

* Beitrag von Manfred L. Pirner

* Interview mit dem Online-Forum Medienpädagogik

Fernsehreligion im Schnittfeld von Medienpädagogik und Religionspädagogik

MANFRED L. PIRNER

Religiöse Aspekte der Medien – der strukturelle Aspekt (implizite Religion)

In ihrem amüsant-tiefsinnigen Buch „Hilfe, die Herdmanns kommen“ (Hamburg 1974) erzählt Barbara Robinson, wie die Herdmann-Kinder – „die schrecklichsten Kinder aller Zeiten“ – die Weihnachtsgeschichte von einer Mutter aus der Gemeinde vorgelesen bekommen, weil sie bei dem Weihnachtsspiel der Gemeinde mitspielen sollen ohne die Geschichte bisher jemals gehört zu haben.

„Und siehe, des Herrn Engel trat zu ihnen“, fuhr Mutter fort, „und die Klarheit des Herrn leuchtete um sie, und ...“

„Batman!“ schrie Hedwig (Herdmann), warf die Arme auseinander und ohrfeigte dabei das Kind neben ihr.

„Wie bitte?“ fragte Mutter. (...)

„Aus dem Dunkel der Nacht erschien Batman, der Rächer der Entrechteten...“

„Ich weiß nicht, wovon du sprichst, Hedwig“, sagte Mutter. „Das ist der Engel des Herrn, der zu den Hirten auf dem Feld kommt.“

„Aus dem Nichts?“ fragte Hedwig. „Aus dem geheimnisvollen Dunkel der Nacht, ja?“

„Na ja.“ Mutter sah etwas unglücklich aus. „Gewissermaßen.“

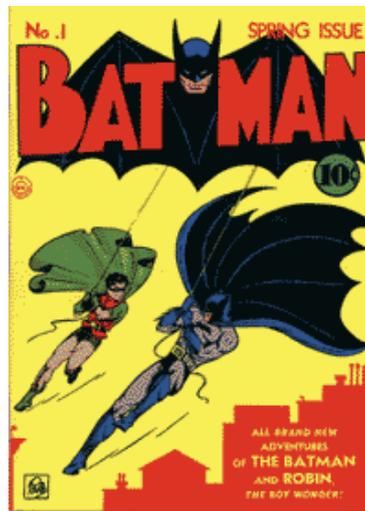
Hedwig setzte sich wieder hin und sah sehr zufrieden aus. So, als ob das endlich ein Teil der Weihnachtsgeschichte wäre, den sie verstand.

Diese Episode macht exemplarisch deutlich, womit religiöse Erziehung und insbesondere schulischer Religionsunterricht heute immer stärker zu rechnen haben: Vorerfahrungen der Kinder und Jugendlichen, die religiöses Lernen beeinflussen, stammen zu einem großen Teil aus den Massenmedien bzw. aus der durch diese vermittelten Populärkultur.

In unserem Beispiel zeigt sich außerdem, dass hier nicht nur religionsunabhängige, alltagsweltliche oder allgemeinschliche Erfahrungen im Spiel sind, die gleichsam die Grundfolie darstellen, auf der religiöse Erziehung aufbauen könnte, sondern die aus Comics und Filmen bekannte Batman-Gestalt trägt selbst bereits religiöse Züge: Batman kämpft mit übernatürlicher Macht einen unentwegten Kampf gegen das Böse, immer wieder erlöst er die Menschen und die Welt von dem Bösen, das sich breit machen will. Und oft muss er selbst dafür leiden. Er muss sein eigenes Leben einsetzen um es zu schaffen. Das Grundmuster der Batman-Geschichte ist das der christlichen Heilsgeschichte der Batman-Mythos ist dem christlichen Erlösermythos sehr ähnlich. Deshalb liegt Hedwig Herdmann gar nicht so falsch, wenn sie Batman mit dem Weihnachtsengel in Verbindung bringt.

Man kann hier von „impliziter Religion“ sprechen: Auch wenn in der Batman-Geschichte nirgends ausdrücklich von Gott oder Religion die Rede ist, nimmt sie Strukturen und Elemente aus der religiösen Tradition auf. Kinder und Jugendliche, die die Batman-Geschichten immer und immer wieder lesen, begegnen in ihnen also zumindest Bruchstücken der christlichen Tradition. Schauen wir uns noch ein Beispiel dafür an.

Vom Erfinder der Kino-Filmreihe „Star Wars“, dem Amerikaner George Lucas, weiß man, dass er die Story ganz bewusst an die Grundstruktur religiöser Mythen ange-



lehnt hat, wie sie der Religionswissenschaftler Joseph Campbell (1949) herausgearbeitet hatte. In „Star Wars“ kämpfen in einer fernen Zukunft auf fremden Planeten die Guten gegen das Reich des Bösen. Ein Junge, ein Jugendlicher erweist sich als der Auserwählte, um das Böse immer wieder zu besiegen. Dabei hilft ihm die mysteriöse übernatürliche „Macht“, eine gute Macht, die allerdings auch eine dunkle Seite hat. „Möge die Macht mit dir sein!“ Mit diesem Wunsch ziehen die Guten in den Kampf gegen die Bösen. Von der Macht erhalten sie übernatürliche Unterstützung, aber sie verlieren diese Unterstützung der Macht, wenn sie ihr reines Herz verlieren, wenn sie Hass und Zorn in sich Raum geben. Sie merken, man könnte problemlos für „die Macht“ den Namen „Gott“ einsetzen.

Viele Millionen Menschen, v. a. auch Kinder und Jugendliche, haben die Star Wars-Filme mit Begeisterung gesehen. Sie sind in diesen Filmen Elementen aus der christlichen Tradition begegnet, sie sind in Fragen um Gut und Böse hineingezogen worden, sie haben sich mit einem Helden identifiziert, der an das Übernatürliche glauben muss, damit er das Böse besiegen kann, der aber auch moralisch integer und menschlich gut bleiben muss, damit ihm das gelingt.

Auch bei den Star Wars-Filmen kann man wieder von impliziter Religion sprechen: Elemente, Motive und Strukturen aus religiösen Erzählungen und Vorstellungen werden übernommen, ohne dass sie direkt als religiös kenntlich sind oder mit einer bestimmten Religion verbunden würden. Das Interessante dabei ist: Die Verwendung von solchen mythischen und religiösen Grundstrukturen und Motiven scheint geradezu eine Erfolgsgarantie für Filme zu sein. Während Religion in herkömmlicher christlicher und vor allem kirchlicher Form immer weniger Anklang findet, boomt die Religion in den Medien.

Ein weiteres Beispiel dafür im Bereich Kino ist der kommerziell sehr erfolgreiche Film „Matrix“. Er war im letzten Jahr ein regelrechter Kultfilm bei Jugendlichen.

Als Beispiel für solche eher implizite, strukturelle Aspekte von Religion in den Medien beziehe ich mich nicht auf einen Ausschnitt aus Star Wars oder Matrix, sondern auf den C&A-Werbeclip „Power“.

