

Religionen und Medien

Intellektueller Output II, Einheit IV



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein

Version Nr.	Autor, Institution	Datum/letzte Aktualisierung
3	<i>Giovanni Bulian, Ca' Foscari Universität Venedig</i>	03.09.2018

Religiöse Erfahrung und Medien

Heutzutage werden die Medien verstärkt dahingehend verwendet, religiöse Erfahrungen zu verbreiten und zu intensivieren: Fernsehen, Radio, Werbung, Internet und Videospiele durchziehen ja auch sonst einen jeden Bereich des menschlichen Lebens. So wie sich das Internet mittlerweile fest im alltäglichen Leben verankert hat, gilt es heutzutage auch den Religionen als ein wertvolles Werkzeug, um ihre Botschaft von Erlösung und Spiritualität zu verbreiten. Die sogenannten **digitalen Religionen** haben sich beispielsweise zu einer neuen Form der spirituellen Erfahrung entwickelt, durch die Glauben, Gebete, Pilgerreisen und religiöse Riten in die Onlinewelt integriert werden. Dabei ist es wichtig, diese Form der Religionskultur in die beiden Kategorien „**Religion online**“ und „**Onlinereligion**“ aufzutrennen: Erstere beschreibt, wie die historisch gewachsenen und institutionalisierten Religionen (Judentum, Christentum, Buddhismus, Hinduismus etc.) zu einem Teil der Internetwelt werden, während Letztere dagegen religionsähnliche Gruppierungen oder virtuelle Gemeinden umfasst, für die **das World Wide Web der maßgebliche Ort ist, an dem ihre Mitgliederinnen und Mitglieder ihre religiösen Erfahrungen machen.**

Die Verbreitung digitaler Religion wird durch die Tatsache begünstigt, dass das Internet ein **freieres und umfassenderes Kommunikationsmedium** ist als die alten Medien (wie insbesondere Radio und Fernsehen). Nutzerinnen und Nutzer profitieren von einer mehr personalisierten Erfahrung sowie einem höheren Maß an visuellen Stimuli und Interaktion. Durch seine Unmittelbarkeit entwickelt sich das Internet nicht nur für die institutionalisierten Religionen zu einem idealen Spielfeld hinsichtlich einer effektiven Vermittlung ihrer spirituellen Botschaft, sondern erlaubt auch und vor allem **den Gläubigen ein höheres Maß an Interaktion und Austausch ihrer Sichtweisen.**

Gleichzeitig stellt die digitale Religion **einen Angriff auf die religiösen Obrigkeiten und sanktionierten Lehrmeinungen dar**: Tatsächlich **steht es jedem frei**, sich im Internet als Experten einer bestimmten religiösen Tradition zu verkaufen, was zu äußerst pluralistischen Sichtweisen führt und dem Nutzer **verschiedene Arten der personalisierten und veränderlichen Religiosität** eröffnet.

Die institutionalisierten Religionen nutzen aber ihrerseits gleichermaßen insbesondere aus Gründen des Marketings **die Möglichkeiten des Internets in Form von Bild, Ton und Interaktivität**, indem sie ihren Anhängern beispielsweise die Möglichkeit bieten, eine virtuelle Kerze anzuzünden oder sich per E-Mail oder Forum mit anderen Zelebranten oder religiösen Obrigkeiten bzw. Experten auszutauschen. Diesbezüglich versuchen Software-Entwickler die Bedürfnisse dieses virtuellen Kults abzudecken, indem sie ihnen entsprechende **Tools für Onlinerituale** anbieten, die mitunter sogar Gedächtnisfeiern für Verstorbene umfassen.

Obwohl die **alten Medien** mittlerweile teilweise vom Internet überflügelt scheinen, spielen sie nach wie vor eine äußerst bedeutsame Rolle in der **Verbreitung religiöser Kultur**: Fernsehübertragungen von Messen sowie medial publizierte Heiligenbilder, heilige Orte und religiöse Texte werden auch heute noch von Gläubigen millionenfach konsumiert. Das Fernsehen spielt dabei für die großen Glaubensinstitutionen des Christentums, des Judentums, des Islam und des Buddhismus bei der Verkündigung

der jeweiligen eigenen spirituellen Botschaft eine besondere Rolle. In diesem Zusammenhang soll nicht unerwähnt bleiben, dass die Medien und insbesondere das Fernsehen ein Manipulationswerkzeug waren, wenn es darum ging, die Botschaft an bestimmte Zielsetzungen zu koppeln, wodurch letztlich nicht selten auch radikales Verhalten, rassistische Hassgefühle, eine verzerrte Wahrnehmung politischer Ereignisse und religiöser Fundamentalismus in die Köpfe und Herzen ihrer Anhänger gepflanzt wurden.

Insgesamt kann man sagen, dass sich die **Dimension religiöser Erfahrung und Praktik fortentwickelt** und mit den **sozialen, technologischen und sogar marktwirtschaftlichen Gegebenheiten ihres Kontexts** interagiert.

