

Religiöse Mediensozialisation

Wie die Medien die Religiosität von Kindern und Jugendlichen beeinflussen

1 Religion in der Medienkultur – Kategorien und Beispiele

Für die theologische Wahrnehmung und Hermeneutik von Religion in der Medienkultur empfiehlt es sich, von einem weiten Religionsverständnis auszugehen, das sich nicht mit dem Aufspüren substanzieller Glaubensinhalte oder phänomenologisch eindeutiger äußerer Merkmale beschränkt, sondern auch strukturelle und funktionale Aspekte einbezieht. Nur dann kommt die ganze Breite der für (christlich-)religiöse Bildung und Erziehung bedeutsamen Medienerfahrungen von Kindern und Jugendlichen in den Blick. Diese religionstheoretischen Differenzierungen lassen sich verschränken mit medientheoretischen Unterscheidungen zwischen dokumentarisch, fiktional, repräsentativ (Religionen präsentieren sich selbst in den Medien) und symbolisch (z.B. religiöse Symbole in Werbung und Popmusik). Grafisch lässt sich die Verschränkung folgendermaßen darstellen.

religionstheoretische Kategorien	<i>medientheoretische Kategorien</i>			
	a) dokumentarisch	b) fiktional	c) repräsentativ	d) symbolisch
1) substanziell	z.B. Reportage »Was glauben die Deutschen?«; Wissenschaftssendung »Gibt es Gott?«	z.B. Kino-Film »Bruce Allmächtig«; Computerspiel »Black & White«	z.B. Wort zum Sonntag; Gottesdienstübertragungen	z.B. »himmlisch«, Engel in der Werbung
2) phänomenologisch	z.B. Kirchen und Moscheen in den Nachrichten; Berichte über Papstbesuch	z.B. Pfarrer- und Nonnen-Serien im Fernsehen;	z.B. Religionsvertreter in Talk-Shows; Kirchen im Internet	z.B. religiöse Symbole in Musikvideos oder Computerspielen
3) strukturell	--	z.B. Erlösungs-dramen in Film oder Computerspiel	--	z.B. ironisierende Inszenierung des Kreuzes im Popkonzert

4) funktional	--	z.B. Film- oder Serien-Fanclubs als Ersatzgemeinde	--	z.B. ekstatische Erfahrungen durch Techno-Musik
---------------	----	--	----	---

Am augenfälligsten ist die Präsenz von Religion in den Medien in der Kategorie 1a und 2a: So scheint z.B. das Islam-Bild vieler Deutscher stark von den in den Medien vorherrschenden negativen Bildern von islamistischem Terrorismus, fanatischen Palästinensern im Gaza-Streifen und verschleierte Frauen in Afghanistan geprägt zu sein.¹ Die immer wieder kehrenden Nachrichten über Weltkonflikte oder nationale gesellschaftliche Probleme, in denen religiöse Extremismen und Gegensätze eine verschärfende, wenn nicht auslösende Rolle spielen, vermitteln den Eindruck, dass Religion generell eher kritisch zu sehen ist.

Für Kinder und Jugendliche dürften allerdings die Medieninhalte der Kategorie b) wesentlich bedeutsamer sein, weil sie fiktionale Medien-erzählungen deutlich bevorzugen. Dabei ist zunächst einmal festzuhalten, dass in den meisten populären Fernsehserien, Kinofilmen oder Computerspielen explizite religiöse Bezüge kaum oder nur sehr am Rande vorkommen: Die Heranwachsenden finden in aller Regel kaum positive Medienvorbilder, für die gelebte Religion einen Teil ihrer Identität darstellt.² Eine Ausnahme bilden die Pfarrer- und Nonnenserien im Fernsehen sowie einige jüngere historische Spielfilme (z.B. *Die weiße Rose* [1982], *Bonhoeffer – die letzte Stufe* [1999], *Martin Luther* [2003]).

