

The logo for SORAPS features the word "SORAPS" in a bold, sans-serif font. The letters "S", "O", "R", and "A" are orange, while "P", "S", and "P" are white. The text is set against a dark blue rectangular background. To the left of this background is a vertical bar with an orange top half and a dark blue bottom half. To the right of the main logo area is a horizontal bar with an orange top half and a dark blue bottom half.

SORAPS

Study of religions
against prejudices
and stereotypes

Religion og Medier

Intellektuelt Output 2, Unit IV



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 No.	Author, institution	Date/Last Update
3	Giovanni Bulian (Ca' Foscari University of Venvice)	03/09/2018

Medier og religiøse oplevelser

I dag bliver medierne i stigende grad brugt til at sprede og intensivere den religiøse oplevelse: tv, radio, reklame, internet, videospil influerer langt de fleste dele af menneskelivet. Det er en ret almindelig opfattelse, at internettet nu er integreret i det daglige liv og bliver et uundværligt redskab, hvorigennem selv religioner har fundet mulighed for at udbrede deres budskab om religiøs frelse og spiritualitet. De såkaldte 'digitale religioner' er for eksempel blevet en ny form for åndelig oplevelse, gennem hvilken overbevisninger, bønner, pilgrimsrejser og religiøse ritualer kan integreres online. Det er vigtigt at bemærke, at denne type religiøs kultur kan opdeles i to hovedkategorier: "religion online" og "online religion". Det første udtryk henviser til de historiske, institutionaliserede religioner (jødedom, kristendom, buddhisme, hinduisme osv.), som er blevet en del af internetuniverset. Det andet udtryk angiver i stedet religiøse grupper eller virtuelle samfund, for hvilke internettet bliver afgørende for selve eksistensen af de religiøse oplevelser.

Spredningen af digitale religioner skyldes, at internettet er et frit og rigere middel til kommunikation end de gamle medier (især radio og tv). Brugere kan have en personlig oplevelse, og de visuelle stimuli samt interaktionsniveauet er langt højere. Ved at være uden formidlere bliver internettet ikke kun det privilegerede terræn for institutionaliserede traditioner til at kommunikere deres religiøse budskaber mere effektivt, men frem for alt for de troende at interagere og formidle deres synspunkter til hinanden meget mere frit.

Digitale religioner er også forbundet med eller i nogle tilfælde skyldt i en generel krise for autoritet og ortodoksi i gamle institutionaliserede religioner: Faktisk kan man på internettet skrive og sælge sig selv som ekspert indenfor en bestemt åndelig tradition, og denne faktor øger pluralismen af synspunkter, samt muligheden for at en netsurfer kan udforske forskellige, flydende og personlige måder at være religiøse på.

Samtidig udnytter institutionaliserede religioner også internettets potentiale med hensyn til billeder, lyde og interaktivitet ved for eksempel at give tilhængerne mulighed for at tænde et virtuelt lys eller at kommunikere via e-mail eller andre celebranter eller religiøse ledere/eksperter. På samme måde forsøger softwarehuse og webudviklere at imødekomme disse virtuelle forbrugeres behov ved at sælge dem virtuelle værktøjer til online ritualer, eksempelvis mindefester til de døde.

Selvom de gamle medier tilsyneladende delvis erstattes af internettet, spiller de stadig en yderst vigtig rolle for formidling af religiøs kultur: Gudstjenester på tv, formidling af hellige billeder og hellige steder samt tv-transmission af religiøse tekster er stadig fulgt i dag af millioner af troende. Særligt fjernsyn bidrager især til at sprede religiøse budskab om institutionaliserede religioner som kristendom, jødedom, islam eller buddhisme. Det skal dog bemærkes, at medier som fjernsyn ofte har været med til at manipulere det religiøse budskab til bestemte mål, hvilket i nogle tilfælde har fremkaldt en radikal adfærd hos de troende og ledt til racisme, en ændret forståelse af politiske begivenheder eller fremkaldt en religiøs fundamentalisme.

Sammenfattende skal det bemærkes, at dimensionen af religiøs erfaring og praksis udvikler sig, reagerer og interagerer på forskellige måder med social, teknologisk og jævn kommerciel udvikling.