Weitere Informationen:

[Religion in moderner und postmoderner Gesellschaft](#)

Fallstudie 1: Die Messe als Fernseh- bzw. Internetübertragung

In der katholisch-christlichen Kultur ist der **Fernsehgottesdienst** (oder die **TV-Messe**) allgemein als Produkt *sui generis* anerkannt: Neben den Nachrichten ist sie eines der ältesten und am weitesten verbreiteten Formate weltweit, mit Ausnahme von Ländern, die unter der Herrschaft antidemokratischer und fundamentalistischer Regime stehen. In Italien erzielt der sonntägliche Fernsehgottesdienst hohe Einschaltquoten und erreicht – gerade zu besonderen Anlässen wie den Oster- und Weihnachtsmessen des Papstes – ein breites Publikum. Sogar in der islamischen Gemeinde übertragen Funk und Fernsehen Programme, in denen Autoritäten die Botschaft des Koran und die Gebote des Islam vermitteln. Dabei greifen manche Fernsehformate auch auf Bildmaterial betender Menschen in einer Moschee oder heiliger Orte des muslimischen Glaubens zurück. Mit der Verbreitung von **Podcasts und Mediatheken im Internet** werden diese Programme auch für **Gläubige in anderen Ländern** verfügbar. Dabei kann **mit den Zelebrenten interagiert** werden, beispielsweise in Form von persönlichen Gebets- und Segenswünschen.

Weitere Informationen:

[Liturgie und Orte der Gottesanbetung](#)



Ein auf YouTube übertragener katholischer Gottesdienst. Hier predigt der Priester gerade aus dem Neuen Testament. © 2018 Daily TV Mass.

Fallstudie 2: *Ramayana* im indischen Fernsehen

Die Überlieferung des *Ramayana* (Reise des Rama) ist neben dem *Mahābhārata* eine der bedeutendsten Erzählungen Indiens. Seit Ende der Achtzigerjahre überträgt das indische Staatsfernsehen kurze Programmeinheiten rund um die Taten des mythischen Königs Rama. In hinduistischer Glaubensstradition ist er nicht nur ein König, sondern auch ein **Avatar** des Gottes **Vishnu**, der immer wieder wiedergeboren wird, um Frieden und Harmonie durch die Vertreibung des Bösen zu schaffen. Das *Ramayana* ist somit also ein Narrativ des Kampfes von Gut gegen Böse mit einem letztlich glücklichen Ende, aber gleichsam auch eine Geschichte von Freundschaft, Liebe und Verrat. Die große Beliebtheit, der sich diese Sendung nach wie vor erfreut, liegt hauptsächlich in der Tatsache begründet, dass die Hindus die erzählte Handlung dieses antiken religiösen Textes als Idealmodell menschlichen Handelns werten.

Weitere Informationen:

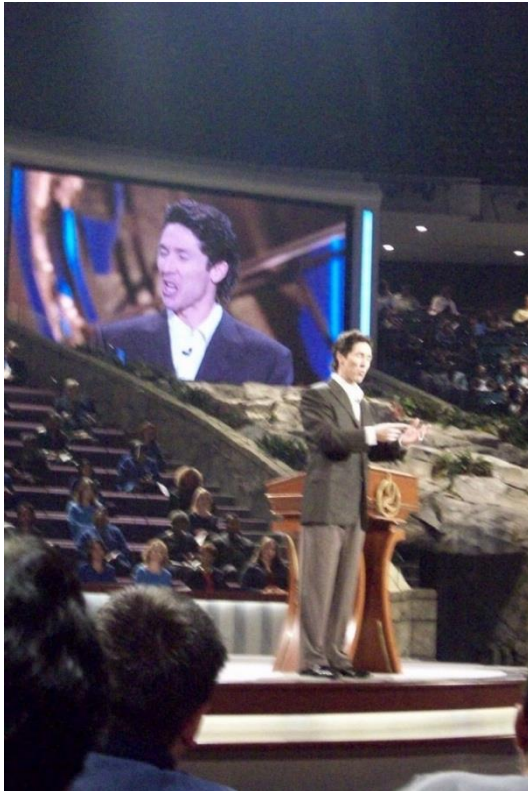
[Was bedeutet "Hinduismus"?](#)

[Vishnu, "Bhakti"-Hingabe und das Konzept des Avatara](#)

Fallstudie 3: Die Fernsehprediger

In Nordamerika versteht man unter „**Televangelisten**“ Priester (die mitunter tatsächlich keine formal ausgebildeten Priester sind), oftmals Vertreter **protestantischer Konfessionen** (insbesondere evangelikaler Gemeinden) oder auch Vertreter neuer religiöser Bewegungen, die mit ihren Predigen und Diskursen über Sexualmoral, Kindererziehung und Bildung, Erlösung der Seele etc. die Zuschauer unterhalten. Zumeist

handelt es sich um Kirchenmänner, die ein vereinfachtes Bild von Religiosität zeichnen, um ein möglichst großes Publikum zu erreichen.



Fernsehprediger Joel Osteen in der Lakewood Church, einem sehr großen Kirchensaal (16.000 Plätze) in Houston, Texas.

