

Religion, Religiosität und Medienkultur. Theoretische und empirische Grundlagen

Das Verhältnis zwischen Religion, Religiosität und Medienkultur ist durchaus vielfältig und komplex. Im Folgenden sollen einige ordnende Perspektiven einer solchen Verhältnisbestimmung angeboten und in ihrer Bedeutung für eine theologische Hermeneutik der Medienkultur skizziert werden. Zugespitzt werden diese Überlegungen jeweils auf das Thema *Social Media*. Zuvor erfolgen kurze Begriffsklärungen.

1 Begriffliche Klärungen

Der Begriff ‚Religion‘ ist in seinem gegenwärtigen Verständnis stark westlich-abendländisch und damit v. a. vom Christentum geprägt. Insofern sind Versuche, ihn auf Phänomene anderer Kulturen oder einer ‚säkularisierten‘ Gesellschaft anzuwenden immer problembehaftet. Religions- und kulturwissenschaftlich wird Religion meist mehrdimensional entweder entlang ihrer *Funktionen* für Individuum und Gesellschaft¹ oder phänomenologisch-deskriptiv entlang ihrer wahrnehmbaren kulturellen *Erscheinungsformen*² beschrieben. Eine dritte wissenschaftliche Perspektive betont das Wesen bzw. die Inhalte von Religion (z. B. das Heilige, „das Transzendente“) und lässt sich als *substanzielles Religionsverständnis* bezeichnen. Als Kern zahlreicher unterschiedlicher Religionstheorien lässt sich festhalten, dass es in der Religion zentral um eine *umfassende, sinnstiftende Selbst- und Weltdeutung (Kosmologie)* geht, die sich besonders in der *sinnerschließenden Bearbeitung von Erfahrungen der Kontingenz* (also des Unverfügbaren, Unberechenbaren, Schicksalhaften in Glück, Liebe, Unglück, Leid, Tod etc.) sowie in einer *Fundierung und Motivierung von Moral* zuspitzt, und die durch den *Bezug auf eine transzendente (jenseits der wahrnehmbaren Wirklichkeit verortete) Macht* gefunden wird. Dabei wird die religiöse Selbst- und Weltdeutung nicht

1 Vgl. Franz-Xaver Kaufmann (1989): *Religion und Modernität*, Tübingen.

2 So z. B. Ninian Smart (1973): *The Phenomenon of Religion*, London/Basingstoke.

nur kognitiv-reflexiv, sondern ganzheitlich, insbesondere durch mythische Erzählungen, rituelle Praktiken, soziale Gemeinschaftserfahrungen und ein gelebtes Ethos vermittelt.

Demgegenüber wird ‚Religiosität‘ meist als „die individuelle, subjektive Seite des Religiösen“ bezeichnet, „im Unterschied zu ‚Religion‘ als einem objektiv Gegebenen, zu professionellen Theologien, Dogmen und Lehrmeinungen oder zu religiösen Institutionen, Kirchen und Religionsgemeinschaften.“³ Religiosität ist einerseits auf Religion(en) als kulturelle Größe(n) – oder andere religionsanaloge kulturelle Größen – bezogen, andererseits auf die anthropologisch Grundgelegte Offenheit des Menschen für ‚letzte Fragen‘, ‚letzte Horizonte‘ bzw. für ‚Transzendenz‘. Religiosität lässt sich dann verstehen als je subjektiver Umgang mit der eigenen Transzendenzoffenheit in Auseinandersetzung mit, Aneignung, Transformation oder Distanzierung und Ablehnung von kulturell Vorgegebenem, insbesondere den traditionellen, institutionalisierten Religionen, aber eben nicht nur: Die Religiosität von Menschen kann sich auch auf kulturelle Elemente aus der populären Medienkultur beziehen.⁴ Die Religiosität unserer Zeitgenossen lässt sich auf dieser heuristischen Basis in ihren Charakteristika besser verstehen, wenn sie in zwei Dimensionen verortet wird: Sie kann zum einen stärker subjektiv oder stärker von kulturell Vorgegebenem bestimmt sein. Und sie kann zum anderen stärker von einer traditionellen, kohärenten Religion oder stärker von diversen kulturellen Einflüssen wie etwa der populären Medienkultur bestimmt sein. Tendenziell ergeben sich somit vier Typen von Religiosität: Die traditionell Religiösen, die subjektiv Religiösen, die Kulturreligiösen und die subjektiv Kulturreligiösen. Während sich die traditionell Religiösen nach wie vor deutlich an einer Religion(skultur) orientieren, definieren die subjektiv Religiösen ihre Religiosität zwar durchaus primär durch den Bezug auf eine bestimmte Religion, stehen dieser aber durchaus kritisch oder distanziert gegenüber und interpretieren bzw. transformieren ihre Traditionen in subjektiver Weise. Die Kulturreligiösen wiederum orientieren sich mit ihrer Religiosität relativ deutlich an einer bestimmten kulturellen Strömung oder Richtung, z. B. an einer bestimmten Jugendkultur wie Gothics oder

3 Christoph Bochinger (2004): Art. „Religiosität“, in: RGG (Religion in Geschichte und Gegenwart) Bd. 7, 4. Aufl., Tübingen, 413f.; vgl. auch Martin Bröking-Bortfeldt (2006): *Religiosität in theoriegeschichtlicher Perspektive*, in: Hans-Ferdinand Angel et al. (Hg.), *Religiosität. Anthropologische, theologische und sozialwissenschaftliche Klärungen*, Stuttgart, 16–29: 16).

