

Manfred L. Pirner

**An der Oberfläche des „Da Vinci Code“ kratzen**  
Was bürgerliche Erwachsene thrillt<sup>1</sup>

Das Buch von Dan Brown, im amerikanischen Original von 2003 mit dem Titel „The Da Vinci Code“, auf Deutsch ein Jahr später unter dem Titel „Das Sakrileg“ erschienen, hat einen beispiellosen Siegeszug hinter sich<sup>2</sup> und war dementsprechend bereits 2006 als Film in deutschen Kinos – diesmal unter dem englischen Titel „Der Da Vinci Code“ – zu sehen.<sup>3</sup> Dieses Medienprodukt bietet nach meiner Einschätzung ein gutes Beispiel für aktuelle Tendenzen medienästhetischer Inszenierungen in der populären Kultur, und zwar umso mehr, weil es in ihm auch inhaltlich um Ästhetik, um Kunst und Symbole und deren Interpretation geht, so dass sich hier auch zeigt, wie ‚erwachsene‘ ‚Hochkultur‘ popkulturell vermittelt wird.

In Buch und Film geht es, grob gesagt, um den Mord an Jacques Saunière, Direktor des Pariser Louvre, der – wie sich später herausstellt – unerkannt Großmeister eines Geheimbundes war, welcher den Heiligen Gral schützt, insbesondere vor Zugriffen der katholischen Kirche. Der amerikanische Harvard-Professor für „Religious Symbology“, Robert Langdon, der sich zufällig zu dieser Zeit in Paris befindet, wird als Experte zu den polizeilichen Ermittlungen hinzugezogen und dann zusammen mit der französischen Geheimdienstagentin und Enkelin von Saunière, Sophie Neveu, von den kriminellen Gralsuchern ebenso wie von der Polizei in einer atemlosen Jagd durch Frankreich und England verfolgt.

- 1 Der vorliegende Beitrag geht auf einen Vortrag zurück, den ich im Januar 2007 bei der Tagung an der PH Ludwigsburg „Medienästhetik in Bildungskontexten“ gehalten habe. Er stellt die leicht überarbeitete Fassung des Textes dar, der im Tagungsband zum ersten Mal veröffentlicht wurde. Vgl. Imort/Müller/Niesyto 2008.
- 2 Der Roman gehört laut mehrfacher Angaben im Internet mit ca. 50 Millionen verkauften Exemplaren weltweit zu den bestverkauften Büchern aller Zeiten.
- 3 Filmographie: „The Da Vinci Code“, USA 2005, Regie: Ron Howard, Drehbuch: Akiva Goldsman, mit Tom Hanks und Audrey Tautou in den Hauptrollen.

### Inszenerung von ästhetischer Erkenntnis als Leitmotiv

Eine erste Szene möchte ich genauer betrachten. Zu Beginn des Filmes hält Professor Langdon in Paris einen Vortrag über Symbole. An drei Beispielen führt er vor, dass Symbole, die wir in einer bestimmten Weise zu deuten gewohnt sind, in anderen Ländern oder zu früheren Zeiten eine ganz andere Bedeutung hatten. Er resümiert: „Wie wir die Vergangenheit verstehen, bestimmt maßgeblich unsere Fähigkeit, die Gegenwart zu verstehen. Aber: Wie scheiden wir die Wahrheit vom Glauben? Wie schreiben wir unsere eigene Geschichte, persönlich oder kulturell, um uns so selbst zu definieren? Wie arbeiten wir uns durch Jahre, Jahrhunderte historischer Verzerrung zurück zur ursprünglichen Wahrheit?“

In dieser Eingangssequenz wird gleichsam präludiert, worum es in der ganzen Geschichte gehen wird: Um ein Neu-Sehen. Das Gewohnte neu und anders sehen und dadurch neue Erkenntnis, neue Orientierung gewinnen. Der Schein des Traditionellen soll durchschaut werden, angebliche Verzerrungen der Geschichte sollen beseitigt werden, die angebliche Wahrheit soll ans Licht gebracht werden. Durch ästhetische Wahrnehmung, durch die Wahrnehmung und neue Interpretation von Symbolen, von Zeichen, von Bildern.

In einer weiteren Szene wird dieses Grundmotiv der Erzählung besonders anschaulich. Es ist die Szene, in der die Protagonistin, Sophie Neveu, von Richard Langdons Freund, Sir Leigh Teabing, in L. da Vincis berühmtes Gemälde des Abendmahls eingeführt wird. Hier entdeckt sie unter Teabings Anleitung voll Überraschung, dass sich auf dem Bild kein Abendmahlskelch befindet, dass der Jünger zur Rechten Jesu ‚in Wirklichkeit‘ eine Frau, nämlich Maria Magdalena ist, dass das Kelchsymbol ‚in Wirklichkeit‘ das Symbol für Weiblichkeit darstellt und somit der heilige Gral kein Kelch ist, sondern ‚in Wirklichkeit‘ Maria Magdalena, die Ehefrau Jesu und Mutter seiner Kinder symbolisiert.

Auch in dieser Szene wird deutlich: Es geht um Erkenntnis, um Erkenntnis durch ästhetische Erfahrung in einem weiten Sinn. Sophie Neveu sieht unter Anleitung von Teabing das Bild anders, sie entdeckt Neues und versteht das Bild und mit ihm einen ganzen Teil unserer Kulturgeschichte anders. Es geht also um Erkenntnis, die durch sinnliche Anschauung gestützt oder bestätigt wird, aber auch um Erkenntnis, die gerade die Manipulierbarkeit und Gewohnheitsabhängigkeit unserer

Wahrnehmung bewusst macht. Wir neigen dazu, das was wir schon immer so gesehen haben auch weiterhin so zu sehen, und es ist schwer, zu einer anderen Perspektive zu kommen.