Am häufigsten dürften religiöse und para-religiöse Bezüge im Bereich 3b) zu finden sein. Sowohl in Film und Fernsehen als auch in Computerspielen sind bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen phantastische Erzählungen beliebt, die mythische Strukturen und Figuren aufweisen sowie übernatürliche Mächte ins Spiel bringen. In »Mystery«-Serien wie »Akte X«, »X-Factor« oder »Buffy« geht es um Dämonen, Hexen, Zauberei und übersinnliche Kräfte,³ und in »Fantasy«-Filmreihen wie »Der Herr der Ringe« und insbesondere »Harry Potter« werden unverkennbar narrative Elemente aus der christlichen Mythologie verarbeitet. Auch das Science-Fiction-Genre bietet sich als Rahmen an, in dem mythologische Topoi sowie menschheitliche Grundprobleme, z.T. verfremdet, thematisiert werden können: Die religionsähnlichen Züge der Filmreihe »Star

1 Daniel Meier, Auf der Suche nach dem Positiven: Zur journalistischen Wahrnehmung des Islam zwischen stereotyper Verunsicherung und notwendiger Kritik, in: Manfred L. Pirner / Johannes Lähnemann / Werner Haußmann (Hg.), *Medien-Macht und Religionen*, Hamburg 2011, 71–77.

2 Vgl. Manfred L. Pirner, Vorbilder in den Medien. Mediale Bezugspersonen und ihre Relevanz für religiöse Erziehung und Bildung, in: JRP – Jahrbuch der Religionspädagogik 24 (2008), 100–109.

3 Vgl. für eine Übersicht über die beliebtesten Serien: www.mystery-files.de.

Wars« sind ebenso immer wieder analysiert worden wie die philosophischen und religiösen Bezüge der populären Serie »Star Trek«. In Computerspielen dienen mythologische Erzählrahmen häufig dazu, dem Spieler eine herausgehobene Bedeutung zu vermitteln (z.B. wenn er selbst »Gott« spielen darf) oder auch hemmungslose Gewalt zu rechtfertigen (z.B. wenn er im Namen Gottes die endzeitliche Welt vom Bösen »reinigen« soll).

Schließlich spielen auch funktionale Aspekte von Religion in fiktionalen Settings, also Bereich 4b), eine wichtige Rolle in populären Medien-erzählungen. Die großen existenziellen Fragen des Menschseins, die aus religionstheoretischer Sicht als religiös eingeordnet werden – Woher komme ich? Wohin gehe ich? Was ist der Sinn? Wer lenkt mein Schicksal? Was kommt nach dem Tod? u.ä. – werden häufig in großen Kinofilmen wie etwa »Titanic« oder in den erwähnten Fantasy-Filmen thematisiert. Medien übernehmen damit teilweise die Funktion der Religion, menschliche Kontingenzerfahrungen zu thematisieren, die in der Alltagskommunikation normalerweise eher tabuisiert werden.

2 Sozialisation – Selbstsozialisation – 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 Hurrelmann). Gerade die neuen Möglichkeiten der digitalen Welten in Internet und Handy 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.⁴ Vor diesem Hintergrund lassen sich wesentliche Forschungsergebnisse aus der Mediensozialisationsforschung⁵ sowie der allgemeinen Medienrezeptions- und wirkungsforschung knapp zusammenfassend unter drei Aspekten skizzieren.

1. Viele empirische Studien stützen die Sicht vom *Mediennutzer als aktiv realitätsverarbeitendes Subjekt*: Selbst bei scheinbar eher passiv

4 Vgl. Jürgen Zinnecker, Selbstsozialisation – Essay über ein aktuelles Konzept, Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation 20 (2000), 272–290. Vgl. auch Manfred L. Pirner, Schüler/in – soziologisch, in: Martin Rothgangel / Rainer Lachmann / Gottfried Adam (Hg.), Religionspädagogisches Kompendium. Neue Ausgabe, Göttingen 2012, 235–249.