4 Vgl. Manfred L. Pirner (2006): *Religiosität als Gegenstand empirischer Forschung*, in: Hans-Ferdinand Angel u. a., *Religiosität*, Stuttgart, 30–52.

Hip-Hop und entsprechenden sozial-medialen Netzwerken, während die subjektiv Kulturreligiösen sich in ihrem Umgang mit der Kultur stärker eklektisch und individualistisch verhalten.

Den Begriff ‚Medienkultur‘ oder ‚populäre Medienkultur‘ verwende ich, um anzuzeigen, dass es mir hier schwerpunktmäßig um die mediale Seite bzw. mediale Bereiche der populären Kultur geht. Zwar spielen die Medien heute generell eine entscheidende Rolle dabei, dass ein kulturelles Phänomen ‚populär‘ wird, aber es gibt auch Bereiche, wie z. B. den Sport, das Reisen oder die Kirchentage, die als populäre Erscheinungen nicht *primär* medial verfasst sind.

2 Medienkultur als Voraussetzung und Basis von Religion und Religiosität

Unabhängig von etwaigen religiösen Dimensionen der Medienkultur, prägt diese als Voraussetzung und Basis sowohl die Religionskultur als auch die individuelle Religiosität. Dies hängt mit der anthropologisch grundlegenden Medialität des Menschen zusammen. Medien (im weiten Sinn von Kommunikationsmitteln) gehören von Anfang an zum Menschsein dazu, von den ersten Höhlenzeichnungen und Buschtrommeln über Schriftzeichen auf Tontafeln bis hin zu Bildern, Büchern und den heutigen elektronischen Medien. Der Mensch ist sozusagen von Natur aus ein Kulturwesen und insofern schon immer „in Medien verwoben“, ein „homo medialis“⁵. Und die Art derjenigen Medien, die gerade die dominante Rolle in der menschlichen Kultur spielen, prägt das Menschsein maßgeblich mit.

Von daher gehören mediale Welten schon immer, und erst recht seit der Allgegenwart der elektronischen Medien, zur Lebenswelt von Menschen dazu, d. h. zu jener Welt und Wirklichkeit, die uns Menschen als selbstverständlich gegeben erscheint und die im Regelfall unhinterfragte Grundlage unserer Verständigung miteinander darstellt. Erst bei genauerem Hinsehen zeigt sich, dass diese unsere Lebenswelt sowohl sozial (durch Gemeinschaften bzw. Gesellschaft) als auch individuell konstruiert ist und dass dabei wiederum Medien eine wichtige Rolle spielen. Medien sind heute selbstverständlicher Bestandteil unserer Lebenswelt und sie vermitteln diese auch in erheblichem Umfang – in dieser doppelten Weise

5 Manfred L. Pirner/Matthias Rath (2003): *Einführung*, in: M. Pirner/M. Rath (Hg.): *Homo medialis*, München, 11–16.

ist Lebenswelt heute, insbesondere für Kinder und Jugendliche, zu einem guten Teil Medienwelt.

Die Medien prägen demzufolge unser Verständnis von Mensch, Welt und Wirklichkeit mit. So wird z. B. gerade durch die Social Media das Verständnis von menschlicher Identität erweitert in Richtung multipler und vernetzter Identitäten; Menschsein entfaltet sich über den ‚realen‘ sozialräumlichen Bereich hinaus in den virtuellen Raum hinein, was unser Verständnis von Kommunikation, Gemeinschaft, Nähe usw. verändert.⁶

Medien sind aber nicht nur für das Menschsein im Allgemeinen, sondern auch für Religion(en) im Besonderen grundlegend. Weil und insofern sich Religion auf eine transzendente, nicht direkt wahrnehmbare Wirklichkeit bezieht, ist sie von jeher auf die mediale Repräsentation dieser Wirklichkeit angewiesen: Gott kann eigentlich nur uneigentlich, nämlich in Bildern, Symbolen und anderen Medien ‚zur Sprache‘ oder zur Anschauung gebracht werden. Darüber hinaus spielen Medien gerade in Offenbarungsreligionen wie dem Christentum bei der Tradierung der religiösen Vorstellungen und Erfahrungen an die nächsten Generationen eine wichtige Rolle. Weil solche medialen Repräsentationen nicht nur Überliefertes weitergeben, sondern auch wiederum religiöse Erfahrungen auslösen können (und sollen)⁷, werden sie häufig selbst mit dem Nimbus des Heiligen oder Göttlichen umgeben und damit gleichsam religiös aufgeladen (z. B. Götterstatuen, Götterbilder, Ikonen, göttlich inspirierte Texte, heilige Bücher). Auch heute können Medien wie Film, Computer und Internet Empfindungen des Staunens, der Allmacht oder Allgegenwart, des Überwältigtseins usw. hervorrufen, die religiösen Erfahrungen ähnlich sind – wie sich auch empirisch belegen lässt.⁸ Außerdem stehen die Charakteristika bestimmter Medien in Wechselwirkung mit den Charakteristika bestimmter Spielarten von Religion. So verbindet sich z. B. das Leitmedium Schrift/Buch eher mit einer vergangenheitsorientierten, meditativ-reflexiven Form von Religion, während die Leitmedien Bild und Musik Affinitäten zu einer gegenwartsorientierten, ekstatisch-emotionalen Form von Religion aufweisen. Vor diesem Hintergrund ist die in jüngerer Zeit verschiedentlich diagnostizierte Ablösung des Leitmediums Schrift bzw. Buch in unserer Gesellschaft durch bildorientierte Leitmedien (Film, Fernsehen) in ihren Konsequenzen für das

6 Vgl. hierzu v. a. Ilona Nord (2008): *Realitäten des Glaubens. Zur virtuellen Dimension christlicher Religiosität*, Berlin.