Es geht in der Erzählung darüber hinaus um Erkenntnis, die immer wieder durch das Decodieren von zunächst geheimnisvollen, rätselhaften Codes geschieht, also darum, aus dem zunächst Undurchschaubaren, scheinbar Bedeutungslosen Bedeutung zu gewinnen. Sophie Neveu gleicht einer Novizin, die in die Geheimnisse traditioneller Symboliken und kulturgeschichtlicher Hintergründe eingeweiht wird. Mit ihr gemeinsam widerfährt dem Leser oder Zuschauer ein Aha-Erlebnis nach dem anderen. „Ach, das ist ja interessant! Das ist mir neu! So habe ich das noch nie gesehen!“ Insofern kann der „Da Vinci Code“ als Bildungsroman gelesen, der Film unter dem Aspekt kultureller Bildung gesehen werden.

Was im „Da Vinci Code“ medial inszeniert wird, lässt sich als ästhetische Erfahrung verstehen in dem Sinn, wie sie James Joyce gefasst und literarisch inszeniert hat: ästhetische Erfahrung als epiphany. Eine Epiphany ist nach Joyce ein in der Alltagswelt überraschend sich ereignendes neues Wahrnehmen, ein Aha-Erlebnis, bei dem einem plötzlich ein Licht aufgeht, man etwas durchschaut, was einem vorher so nicht klar war, z. B. die Vergänglichkeit des Daseins angesichts der zu Weihnachten versammelten Verwandten, wie Joyce sie in einer seiner Kurzgeschichten in der Sammlung „Dubliners“ erzählt.<sup>4</sup>

Was Dan Brown multimedial inszeniert hat, lässt sich andererseits auch fassen mit dem, was der englische Religionsphilosoph und Theologe Ian T. Ramsey als „disclosure“, als Erschließungssituation bezeichnet und womit er das Charakteristische an religiösen Erfahrungen zu fassen versucht. Auch hier geht es um eine besondere, außergewöhnliche Wahrnehmung, eine „odd discernment“, die bewirkt, dass einem plötzlich „ein Licht aufgeht“, dass „das Eis bricht“ oder „der Groschen fällt“ (vgl. Ramsey 1965). Durch diese Wahrnehmung wird einem die Wirklichkeit

4 „Dubliners“ erschien erstmals 1914. Theoretisch hat Joyce seine Vorstellung von epiphany in seinem autobiographischen Roman „The Portrait of the Artist as a Young Man“, Erstveröffentlichung: 1916, dt. „Ein Porträt des Künstlers als junger Mann“ (v. a. im zweiten Kapitel) entfaltet.

auf eine neue und tiefere Weise erschlossen. Ramsey betont, dass eine solche Erschließungserfahrung auch rein ästhetisch bleiben kann, ohne religiös zu werden. Es besteht also eine besondere Nähe zwischen ästhetischer und religiöser Erfahrung, wie sie auch bei James Joyce auszumachen ist: Der Begriff *epiphany*, den Joyce für die beschriebene besondere ästhetische Erfahrung verwendet, stammt ja ursprünglich aus dem religiösen Bereich und bedeutet „Erscheinung“, im engeren Sinn eine Erscheinung göttlicher Mächte oder Gottes selbst, in der christlichen Tradition auch die Bezeichnung für das „Erscheinungsfest/Epiphania“, das am sechsten Januar gefeiert wird. Nach Ramsey wird eine Erschließungserfahrung dadurch religiös, dass sie eine umfassende Verpflichtung oder Lebenshingabe eines Menschen nach sich zieht oder diese verstärkt, ein „total commitment“. Ich meine allerdings, man könnte auch sagen, eine Erschließungserfahrung wird dann religiös, wenn sie eine Gesamtinterpretation von Mensch, Welt und Wirklichkeit impliziert, also gleichsam ein „total world view“, eine umfassende Sinnerfahrung damit verbunden ist.

In diesem Sinn wären die medienästhetisch inszenierten Erschließungserfahrungen im „Da Vinci Code“ als zumindest potenziell religiös zu qualifizieren: Hier geht es nicht nur inhaltlich um Religion, um das Christentum, um die Kirche, sondern es geht tatsächlich auch um eine neue Sicht unserer gesamten Religions- und Kulturgeschichte, die mit einer weit reichenden Umwertung von Werten verbunden ist: Jesus war nicht der Asket, sondern mit Maria Magdalena verheiratet und hatte Kinder, deren Nachkommen heute noch leben; die katholische Kirche versucht – wie immer – die Wahrheit zu verschleiern; in der christlichen Tradition lebt, unerkannt, verborgen und unterdrückt, die heidnische Wertschätzung und Verehrung des Weiblichen fort, das die Kirche so sehr verunglimpft hat, usw. usw.

Ich möchte im Folgenden den drei eben herausgearbeiteten Aspekten bzw. Lesarten der „Da Vinci Code“-Erzählung nachgehen: dem Aspekt der ästhetischen Erfahrung, dem Aspekt der religiösen Sinnerfahrung und dem Bildungsaspekt. Dabei werde ich versuchen herausarbeiten, warum das Buch gerade bei bürgerlichen Erwachsenen so populär geworden ist.