Interessant ist bei diesem Film: Bei aller religiöser Symbolik, die er enthält, behauptet der Produzent, mit dem ich mich unterhalten habe, dass er nicht auf Religion „abfahren“ wollte, sondern das Produktionsteam wollte damit tiefe menschliche Sehnsüchte ansprechen und humane Werte darstellen. Als wir diesen Film bei einer theologi-

schen Tagung ansahen, meinte eine Tagungsteilnehmerin: „Manchmal fühle ich mich in meinen religiösen Bedürfnissen von der Werbung besser verstanden als von der Kirche.“ Und andere meinten, statt des Schlusslogo „C&A Young Collection“ könnte genauso gut stehen: „Evangelische Kirche in Deutschland“.

Soviel zum strukturellen Aspekt von Religion in den Medien: Mediengeschichten übernehmen Strukturen und Motive aus dem Bereich der Religion, ohne sie explizit als Religion zu kennzeichnen.

Religiöse Aspekte der Medien – der inhaltliche Aspekt (explizite Religion)

Das Bild auf meiner Titelfolie stammt nicht aus „Star Wars“ und auch nicht aus „Matrix“, sondern aus der Science-Fiction-Fernsehserie „Star Trek“. Aus einem Kinofilm zur Serie möchte ich Ihnen nun einen Ausschnitt zeigen als Beispiel dafür, dass auch *explizite* Religion in populären Filmen vorkommt. Im fünften Star Trek-Kino-Film mit dem Titel „Am Rande des Universums“ wird das Raumschiff Enterprise von dem hochintelligenten Vulkanier Zybok in seine Gewalt gebracht, der mit ihr ins Zentrum der Galaxie fliegen will, wo er den sagenhaften Planeten „Shaka Re“ vermutet.



Kapitän Kirk aus dem Raumschiff Enterprise

Dieser soll der Ort sein, an dem die Schöpfung begann und wo dementsprechend Gott zu finden ist. Alle halten Zybok für verrückt, aber mit dem gekaperten Raumschiff und dessen Besatzung macht er sich auf die Suche nach Gott. Nachdem sie die „große Barriere“ überwunden haben, fliegen Zybok, der Kapitän der Enterprise, Kirk, der Erste Offizier Mr. Spock und der Schiffsarzt Dr. McCoy mit einer Raumfähre auf den sagenhaften Planeten in der Hoffnung dort Gott zu finden.

Es ist interessant, dass etwa seit den 1990er Jahren verstärkt explizite religiöse Themen, Motive und Symbole in der massenmedialen Popularkultur vorkommen. Besonders auffällig ist das in der Pop- und Rockmusik, über die es mittlerweile etliche theologische und religionspädagogische Bücher gibt (vgl. Pirner 2001). Und ebenso auffällig ist die verstärkte Verwendung von religiösen Symbolen in der Werbung.

Zumindest kurz streifen möchte ich die Frage: Wie lässt sich die Tatsache, dass verstärkt religiöse Motive in der Popularkultur auftauchen, erklären? Es hat zweifellos etwas zu tun mit dem veränderten Zeitgeist-Klima. In einer Zeit der

Während Religion in herkömmlicher christlicher und vor allem kirchlicher Form immer weniger Anklang findet, boomt die Religion in den Medien.

weitgehend gesättigten Konsummärkte werden Sinn- und Wertfragen immer wichtiger. Das gilt um so mehr angesichts des fragwürdig gewordenen Fortschrittsoptimismus, dem zerbrochenen Glauben an eine immer humaner werdende Menschheit, zusammengefasst: angesichts einer an sich selbst zweifelnden Moderne (die deshalb von der „Postmoderne“ spricht).

Religiöse Aspekte der Medien – der funktionale Aspekt

Dieser Aspekt lässt sich nicht ganz so gut veranschaulichen, sondern erschließt sich eher kultur- anthropologischen, soziologischen oder religionswissenschaftlichen Analysen. Auf den Punkt gebracht lässt sich ihr Ergebnis so formulieren: Die modernen Massenmedien haben für die Gesellschaft insgesamt und für die einzelnen Individuen Funktionen übernommen, die früher die Religion wahrnahm. Welche Funktionen sind gemeint?

Zum Beispiel diese:

Religion vermittelt den Menschen einen Zusammenhalt, weil sie eine gemeinsame Weltanschauung teilen. Ähnlich vermitteln die Medien und ihre Geschichten Grundzüge einer gemeinsamen Weltsicht. Sie vermitteln die grundlegenden Werte und Überzeugungen unserer Kultur. Die Massenmedien halten unsere Kultur zusammen und sorgen mit dafür, dass sie an die Kinder und Jugendlichen weitergegeben wird.

Religion bietet durch ihre Geschichten und Rituale einen vorübergehenden Ausstieg aus der Alltagswelt in eine ganz andere Welt. Durch diese Transzendierung des Diesseits auf ein Jenseits hin erscheint das Diesseits, die Alltagswelt, unser Leben in dieser Welt in einem anderen Licht. Auch die Medien ermöglichen solche temporären Ausstiege aus der Alltagswelt. Sie lassen Distanz zum täglichen Leben gewinnen, so dass dieses dann in einem anderen Licht erscheinen kann.

Religion, und besonders die christliche Religion, geht von einem Gott aus, der uns ständig begleitet, der treu und verlässlich ist, den wir immer anrufen können und der uns an seinem ewigen Leben teilhaben lässt. In ähnlicher Weise erscheinen Medien wie das Fernsehen oder das Internet als eine ewiger Lebensstrom, in den ich mich jederzeit einschalten kann, an dem ich jederzeit teilhaben kann.

Einen Aspekt der Religionsähnlichkeit der Medien möchte ich hier noch erwähnen, weil er mir sehr hilfreich erscheint, um die Medien besser zu verstehen. Er stammt von dem englischen Medienforscher Roger Silverstone. Silverstone (1981) weist darauf hin, dass der Bereich der Mythen und Rituale in einfachen Kulturen den Sinn

hat, zwischen dem Alltagsbewusstsein – also dem, was wir „gesunder Menschenverstand“ nennen – und dem Außeralltäglichen, dem Angstmachenden, dem Irrationalen, dem Unbegreiflichen oder Faszinierenden zu vermitteln. Das Chaotische und Unfassbare wird durch religiöse Mythen und Rituale in eine Ordnung gebracht, wird dadurch fassbar und bearbeitbar gemacht. Genau das machen laut Silverstone die Medien, allen voran das Fernsehen: Vor allem in Krimis, Fantasyfilmen, Science Fiction- oder Horrorfilmen begegnen wir immer wieder dem Angstmachenden, Irrationalen, Unbegreiflichen, Bedrohlichen und Faszinierenden. Und diese Filme helfen uns, damit fertig zu werden, indem sie es in eine Ordnung einfügen, indem sie zeigen, dass man damit fertig werden kann, indem in jedem Film am Ende das Gute über das Böse siegt, die vertraute Ordnung wieder hergestellt wird, das Chaotische und Irrationale überwunden wird.



haben laut Silverstone die Medien, allen voran das Fernsehen: Vor allem in Krimis, Fantasyfilmen, Science Fiction- oder Horrorfilmen begegnen wir immer wieder dem Angstmachenden, Irrationalen, Unbegreiflichen, Bedrohlichen und Faszinierenden. Und diese Filme helfen uns, damit fertig zu werden, indem sie es in eine Ordnung einfügen, indem sie zeigen, dass man damit fertig werden kann, indem in jedem Film am Ende das Gute über das Böse siegt, die vertraute Ordnung wieder hergestellt wird, das Chaotische und Irrationale überwunden wird.