7 Vgl. dazu Jörg Lauster (2005): *Religion als Lebensdeutung. Theologische Hermeneutik heute*, Darmstadt.

8 Vgl. Astrid Dinter (2007): *Adoleszenz und Computer. Von Bildungsprozessen und religiöser Valenz*, Göttingen.

wort- und buchorientierte Christentum diskutiert worden.⁹ Typische weitere Kennzeichen der ‚Mediengesellschaft‘ wie Ästhetisierung, Beschleunigung, Erlebnisorientierung, ständige Verfügbarkeit, Demokratisierung und Globalisierung stellen Herausforderungen für die traditionellen (v. a. kirchlichen) Religionskulturen dar, die Chancen und Risiken zugleich beinhalten. Zum einen verstehen Menschen religiöse Erscheinungen und Elemente stark von ihrer Mediensozialisation her und erwarten häufig eine Annäherung z. B. kirchlicher Angebote an die gewohnten medialen Nutzungsbedingungen; zum anderen kann sich gerade aus dem Kontrast zur Medienkultur eine neue Wertschätzung von Tiefgründigkeit, Verlangsamung, Besinnlichkeit, Achtsamkeit, Beständigkeit und persönlicher Unmittelbarkeit in religionskulturellen Angeboten ergeben. In dieser Konsequenz können religiöse Sozialisation und Bildung sowohl eine unterstützende als auch eine kritische und komplementäre Rolle gegenüber der Mediensozialisation in unserer Gesellschaft wahrnehmen.

3 Religion als Bedingungs- und Einflussfaktor von Medienkultur und -sozialisation

Auch wenn dieser umgekehrte Einfluss – zumindest in Deutschland – in der Regel geringer ist, sollte er nicht vernachlässigt werden. So ergeben sich in empirischen Untersuchungen beispielsweise Hinweise dafür, dass muslimische Jugendliche und Erwachsene ein teilweise anderes Medienverhalten aufweisen als christliche oder nicht-religiöse Jugendliche (wobei zugegebenermaßen häufig nur schwer zwischen den Faktoren religiöse Orientierung und national-kulturelle Herkunft zu unterscheiden ist). Türkisch-muslimische Jugendliche sehen demnach signifikant mehr fern als deutsche und wählen dabei ungefähr zur Hälfte Sender aus ihrem Herkunftsland, auch weil sie religiöse Programme und traditionelle Werte suchen.¹⁰ Dass sich hier

9 Vgl. z. B. Claus Eurich/Imme de Haen (Hg.) (1991): *Hören und sehen. Die Kirche des Wortes im Zeitalter der Bilder*, Stuttgart; Ronald Uden (2004): *Kirche in der Medienwelt. Anstöße der Kommunikationswissenschaft zur praktischen Wahrnehmung der Massenmedien in Theologie und Kirche*, Erlangen; Reinhard Schmidt-Rost/Norbert Dennerlein (Hg.) (2005): *Kontrapunkt. Das Evangelium in der Medienwelt*, 2. verb. Aufl., Hannover.

10 Vgl. Götz Nordbruch (2008): Art. „Jenseits von Parallelwelten – Mediennutzung junger Muslime“, in: *ufuq. Medienforschung & politische Bildung in der Einwanderungsgesellschaft* (http://ufuq.del/index.php?option=com_content&task=view&id=183; Abruf: 15.08.2008); Regine Hammeran/Deniz Baspinar/Erk Simon (2007): *Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft. Ergebnisse einer qualitativen Studie*, in: *Media-Perspektiven*, 3: 126–137 (http://www.media-perspektiven.del/uploads/tx_mppublications/03-2007_Baspinar.pdf; Abruf: 16.08.2008).

charakteristische Wechselwirkungen ergeben können, zeigt der im Sommer 2008 aktuelle Fall der türkischen Soap Opera „Nur“: Einerseits findet sie laut Presseberichten gerade wegen der Darstellung des jungen Ehepaars Nur und Mohannad als praktizierende Muslime eine hohe Akzeptanz unter muslimischen RezipientInnen, andererseits wird der recht liberale Lebensstil der Protagonisten kontrovers diskutiert, v. a. von vielen Musliminnen jedoch als befreiend erlebt.¹¹ An solchen Beispielen und weiteren empirischen Befunden wird zudem deutlich, dass die Medienkultur eine bedeutsame Rolle für die interreligiöse und interkulturelle Verständigung sowie für die gesellschaftliche Integration von Migranten spielen kann.¹²