### Ästhetische Erfahrung im „Da Vinci Code“

Die Inszenierungen von Erkenntnissen im „Da Vinci Code“ wurden oben als Inszenierung von „ästhetischen Erfahrungen“ im Sinne von James Joyce bezeichnet. Diese Aussage soll hier differenziert und auch relativiert werden, denn wie in anderen Bereichen, mit denen sich Buch und Film beschäftigen, so klafft auch bezüglich der Darstellung des Ästhetischen m. E. eine Kluft zwischen der populistischen Propaganda einerseits und der faktischen Realisierung und Inszenierung andererseits. Ich möchte eine solche Kluft zunächst in einem anderen Bereich verdeutlichen, wo sie besonders auffällig ist, nämlich in der Frauenfrage: So sehr die Erzählung auf der inhaltlichen Ebene das in der christlichen Kulturgeschichte unterdrückte Weibliche wieder zur Geltung bringen will und somit die Emanzipation der Frau propagiert, bleibt auf der ästhetisch-dramatischen Darstellungsebene die einzige weibliche Protagonistin, Sophie Neveu, in erster Linie die unwissende Novizin, die von den gebildeten weisen Männern in die Geheimnisse der Wahrheit eingewiesen wird – und das, obwohl „Sophie“ ja eigentlich „Weisheit“ heißt und Sophie ja eigentlich eine hochintelligente Geheimdienstmitarbeiterin sein soll. Die Kluft, ja der Widerspruch zwischen Inhalt und dramatischer Inszenierung ist offensichtlich.

Eine ähnliche Kluft sehe ich auch bezüglich des Bereichs der Ästhetik bzw. der ästhetischen Erfahrung. Zwar wird vermittelt, dass Bedeutungen ästhetischen Ausdruck erhalten können, dass ästhetische Formen darum auf ihre Bedeutung hin interpretiert werden können und dass man bei solchen Interpretationen kulturgeschichtliche Hintergründe beachten muss. Es geht aber eben bei all den Kunstwerken und künstlerischen Gebäuden, die in Buch und Film auftauchen nur wenig um deren ästhetische Wahrnehmung im eigentlichen Sinn, um die Wahrnehmung ihrer ästhetischen Gestaltung in ihrem Eigenwert, sondern immer und sehr einseitig um die Entdeckung von Codes, die zu entschlüsseln sind und dadurch eine eindeutige Botschaft preis geben; dabei spielt die Verbalprache meistens die führende, den Blick leitende, die Wahrnehmung erschließende Rolle. Die Erzählung propagiert also mehr die Bedeutung von ästhetischen Gestalten als sie sie wirklich selbst zur Geltung bringt. Anders formuliert: Hochkulturell orientierte Ästhetik wird hier popkulturell inszeniert, d. h. den Bedürfnissen, Erwartungen und Verständnisgewohnheiten eines breiten Publikums angepasst.

Auch Emotionalität gewinnt der Film wie das Buch weniger aus den Kunstwerken selbst, sondern primär aus der dramatischen Inszenierung von Symbolen wie insbesondere zu Beginn durch die Selbstinszenierung des toten Jacques Sauniere; Emotionalität gewinnt er aus der Verfolgungsjagd, die die Geschichte prägt und die Story vorantreibt und Emotionalität gewinnt er aus der provokativen Überraschung, die mit der vorangegangenen Decodierung und Neuinterpretation von Bildern und Symbolen verbunden ist. Ich finde es beispielsweise geradezu enttäuschend, wie wenig der Film die Chance wahrnimmt, beeindruckende Bilder von den im Film auftauchenden Kunstwerken und Kirchenräumen zu vermitteln. Dies entspricht allerdings auch ihrer eher nüchternknappen Beschreibung im Buch.

Die deutlich gewordene Codierungs-Ästhetik auf der einen und die dramatisierende Gefühlsästhetik auf der anderen Seite lassen sich m. E. als zwei typische Ausprägungen populärer Medienästhetik kennzeichnen. Populäre Ästhetik, die Kunst des Volkes bzw. das Kunstverständnis des Volkes sozusagen, fragt von jeher danach, was eine bildliche Darstellung bedeuten soll, oder welche Gefühle sie auslöst. Ähnliches gilt für die Musik. Populäre Musikästhetik versteht Musik vorrangig entweder als Träger eines bedeutungsvermittelnden Textes oder als Vermittlerin von Gefühlen und Stimmungen. Im Film ist sie in aller Regel letzteres. Im „Da Vinci Code“, so lässt sich zusammenfassend sagen, kommt die Kunst kaum zu ihrem eigenen Recht, sondern wird weitgehend funktional als Vermittlerin von zu entschlüsselnden Botschaften und Kulisse der spannungsvollen Handlung eingesetzt.

### Die (religiöse) Suche nach Bedeutung und Sinn

Die Suche nach Bedeutung scheint ein neuer Trend in unserer Gesellschaft im allgemeinen und in der populären Kultur im besonderen zu sein, den der „Da Vinci Code“, wie andere Trends, aufgreift. Die Menschen fragen wieder verstärkt nach Bedeutung, nach Orientierung, nach Sinn und nach „Werten“. Der Hang zur Bedeutungsverweigerung, der Trend zum sinnlosen und manchmal besinnungslosen Hedonismus, zum rein emotionalen Erleben oder zum beliebigen Spiel mit Oberflächen scheint, zumindest tendenziell, gebrochen. Vielleicht sind wir auf

dem Weg von der Erlebnisgesellschaft in eine neue Art Bedeutungs- oder Wertegesellschaft.<sup>5</sup>