5 Vgl. Ralf Vollbrecht / Claudia Wegner (Hg.), Handbuch Mediensozialisation, Wiesbaden 2010.

rezipierten Medien wie Film und Fernsehen sind demnach die Kinder und Jugendlichen nicht lediglich als passive Konsumenten zu sehen, 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«⁶ 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). Die persönlichen, individuellen Voraussetzungen, mit denen sie an die Medien herangehen, bestimmen die Rezeptionsweise entscheidend mit.

2. Einstimmig zeigen die Untersuchungen, dass enge soziale Beziehungen wie die *Familie oder Freunde generell immer noch wichtiger für Jugendliche sind als die Medien und Medienakteure*. Die Medien können jedoch unterstützenden, abschwächenden und manchmal sogar entscheidenden Einfluss auf junge Menschen haben. Auch Medienakteure können eine wichtige Rolle im Leben junger Menschen spielen, etwa als Vorbilder oder idealisierte Figuren, auf welche die Jugendlichen ihre Wünsche und Sehnsüchte projizieren.
3. Dass »Medienwirkungen« individuell höchst unterschiedlich sein können, zeigt sich pointiert in der Forschung zum Thema Mediengewalt, die nach einer langen Phase mit widersprüchlichen Ergebnissen nun seit etlichen Jahren zu einem weitgehenden Konsens gefunden hat. Danach gilt weder die Allmachtsthese, dass die Mediengewalt unwiderstehlich alle Rezipienten aggressiver macht, noch die Ohnmachtsthese, dass es gar keine nennenswerten Einflüsse gibt, sondern die *Risikothese, dass bestimmte (Risiko-)Gruppen von Jugendlichen stärker von den Medien beeinflusst werden als andere*. Für diese Risikogruppen (tendenziell eher die Jungs, eher die weniger Intelligenten und eher diejenigen aus sozial problematischen Verhältnissen) gilt, dass sie durch die Rezeption von Mediengewalt tatsächlich aggressiver werden, während andere Gruppen (tendenziell eher die Mädchen, eher die Intelligenteren und diejenigen aus sozial »intakten« Verhältnissen) nicht aggressiver, sondern eher noch friedlicher werden und Gewalt noch mehr ablehnen als vorher. Die Größe der Risikogruppe wird unterschiedlich zwischen acht bis 30 Prozent geschätzt.⁷ Die *subjektive Verarbeitung* der Gewaltdarstellungen und die *sozialen Rahmenbedingungen der Rezipienten* spielen also eine entscheidende Rolle.

6 Jürgen Barthelmes / Ekkehard Sander, Medien in Familie und Peer-group, München 1997, 319.

7 Vgl. zum Ganzen z.B. Michael Kunczik / Astrid Zipfel, Gewalt und Medien. Ein Studienhandbuch, 5. vollst. überarb. Aufl. Köln 2006.

3 Wie beeinflussen die Medien die Religiosität junger Menschen?

Innerhalb der allgemeinen (deutschen) religionspädagogischen Forschung gibt es vereinzelte Hinweise darauf, dass Kinder die Medien als Quelle für die Konstruktion ihrer religiösen Vorstellungen nutzen. Die qualitative Studie von Helmut Hanisch zeigte etwa, dass manche Kinder beim Malen ihrer Gottesvorstellungen auf Bilder von Cowboy- oder Kriegsfilmern zurückgriffen.⁸ In einer Studie von Petra Freudenberger-Lötz wurde deutlich, dass manche Kinder sich auf Gespensterfilme beziehen, wenn sie ihre Vorstellungen von einem Leben nach dem Tod ausdrücken.⁹ Dass, wie für die Sozialisation im allgemeinen, auch für die religiöse Sozialisation im besonderen Familie und peer group bedeutsamere Einflüsse als die Medien darstellen, hat eine nicht-repräsentative empirische Erhebung (N = 143 Hamburger Jugendliche) im Rahmen des religionspädagogischen Forschungsprojekts REDCo unterstützen können,¹⁰ wobei die hier vorgestellten Ergebnisse auf expliziten Selbsteinschätzungen der Befragten basieren, die – wie unten noch zu zeigen sein wird – mit Vorsicht zu genießen sind.