Auch bei christlich sozialisierten Menschen kann es weltanschaulich-religiös bedingte Einflüsse auf die Mediennutzung geben. So berichtete ein junger Mann im Rahmen des „Medienbiographischen Inszenierens“¹³, der Eintritt in einen christlichen Jugendkreis habe ihn dazu gebracht, die bisher bevorzugte Rezeption von Splatter- und Horror-Filmen zu beenden. Und eine junge Frau erzählte, sie habe sich nach ihrer Konfirmation verstärkt ‚christlichen‘ Medien zugewandt. Der solchermaßen religiös motivierte Aufbau und die entsprechende Nutzung von alternativen Medienwelten lässt sich – wenngleich nicht so extrem wie in den USA – bereits seit geraumer Zeit auch in Deutschland beobachten („Evangeliums-Rundfunk“; „Bibel-TV“; „christliche Popmusik“ usw.). Bekannt ist außerdem, dass viele Anthroposophen, aber auch manche evangelikal bis fundamentalistisch orientierte Christen eine weltanschaulich-religiös motivierte medienkritische bis medienabstinente Haltung pflegen. In diesem Zusammenhang ist z. B. die Frage des „Evangeliums-Rundfunks“ interessant: „Sollten Christen Facebook nutzen?“ – eine Frage, die in diesem Fall unter Hinweis vor allem auf die missionarischen Chancen mit einem klaren Ja beantwortet wird.¹⁴

-
- 11 Vgl. Karin Laub/Dalai Namhari (2008): Art. „Nimm dir ein Beispiel an Mohannad“, in: Marbacher Zeitung vom 12.08.2008: 3 (der identische Text findet sich auch im Internet unter: http://www.20min.ch/news/kreuz_und_quer/story/28402823, Abruf: 15.05.2014).
- 12 Vgl. Manfred L. Pirner (2007): *Populäre Medienkultur – „lingua franca“ für interreligiöse Bildung?*, in: Johannes Lähnemann (Hg.): *Visionen wahr machen. Interreligiöse Bildung auf dem Prüfstand*, Hamburg-Schenefeld, 150–156; Joachim Trebbe/Hans-Jürgen Weiß (2007): *Integration als Mediennutzungsmotiv? Eine Typologie junger türkischer Erwachsener in Nordrhein-Westfalen*, in: *Media Perspektiven*, 3: 136–141 (http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/03-2007_Trebbe.pdf, Abruf: 16.08.2008).
- 13 Vgl. Gabriele Czerny/Manfred L. Pirner (2008): *Medienbiographisches Inszenieren. Verknüpfungen von Religiosität und Medienerfahrungen*, in: Entwurf, 39: 22–25.
- 14 Beitrag mit diesem Titel auf der ERF-Website vom 17.05.2011: <http://www.erf.de/index.php?node=3411-542-3435>, Abruf: 15.05.2014.

Schließlich können zu den Einflüssen der Religionskultur auf die Medienkultur und -sozialisation auch die vielfältigen und weit verzweigten Bemühungen der großen christlichen Kirchen um Medienethik und Medienbildung sowie ihre Mitgestaltung und Mitverantwortung im Bereich der öffentlichen Medien gerechnet werden.¹⁵

4 Medienkultur als funktionales Äquivalent von Religion

Aus unterschiedlichen kultur- und sozialwissenschaftlichen Perspektiven ist die These vertreten und untermauert worden, die Medienkultur habe in modernen Gesellschaften Funktionen der Religion übernommen. So nähmen die Medien beispielsweise die von Franz-Xaver Kaufmann¹⁶ als charakteristisch für Religionen herausgestellten Funktionen wahr: Affektbindung und Angstbewältigung, Handlungsführung im Außeralltäglichen, Verarbeitung von Kontingenzerfahrungen, Legitimierung von Gemeinschaft und soziale Integration, Sinn und Ordnung garantierende Weltdeutung, Ermöglichung von (kritischer) Distanz zur Welt. Die Medien bieten sinnstiftende und kontingenzbearbeitende Erzählungen an, die religiösen Mythen ähneln, sie ermöglichen einen temporären Ausstieg aus der Alltagswirklichkeit, der jenen in religiösen Ritualen gleicht, und sie gewähren den Zugang zu einer alltagstranszendenten, ganz anderen Wirklichkeit – auch wenn diese in aller Regel nicht das Göttliche repräsentiert, sondern lediglich das Fantastisch-Imaginative oder das Wissenschaftlich-Spezielle. Solche und ähnliche Analysen führen dazu, vom Mediensystem als „funktionales Äquivalent“ von Religion zu sprechen¹⁷, von der „impliziten

15 Vgl. dazu exemplarisch: Kirchenamt der EKD/Sekretariat der DBK (Hg.) (1997): *Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. Gemeinsame Erklärung der katholischen Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland*, in: <http://www.ekd.de/EKD-Texte/mediendenkschrift/denkschrift.html> (Abruf: 16.08.2008); Johanna Haberer/Roland Rosenstock (2010): *Theologische Perspektiven*, in: Christian Schicha/Carsten Brosda (Hg.): *Handbuch Medienethik*, Wiesbaden, 107–123; Manfred L. Pirner (2010): *Kommunikation und Medien*, in: Andreas Brummer/Manfred Kießig/Martin Rothgangel (Hg.): *Evangelischer Erwachsenenkatechismus*, 8. neu bearb. u. erg. Aufl., Gütersloh, 458–468.

16 Vgl. Kaufmann, *Religion*.

17 Vgl. Niklas Luhmann (2002): *Die Religion der Gesellschaft*, Frankfurt a. M.

Religion“ der Medien¹⁸, von der „unsichtbaren Religion“¹⁹, ja sogar von „Medienreligion“²⁰ oder vom „Film als Religion“²¹.