Aufschlussreich ist hierfür eine Passage aus dem Buch, in der ein Polizist Robert Langdon gegenüber von einem „glücklichen Zufall“ spricht, dass dieser sich gerade in Paris aufhält. „Langdon war über diesen Zufall alles andere als glücklich; ohnehin hielt er nicht viel von Zufällen. Als ein Mann, der sein Leben der Erforschung verborgener Verbindungen von anscheinend völlig zusammenhangslosen Emblemen und Zeichen verschrieben hatte, betrachtete Langdon die Welt als ein Geflecht vielfältig vernetzter Ereignisse und Geschichten. Die Verbindungen mögen unsichtbar sein, pflegte er den Studenten in seinen Seminaren ... zu predigen, aber es gibt sie trotzdem. Man muss nur ein bisschen an der Oberfläche kratzen.“ (Brown 2004, S. 26)

Damit wird eine menschliche Grundsehnsucht bedient: Dass das Leben nicht lediglich nach dem Zufallsprinzip verläuft, sondern dass es da Verbindungen gibt, Vernetzungen, dass ein Muster entsteht, das eine Bedeutung, einen Sinn hat. Das wird wahrscheinlicher, wenn unser Leben in einer Welt stattfindet, die von solchen Verbindungen und Vernetzungen durchzogen ist, in einer Welt, die von Bedeutung und verborgenem Sinn durchsetzt ist, von Werten, die man entdecken kann. „Man muss nur ein wenig an der Oberfläche kratzen.“

Mit dem Slogan „Werte und Bedeutung“ wirbt beispielsweise die Versandfirma Wenz für Amulette und Münzen mit dem Papst-Konterfei. In ähnlicher Weise werden als „Accessoires“ zum „Da Vinci Code“ Umhänger, Anstecker, Stifte usw. mit Motiven aus der Erzählung in einem Prospekt zum Kauf angeboten. Sogar eine Nachbildung der im Roman beschriebenen und im Film gezeigten „Kryptex“ (einem tresorähnlichen kunstvollen Aufbewahrungsgefäß, das Leonardo da Vinci selbst entworfen haben soll) kann man käuflich erwerben, um das zu tun, wozu der Prospekt auffordert: „Bewahren Sie das Geheimnis des Codes!“ Es

5 Die Deutsche Nationalbibliografie verzeichnet allein für das Jahr 2007 über 70 Sachbuchtitel mit dem Stichwort „Werte“ und knapp 100 zum Stichwort „Sinn“. Vgl. auch einschlägige empirische Untersuchungen wie die von Opaschowski 2006 oder Zeitschriftentitel wie „Neue Sehnsucht nach Werten“ (Stern, Heft 46 vom 09.11.2005).

gehört offensichtlich mit zur Sehnsucht heutiger Menschen nach Bedeutung, dass es eine ganz besondere, eine tiefe, eine geheimnisvolle Bedeutung sein soll. In einer Zeit, in der die letzten Rätsel der Natur und des Menschen als gelöst erscheinen, entsteht ein neues Verlangen nach dem Geheimnisvollen, dessen Wert und Bedeutung vielfältiger sind und tiefer reichen als dass sie durch platte rationale Erklärungen ermessen werden könnten. Der Herausgeber eines Wissenschaftsmagazins wurde vom „Spiegel“ mit dem Satz zitiert: „Titel mit dem Wort ‚Geheimnis‘ verkaufen sich fast von selbst.“ („Der Spiegel“ 13/2003, S. 96. Diesen Hinweis verdanke ich Dressler 2006, S. 47) Die Deutsche Nationalbibliografie verzeichnet allein für das Jahr 2007 knapp 300 Titel mit dem Stichwort „Geheimnis“.

Die Sehnsucht nach Bedeutung, nach Sinn und nach dem Geheimnisvollen lässt sich in dem eingangs angedeuteten weiten Sinn als religiös qualifizieren, weil sie sich auf das Ganze bzw. die Tiefe des Lebens und der Wirklichkeit bezieht. Nicht zufällig wird in der christlichen Tradition Gott als der Geheimnisvolle schlechthin verehrt und gefeiert, der zugleich als der Garant von Sinn und Bedeutung des menschlichen Lebens und der Welt gilt (vgl. z. B. Jünger 2001; Klingner 1994).

Sieht man sich die Art und Weise genauer an, wie im „Da Vinci Code“ mit Geheimnis, Bedeutung und Sinn umgegangen wird, dann erscheint diese allerdings nach wie vor eher einem popularisierten aufklärerischen Erbe und wissenschaftlichen Pathos verbunden als einer neuen Spiritualität. Die hier präsentierten Geheimnisse werden eben gerade nicht „bewahrt“ oder in einer unausschöpflichen Bedeutungs- und Sinn-Vielfalt präsentiert, sondern sie werden gelüftet, durchschaut und – in meist sehr eindeutiger Weise – erklärt. Es ist der Eingeweihte, der Wissenschaftler, der Symbolgelehrte, der die Geheimnisse erschließen kann, und er kann andere in sein Geheimwissen einweihen.

Für Eingeweihte, in diesem Fall Theologen und Religionswissenschaftler, ist hier auffällig, dass im „Da Vinci Code“ nicht nur den gnostischen Evangelien eine besondere Rolle zugewiesen wird, sondern dass eben auch die Rede vom Geheimnis sowie die angestrebte und vermittelte Erkenntnis gnostische Züge aufweist. Die Gnosis bzw. der Gnostizismus war eine religiöse Bewegung, die ihre Blütezeit in den ersten nachchristlichen Jahr-