Folgerungen für Theologie und Religionspädagogik – 6 Thesen

Ich fasse noch einmal zusammen und komme zu zwei ersten Thesen:

Die Medien haben in dreifacher Weise mit Religion zu tun.

1. Sie haben teilweise *Funktionen* übernommen, die traditionell die Religion erfüllte.
2. Die Medien, ihre Geschichten und Inszenierungen sind in ihren *Strukturen* religiösen Mythen und Ritualen ähnlich.
3. In den *Inhalten* der Medien kommen häufig Elemente aus der christlichen oder andersreligiösen Tradition vor sowie Themen, die traditionell religiöse Themen sind.

Meine *erste These* – eine religionssoziologische These – lautet:

Die Vorstellung, dass unsere westliche Kultur weitgehend säkularisiert ist und im Großen und Ganzen ohne Religion auskommt, muss korrigiert werden. Religion ist nicht ausgestorben, wie noch Gesellschaftstheoretiker in den 1960er und 1970er Jahren meinten vorhersagen zu können, sondern ihre Gestalt hat sich gewandelt. Auch unsere hochindustrialisierte, spätmoderne Kultur scheint, wie alle Kulturen auf der Welt, „Religion“ in einem weiten Sinn zu brauchen.

Daran knüpft meine *zweite These* – nun eine religionspädagogische These – an: Weil das so ist, können wir nicht länger davon ausgehen, dass die Kinder und Jugendlichen, die in unserer Kultur aufwachsen, mehrheitlich vollkommen säkularisiert, also in puncto Religion unbeschriebene

Die modernen Massenmedien haben für die Gesellschaft insgesamt und für die einzelnen Individuen Funktionen übernommen, die früher die Religion wahrnahm.

Blätter sind. Sondern sie erfahren sozusagen eine „religiöse Mediensozialisation“; ihre religiösen Bedürfnisse werden von den Medien aufgenommen, ihre religiösen Vorstellungen werden von den Medien geprägt. Deshalb können religiöse Bildung und Erziehung nicht an den Medienerfahrungen der Kinder und Jugendlichen vorbei. Deshalb muss sich die Religionspädagogik mit den Medien beschäftigen, nicht nur weil Medienerziehung etwas Wichtiges ist und allseits gefordert wird, sondern *aus ganz genuin religionspädagogischen* Gründen. Religiöse Bildung und Erziehung muss mit den Medienerfahrungen der Kinder und Jugendlichen rechnen.

Nun stellt sich die Frage, wie die Religion der Medien, oder die „Medienreligion“, wie manche sagen, theologisch zu beurteilen ist. Ist das nicht eine Ersatzreligion, welche die authentische, traditionell gewordene Religion verdrängt? Werden die jungen Leute durch die Medienreligion nicht letztlich doch vom Glauben an Gott abgehalten und zum Medienkonsum verführt? Und sind nicht die Medienerfahrungen Erfahrungen aus zweiter Hand, welche die eigentlich wichtigen „realen“ Erfahrungen behindern?

Ich kann hier nur in Kürze einige Aspekte aus der gegenwärtigen Forschung und Diskussion andeuten. Zunächst hat jede Medienerfahrung einen ambivalenten Charakter, d. h. wie sie wirkt, lässt sich nicht genau voraussagen oder festlegen. Beim Betrachten eines Films, der viele Gewaltszenen enthält, werden die meisten von der Gewalt abgeschreckt und in ihrer Friedlichkeit bestärkt, bei manchen erhöht sich aber auch die eigene Aggressivität und Gewaltbereitschaft. Es hängt vom Umfeld der Filmschauenden, von ihrer Familie, von ihren Freunden ab. Ähnliches wird man auch für die religiösen Aspekte der Medien sagen können: Natürlich kann sich der Medienkonsum zur regelrechten Sucht auswachsen, und die häufigen Darstellungen einer innerweltlichen Erlösung, die ohne Gott auskommt, kann die Skepsis gegenüber dem christlichen Glauben verstärken. Und gerade die häufige Verbindung von Gewalt mit einem erlöserhaften Kampf für das Gute in den Medien kann bedenkliche Folgen für die Einstellung der Kinder und Jugendlichen haben, die sich das immer wieder „reinziehen“. Hier ist Kritik und theologische Auseinandersetzung angebracht.

Andererseits bieten die religiösen Aspekte der Medien aber auch besondere Chancen. Sie bieten zunächst einmal die Chance, wahrzunehmen, was überhaupt an religiösen Bedürfnissen oder an existentiellen Fragen bei den Menschen da ist. Und sie können selbstkritisch fragen lassen, welche Aspekte von Religion wir vielleicht in unserem kirchlichen Christentum oder in unserer christlichen

Frömmigkeit vernachlässigt haben.

Dass wir heute in den Medien eine Sehnsucht nach dem Mythischen, nach einer Wiederverzauerung der allzu nüchtern gewordenen Wirklichkeit und nach einer umfassenden Deutung der Welt erleben, hängt meines Erachtens direkt damit zusammen, dass sich die christliche Theologie des 20. Jahrhunderts zu eng auf Entmythologisierung und persönlich-individuellen Glauben konzentriert hat. Und wenn man sich die multimedialen, meist sehr gefühlsintensiven und zum Teil auch körperbetonten Inszenierungen der massenmedialen Popularkultur ansieht, dann wird einem vielleicht verstärkt bewusst, wie einseitig verkopft, wie arm an Sinnlichkeit und Körperlichkeit unsere Gottesdienste und unsere Glaubensformen gerade im protestantischen Bereich geworden sind. Erinnern Sie sich an die Aussage der Tagungsteilnehmerin: „Manchmal fühle ich mich in meinen religiösen Bedürfnissen von der Werbung besser verstanden als von der Kirche.“

Schließlich können wir uns auch durch die Wahrnehmung der religiösen Aspekte der Medien ermutigen lassen: Religion ist nach wie vor gefragt, und auch Elemente aus der christlichen Tradition werden erfolgreich in den Medien eingesetzt. Gerade wenn man sich mit Werbemachern unterhält, stößt man manchmal auf Verwunderung darüber, dass die Kirchen nicht mehr mit dem reichen Schatz an Symbolen und Bildern aus der christlichen Tradition anzufangen wissen.

Zusammenfassend ist meine *dritte These* also, dass Theologie und Religionspädagogik nicht lediglich die Aufgabe haben, die Medien zu kritisieren, sondern vor allem auch von ihnen lernen können und sich von ihnen herausfordern lassen können.

Eines geht nach meiner Auffassung nicht – und damit bin ich bei meiner *vierten These*: Wir können nicht Medienerfahrungen und so genannte „authentische Erfahrungen“ oder gar „religiöse Erfahrungen“ gegeneinander ausspielen. Hier hat uns die neuere Forschung im Bereich der Psychologie und Erkenntnistheorie bewusst gemacht, dass alle unsere Erfahrungen durch unsere Sinne und unser Gehirn vermittelt sind, also so etwas wie unmittelbare Erfahrungen gar nicht möglich sind. Und was die christlich-religiösen Erfahrungen angeht, sollten wir uns daran erinnern, dass sie wesentlich auf Erfahrungen mit dem Medium Bibel beruhen, also auf Medienerfahrungen. Die göttliche Wirklichkeit, von der wir uns im Glauben leiten lassen, hat, ähnlich wie die Wirklichkeit der Medien, fiktive oder virtuelle Züge, insofern wir sie nicht direkt mit unseren Sinnen wahrnehmen können oder durch wissenschaftliche Verfahren beweisen können. Das neue Ernstnehmen von Medienerfahrungen und fiktionalen Medien-erzählungen in Wissenschaft und Pädagogik eröffnet also gerade auch neue Chancen für das Ernstnehmen von religiösen Erfahrungen – und von religiöser Bildung.

