch nicht ausgeschöpft oder endgültig definiert ist. Wer wir alle sind und mit welchem Ergebnis die von uns geschaffene Ausdruckswelt wieder auf uns zurückwirkt, ist noch lange nicht ausgemacht.

### **Kommunikative Kompetenz als Gegenstand und Handlungsziel des Religionsunterrichtes**

Ich habe den spezifischen Beitrag, den der Religionsunterricht zur Medienproblematik leisten kann, am Konzept einer *kommunikativen Kompetenz* festgemacht. Sie besitzt für den Religionsunterricht zwei Dimensionen: eine theoretische und eine pragmatische. Religionsunterricht ist daher nicht nur derjenige Ort im Fächerkanon, der einen klaren Begriff von kommunikativer Kompetenz haben muß, sondern ebenso der Ort, wo diese Kompetenz tatsächlich vorhanden sein sollte und sich im gemeinsamen Lernabenteuer von Eltern, Lehrern und Schülern praktisch bewährt. Voraussetzungen dazu wären meiner Meinung nach u.a.





*Neue Medienkompetenz*

### **- die Neugier auf Neues**

Medienaskese und Kulturpessimismus sind keine geeigneten Strategien, um die gegenwärtige Entwicklung zu begreifen und zu erschließen. Betrachtet man als Religionslehrer aber die explosionsartige Zunahme von Ausdrucksphänomenen aller Art als Zeichen für das Wirken des Geistes, dann verwandelt sich die Medienlandschaft in einen ungeheuren Raum von neuen und neuartigen Zugängen zu Menschen und ihren Geschichten und Erfahrungen. Kommunikative Kompetenz auf Seiten des Lehrers bezeichnet also die Fähigkeit, die Medienwelt angemessen zu "lesen" und in ihrer Metastruktur zu begreifen.

### **- das Vertrauen auf die Tradition**

Das Heil des Religionsunterrichts liegt nicht in einer wie immer gearteten Anpassung, sondern im Rückgriff auf die theologische Tradition. Weil der Glaube von seinen Ursprüngen bis heute "medial" vermittelt wurde (und auch gar nicht anders vermittelt werden konnte), über Worte, Geschichten, Symbole, Zeichen, Kommunikationsprozesse usw., besitzt er eine geschichtliche gewachsene und umfassend reflektierte kommunikative Kompetenz. Glaube ist die Fähigkeit, dasjenige Wissen zu erkennen, festzuhalten und sich zustimmend zu ihm zu verhalten, das eigenes Leben erschließt und gelingen läßt. Was wäre wichtiger für Schüler, als in einer Flut von Informationen zustimmungsfähiges Wissen entdecken zu können?

---

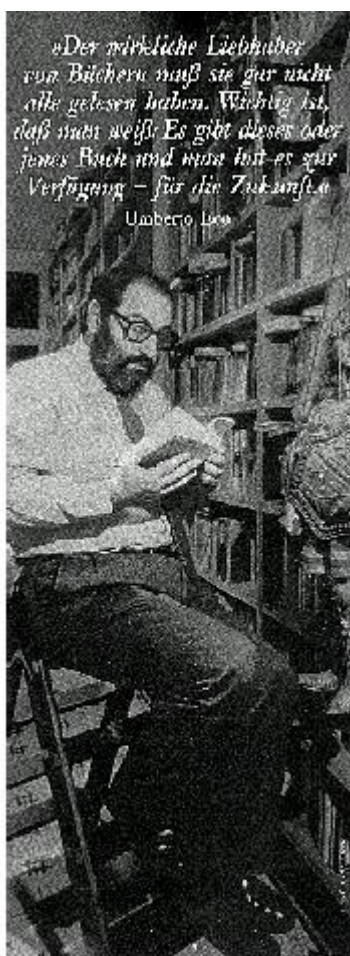
*Don't want to spend my life,  
living in a rock 'n' roll fantasy  
Don't want to spend my life  
living on the edge of reality  
Don't want to waste my life,  
hiding away anymore  
Don't want to spend my life,  
living in a rock 'n' roll fantasy...*

## Notwendige Korrekturen: Die Kinks

### - die Begründung von Identität

Ein Schlüsselbegriff für den Religionsunterricht heißt Identität und meint die Identität des einzelnen wie der Gemeinschaft. Eine Identität zu bilden, sie im Wechsel stabil zu halten und immer wieder neu zu begründen, ist vielleicht die schwierigste Aufgabe, die sich mit dem Leben in einer Informationsgesellschaft stellt. Wie die Wirklichkeit in immer mehr nur lose verbundene Subsysteme zu zerfallen scheint, so der einzelne als "multiple Persönlichkeit" in zahlreiche Rollen, die kaum miteinander in Verbindung stehen. Für den Religionsunterricht gilt es also, im Kosmos der Alternativen und Möglichkeiten, den die Medienwelt darstellt, sicheren Grund und lebbar Konzepte zu entdecken, die es erlauben, im Wirbel von Bildern, Worten und Tönen man selbst zu werden und zu bleiben.

### - das Bewußtsein der Grenzen



**Positive Aspekte der Medienflut**


Im Religionsunterricht wird notwendiger Weise das große Thema der begrenzten Zeit angeschlagen, in der sich unser Leben vollzieht. In einer Mediengesellschaft kommt es ihm deshalb zu, die Beschränktheit der Lebenszeit als bestimmenden Faktor für den Umgang mit Informationen zu thematisieren. Mag auch das Internet den Eindruck der zeitlosen Gegenwart alles Wissens erwecken, so bleibt die Allwissenheit doch eine Fiktion. Die prinzipielle Beschränktheit dessen, was ein einzelner wissen kann, bleibt eine Rahmenbedingung menschlichen Lebens. In der Gegenwart ist das Problem nicht im Mangel an Möglichkeiten zu sehen, sondern in deren Überfluß. Wie also muß gelingendes Leben in einem Meer der Informationen, Möglichkeiten und Alternativen konzipiert werden?

### - die Wertschätzung des Ausdrucksvermögens

In einer Welt der Ausdrucksphänomene scheint es überflüssig, selbst noch einmal auszudrücken, was andere bereits besser und vollständiger artikuliert haben. Deshalb muß der Religionsunterricht den absoluten Wert des Subjektiven behaupten und verteidigen. Kommunikative Kompetenz begreift jeden individuellen Ausdruck als Wert für die Gemeinschaft. Auch das schon transhuman erscheinende Kommunikationsgeflecht der Gegenwart

geht letztlich auf die Erfahrungen von einzelnen und deren Wunsch und Fähigkeit sich auszudrücken zurück. Die Frage lautet immer: Wer hat mit welchen Mitteln welche Erfahrung ausgedrückt und in welchem Sinne beziehe ich mich selbst auf den objektivierten Ausdruck anderer, um wiederum mich selbst in dadurch veränderter Weise auszudrücken?

Es könnte einem auch schwindelig werden, wenn man sich die Chancen und Risiken der Mediengesellschaft vor Augen führt und vielleicht sogar fürchtet, ein theologischer Zugriff auf sie sei nun nicht gerade das, was am dringendsten ist. Ich bin anderer Ansicht. Nur auf dem Hintergrund eines anthropologisch und eben auch theologisch konzipierten Begriffs von kommunikativer Kompetenz verliert der Begriff Medienkompetenz seinen doch eher

instrumentellen Charakter und läßt sich als Kultur- und Lebenstechnik begreifen, die nicht nur neuartige, sondern auch traditionelle Elemente hat. Um mit *Whitehead* zu schließen: "*Auf die Dauer ist nichts so effektiv wie eine massive Koordination des Überlieferten.*" (  )