hundertern hatte. In ihr kommt man durch geheime Erkenntnis zum Heil, durch das Durchschauen der vordergründigen Wirklichkeit, durch die Entdeckung verborgener Geheimnisse. Solche gnostischen Züge, die den „Da Vinci Code“ kennzeichnen, lassen sich auch bei anderen populären Medienerzählungen finden wie z. B. in der Film-Trilogie „Die Matrix“ (USA 1999, 2000). Dort wird die uns so vertraute Alltagswirklichkeit als computer-generierte virtuelle Wirklichkeit durchschaut, und dieses gefährliche Geheimwissen zur Befreiung der Menschheit von ihrer Beherrschung durch Computer eingesetzt. Im Unterschied zur Gnosis bleibt die im „Da Vinci Code“ inszenierte Vermittlung von Erkenntnis allerdings auch dort, wo sie sich auf religiöse Inhalte bezieht, in der kulturgeschichtlichen Bedeutungsdimension. Religiöse Konsequenzen, etwa für den Glauben an Gott oder Jesus, werden nicht gezogen, und auch die heidnischen Alternativen, von denen hier und da die Rede ist, werden nicht wirklich in ihren religiösen Bedeutungen erschlossen. Religiös bedeutsam wird allenfalls die provokative Umdeutung der Wurzeln und der Geschichte des Christentums – vor allem für solche Rezipienten, die selbst religiös bzw. Christen sind. Die Vermutung liegt nahe, dass Dan Brown nicht nur bestimmte Interpretationen, sondern auch manche sachlichen Fehler bewusst in seine Erzählung eingebaut hat, um durch gezielte Provokation die Aufmerksamkeit für sein Buch und damit seine Verkaufszahlen zu steigern. Und er bedient an vielen Stellen vorhandene Klischeevorstellungen, so dass insgesamt deutlich wird, dass es im „Da Vinci Code“ in der Tat weitgehend um die Inszenierung von Bedeutung, und kaum um ‚wirkliche‘ Bedeutung geht.

### Die Inszenierung von „kultureller Bildung“

Eingangs wurde bereits darauf hingewiesen, dass der „Da Vinci Code“ durch die in ihm eröffneten neuen Perspektiven sowie durch zahlreiche eingestreute kulturgeschichtliche ‚Hintergrundinformationen‘ das Gefühl von Bildung vermittelt. Dieses Gefühl wird im Buch unterstützt durch das Vorwort, das mit „Fakten und Tatsachen“ (!) überschrieben ist und wo es unter anderem heißt: „Sämtliche in diesem Roman erwähnten Werke der Kunst und Architektur und alle Dokumente sind wirklichkeits- bzw. wahrheitsgetreu wiedergegeben.“ Ganz in diesem Sinn vermitteln Buch und Film durch ihre ästhetische Inszenierung von Erkenntnisprozessen den Eindruck, dass es um mehr als eine erfundene

Geschichte geht. Es ist offensichtlich, dass hier auf bildungsbürgerliche Bedürfnisse Bezug genommen wird, die zusätzlich eine amerikanische Spitze haben: Es geht um die christlich-abendländische Kulturgeschichte des alten Europa, um Orte wie das Pariser Louvre oder die Londoner Westminster Abbey, die insbesondere für Touristen aus den USA als Inbegriff europäischer Kultur zu den zentralen ‚sightseeing places‘ gehören. Beim Lesen eines spannenden Thrillers nebenbei kunst-, kultur- und religionsgeschichtliche Bildung vermittelt zu bekommen – dieser Eindruck macht sicherlich einen nicht unwesentlichen Teil der Attraktivität des „Da Vinci Codes“ aus.

Es gehörte für mich allerdings zu den größten Enttäuschungen beim Lesen des Buches, feststellen zu müssen, dass die scheinbaren kulturgeschichtlichen Fakten und Hintergründe zu einem großen Teil aus Irrtümern, Falschdarstellungen und schwer haltbaren Spekulationen bestehen. Das Problem dabei ist, dass sie häufig in sehr überzeugend klingender und anschaulicher Weise als neue oder bislang geheim gehaltene Erkenntnis ‚verkauft‘ werden und in manchmal schwer durchschaubarer Weise mit verifizierbaren Tatsachen und zutreffenden Fakten vermischt sind. In vielen Fällen stellt jedenfalls die inszenierte Erkenntnis einer aufgedeckten Verzerrung kulturgeschichtlicher Fakten letztlich selbst eine solche Verzerrung dar. Um nur einige wenige Punkte zu benennen: Kein ernstzunehmender Kunstwissenschaftler oder da Vinci-Forscher sieht in der Person neben Jesus in da Vincis „Abendmahl“ eine Frau; die gnostischen Evangelien, auf die sich Dan Brown beruft, stammen nicht vom Toten Meer, sondern aus dem ägyptischen Nag Hammadi; die angeführten Erzählungen über Maria Magdalena stammen auch nicht aus Berichten über das Leben Jesu, sondern stellen zeitlich späte Darstellungen der Erscheinung des Auferstandenen dar; schon gar nicht wird in den gnostischen Evangelien Jesus menschlicher dargestellt als im Neuen Testament, sondern umgekehrt; mit der Auswahl und Kanonisierung der Evangelien hatten Konstantin und das Konzil von Nicäa nichts zu tun, die war schon etwa 150 Jahre früher erfolgt; usw. usw.<sup>6</sup>

6 Es ist hier nicht der Ort, auf weitere Irrtümer und Fehler einzugehen. Dazu gibt es mittlerweile eine Fülle von Literatur (vgl. z. B. Bock 2006; Burstein 2004) und etliche Internetseiten (z. B.: [www.sakrileg-betrug.de](http://www.sakrileg-betrug.de), <http://debunkingdavinci.com>, [www.bibfor.de/?p=17](http://www.bibfor.de/?p=17)).