Ich meine also – meine *fünfte These* –, die Alltags-

Das neue Ernstnehmen von Medienerfahrungen und fiktionalen Medien-erzählungen in Wissenschaft und Pädagogik eröffnet also gerade auch neue Chancen für das Ernstnehmen von religiösen Erfahrungen - und von religiöser Bildung.

medien bieten für religiöse Bildung und Erziehung vor allem *Anknüpfungspunkte* und *Impulse*, um mit Kindern und Jugendlichen über Grundfragen menschlicher Existenz und über religiöse Fragen ins Gespräch zu kommen.

Konkret geht es in der religionspädagogischen Arbeit – und das ist meine *sechste und letzte These* – einmal um ein vertieftes (verlangsamtes) *Wahrnehmen* von Medien und Medienprodukten (auch ihrer religiösen Aspekte und deren Herkunft), um ein besseres *Verstehen* ihrer kulturellen (z. T. religiösen) Funktionen und ein *aktiv-kreatives Verarbeiten* und *eigenes Gestalten* ihrer Formen und Inhalte, bei dem auch die christliche Tradition mit „ins kritisch-konstruktive Spiel“ kommt (z. B. Mischungen von biblischen und Medien-Geschichten, „Mediodrama“, mediale Bearbeitungen von religiösen Themen). In religiöser Bildung und Erziehung sollten in, mit, unter und außer der Beschäftigung mit den Medien immer auch *positive Alternativen zum Medienkonsum* deutlich werden (v. a. für das Bedürfnis nach Lebensintensität, Identitätsfindung, Sinn- und Wertorientierung).

Im Gespräch mit der Medienpädagogik werden hier vor allem die über 20-jährigen religionspädagogischen Erfahrungen mit dem Konzept der *Symboldidaktik* eingebracht werden können. Dem symboldidaktischen Ansatz geht es darum, sowohl Symbole der Alltagswelt als auch solche der religiösen Tradition durch die Förderung mehrdimensionalen Verstehens sowie die Anbahnung eines vielschichtigen Wirklichkeitsverständnisses zu erschließen. Den Hintergrund bildet die Einsicht, dass unsere tiefsten existenziellen und anthropologischen Grundfragen (woher komme ich, wohin gehe ich, welchen Sinn hat mein Leben usw.) sowohl in der biblisch-christlichen Tradition als auch in den Film- und Fernsehmythen in einer stark symbolischen Sprache bearbeitet werden.

Ein weiterer Aspekt, den die Religionspädagogik in die medienpädagogische Diskussion einzubringen hat, ist das Ziel der medienbezogenen Förderung der religiös-weltanschaulichen kognitiv-strukturellen Entwicklung der Kinder und Jugendlichen. Während die Stufenmodelle der kognitiven Entwicklung (Piaget) und die der moralischen Entwicklung (Kohlberg) in der Medienpädagogik (etwa bei Tulodziecki 1997) berücksichtigt werden, scheinen die Modelle der religiösen Entwicklung von Oser/Gmünder und Fowler (vgl. Oser/Gmünder 1984; Fowler 1991) außerhalb der Religionspädagogik wenig bekannt zu sein. Gerade angesichts der massiven magischen und mythischen Anteile zahlreicher populärer Filme dürfen aber Fragen nach der Entwicklung religiöser Vorstellungen und Urteile nicht länger vernachlässigt werden. Und umgekehrt lässt sich die begründete, wenn auch noch empirisch zu verifizierende Vermutung aufstellen: Wer über differenzierte und „aufgeklärte“ religiöse Vorstellungen verfügt,

wird sich auch mit einem anderen Anspruchsniveau den Film- und Fernsehmythen zuwenden.

Es ist in diesem Sinne zu hoffen, dass in nächster Zeit der Dialog zwischen Medienpädagogik und Religionspädagogik verstärkt in Gang kommt. An der PH Ludwigsburg sind wir, wie ich meine, hier auf einem guten, vielversprechenden Weg.

Literatur

Campbell, Joseph, *The Hero with a Thousand Faces*, New York (First Edition 1949) Second Ed. (Princeton Univ. Press) 31973 (= dt. *Der Heros in tausend Gestalten*, Frankfurt/M. 1953; Suhrkamp 1978; Insel Tb. 1999).

Fowler, James W., *Stufen des Glaubens. Die Psychologie der menschlichen Entwicklung und die Suche nach Sinn*, Gütersloh 1991.

Oser, Fritz / Gmünder, Paul, *Der Mensch – Stuen seiner religiösen Entwicklung. Ein strukturalgenetischer Ansatz*, Zürich/Köln 1984.

Pirner, Manfred L., *Fernsehmythen und religiöse Bildung. Grundlegung einer medienerfahrungsorientierten Religionspädagogik am Beispiel fiktionaler Fernsehunterhaltung* (= Beiträge zur Medienpädagogik 7), Frankfurt/M.: Gemeinschaftswerk der Ev. Publizistik 2001.

Pirner, Manfred L., *Symbolische Kommunikation gibt zu lernen. Aspekte einer medienpädagogisch relevanten religionspädagogischen Symboldidaktik*, in: Jürgen Belgrad / Horst Niesyto (Hg.), *Symbol. Verstehen und Produktion in pädagogischen Kontexten*, Baltmannsweiler: Schneider Vlg. Hohengehren 2001, 86–93.

Pirner, Manfred L., „Möge die Macht der Medien mit dir sein ...“ – Religiöse Aspekte und die Herausforderung für Bildung und Erziehung, in: *medien + erziehung* 44 (2000), H. 6, 343–347.

Pirner, Manfred L., *Batman & Co.: Über die religionspädagogische Bedeutung von Mediengeschichten*, in: *KatBl* 126 (2001), H. 3, 160–166.

Pirner, Manfred L., *Religion als medial konstruierte Wirklichkeit. Anmerkungen zum Verhältnis von Medienerfahrungen und religiöser Bildung aus einer konstruktivistischen Perspektive*, in: *Zeitschrift für Pädagogik und Theologie* 51 (1999), H. 3, 280–288.

Silverstone, Roger, *The Message of Television. Myth and Narrative in Contemporary Culture*, London u. a. (Heinemann Educational Books) 1981.

Tulodziecki, Gerhard, *Medien in Erziehung und Bildung. Grundlagen und Beispiele einer handlungs- und entwicklungsorientierten Medienpädagogik*, 3. überarb. u. erw. Aufl. Bad Heilbrunn 1997 (bis zur 2. Aufl. 1992 unter dem Titel „Medienerziehung in Schule und Unterricht“.

Prof. Dr. Manfred L. Pirner lehrt evangelische Theologie und Religionspädagogik an der PH Ludwigsburg.