In einer auf die amerikanische »Cultivation Research« von George Gerbner und eine diesem Ansatz folgende schottische Studie von Harry M. Gibson¹¹ aufbauenden quantitativen Befragung von 302 Konfirmandinnen und Konfirmanden konnte ich zeigen, dass es Zusammenhänge zwischen deren Fernsehpräferenzen und ihren religiösen und parareligiösen Vorstellungen gab.¹² Besonders auffallend war, dass solche Zusammenhänge bei Mädchen häufiger waren als bei Jungen. Die meisten Korrelationen häuften sich im Bereich des Horror- und Mystery-Genres und zeigten dort die höchsten Werte: Zum Beispiel glaubten diejenigen Mädchen, die eine Neigung zu Horror- und Mystery-Filmen aufwiesen, auch in höherer Zahl an übernatürliche Phänomene, Geister, möglichen Kontakt mit den Toten und die Existenz von Außerirdischen auf der Erde. Sie hatten außerdem ein negativeres Gottesbild als die anderen Befragten. Eine Erklärung dieser Befunde kann Gerbners »Cultivation Theory« bieten, die besagt, dass die stärksten Effekte des Fernsehens auf die Zu-

8 Helmut Hanisch, Die zeichnerische Entwicklung des Gottesbildes bei Kindern und Jugendlichen, Stuttgart 1996, 128.

9 Petra Freudenberger-Lötz, »Wenn man die Geschichte liest, dann kriegt man Mut ...« Über Trauer, Erinnerung und Hoffnung in der Grundschule nachdenken, in: JRP 22 (2006), 182–192, hier: 187.

10 Vgl. Thorsten Knauth, Zur Bedeutung von Schule und Lebenswelt von Jugendlichen, in: Dan-Paul Jozsa / Thorsten Knauth / Wolfram Weiße (Hg.), Religionsunterricht, Dialog und Konflikt. Analysen im Kontext Europas, Münster 2009, 35–103, hier: 57f.

11 Harry M. Gibson, The Influence of Television on Adolescents' Attitude towards Christianity, in: Journal of Empirical Theology 5 (1992), 18–30.

12 Manfred L. Pirner, Religiöse Mediensozialisation, München 2004. Eine Replikationsstudie ist in Vorbereitung.

schauber in den Fällen erwartet werden können, in denen die Fernseh-wirklichkeit sich am meisten von der Realität unterscheidet. Dies trifft offensichtlich auf die Genres der fantastischen Filme zu. In Horror- und Mystery-Filmen spielen meistens bössartige, übernatürliche Mächte und außerweltliche Wesen eine wichtige Rolle. Die Grenze der Studie liegt darin, dass sie mit nur einem Testzeitpunkt keine eigentlichen *Wirkungs*-effekte nachweisen kann, sondern nur Zusammenhänge, welche die These, dass solche Effekte vorliegen, unterstützen.

Eine Reihe von qualitativen Studien hat in jüngerer Zeit einige Fortschritte in der Forschung erbracht. In ihrem Buch »From Angels to Aliens« berichtet Lynn Schofield Clark über ihre Studie, die auf Tiefen-Interviews und Gesprächsgruppen mit etwa 100 amerikanischen Teenagern beruht. Clark kommt zu dem Ergebnis, dass die Medien von den jungen Menschen als eine Quelle religiöser Identitätsbildung genutzt werden und dass dabei die phantastischen Filmgenres besonders bedeutsam sind. Am wichtigsten werden die Medien für jene Jugendlichen »with the least interest in formal religion«.¹³ Die meisten der befragten jungen Menschen betonen zwar, dass sie die Mediengeschichten nicht ernst nehmen und schon gar nicht »do not consciously seek information about the supernatural from the media«.¹⁴ Dieser Selbsteinschätzung der Jugendlichen widersprechen jedoch Clarks Interviewergebnisse.