Was lässt sich von daher über das ‚medienästhetische Programm‘ des „Da Vinci Codes“, nämlich die Inszenierung von neuer Erkenntnis, die Aufforderung zum neuen Sehen, zum Anderssehen und kritischen Hinterfragen bisheriger Wahrnehmungs- und Denkgewohnheiten sagen? Es kann einerseits, wie das manche Kritiker getan haben, als „Betrug“ entlarvt werden. Es kann andererseits aber auch als eine ‚provokative und produktive Verunsicherung‘ verstanden werden, die in der Tat das Gewohnte erschüttert, die eingefahrenen Denkbahnen lockert und so gerade nach Überprüfung und nach ‚Wahrheit‘ fragen lässt. So gesehen gehört die Fülle an aufklärender, richtig stellender, die ‚wirkliche Wahrheit‘ aufdeckender Sekundärliteratur mit zum Phänomen „Da Vinci Code“ hinzu, ebenso wie die unzähligen Talk-Shows, Dokumentationen, Internetseiten, Diskussionsrunden und Vorträge landauf landab. Sie sind vielleicht auch ein Zeichen dafür, dass die populäre Kultur ‚erwachsener‘ geworden ist, dass popkulturelle Produkte durchaus auch kritisch diskutiert und hinterfragt werden und dass dazu die vorhandenen öffentlichen Medien von den Rezipient/inn/en zunehmend kompetent selbst genutzt werden.

Zugleich wird allerdings in einer für die populäre Kultur typischen Weise auch diese Medienkritik wieder kommerzialisiert, ja die durch gezielte und dosierte Provokation ausgelöste Kritik wird von vornherein als öffentlichkeitswirksam und verkaufsfördernd mit einkalkuliert. Medienkritik oder Kritik an der populären Kultur ist insofern nicht mehr als abgehobene Außenperspektive möglich, sondern sie spielt gleichsam immer schon im kulturellen Spiel mit, das immer auch ein Spiel um Macht, Deutungshoheiten und Meinungsführerschaft ist. Dies anzuerkennen, gehört vielleicht ebenfalls zu einem ‚erwachsenen‘ Umgang mit der populären Medienkultur. Dieses kulturelle Spiel bleibt dabei immer ambivalent, spannungsvoll und facettenreich, ja in sich widersprüchlich.

In diesem Sinn bietet die popkulturelle, klischeebehaftete und Verzerrungen beinhaltende Inszenierung von Kunst, Religion und Bildung im „Da Vinci Code“ auch Brücken und Zugänge zu diesen Kulturbereichen. Immerhin waren Roman und Film für nicht wenige Menschen offenkundig ein Anlass, sich seit langem einmal wieder ausführlicher mit der abendländischen Kulturgeschichte oder mit der christlichen Religion zu

beschäftigen; für mich selbst war er ein Impuls, noch einmal gründlicher die Texte der Qumran- und Nag Hammadi-Funde zu lesen sowie die jüngere theologische Diskussion darüber zur Kenntnis zu nehmen. In diesem Sinn hat der „Da Vinci Code“ auch zu meiner Bildung beigetragen. Und das durch den „Da Vinci Code“ geweckte Interesse an der Kunst zeigt sich unter anderem darin, dass es bereits einige Bücher gibt, die den Leser als Touristen an die Schauplätze der Erzählung führen, wo sie die Kunstwerke und Bauten selbst betrachten können.<sup>7</sup> Dennoch erweist sich der „Da Vinci Code“ gerade unter dem Bildungsaspekt noch einmal deutlich als eine populkulturelle Inszenierung von Hochkultur, die sehr erfolgreich mit den hochkulturellen Aspirationen breiter bürgerlich-bücherlesender Schichten spielt.

### Konsequenzen aus religions- und medienpädagogischer Sicht

Noch einmal: Ich halte den „Da Vinci Code“ für ein typisches, zeitgemäßes Medienprodukt, das gerade deshalb so gut „funktioniert“, weil es in mehrfacher Weise typische zeitbedingte Bedürfnisse westlicher Publika befriedigt. Die Gefahren der vielfältigen Funktionalisierung dieser Bedürfnisse, Fragen und Sehnsüchte in den und mit Hilfe der Medien sind aber andererseits nicht von der Hand zu weisen. Was für dokumentarische Mediengenes wie z. B. die Kriegsberichterstattung (vgl. Frie/Pannier 2006, S. 181–196) oder ökonomisch-funktionale Genres wie die Konsumwerbung (vgl. Buschmann/Pirner 2003) schnell einsichtig gemacht werden kann, wird für fiktionale Genres – und vielleicht besonders für deren literarische Form – häufig unterschätzt: Dass die Inszenierung von Bedeutung, Sinn und Werten für eine Vermittlung von tendenziösen bis hin zu wahrheitswidrigen Bildern von Kulturen und ihrer Geschichte, von Mensch, Welt und Wirklichkeit verwendet werden kann, die durchaus Wirkungen auf die Rezipient/inn/en hat.