Das Online-Forum Medienpädagogik

Medienpädagogik in der Schule, das ist der Traum der einen und etwas wie ein Albtraum der anderen. Dringende Notwendigkeit zum Aufgreifen, Bearbeiten und Reflektieren von Medienerfahrungen, zum Entwickeln von Medienkompetenz ist Basis der einen Argumentation; enge Lehrpläne, fehlende Zeit, Kompetenz und Ausstattung bilden die Grundlage von Frust und Zweifel auf der anderen Seite.

Das Online-Forum Medienpädagogik (OFM), unlängst mit dem Grimme-Preis für Online-Angebote ausgezeichnet, bietet neben grundlegenden theoretischen Bezügen eine wahre Fundgrube an Anregungen, Tipps, Beschreibungen von erfolgreichen Projekten und Verknüpfungsmöglichkeiten im Lehrplan, um eigene kleine und große Projekte mit medienpädagogischem Anspruch und verschiedenen Medien durchzuführen. Hierbei wird in den Angeboten auf die unterschiedlichen Vorkenntnisse und Erfahrungen von Lehrerinnen und Lehrern ebenso flexibel eingegangen, wie verschiedene Voraussetzungen in einzelnen Schulen bedacht werden.

Dr. Christian Hörburger, Projektleiter des Online-Forums Medienpädagogik, und Axel Burkhardt, Redakteur beim OFM, gaben uns in einem Interview Auskunft.

Was ist das Online-Forum Medienpädagogik?



A. Burkhardt: Das **Online-Forum Medienpädagogik** ist ein Angebot, dessen Zielgruppen vor allem Lehrerinnen und Lehrer, aber auch Eltern und Schüler/innen sind. Interesse am Angebot haben aber auch Lehramtsstudierende und Studierende mit dem Schwerpunkt Medienpädagogik.

Unser Ziel ist es, diese Gruppen möglich umfassend über das Thema Medienpädagogik zu informieren. Dazu halten wir eine Vielzahl von direkt abrufbaren Informationen bereit, die sich im Wesentlichen in vier Bereiche gliedern lassen.

Der erste Bereich besteht in einer **Bibliothek**, bei der es sich wohl um die größte Volltextbibliothek zum Thema Medienpädagogik im deutschsprachigen Raum handelt. Sie enthält vor allem Hintergrundinformationen zu diesem Thema.



Chr. Hörburger: Diese Hintergrundinformationen bestehen vor allem in Auszügen aus einschlägigen Büchern. Die Artikel sind in der Regel etwa 30 bis 35 Seiten lang, so dass man nach der Lektüre einen Eindruck vom Autor bzw. vom Buch hat.

Ein großes Problem dabei ist die Frage der Abdruckrechte. Aber es haben sich im Laufe der Zeit gute Kooperationen ergeben.

Bei den Veröffentlichungen handelt es sich nicht um praxisorientierte Artikel, sondern um einen Querschnitt von medienpädagogischer Forschung sowie Jugendforschung?

Chr. Hörburger: Wenn Sie beispielsweise Antwort auf die Frage haben wollen: „Wie ist das duale Rundfunksystem in den 80er Jahren entstanden?“, dann können Sie dazu fundierte Artikel in unserem Angebot finden und außerdem noch einige Audiofiles dazu. Oder: „Was ist die Geschichte des Hörspiels“. - Sie würden erfahren, dass das Hörspiel mit Hans Fleschs „Zauberei auf dem Sender“ am 23. Oktober 1924 angefangen hat. Sie könnten die Geschichte des Hörspiels weiter verfolgen bis zur Vergabe des Hörspielpreises der Kriegsblinden im Jahre 2002.

Die Materialien eignen sich nicht nur, um eine schulische Unterrichtseinheit vorzubereiten, sondern liefern Hintergrundinformationen im weitesten Sinn der Medienpädagogik.

Und im zweiten Bereich, der Werkstatt, kann man sich dann vermutlich konkrete Hilfestellungen für die Medienarbeit holen?

A. Burkhardt: Genau. In der **Werkstatt** gehen wir ganz konkret in die praktischen Anleitungen. Hier kann sich Lehrer Franz Maier, der mit seiner Klasse ein Hörspiel machen will und noch nie ein Mikrofon in der Hand gehabt hat und auch nicht weiß, was ein Aufnahmegerät ist, unsere Audiowerkstatt studieren. Und wenn er sich zwei Tage Zeit nimmt und sich ein wenig anstrengt, wird alles wunderbar klappen.

Chr. Hörburger: Beispielsweise sucht Franz Maier zunächst Antworten auf die folgenden Fragen: „Was ist der Unterschied zwischen Monophonie und Stereophonie? Was ist ein Kunstkopfmikrofon? Was ist eine Kunstkopfaufnah-

me? Was ist ein Hörspiel? Wir möchten ein Dokumentarhörspiel am Stuttgarter Hauptbahnhof mit der 10. Klasse machen: Was haben wir zu beachten in technischer Hinsicht, was können wir falsch machen?“

Da haben wir im **Audio-Bereich** einiges anzubieten: alles, was mit dem Ohr, also mit der Sinneswahrnehmung zu tun hat, also beispielsweise: „Was bedeutet Hören?“ Den Audio-Bereich haben wir ganz bewusst unterstrichen, weil akustische Phänomene heute in der Medienpädagogik gern unterschlagen werden.

Eine größere Bedeutung wird derzeit dem **Videobereich** beigemessen. Dort gibt es z. B. Hinweise, wie man einen Videofilm schneidet, worauf man dabei achten muss, was man alles falsch machen kann und wie man es dann richtig macht. In diesem Bereich der Werkstatt haben wir eine Kooperation mit dem Haus des Dokumentarfilms in Stuttgart <http://www.hdf.de> abgeschlossen und die Kollegen dort um Beiträge gebeten, die wir wissenschaftlich oder auch technisch nicht abdecken können. So gibt es beispielsweise einen Beitrag von diesen Kollegen, der die Geschichte des Dokumentarfilms nach 1945 auf wenigen Seiten dokumentiert.

Und findet man denn in diesen Bereichen auch Beispiele in Form von Audio- oder Videofilms?

Chr. Hörburger: Selbstverständlich. Dort gibt es unglaublich viel an Möglichkeiten und Beispielen. Was in diesen Bereichen auch stark genutzt wird, sind verschiedene Lexika, von denen wir repräsentative Auszüge einstellen durften, so z. B. die Standardwerke der Filmlexika aus dem Metzler-Verlag oder dem Hanser-Verlag. Dazu gehören auch längst vergriffene Bücher wie „Reclams Hörspielführer“, den es nicht mehr im Handel gibt und der sonst nur noch in guten Spezialbibliotheken einzusehen ist.

Ein sehr gern angenommenes Kapitel ist auch der Bereich **Sprechen und Schreiben**, eine Sprechwerkstatt, oder man könnte auch allgemeiner sagen: eine Art Rhetorikwerkstatt. Dort werden Fragen behandelt wie: „Was bedeutet es einen Vortrag in der Klasse vorzubereiten, als Lehrer, als Schüler? Wie kann man sich der politischen Rhetorik unserer Politiker in Bonn, Berlin und anderswo nähern? Wie kann man solche Reden analysieren? Was bedeutet es, wenn ein Redner zum Beispiel dauernd (so wie ich jetzt) mit der Brille spielt? Wie interpretieren wir das als Lehrer: Ist das geschickt, ist das ungeschickt, was bedeutet das?“ In diesem Bereich kooperieren wir mit dem Seminar für allgemeine Rhetorik an der Universität Tübingen; bei Prof. Dr. Walter Jens haben wir uns wichtige Anregungen geholt und auch einige Texte von ihm eingestellt. In diesem Bereich haben wir vielleicht die umfangreichsten Tondokumente, also etwa Politikerreden von Charles de Gaulle,

Konrad Adenauer, Helmut Kohl, Joschka Fischer bis George Bush. Wir haben viele politische Reden drin, die man mit der Klasse analysieren könnte, als Audiofile oder, wenn man es gemütlicher haben möchte, auch als PDF-File. Die Grundlagen der Rhetorik aus der Antike sind in der Werkstatt integriert, z. B. Ciceros Ausführungen zur Rhetorik, so dass also auch der „klassische Lehrer“, der vor allem seine lateinischen Vorbilder kennt, vielleicht damit aus seiner Stubenecke hervorgeholt werden kann.