In den USA wurden Fernsehprediger im Zeitverlauf zu **einflussreichen Meinungsgestaltern**. So gründete der Televangelist Jerry Falwell (1933-2007) die bekannte politische Organisation *Moral Majority*, die entscheidend zu den republikanischen Erfolgen bei Präsidentschaftswahlen in den 1980er-Jahren beitrug.

Obwohl sich das Phänomen der Fernsehpredigt zunächst auf Amerika beschränkte und dort rasch große Beliebtheit unter evangelikalen und christlichen Gemeinden im Allgemeinen erlangte, erlauben es Prozesse der Globalisierung, dass einige entsprechende Sender mittlerweile durch internationale Sendernetzwerke auch noch größere Publika erreichen.

Weitere Informationen:

- [Christen weltweit](#)
(insbesondere Quelle Nr. 2, die die Dynamik der evangelikalischen Bewegung abbildet)

Fallstudie 4: Online-Pilgerreisen in Japan

Das Pilgern ist in Japan eine recht weit verbreitete religiöse Praktik. Eines der bekannteren Beispiele ist das **shikoku henro**, eine Reise über 88 Tempel, die auf der Insel Shikoku verstreut zu finden sind und gemäß buddhistischer Tradition von dem berühmten Mönch Kūkai, dem Begründer der esoterischen Schule des **Shingon**, besucht wurden. Das religiöse Erlebnis dieser Pilgerreise und auch konkret der Besuch der Tempel lässt sich nun auch auf **Webseiten für Pilgerreisende und Gläubige** erleben, ebenso wie in zahlreichen **Blogs von und für Pilgernde**, in denen über die spirituellen Aktivitäten berichtet wird.

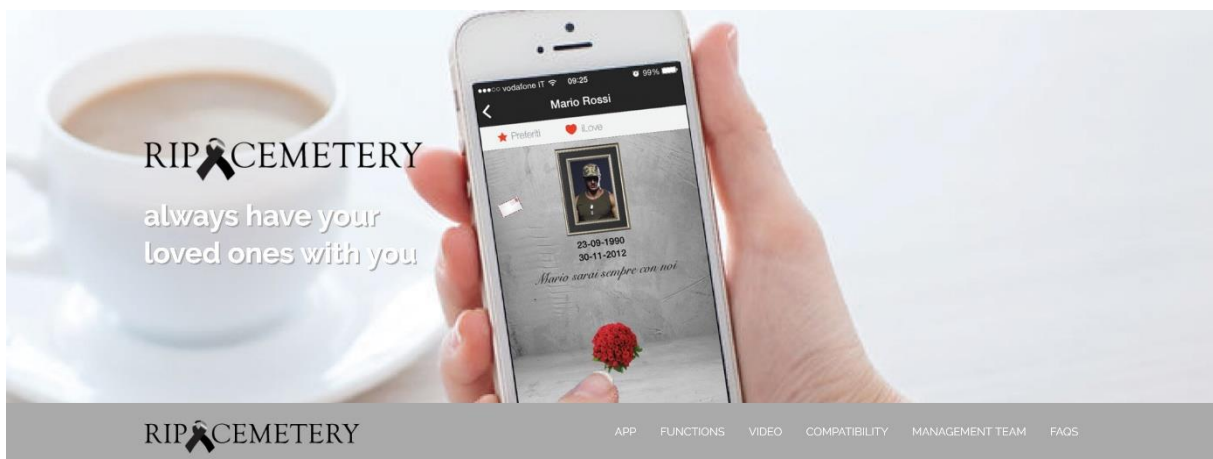
Weitere Informationen:

- [Der Buddhismus in Japan](#)

Fallstudie 5: Virtuelle Friedhöfe

Virtuelle Friedhöfe sind grundsätzlich unterschiedliche Formen von Onlineplattformen, in denen die Benutzer unabhängig von Nationalität, Geschlecht oder religiöser Überzeugung ihrer Toten gedenken können. Mitunter kann man den Verstorbenen gar E-Mails senden, virtuelle Blumensträuße niederlegen oder einen Spruch bzw. eine Erinnerung veröffentlichen. Diese Art des Totengedenkens kann auch in sozialen Netzwerken stattfinden, wenn Profile in virtuelle Gräber verwandelt werden. Mit der zunehmenden Verbreitung von Smartphones ist es auch nicht ungewöhnlich, dass sich entsprechende Friedhof-Apps für mobile Endgeräte finden lassen.

Obwohl diese virtuellen Friedhöfe nicht direkt mit einer bestimmten Religion verbunden sind, könnten diese Gedenkplattformen zukünftig den geeigneten Ort darstellen, an dem der eigene religiöse Glaube ausgedrückt oder eine Art virtuelles Begräbnisritual praktiziert werden kann, das an eine bestimmte Religion gebunden ist.



Screenshot von der Webseite www.ripcemetery.com, auf der eine App für virtuelles Totengedenken beworben wird.
© 2018 RipCemetery.