Solche meist auf Gegenstands- und Phänomenanalysen beruhende Theorien lassen sich stützen durch Befunde aus der Medienrezeptionsforschung zur Lebensbedeutsamkeit des Medienhandelns.²² Erst in jüngerer Zeit gibt es jedoch empirische Studien, die den Medienumgang von Jugendlichen und Erwachsenen spezifisch im Hinblick auf seine (funktional-)religiösen Dimensionen hin untersuchen.²³ Sie können die vorgetragenen Thesen im Wesentlichen bestätigen: Zur Bewältigung von Kontingenzen, zur Gewinnung von Sinnorientierung und ethisch-moralischer Orientierung, zur Selbst- und Weltdeutung, zur Lebenssteigerung und Lebensperspektivierung sowie zum Erleben von Transzendenz (im Sinne eines temporären Ausstiegs aus der Alltagswirklichkeit in eine ‚andere Welt‘) und zur Bearbeitung ähnlicher religiös konnotierter Bedürfnisse nutzen Heranwachsende wie Erwachsene die Medien in beträchtlichem Umfang. So werden z. B. Filme und Bücher von den RezipientInnen in vielfacher Weise zur Bearbeitung von kontingenten Lebensproblemen wahrgenommen. Manchmal werden besonders ‚passende‘ Filme geradezu rituell immer wieder angesehen. Durch die Horizonsweiterung, die Filme oder Romane ermöglichen, erfahren die RezipientInnen, dass es „noch viel, viel mehr in diesem Leben“²⁴ gibt und bekommen dadurch die Hoffnung, dass ein anderes Leben auch für sie möglich ist.

Ob diese und ähnliche Funktionen der Medien für ihre NutzerInnen als „religiös“ bezeichnet und als Dimensionen der ‚Medienreligion‘ gesehen werden können, wird m. E. umstritten bleiben (müssen). Sinnvoller

18 Vgl. z. B. Günter Thomas (1998): *Medien – Ritual – Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens*, Frankfurt a. M.

19 Vgl. Thomas Luckmann (1991): *Die unsichtbare Religion*, Frankfurt a. M.

20 Vgl. Arno Schilson (1997): *Medienreligion. Zur religiösen Signatur der Gegenwart*, Tübingen/Basel.

21 Vgl. John C. Lyden (2003): *Film as religion*, New York.

22 Exemplarisch: Helga Theunert/Bernd Schorb (Hg.) (1996): *Begleiter der Kindheit. Zeichentrick und die Rezeption durch Kinder*, München; Jürgen Barthelmes/Ekkehard Sander (2001): *Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz*, Opladen.

23 Vgl. v. a. Wilhelm Gräb u. a. (2006): „Irgendwie fühl ich mich wie Frodo ...!“ *Eine empirische Studie zum Phänomen der Medienreligion*, Frankfurt a. M.; Dinter, *Adoleszenz*; Jörg Herrmann (2007): *Medienerfahrung und Religion. Eine empirisch-qualitative Studie zur Medienreligion*, Göttingen; als Überblick: Manfred L. Pirner (2012): *Religiöse Mediensozialisation. Wie die Medien die Religiosität von Kindern und Jugendlichen beeinflussen*, in: Rudolf Englert u. a. (Hg.): *Gott googeln? Multimedia und Religion* (Jahrbuch der Religionspädagogik JRP 28), 59–69.

24 Herrmann, *Medienerfahrung*, 280.

erscheint es, davon zu sprechen, dass diese Phänomene für eine religiöse bzw. religionstheoretische Deutungsperspektive offen sind. Durch eine solche Deutungsperspektive lassen sich zentrale Aspekte der Mediennutzung besser verstehen und gesamtulturell einordnen – wobei die Gefahr einer Überinterpretation stets kritisch bewusst bleiben sollte.

Charakteristisch für diese religionsäquivalente Art der Mediennutzung ist nach Herrmann ihr „Selbstbildungscharakter“²⁵ und ihr Zufallscharakter: Sich seinen Lebensentwurf und seine Bewältigungsstrategien selbst ‚zusammenbasteln‘ zu müssen, wird von den Probanden durchaus ambivalent (nicht nur als Freiheit, sondern auch als Last und Zumutung) empfunden; und wiederholt betonten sie, wie glücksabhängig und relativ selten es ist, dass man ‚wirklich wertvolle‘ und für das eigene Leben hilfreiche Medienprodukte findet. Beide Merkmale lassen sich als Herausforderungen und Ansatzpunkte für eine pädagogische Begleitung der Sozialisation von Heranwachsenden und Erwachsenen, aber auch als Plädoyer für ein gehalt- und qualitativvolleres Medienangebot verstehen.

5 Mediensozialisation als religiöse Sozialisation²⁶

Der Begriff Sozialisation meint in der heutigen Sozialisationsforschung „die Gesamtheit aller sozial vermittelten Lernprozesse, in denen Individuen in ihrer jeweiligen historisch bestimmten, gesellschaftlichen und kulturellen Lage handlungsfähig werden“²⁷. Er umfasst somit absichtsvolle Erziehung ebenso wie informelles, unbeabsichtigtes Lernen z. B. in Freizeitkontexten. Neben den ‚klassischen‘ Sozialisationsinstanzen Familie, Schule und Gleichaltrigengruppe werden die Medien als weitere Sozialisationsinstanz gekennzeichnet, wobei sie genauer betrachtet auch die anderen Sozialisationsinstanzen stark mit beeinflussen und durchdringen. Sozialisation ist heute zu einem beträchtlichen Teil Mediensozialisation.