Reference til digitale moduler:

- [Religion i det moderne og postmoderne samfund](#)

Case 1: Gudstjeneste og tv / internettransmission

I den kristen-katolske religiøse kultur er 'Mass on Television' (eller 'TV Mass') generelt betragtet som et tv-produkt sui generis: sammen med nyhederne er det et af de ældste og mest udbredte tv-programmer i verden med undtagelse af lande med antidemokratiske eller fundamentalistiske regimer. For eksempel har Italiens søndagsprogrammering af massen på fjernsyn et meget højt seertal og når et stort publikum ved visse lejligheder, eksempelvis pavens gudstjeneste til påske eller jul. Selv i islamiske samfund er der tv- og radioudsendelsesprogrammer, hvor autoritative figurer forklarer koranens budskab og islams forskrifter. Desuden foreslår nogle tv-programmer i stedet billeder af at bede folk inde i en moske eller billeder af hellige steder i islam. Med udviklingen af internettransmission er sådanne programmer også tilgængelige for troende, der bor i fremmede lande. Derudover kan tilhængere også interagere med fejringerne ved for eksempel at sende dem personlige bønneønsker.

Reference til digitale moduler

- [Liturgi og kultsteder](#)



En katolsk gudstjeneste transmitteret gennem youtube. Her læser præsten en passage fra det Nye Testamente, © 2018 Daily TV Mass.

Case 2: Ramayana og fjernsyn i Indien

Overførslen af *Ramayana* (Rama's rejse) sammen med *Mahābhārata* er en af Indiens største eposser. Siden slutningen af firserne er indisk statsfjernsyn begyndt at sende tv-programmer fokuseret på den mytiske kong Ramas gerninger. I den hinduistiske tradition er Rama – udover at være en konge – betragtet som en avatar (manifestation) af guden Vishnu, som er inkarneret hver

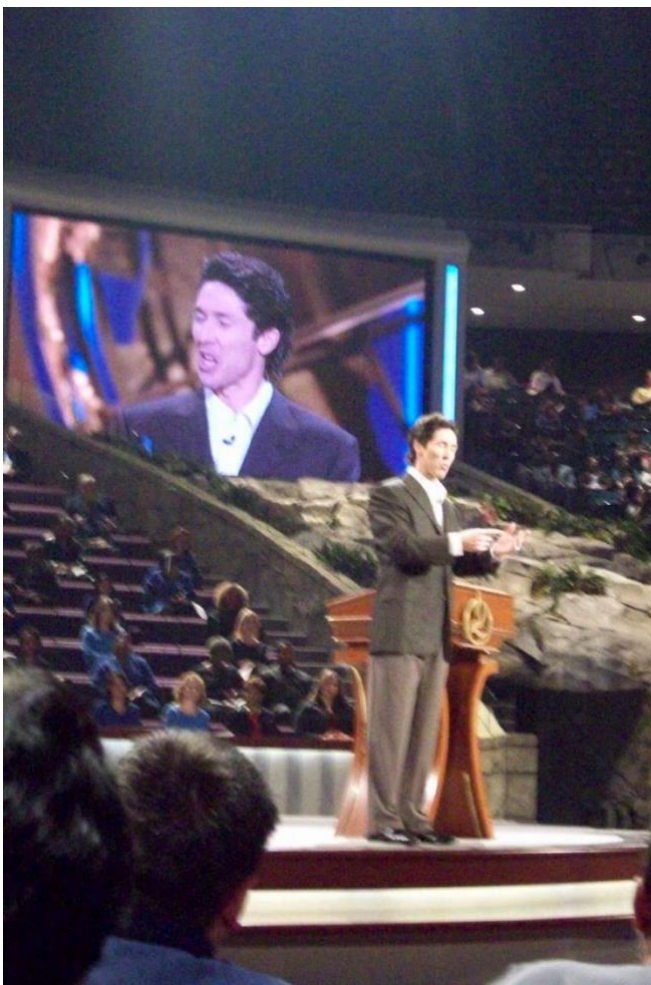
gang i verden for at genoprette fred og harmoni blandt mennesker ved at uddrive ondskab. Ramayana er faktisk i virkeligheden en historie om kampen mellem godt og ondt med det godes sejr, men også om venskaber, kærlighed og forræderi. Den enorme berømmelse, som dette tv-program stadig nyder i dag, skyldes derfor, at hinduerne tager de gestus, der er fortalt i denne antikke religiøse tekst som en ideel adfærdsmodel.

Reference til digitale moduler:

- [Hvad betyder 'hinduisme'?](#)
- [Vishnu, "Bhakti"-dyrkelse og begrebet avatara](#)

Case 3: Televangelister

I Nordamerika er 'televangelister' typisk præster (eller 'pseudopræster', da de i mange tilfælde ikke er rigtige præster), repræsentanter for protestantiske kirker (især fra den evangeliske bevægelse) eller lederne af nye religiøse bevægelser, der prædiker og underholder offentligheden med diskurser om seksualmoral, undervisning af børn, sjælens frelse osv. Televangelister er dog i de fleste tilfælde præster, der spreder et forenklet billede af religiøsitet for at nå et stort publikum.