Allerdings sind auch solche Wirkungen nicht vorschnell und einseitig zu unterstellen. Wie die allgemeine Medienwirkungsforschung zeigt (vgl. Pirner 2001, Kap. 7) und wie sich auch in der oben angesprochenen kritisch-kontroversen öffentlichen Diskussion über den „Da Vinci Code“

andeutet, ist durchaus auch mit einer ‚Reaktanz‘ von Rezipient/inn/en zu rechnen, d. h. mit Widerständen gegen die ‚Botschaften‘ des Films. Diese Komplexität der Wirkung des „Da Vinci Code“ bestätigt auch eine kleinere empirische Studie, die Katrin Zwyek in ihrer Magisterarbeit vorgelegt hat (Zwyek 2007). In einer Experimentalsituation wurden insgesamt 58 Personen vor und nach dem Sehen des Films „Der Da Vinci Code“ nach ihren Einstellungen zur katholischen Kirche und zur christlichen Tradition befragt; etwa die Hälfte davon waren selbst aktive Katholiken, die andere Hälfte nicht in der katholischen Kirche aktiv (teilweise anderskonfessionell oder konfessionslos). Deutlich feststellbar sind Einstellungsveränderungen der Probanden nach dem Film. Diese stellen sich allerdings uneinheitlich dar: In manchen Bereichen und bei manchen Probanden (vor allem älteren kirchenaktiven) verstärkt der Film die positive Haltung gegenüber der Kirche, in anderen Bereichen und bei anderen Probanden kommt es zu einer negativeren Sicht. Gerade bei den nicht kirchlich Aktiven lässt sich in der Gesamttendenz eine Verstärkung der kirchenkritischen Sicht feststellen, was man angesichts der vorherrschenden kirchlich distanzierten Haltung in unserer Gesellschaft durchaus als die dominante Wirkung von Buch und Film „Da Vinci Code“ vermuten kann.

Insofern lässt sich das Medienprodukt „Da Vinci Code“ in die spannungsvolle Vielschichtigkeit und Selbstwidersprüchlichkeit vieler ähnlicher Stories und Inszenierungen einreihen und gewinnt doch, gerade weil er in erster Linie spannende Unterhaltung bietet, einen gewissen Einfluss auf die Weltbilder, Vorstellungen und (Vor-)Urteile der Rezipient/inn/en. Dies verweist unter ethischem und pädagogischem Blickwinkel auf die Dringlichkeit von neuen Perspektiven der Medienkritik jenseits alter kulturpessimistischer und kulturelitarer Haltungen. Die Befähigung zur Medienkritik bzw. die Förderung einer entsprechenden, bei Heranwachsenden durchaus bereits vorhandenen Kompetenz ist darum nach wie vor als ein wichtiges Ziel von Bildung im allgemeinen und Medienbildung im besonderen anzusehen (vgl. Niesyto/Sowa/Rath 2006).

Dabei kann sich Medienbildung auf die in den Medien selbst statt findende Medienkritik beziehen und so auf die kritischen Potenziale eigenen Medienumgangs und eigener Medienproduktion aufmerksam

7 Vgl. z. B. Mittelbach 2006. Dort findet der Leser eine „Sakrileg-Tour“ durch Paris und London, eine „Illuminati-Tour“ durch Rom und eine „Diabolus-Tour“ durch Sevilla.

machen. Filme wie „The Matrix“ oder „The Truman Show“ thematisieren im Sinne einer medienimmanenten Medienkritik gerade die Vordergründigkeit, Konstruiertheit und Künstlichkeit der medialen Wirklichkeit. Und die weit verzweigte und multimediale kritische Diskussion des „Da Vinci Code“ kann als ermutigendes Beispiel dafür gesehen werden, dass es durchaus möglich ist, eine Gegenöffentlichkeit herzustellen, durch welche Kritik, Gegendarstellungen und Richtigstellungen ebenfalls ‚populär‘ gemacht werden können. Im Umfeld des „Da Vinci Code“-Diskurses finden sich zahlreiche Menschen, die Initiative ergriffen haben und selbst an die Öffentlichkeit gegangen sind bzw. Öffentlichkeit hergestellt haben, sei es durch eigene Internetseiten, durch Leserbriefe, Zeitungs- oder Zeitschriftenartikel, Bücher, Radio-Sendungen oder Filmdokumentationen, durch das Verweisen auf solche Beiträge, durch die Initiierung oder Unterstützung von lokalen Diskussionsrunden usw. Diese Beispiele können als Anregungen und Impulse in Medienbildungsprozesse eingebracht werden.

Medienprodukte wie der „Da Vinci Code“ implizieren also Chancen für ästhetische, kulturelle und religiöse Bildung sowie für die Medienbildung. Sie bieten Anknüpfungspunkte, Brücken und Übergangsfelder, allerdings nicht nur für eine hermeneutische Erschließung, sondern gerade auch für notwendige kritische Auseinandersetzungen. Es ist offensichtlich, dass für beides eine umfassende, mehrdimensionale Bildung erforderlich ist bzw. angestrebt werden sollte. Will man einen kompetenten Umgang mit dem populären Medium „Da Vinci Code“ fördern, dann muss Medienbildung in einem weiteren Sinn auch als kulturelle Bildung verstanden werden und in ein multiperspektivisches Bildungsverständnis eingebettet sein. Weil die Ästhetik der Medien sich aus vielfältigen kulturellen Traditionen speist, weil sie vielfältig vernetzt ist mit unserer Bilder-, Musik-, Literatur- und Religionsgeschichte, braucht es eine solche umfassende Bildung, um Medien-Inszenierungen in angemessener Weise wahrnehmen, verstehen und durchschauen zu können und um sich selbst aktiv in die Medienkultur einmischen zu können. Medienbildung im engeren Sinn muss sich dazu vernetzen mit anderen Bildungsbereichen. In der Schule etwa muss Medienbildung überzeugend integriert werden in die unter einander vernetzten Bildungsbemühungen der verschiedenen Unterrichtsfächer, ohne in ihnen aufzugehen; in der Hochschule ist eine Kooperation der Medienpädagogik mit den

Kulturwissenschaften und deren Didaktiken sowie mit Theologie und Religionspädagogik sinnvoll.