Im Gegensatz zu älteren Sozialisationstheorien, die primär von einer Einwirkung der Umwelt auf das Individuum ausgingen, betont die heutige Forschung das „aktiv realitätsverarbeitende Subjekt“ (Klaus Hurrel-

25 Herrmann, *Medienerfahrung*, 313f.

26 Im Folgenden übernehme ich Passagen aus meinem Beitrag: Manfred L. Pirner (2012): *Medienweltorientierte Religionsdidaktik*, in: Bernhard Grümme/Hartmut Lenhard/Manfred L. Pirner (Hg.): *Religionsunterricht neu denken. Innovative Ansätze und Perspektiven für den Religionsunterricht* (Religionspädagogik Innovativ, Bd. 1), Stuttgart, 159–172.

27 Ralf Vollbrecht/Claudia Wegener (2009): *Einführung*, in: Dies. (Hg.): *Handbuch Mediensozialisation*, Wiesbaden, 9–13: 9.

mann), das durch aktive Interaktionen und Aushandlungsprozesse mit der Umwelt seine Persönlichkeitsentwicklung vorantreibt. Gerade die neuen Möglichkeiten der digitalen Welten und sozialen Netzwerke in Internet und Smartphone fördern einen aktiveren, selbstbestimmteren und stärker sozialbezogenen Medienumgang im Vergleich etwa zum Fernsehen. Mit dem Konzept der ‚Selbstsozialisation‘ versuchen manche Sozialisationsforscher einerseits diese aktive, selbstbestimmte Komponente von jeglicher Sozialisation stärker herauszustellen, andererseits auch darauf hinzuweisen, dass die Bedeutung von nicht-absichtsvoller Sozialisation – etwa in den Bereichen der Medien- und Freizeitkultur, wo die Heranwachsenden weitgehend sich selbst überlassen bleiben – zugenommen hat.²⁸ Kritisch ist anzumerken, dass der Begriff der „Selbstsozialisation“ nicht verschleiern darf, dass Menschen, trotz aller Eigenaktivität, von den Medien beeinflusst werden und dass hinter der Medienkultur immer auch massive kommerzielle, politische sowie weltanschaulich-religiöse Interessen und Machtbestrebungen und damit gezielte Beeinflussungsversuche stehen.

Zumindest für die Mehrheit der Kinder oder Jugendlichen lässt sich ihre Einschätzung als aktiv realitätsverarbeitende Subjekte auch durch zentrale Erkenntnisse der empirischen Medienrezeptionsforschung unterstützen: Die meisten jungen Mediennutzer erscheinen nicht lediglich als passive Konsumenten, die den Wirkungen der Medien hilflos ausgeliefert sind und von ihnen unweigerlich geprägt werden, sondern sie setzen sich aktiv und eigen-sinnig mit den Medien und ihren Inhalten auseinander und nutzen sie als „Spiegel und Spielmaterial“²⁹ zur Bearbeitung ihrer Entwicklungsaufgaben (z. B. Identitätsfindung, Umgangsweisen mit dem anderen Geschlecht entwickeln, ethische Orientierung) und sozialer Probleme (z. B. Streit mit den Eltern) sowie zur Bildung sozialer Netzwerke (insbesondere über das Internet).

Dass ‚Medienwirkungen‘ individuell höchst unterschiedlich sein können, zeigt sich z. B. in Studien unter Jugendlichen zum Thema Mediengewalt. Die einen (tendenziell eher die Jungen, eher die weniger Intelligenen und eher diejenigen aus sozial problematischen Verhältnissen) werden durch die Rezeption von Mediengewalt – auch in Computerspielen – tatsächlich aggressiver, die anderen (tendenziell eher die Mädchen, eher die Intelligenteren und diejenigen aus sozial ‚normalen‘ Verhältnissen) werden nicht aggressiver, sondern eher noch friedlicher und lehnen Gewalt noch mehr ab

28 Vgl. Jürgen Zinnecker (2000): *Selbstsozialisation – Essay über ein aktuelles Konzept*, in: Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, 20 (3): 272–290.

29 Vgl. Barthelmes/Sander, *Freunde*.

als vorher.³⁰ Die subjektive Verarbeitung der Gewaltdarstellungen spielt also eine entscheidende Rolle – allerdings sind die massenhaften und massiven Gewaltdarstellungen in unserer Medienkultur angesichts der erwähnten ‚Risikogruppe‘ dennoch als problematisch einzustufen. Auch das Problem eines exzessiven, außer Kontrolle geratenen Medienkonsums bis hin zu Fernseh-, Internet- oder Computerspiel-Sucht unter Jugendlichen und Erwachsenen darf nicht bagatellisiert werden. Der Grad der Verbreitung von solchen medienbezogenen Süchten ist allerdings umstritten und hängt stark von der genaueren Bestimmung des Suchtphänomens ab; nach unterschiedlichen Studien sind unter ein bis acht Prozent der deutschen Jugendlichen als süchtig oder suchtfährdet einzustufen.³¹