In einer ethnographisch orientierten Studie untersuchte Astrid Dinter u.a. durch teilnehmende Beobachtung und Interviews mit 19 Jugendlichen deren Computernutzung. Sie fand heraus, dass sowohl die allgemeinen Nutzererfahrungen (z.B. Omnipotenz- oder Flow-Gefühle) als auch der Inhalt mancher Computerspiele (z.B. Spiele, in denen der Spieler selbst die Rolle Gottes einnehmen kann) Bezüge zu religiöse Dimensionen in einem weiten Sinn aufweisen.¹⁵

Ein Forscherteam um Wilhelm Gräb interviewte junge Erwachsene zwischen 19 und 30 Jahren in Gruppendiskussionen und Einzelinterviews direkt nach dem Anschauen bestimmter populärer Kinofilme (Cast Away, Lola Runs, Fight Club, The Hours, Truman Show, Herr der Ringe, Lost in Translation, The Day after Tomorrow). Damit sollte herausgefunden werden, »ob sich die im Kontext religions- und kulturtheoretischer Debatten nahe legende Hypothese belegen lässt, dass den massenmedialen Unterhaltungsprogrammen des Kinos eine religionsbildende Kraft zukommt, sie Bilder, Erzählungen und Sinnformen vermitteln, welche den Rezipienten lebenspraktische Orientierungsfragen sinnstiftend beantworten helfen.«¹⁶ Die Befunde zeigen, dass dies in dem hier veranschlagten

13 Lynn Schofield Clark, *From Angels to Aliens: Teenagers, the Media and the Supernatural*, New York 2003, 224.

14 Ebd., 227.

15 Astrid Dinter, *Adoleszenz und Computer. Von Bildungsprozessen und religiöser Valenz*, Göttingen 2007.

16 Wilhelm Gräb u.a., »Irgendwie fühl ich mich wie Frodo ...!« Eine empirische Studie zur Medienreligion, Frankfurt a.M. 2006, 31.

weiten Sinn von »Religion« zutrifft, dass die Rezipienten allerdings religiöse Anspielungen und transformierte Elemente aus religiösen Traditionen in den Filmen meist nicht erkennen und daran auch wenig interessiert sind. Sie nutzen selbst solche Filme mit recht deutlichen religiösen Dimensionen überwiegend, um ihnen jeweils *eigene* Sinndeutungen zu entnehmen, ohne dass sich dadurch ihre Distanz zu Religion, Gottesglaube und Kirche verringern würde.¹⁷ Zu einem ganz ähnlichen Ergebnis kommt eine englische Studie, in der 15–25-Jährige zu ihrer Nutzung der populären Kultur, u.a. von Filmen wie »Herr der Ringe« oder »Harry Potter«, interviewt wurden: Die Jugendlichen »derive meaning from popular culture but not religious meaning«.¹⁸

Jörg Herrmann führte biographische Interviews mit 20 jungen Erwachsenen über mögliche religiöse Aspekte ihrer Rezeption von Fernsehen, Filmen und Büchern seit der Kinder- und Jugendzeit durch. Viele der Befragten nutzen die Medien als eine Quelle im Umgang mit existentiellen, moralischen und religiösen Lebensfragen. In den meisten Fällen stellt die Mediennutzung somit offenbar eine Art Ersatz für Religion dar, indem sie ähnliche Funktionen wie diese erfüllt; gelegentlich scheinen die Medien aber auch eine Brücke zur Religion anzubieten. So berichtet Herrmann z.B. über den Fall des 38-jährigen Hans: Er sah sich in seiner Jugend regelmäßig die Fernsehserie »Kung Fu« an, was ihn dazu führte, bis zum heutigen Tag Bücher über Buddhismus zu lesen, Seminare zu besuchen und buddhistische Meditation zu praktizieren.¹⁹