I USA er televangelister blevet vigtige meningsdannere. For eksempel etablerede televangelisten Jerry Falwell (1933-2007) den fremtrædende politiske organisation kaldet "Moral Majority", der spillede en central rolle i de republikanske præsidentsejre gennem 1980'erne.

Selv om teleprædikenerne begyndte i USA og blev meget populære blandt især evangeliske kristne og kristne kirker, har globaliseringen givet nogle tv-tv-selskaber mulighed for at nå et større publikum gennem internationale transmissionsnet.

Televangelisten Joel Osteen i Lakewood Church (en kæmpe kirke i Houston Texas med 16.000 pladser).

Reference til digitale moduler

- [Kristne i hele verden](#)
(esp. Source 2, showing the dynamism of the Evangelical Movement)

Case 4: Online pilgrimsfærd i Japan

Pilgrimsfærd er en ret almindelig religiøs praksis i Japan. En af de vigtigste er Shikoku-pilgrimsfærd (Shikoku henro), en rejse til 88 templer spredt på øen Shikoku, som ifølge buddhistiske traditioner skulle have været besøgt af den berømte buddhistiske munk Kūkai (grundlæggeren af den esoteriske Buddhistiske skole 'Shingon'). Den religiøse oplevelse af denne pilgrimsfærd samt besøget af templerne inkluderer nu også hjemmesider for pilgrimme og troende, samt en lang række bloggere, der rapporterer deres aktiviteter og religiøse praksis.

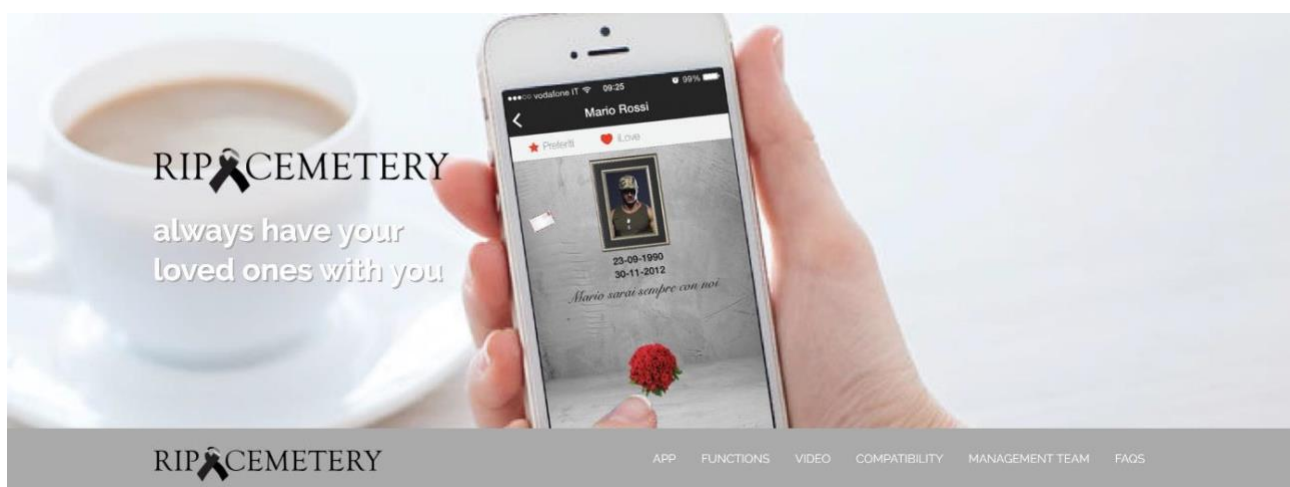
Reference til digitale moduler

- [Buddhisme i Japan](#)

Case 5: Virtuelle kirkegårde

Virtuelle kirkegårde er online mindeplatforme, hvor brugere kan hylde deres kære på forskellige måder og uden forskel på nationalitet, køn eller religiøs kult. I nogle tilfælde kan brugerne sende e-mails til afdøde, efterlade buketter af virtuelle blomster eller udgive en sætning eller et minde. Denne form for begravelsesritualer kirkegårde kan også finde sted på sociale netværk, der omdanner afdødes profiler til virtuelle kirkegårde. Desuden er det med diffusionen af smartphones ikke usædvanlig at finde virtuelle kirkegårdsapplikationer til mobile enheder.

Selv om virtuelle kirkegårde ikke er direkte forbundet med bestemte religioner, kan disse mindesplatforme udgøre det ideelle terræn til at udtrykke sin religiøse tro eller til at praktisere en slags virtuelt begravelsesritual forbundet med en bestemt religion.



Skærbillede fra www.ripcemetery.com hjemmeside, der reklamer for en mobil app til virtuel mindepraksis.

© 2018 RipCemetery