A. Burkhardt: Ein weiterer Bereich, der in Deutschland wahrscheinlich noch in den Anfängen steckt oder jedenfalls noch nicht so populär ist wie in den USA beispielsweise, ist der Komplex **Creative Writing**. Dort werden Themen behandelt wie: „Wie lerne ich ganz praktisch schreiben? Wie kann ich das als Lehrer vermitteln?“ Dazu haben wir auch eine Reihe fundierter Informationen, weil wir gerne möchten, dass dieses Thema hier populärer wird.

Vielleicht noch ein Ausblick: Für die Werkstatt planen wir einen **Multimedia-Bereich**. Dort sollen dann Anleitungen gegeben werden wie: „Wie mache ich eine Internetseite? Wie kann ich Audio- oder Videodokumente digitalisieren und damit online gehen?“ Dort sind wir aber gerade erst in der Entwicklungsphase.

Weiterhin planen wir noch einen konzentrierten theoretischen Überbau, der das Thema Medienpädagogik auf eine allgemeine, vielleicht auch etwas wissenschaftliche Art und Weise einführen soll. Dazu gibt es zwar auch schon etwas in unserem Angebot verteilt, aber wir wollen es auch noch zusätzlich an einer Stelle komprimiert anbieten.

Welche weiteren Angebote gibt es denn noch im Online-Forum Medienpädagogik?

A. Burkhardt: Dann haben wir noch einen wichtigen Bereich **Projekte**. Dort stellen wir Projekte vor, die in den letzten Jahren überwiegend an baden-württembergischen Schulen gelaufen sind. Damit wollen wir Anregungen geben für Lehrer und Lehrerinnen und zeigen, was denkbar und was möglich ist und was bei einem solchen Projekt herauskommen kann. Zu den Projekten gehören ausführliche Beschreibungen: Dabei stellen wir natürlich nicht nur das Ergebnis vor, sondern dokumentieren auch den Prozess: „Wie kam es dazu, wie wurden die Lehrpläneinheiten eingeteilt, was für Materialien wurden verwendet?“

Unterstützend hierzu gibt es einen ganz wichtigen Bereich – **Lehrplan**. Wir haben den baden-württembergischen Lehrplan durchsucht nach Themen, die sich aus unserer Sicht für den Einsatz medienpädagogischer Methoden anbieten würden.

Zum Beispiel: Bei der Vorbereitung des kommenden Schuljahres sitzt ein Lehrer in den Som-

merferien: „Ich bin Hauptschullehrer, ich habe nächstes Jahr eine 8. Klasse im Unterrichtsfach Deutsch.“ Wenn er diese Angaben in unsere Suchfunktion im Bereich Lehrplan eingibt, bekommt er eine Liste. Da sagen wir ihm: „Bei Unterrichtseinheit 2, 7, 9 und 11 besteht eine gute Chance medienpädagogische Methoden einzusetzen.“ Und wir sagen nicht nur, dass dort eine Chance besteht, sondern zu diesen Themen bieten wir auch entsprechende Literatur an und Projekte, die bereits gelaufen sind. Und dann haben wir auch medienpraktische Informationen dazu.

Und gibt es darüber hinaus noch Hinweise für interessierte Lehrerinnen und Lehrer, die praktische Unterstützung brauchen?

Chr. Hörburger: Wir hatten einmal vor, ein Patenkonzept zu entwickeln. Wir wollten die Möglichkeit einrichten, dass zu bestimmten Themen oder Problemen Lehrer und Lehrerinnen angesprochen werden, die auf diesem Gebiet schon einschlägige Erfahrungen gesammelt haben. Leider konnten wir dies aus personellen und vor allem finanziellen Gründen nicht verwirklichen. Geblieben ist uns sozusagen nur eine große Adressdatenbank. Diese ist geordnet nach Einrichtungen, bei denen man Ratschläge und Anregungen einholen kann.

Und gibt es eine direkte Online-Kommunikation, so eine Art Pinnwand, über die man Anfragen und Informationen austauschen kann?

A. Burkhardt: Ja, das gibt es auch. Wir haben nach einer längeren Vorlaufphase ein Forum eingerichtet, das inzwischen schon stark frequentiert wird. Dort können allgemeine Fragen formuliert werden, die dann auch beantwortet werden. Auch wir schauen dort täglich rein und helfen weiter, wo wir können. Das gelingt nicht immer, aber meistens gibt es dann andere „Besucher/innen“ des Forums, die etwas dazu sagen können, so dass kaum eine Frage unbeantwortet bleibt. Wir haben natürlich auch Experten im Hintergrund, die wir im Zweifelsfall direkt ansprechen können.

Außerdem gibt bei uns tolle Foren zu bestimmten Themen, die gut vorbereitet und von speziellen Experten begleitet werden. Diese Experten formulieren Eingangsstatements zu verschiedenen Schwerpunkten, die dann die Grundlage für die weiteren Diskussionen darstellen. Solche Aktionen dauern etwa vier bis sechs Wochen. Beispielsweise haben wir solche Foren zu den Themen „Handy“, „Big Brother“ und „LAN-Parties“ durchgeführt.

Interessant ist, dass sich an solchen Themenforen auch Schüler und Schülerinnen beteiligen und ihre Standpunkte einbringen.

Bei dem Riesen-Angebot, das Sie betreuen und ja auch ständig aktualisieren, brauchen Sie sicher eine ganze Zahl an engagierten Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen. Wie viele Personen gehören denn zu Ihrem Team?

Chr. Hörburger: Rein rechnerisch haben wir vier ganze Stellen plus einige studentische Hilfskräfte, die uns z. B. beim Scannen und beim Bearbeiten der Bilder etc. helfen. Das ist der gesamte Mitarbeiterstamm. Wir hoffen immer, dass das Online-Forum weitergeschrieben wird. Wir selbst haben Ideen genug, um das Angebot weiter auszubauen, und müssten uns dann natürlich personell ausweiten. Aber die Frage ist eigentlich eher, wie man dieses Angebot längerfristig erhalten kann.

Wie hat sich das Online-Forum eigentlich entwickelt? Können Sie vielleicht auch noch etwas zur Geschichte dieses Angebots sagen? Hat es auch eine Vorlaufphase zu dem Projekt gegeben?

Chr. Hörburger: Also angefangen haben wir zu zweit, mit 1 1/2 Stellen.