In gewisser Weise hat der „Da Vinci Code“ für die Anliegen der Medienbildung geradezu eine doppelte Leitbildfunktion. Auch bei der bildenden Erschließung von Medien, ihrer Ästhetik und ihren Inhalten geht es darum, Verbindungen herzustellen, Vernetzungen zu entdecken. Noch einmal Robert Langdon: „Die Verbindungen mögen unsichtbar sein, pflegte er seinen Studenten zu predigen, aber es gibt sie trotzdem. Man muss nur ein bisschen an der Oberfläche kratzen.“ Insofern ist der „Da Vinci Code“ ein positives Vorbild für Prozesse der Medienbildung. Allerdings werden in dem Medienprodukt „Da Vinci Code“ auch Verbindungen und Vernetzungen hergestellt, die fragwürdig, spekulativ und häufig auch nachweislich falsch sind. Hier wird deutlich, dass die Strategie der Decodierung verdeckter Codes und Absichten auch auf das Medienprodukt selbst angewandt werden muss. Medienbildung muss in diesem Sinn immer auch reflexiv gewendet werden, muss beispielsweise auch dazu anleiten, die in und durch die Medien – oder auch manche Pädagog/inn/en – vermittelte Medieneuphorie wie Medienkritik kritisch zu beleuchten sowie den didaktischen Medieneinsatz in Bildungsprozessen ebenso wie medienpädagogische Lernarrangements noch einmal als Inszenierung mit bestimmten Absichten zu hinterfragen.

Mit den eben genannten Aspekten hängt eine weitere zentrale Aufgabe von Bildung zusammen, die am Beispiel der medienästhetischen Inszenierung von Wirklichkeit und Wahrheit im „Da Vinci Code“ besonders deutlich hervortritt: Die Förderung einer ‚Wirklichkeitsbildung‘, also der Kompetenz, unterschiedliche Arten von Wirklichkeit und von Wirklichkeitskonstruktionen bzw. -perspektiven wahrnehmen und zwischen ihnen unterscheiden zu können. In diesem Sinn kann und sollten sowohl religiöse Bildung als auch Medienbildung einen wichtigen Beitrag zu einer nach meiner Sicht dringend notwendigen und gleichzeitig in den öffentlichen Schulen sträflich vernachlässigten erkenntnistheoretischen Grundbildung leisten. In einer Welt, in der sowohl die für uns direkt wahrnehmbare Wirklichkeit als auch fiktionale, mikrokosmische und makrokosmische, künstlerische, historische, religiöse und andere Wirklichkeiten auf vielfältige Weise medial konstruiert und rekonstruiert werden, wird eine grundlegende erkenntnistheoretische Bildung immer

wichtiger. Auch unter dieser Perspektive zeigt sich: Um den Anforderungen heutiger Lebens- und Medienwelten gerecht zu werden, braucht es eine Medienbildung im umfassenden Sinn einer mehrdimensionalen, kulturellen Bildung, die vor allem dazu anleitet, „an der Oberfläche zu kratzen“.

### Literaturverzeichnis

- Bickelhaupt, Thomas*: Kunst fürs Volk. Kunstgeschichtliche Zitate in der Werbung der Printmedien, München 2005.
- Bock, Darrell L.*: Die Sakrileg-Verschönerung. Fakten und Hintergründe zum Roman von Dan Brown, Gießen 2006.
- Brown, Dan*: Sakrileg, Bergisch Gladbach 2004.
- Burstein, Dan (Hg.)*: Die Wahrheit über den Da-Vinci-Code, München 2004.
- Buschmann, Gerd/Pirner, Manfred L.*: Werbung, Religion, Bildung, Frankfurt a. M./München 2003.
- Dressler, Bernhard*: Unterscheidungen. Religion und Bildung, Leipzig 2006.
- Frie, Stefanie/Pannier, Jeldrik*: Subjektivität und Reflexivität im Bildjournalismus. Analyse visueller Kriegs- und Krisenkommunikation, in: Niesyto, Horst/Sowa, Hubert/Rath, Matthias (Hg.): Medienkritik heute, München 2006, S. 181–196.
- Hemel, Ulrich*: Wert und Werte, München 2007.
- Horx, Matthias*: Top-Trends 2007/2008. Sozialkulturelle Schlüsselrends für die Märkte von morgen, Bonn 2007.
- Imort, Peter/Müller, Renate/Niesyto, Horst (Hg.)*: Medienästhetik in Bildungskontexten, München 2008.
- Jüngel, Eberhard*: Gott als Geheimnis der Welt, Tübingen 2001.
- Klinger, Elmar*: Das absolute Geheimnis im Alltag entdecken. Zur spirituellen Theologie Karl Rahners, Würzburg 1994.
- Mittelbach, Oliver*: Dan Browns Thrillerschauplätze als Reiseziel, Essen 2006.
- Niesyto, Horst/Sowa, Hubert/Rath, Matthias (Hg.)*: Medienkritik heute, München 2006.
- Opaschowski, Horst W.*: Das Moses-Prinzip. Die 10 Gebote des 21. Jahrhunderts, Gütersloh 2006.
- Pirner, Manfred L.*: Fernsehmythen und religiöse Bildung, Frankfurt a. M. 2001.
- Pirner, Manfred L.*: Religiöse Mediensozialisation? Empirische Studien zu Zusammenhängen zwischen Mediennutzung und Religiosität bei Schüler/innen und deren Wahrnehmung durch Lehrer/innen, München 2004.
- Ramsey, Ian T.*: Christian Discourse. Some Logical Explorations, London 1965.

*Zywek, Katrin*: Ein Sakrileg? Zum Einfluss eines religionskritischen Films auf die Einstellungen zur Heiligen Katholischen Kirche (unveröffentlichte Magisterarbeit an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster) 2007.