Religiöse Sozialisation ist in geschlossenen, einheitlichen Religionskulturen als die weithin problemlos-unhinterfragte Enkulturation des Einzelnen in die religionskulturelle Gemeinschaft zu verstehen. In modernen, segmental ausdifferenzierten und freiheitlich-pluralistischen Gesellschaften hingegen eröffnet sich dem Individuum eine Vielfalt an möglichen religiös-weltanschaulichen Lebensentwürfen, die ihn zu optionalen Entscheidungen befreit und zugleich nötigt. Dadurch wird selbstbestimmte individuell-subjektive ‚Religiosität‘ auch außerhalb von religiösen Institutionen, Gemeinschaften und Traditionen – wenngleich nicht gänzlich ohne sie – möglich, werden Brüche, Veränderungen und synkretistische Mischungen innerhalb der individuellen religiös-weltanschaulichen Biografie wahrscheinlicher.³² Zur religiösen Sozialisation in einem solchen gesellschaftlichen Kontext gehört v. a. die Aneignung religiöser Kompetenz bzw. religiöser Bildung, welche eine informiert-kompetente Selbstbestimmung im obigen Sinne unterstützt³³, zu der immer die konstruktiv-kritische Auseinandersetzung mit der eigenen religionskulturellen bzw. weltanschaulich-kulturellen Herkunft gehört.

Die oben vorgetragene, rein funktionale Sicht auf Medienkultur und -sozialisation ist zur analytischen Unterscheidung sinnvoll, lässt sich aber insofern nicht durchhalten, als in der Medienkultur immer auch – teilweise transformierte – Elemente aus den religiösen Traditionen zu finden sind und auch ‚säkulare‘ Inhalte sich einer bestimmten weltanschaulichen Perspektive unter anderen verdanken. Auch zu diesem Komplex der ‚Religion in der

30 Vgl. Manfred L. Pirner (2001): *Fernsehmythen und religiöse Bildung*, Frankfurt a. M., Kap. 7.

31 Vgl. Jürgen Fritz u. a. (Hg.) (2011): *Kompetenzen und exzessive Nutzung bei Computerspielen. Gefördert, gefördert, gefährdet*, Berlin.

32 Vgl. Hans-Ferdinand Angel u. a. (2006): *Religiosität. Anthropologische, theologische und sozialwissenschaftliche Klärungen*, Stuttgart.

33 Vgl. Volker Drehsen/Norbert Mette (2001): Art. *Sozialisation (religiöse)*, in: *Lexikon der Religionspädagogik*, Bd. 2., Neukirchen-Vluyn, Sp. 2007–2015: 2012.

populären Kultur‘ hat es in den vergangenen Jahrzehnten zahlreiche Untersuchungen gegeben, die in vielfältiger Weise gerade auch von Mitgliedern des „Arbeitskreises Populäre Kultur und Religion“ (www.akpop.de) aufgenommen und weitergeführt worden sind. Mythenforscher wie Joseph Campbell oder Mircea Eliade haben darauf hingewiesen, dass die Grundstrukturen zahlreicher Medienerzählungen Transformationen von religiösen Mythen darstellen; Literaturwissenschaftler wie Northrop Frye und Filmwissenschaftler wie Georg Seeßlen haben darauf aufmerksam gemacht, wie stark die moderne Literatur und der moderne Film von bestimmten Grundzügen der biblisch-christlichen Mythologie und Erlösungsdramaturgie geprägt sind; und Kommunikationswissenschaftler ebenso wie Theologen haben die synkretistisch-vielfältige und gestaltend-verändernde Aufnahme von religiösen Motiven in populären Filmen wie „König der Löwen“, „Star Wars“ oder „The Matrix“ herausgearbeitet.³⁴

Dass von solchen und ähnlichen religiösen Elementen in den Medien Wirkungen auf die religiöse Sozialisation der RezipientInnen ausgehen, lässt sich durch empirische Forschungen unterstützen. So konnte eine quantitative Untersuchung signifikante Zusammenhänge zwischen den Fernsehvorlieben von Jugendlichen und deren religiös-weltanschaulichen Vorstellungen feststellen. Zum Beispiel neigten Mädchen, die eine Vorliebe für Mystery- und Horrorfilme zeigten, deutlich mehr zum Glauben an übersinnliche Erscheinungen und zeigten ein negativeres Gottesbild als andere.³⁵ Auch in den erwähnten qualitativen Studien wurden immer wieder Einflüsse der Medienerfahrungen auf die Entwicklung der Probanden im religiös-weltanschaulichen Bereich sichtbar, die teilweise sogar bis hin zu konversionsähnlichen weltanschaulich-religiösen Neuorientierungen führen können. Einem der Befragten aus der Studie von Jörg Herrmann z. B. hat ein philosophisches Buch den entscheidenden Impuls gegeben, sich wieder der (christlichen) Religion zuzuwenden; für einen anderen war die Fernsehserie „Kung Fu“ ein Anstoß, sich intensiv und dauerhaft mit dem Buddhismus zu beschäftigen.³⁶ In allen Untersuchungen werden die intensiven Wechselwirkungen zwischen sozialer Lebenswelt und Medienwelt sowie zwischen einzelnen Medien deutlich. So führte etwa der erwähnte

34 Vgl. pionierhaft z. B. Hans-Martin Gutmann (1998): *Der Herr der Heerscharen, die Prinzessin der Herzen und der König der Löwen. Religion lehren zwischen Kirche, Schule und populärer Kultur*, Gütersloh.

35 Vgl. Manfred L. Pirner (2004): *Religiöse Mediensozialisation?*, München; Manfred L. Pirner (2009): *Religious Socialization by the Media? An Empirical Study and Conclusions for Practical Theology*, in: *International Journal of Practical Theology*, 13 (2): 275–292.