A. Burkhardt: Angefangen hat es im September 1998, wobei ich selbst erst im November 1998 dazu gestoßen bin. Die Beta-Version haben wir dann im Frühjahr 1999 veröffentlicht und der Server ging offiziell am 20. Dezember 1999 an den Start. Damals gab es aber nur Teilbereiche des heutigen Angebots, z. B. schon den Lehrplan, die Anfänge der Bibliothek, die Galerie war auch mit dabei.

Chr. Hörburger: Und letztes Jahr sind wir dann mit dem Grimme-Preis prämiert worden. Das war für uns bildungspolitisch sehr wichtig, weil wir natürlich auch unter Legitimationsdruck stehen.

Wer sind die Nutzerinnen und Nutzer des OFM und wie nutzen sie die vorhandenen Angebote?

Chr. Hörburger: Das OFM will zunächst Lehrerinnen und Lehrer bedienen, aber es ist auch der wissenschaftliche Nachwuchs an den Universitäten, der uns stark frequentiert. Und durch die Foren sind jetzt die Jugendlichen wieder stark drinnen.

Aber im Prinzip liegen uns keine verwertbaren Daten vor, wie sich die Nutzerstruktur zusammensetzt. Wir können tatsächlich nur spekulieren. Wir machen manchmal Gewinnspiele und haben dann einen Rücklauf, woraus wir vorsichtige Schlüsse ziehen können. Aber das sind Zufallstreffer – um einen Überblick über die Ge



samtheit der Nutzerinnen und Nutzer zu bekommen, müssten wir anders vorgehen. Wir könnten das tun, wenn wir konsequent Cookies einsetzen würden, also unsere User sozusagen besser überwachen samtheit der Nutzerinnen und Nutzer zu bekommen, müssten wir anders vorgehen. Wir könnten das tun, wenn wir konsequent Cookies einsetzen würden, also unsere User sozusagen überwachen würden, herausfinden, wie oft und wann sie zu uns kommen, ob sie regelmäßig wieder kommen, in welchen Abständen und so weiter und so fort. Aber man tut das aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht. Und auch, weil es nicht bei allen Usern und Userinnen so gut ankommt. Allerdings können wir Aussagen treffen zur Zugriffsfrequenz auf unsere Seiten: da haben wir zur Zeit täglich rund 600, 650, manchmal 700 Besucher und Besucherinnen, die tatsächlich auf unserer Page sind und im Monat mehrere moderne Festplatten voll mit Informationen herunterladen - also nicht gerade wenig.

Wie sieht es denn mit Rückmeldung von Nutzerinnen und Nutzer aus?

A. Burkhardt: Die, die wir bekommen, sind zu 98 % positiv, sehr positiv - das freut uns natürlich. Wir haben einen ganzen Ordner voll mit e-mails von Nutzerinnen und Nutzern, die das OFM loben, die den Nutzwert betonen, die uns schreiben, welche Anregungen und Tipps sie fanden und wie sie dies im eigenen Unterricht integrieren oder umsetzen konnten.

Konstruktive Kritik erreicht uns leider nur sehr wenig; es kommt überhaupt nur ganz, ganz selten ein kritischer Brief und dann sind es zumeist Hinweise auf Rechtschreibfehler. Die korrigieren wir dann natürlich, aber es sagt uns leider nicht, in welche Richtung wir uns vielleicht verändern, verbessern und weiterentwickeln könnten oder sollten.

Gibt es in diesen Rückmeldungen Hinweise darauf, wozu die Nutzerinnen und Nutzer in erster Linie auf das Online-Forum zugreifen? Hinweise, ob es in erster Linie Lehrerinnen und Lehrer, Studierende oder Nachwuchskräfte sind, die schon im Bereich der Medienpädagogik aktiv sind, oder ob es auch manchmal Personen sind, die gerade beginnen, medienpädagogisches Interesse zu zeigen?

A. Burkhardt: Man kann ja Suchwörter eingeben und dies ist ein gewisses Indiz für uns. So können wir feststellen, dass allgemein „Medienpädagogik“ häufig erscheint. Oft wird also unter dem Fachbegriff Medienpädagogik etwas gesucht. Sehr häufig wird auch „Film“ abgefragt, was wir eigentlich nur am Rande bedienen wollten. Aber Film und Filmgeschichte, aber auch Fragen zu Medien und Gewalt schei-

nen von großem Interesse zu sein. Auch die Lehrplanbezüge und Foren werden frequentiert, aber es ist zur Zeit schwierig, diese Daten genau zu differenzieren – das könnte in der Tat einmal systematisieren von großem Interesse zu sein. Auch die Lehrplanbezüge, und Foren werden frequentiert, aber es ist zur Zeit schwierig, diese Daten genau zu differenzieren – das könnte in der Tat einmal systematisiert werden.

Glauben Sie, dass es dem Online-Forum gelingt, auch Lehrerinnen und Lehrer anzusprechen und zu medienpädagogischer Arbeit zu motivieren, die das bisher nicht taten? Oder nutzen Glauben Sie, dass es dem Online-Forum gelingt, auch Lehrerinnen und Lehrer anzusprechen und zu medienpädagogischer Arbeit zu motivieren, die das bisher nicht taten? Oder nutzen die Angebote des OFM vor allem die „alten Hasen“?

Chr. Hörburger: Ich vermute, dass auch wir diesem Problem unterliegen, dass das Online-Forum zunächst einmal Personen kennen lernen wollen, die mit Medien schon Berührung hatten, über gewisse Kenntnisse und ein Grundinteresse verfügen. Etwas Engagement braucht man darüber hinaus auch bei unserer Nutzung, weil Eigeninitiative nötig ist, die User nicht alles klein serviert bekommen. Zum Beispiel müssen Nutzerinnen und Nutzer sich im Angebot orientieren, wissen, für welche Bereiche sie etwas suchen, Texte müssen gelesen und Informationen ausgewählt und vor dem Hintergrund eigener Bedürfnisse und Bedingungen bewertet werden. Darüber hinaus müssen Grundkenntnisse in der Nutzung des Internet vorliegen, um das OFM zu erreichen und die Angebote zu nutzen.

A. Burkhardt: Wir versuchen jedoch, das Problem ein wenig anzugehen, indem wir Veranstaltungen direkt an Schulen anbieten, im Rahmen dieser Veranstaltungen das Online-Forum vorstellen und zeigen, wie man es benutzt, wie man es sinnvoll im Unterricht oder bei der Vorbereitung einsetzen kann. Wir sind aber darüber hinaus in der Lage, zu allgemeinen medienpädagogisch relevanten Themen Informationen zu vermitteln und abschließend auf das Online-Forum und die dort angebotenen Möglichkeiten hinzuweisen. Auf diesem Wege versuchen wir, Lehrerinnen und Lehrer zu interessieren und zu motivieren, die bislang sehr wenig Berührungspunkte mit dem Thema Medienpädagogik hatten.

Nach welchen Kriterien wird die Oberfläche des OFM gestaltet?

A. Burkhardt: Also, wir haben geschaut, dass wir möglichst kurze Ladezeiten haben, dass die Userinnen und User nicht ewig warten müssen, bis sich eine Seite aufbaut. Übersichtlichkeit

wurde auch schon angesprochen, das ist natürlich ein zentrales Thema. Eine Intention ist, und ich habe es vorhin auch schon gesagt, dass die Angebote auch schnell auffindbar sind, dass Nutzerinnen und Nutzer eine verbindliche Struktur finden, mit Schlagwörtern, mit Themen.

Und das Schöne ist, dass die Texte und die Projekte gut auffindbar sind, sie sind also frei nach Stichworten durchsuchbar, wir haben aber auch Und das Schöne ist, dass die Texte und die Projekte gut auffindbar sind, sie sind also frei nach Stichworten durchsuchbar, wir haben aber auch einen Katalog, für den wir selber eine hierarchische Struktur entwickelt haben, die uns ganz zweckmäßig erscheint. Hier kommt man auch mit ein paar Mausclicks schon zu akzeptablen Ergebnissen. Das war immer das Ziel, dem User möglichst wenig Stress zu machen und es ihm möglichst einfach zu machen. Bei der Fülle von Angeboten ist es notwendig, solche Strukturierungshilfen zu bieten, damit die User am Ende fündig werden.

So gibt es zum Beispiel einen Zugang über den Lehrplaneinstieg, der ein bisschen portioniert und für ganz Unerfahrene ein vertrautes Vorgehen darstellt. Der Lehrplan ist etwas Bekanntes, womit Lehrerinnen und Lehrer in ihrem Alltag arbeiten. Das ist sozusagen der Schnittpunkt zu unserem Angebot, deshalb haben wir mit recht hohem Aufwand an dieser Verknüpfung von unseren Angeboten mit den Lehrplänen gearbeitet. So ist ein Vorgehen denkbar, zu schauen, was konkret für die achte Klasse, Deutsch angeboten oder vorgeschlagen wird. Das ist dann jedoch noch nichts „Vorgefertigtes und Kleingeschnittenes“, sondern alle Interessierten müssen die Angebote den eigenen Bedürfnissen und Bedingungen anpassen. Aber es gibt eine gewisse Anregung und Orientierung, die Projekte sind schon gelaufen, es kann sich eine Vorstellung entwickeln und das Einlassen auf neue Erfahrungen und Arbeitsformen wird durch diese Anregungen und dargestellten Erfahrungen erleichtert. Wir würden Lehrerinnen und Lehrern konkret empfehlen, vor allem denen, die bisher wenig Berührungspunkte haben, mal in unseren Lehrplan zu schauen. Auch wenn derzeit leider nur die Lehrpläne der allgemeinbildenden Schulen berücksichtigt sind, nicht die von berufsbildenden Schulen, hilft es, auf die Strukturierung, die Angebote und Projekte zu schauen.

Noch ein Punkt zur Gestaltung: Wir haben darauf geachtet, dass wir ausschließlich Produkte einsetzen, ausschließlich Technologien einsetzen, die dem Open-Source-Gedanken entsprechen, und zwar aus mehreren Gründen. Der eine ist, dass wir uns auch ein biss-

chen an den wissenschaftlichen Bereich ange-dockt sehen. Wir arbeiten nicht wissenschaftlich, aber wir stellen die Ergebnisse wissenschaftlicher Arbeit dar. Deshalb war uns zumindest in der Vergangenheit dieser Open-Source-Gedanke sehr wichtig, nämlich die Dinge, die erforscht wurden, wirklich öffentlich zugänglich zu machen und darzustellen.

Was kann zu den Perspektiven des OFM gesagt werden?

Chr. Hörburger: Wir haben ja ein, ich sag mal, hochspezialisiertes Publikum: Lehrerinnen und Lehrer sind für mich Spezialisten, Medienwissenschaftler und Medienpädagogen auch. Es wäre doch schön, für Angebote an diese Zielgruppe noch mehr Fläche und Raum zu haben. Es wäre hilfreich, auch kommunale Einrichtungen mit unserem Angebot zu bedienen, es wäre schön, wenngleich noch unausgereift, vielleicht auch Jugendhäuser zu interessieren, wenn eine entsprechende Plattform auch für sie existiert, so dass also Medienpädagogik nicht nur eine Sache wäre für Gymnasium, Oberstufe oder Spezialisten, sondern auch übergreifend in der Breite aktiv werden könnte. Das wäre so ein Traum, dass man medienpädagogische Arbeit als etwas Selbstverständlicheres anbieten und umsetzen könnte, Kinder, Jugendliche und pädagogisches Personal motivieren und aktivieren könnte. Ich träume davon, dass der Hauptschüler Frieder O. vom Titisee Lust hat zu erfahren, wie die Medien in der Bundesrepublik entstanden sind, was Gewalt in den Medien bedeutet, was dagegen getan werden kann oder wie sich einzelne in die Diskussion und Auseinandersetzung einbringen können. Es wäre langfristig toll, wenn Medienpädagogik Jugendlichen und auch Lehrerinnen und Lehrern nicht als etwas Fremdes erscheint. Es wäre hilfreich, wenn Medienpädagogik sich nach und nach auch als Teil einer kommunikativen Alltagskultur bei gleichzeitigem Austausch im regionalen Bereich etablieren könnte.

A. Burkhardt: Natürlich wäre es darüber hinaus die Erfüllung eines Traums, wenn wir es schaffen würden, die ganzen Plattformen, die sich im Bildungsbereich versammelt haben, zu einer besseren Kooperation zu überreden. Denn wenn man sich eine Karte der Bundesrepublik vorstellt, gibt's viele kleine Inseln, die man alle mit den entsprechenden Internetadressen anwählen kann und die alle auch Datenbanken oder andere Angebote haben. Dort schlummern ganz viele Materialien. Aber diese sind oft ähnlich, bisweilen identisch. Aus der Sicht der Nutzerinnen und Nutzer ist dies unbefriedigend, aber auch die unterschiedlichen Modi der

Nutzerführung, weil alle anders funktionieren. Jedes Online-Angebot hat also seine Oberfläche und seine Suchstrategien, und es wird auch viel Geld ausgegeben, um diese Doppelarbeit zu machen, die teilweise zu identischen Ergebnissen führt. Wenn es machbar wäre, die Ressourcen da insgesamt besser zu bündeln, was technisch nicht so schwierig wäre, da könnten wir gemeinsam eine Entwicklung machen, dann wäre das etwas Wunderbares. Bildungspolitisch weiß ich, wie problematisch ein solches Projekt ist, die Bildungshoheit liegt nun mal bei den Ländern, keineswegs beim Bund und das macht Kooperationen zu fragilen und komplexeren Unternehmungen.

Die Betreiber dieser Server – gleichgültig, ob das jetzt Landesbildungsserver, private oder halbprivate Initiativen sind –, haben natürlich auch ein Selbstverständnis und den Wunsch sich zunächst abzugrenzen und *eigene* Ideen mit *anderen* kompatibel zu machen. Doch da gibt es sehr hohe Hürden. Aber schön wäre eine Bündelung der Angebote dennoch, weil es dann eine einheitliche Plattform für alle Nutzerinnen und Nutzer gäbe. Sie könnten einheitlich nach etwas suchen, sie könnten sich einheitlich informieren, man käme schnell an Informationen und der Nutzwert wäre viel, viel höher als die Summe der Informationen, die wir jetzt schon in Deutschland oder in den deutschsprachigen Ländern haben. Wobei ich gleich dem Eindruck widersprechen möchte, dem Zentralismus das Wort zureden, das ist die andere Gefahr, die hier lauert. Ich bin gegen Bildungszentralismus, aber ich bin für einen kompatiblen Föderalismus.

Das Interview führten Dr. Petra Reinhard-Hauck und Margrit Witzke.