36 Vgl. Herrmann, *Medienerfahrung*, 212; 257.

Anstoß durch die Fernsehserie „Kung Fu“ den Interviewten zunächst dazu, sich Bücher über den Buddhismus zu besorgen, die ihn wiederum dazu anregten, Zen-Meditationskurse zu besuchen. Klar wird allerdings auch, dass in den meisten Fällen die Religiosität (bzw. weltanschauliche Haltung) der Probanden nach deren eigener Einschätzung am stärksten durch die Familie und peer-group sowie evtl. durch Erfahrungen in der Kirchengemeinde geprägt wurde. „Man könnte sagen: Medien spielen eine zentrale Rolle bei der Ausdifferenzierung und Weiterentwicklung der individuellen Grundstrukturen, deren Ausbildung stark von sozialen Interaktionen bestimmt ist.“³⁷

Zur Wirkung bzw. Rezeption der Mediendarstellungen von nicht bzw. nur wenig transformierter Religion in den Medien gibt es m. W. bislang nur in wenigen Fällen aussagekräftige empirische Untersuchungen. In diesem Bereich lassen sich unterscheiden: a) Fiktionale Erzählungen, die religiöse Settings oder Personen zeigen (z. B. Pfarrer- oder Nonnenserien im Fernsehen), b) Präsenz von Religion in den aktuellen Nachrichten, c) dokumentarische Darstellungen von Religion, d) Selbstdarstellung eigener Religiosität von Medienpersonen (z. B. in Popkonzerten, Talkrunden, Interviews oder auf Websites), e) eigene Medienbeiträge von Religionsgemeinschaften (z. B. „Das Wort zum Sonntag“, Gottesdienstübertragungen, Internetauftritte), f) mediale Inszenierung religiöser Großereignisse (z. B. katholischer Weltjugendtag, evangelischer Kirchentag, Papstbesuch).

Insgesamt wird für die jüngste Zeit eine verstärkte Präsenz und teilweise auch Akzeptanz von Religion in den Medien konstatiert. Insbesondere in den empirischen Untersuchungen zum Weltjugendtag in Köln zeigt sich ein für Fragen der Sozialisation aufschlussreiches Ineinander von Medienevent und religiöser Bedeutsamkeit.³⁸ Generell bleibt die verstärkte Präsenz von Religion in den Medien ambivalent und begrenzt: Das in den Medien dominierende Islambild erscheint verzerrend negativ³⁹ und auch die vorherrschenden Medienbilder von Kirche und Christentum kolportieren – bei aller legitimer Kritik – häufig klischeehafte Vorurteile, wie sich exemplarisch am Weltbestseller „Sakrileg“ (Film: „Der DaVinci

37 Herrmann, *Medienerfahrung*, 313.

38 Vgl. Winfried Gebhardt (Hg.) (2007): *Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation*, Wiesbaden; Andreas Hepp/Veronika Krönert (2008): *Medien, Event und Religion. Der Weltjugendtag als religiöses Medienevent*, Wiesbaden; Christian Klenk (2008): *Ein deutscher Papst wird Medienstar. Benedikt XVI. und der Kölner Weltjugendtag in der Presse*, Berlin/Münster.

39 Vgl. Heiner Bielefeldt (2007): *Das Islambild in Deutschland*, Berlin; Carola Richter/Kai Hafez (2007): *Das Islambild bei ARD und ZDF*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* (Heft 26–27): 40–46.

Code“) zeigen lässt.⁴⁰ In populären Filmen und Fernsehserien finden sich bislang kaum Beispiele für authentisch gelebte Religiosität. Inwieweit in den digitalen sozialen Netzwerken Religiosität zum Tragen kommt, ist bislang im deutschen Sprachraum nur wenig empirisch untersucht. Immerhin gibt es erste Studien zum Thema „Gebete im Internet“⁴¹ und zu religiösen Dimensionen des Cyberspace generell.⁴² Hier lohnt sich ein Blick in neuere internationale Veröffentlichungen, auf die zum Schluss nur noch verwiesen werden kann.⁴³

40 Vgl. Manfred L. Pirner (2009): *An der Oberfläche des „DaVinci Code“ kratzen. Was bürgerliche Erwachsene thrillt*, in: Michael Wermke (Hg.), *Erwachsen werden – erwachsen sein*, Jena, 113–129. Vgl. zum Einfluss der Medien auf das öffentliche Bild von Religion(en): Manfred L. Pirner/Johannes Lähnemann/Werner Haußmann (Hg.) (2011): *Medienmacht und Religionen*, Hamburg.

41 Anna-Katharina Lienau (2009): *Gebete im Internet. Eine praktisch-theologische Untersuchung* (Studien zur christlichen Publizistik XVII), Erlangen.

42 Angela Reinders (2006): *Zugänge und Analysen zur religiösen Dimension des Cyberspace*, Münster; Nord, *Realitäten*; vgl. auch die Forschungsskizze in: Oliver Krüger (2012): *Die mediale Religion. Probleme und Perspektiven der religionswissenschaftlichen und wissenssoziologischen Medienforschung*, Bielefeld, 377ff.

43 Pauline H. Cheong (ed.) (2012): *Digital religion, social media and culture: perspectives, practices and futures*, New York u. a.; Marie Gillespie/David Herbert/Anita Greenhill (eds.) (2012): *Social media and religious change*, Berlin.