Dass Filmrezeption auch bezüglich religiöser Aspekte sehr individuell-unterschiedlich ist, unterstreichen zwei neuere Studien: Katrin Zywek zeigte 58 Personen, von denen etwa die Hälfte praktizierende Katholiken und die andere Hälfte nicht katholisch oder Agnostiker waren, den auf Dan Browns Bestseller basierenden Film »Der DaVinci Code«. In einem Prae-Post-Design (mit Befragungen vor und nach dem Film) zeigte sich, dass sich die Konfrontation mit den kirchenkritischen Tendenzen des Films unterschiedlich auswirkte: Die Katholiken fühlten sich in ihrer pro-katholischen Haltung bestärkt (und neigten dazu, die Kirche gegen die kritische Darstellung zu verteidigen), während die Nicht-Katholiken und Agnostiker die Kirche nach dem Film noch kritischer sahen als vorher.²⁰

17 Vgl. ebd., 293–294.

18 So geben Collins-Mayo und Beaudoin das Resultat der Studie von Savage et al. wieder: Sara Savage et al., *Making sense of Generation Y: The World View of 15 to 25 Year-olds*, London: Church House Publishing 2006, zitiert in: Sylvia Collins-Mayo / Tom Beaudoin, Religion, Pop-Culture and »Virtual Faith«, in: dies. / Pink Dandelion (Hg.), *Religion and Youth*, Farnham, England: Ashgate, 17–23; hier: 23.

19 Jörg Herrmann, *Medienerfahrung und Religion. Eine empirisch-qualitative Studie zur Medienreligion*, Göttingen 2007, 257.

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

Birte Platow zeigte einem Publikum von dreizehn Personen die Filme »Dogma« (USA 1999, Regisseur: Kevin Smith) und »Bruce Allmächtig« (USA 2003, Regisseur: Tom Shadyac), die beide Gott zum Thema machen. Mithilfe von anschließenden narrativen und gelenkten Interviews fand sie heraus, dass die Testpersonen durch die Filme dazu gebracht wurden, über ihre Vorstellungen von Gott nachzudenken und diese auf individuelle Weise zu differenzieren, zu modifizieren oder auch zu bekräftigen.²¹

Es lässt sich vermuten, dass bestimmte Medien oder Medieninhalte eine besonders starke Wirkung entfalten, wenn sie in eine Gemeinschaftskultur eingebunden sind und von dieser gemeinsam favorisiert werden. Dies trifft vor allem auf Fanclubs zu. Das wahrscheinlich prominenteste und am besten erforschte Beispiel dafür ist die Fangemeinschaft der amerikanischen Science-Fiction Serie »Star Trek«. Auf Internetseiten oder in Fanmagazinen in den USA, aber auch in Deutschland, »bezeugen« einige dieser Fans, dass Star Trek ihr Leben buchstäblich geändert, ihnen durch Schwierigkeiten und Depressionen hindurch geholfen hat und dass Star Trek »immer der bedeutendste Einfluss in [ihrem] Leben war und immer sein wird«²². Vor allem scheint die Serie einen positiven, hoffnungsvoll utopischen Ausblick zu vermitteln, nach dem in der Zukunft alle Nationen und Völker gemeinsam in Freiheit, Frieden, gegenseitiger Anerkennung und Hilfsbereitschaft leben können. Das schließt explizit den Respekt vor der Religion oder der nichtreligiösen Weltanschauung des Anderen mit ein. Eine empirische Studie der Universität Bonn fand Belege dafür, dass Fans die typischen Star Trek-Tugenden wie Toleranz, Hilfsbereitschaft und Respekt anderen Menschen und Religionen gegenüber auch selbst in hohem Maße wertschätzen.²³

Eine weitere Art der Einbettung von Medien in eine Gemeinschaftskultur geschieht in den »Jugendkulturen« und »Szenen«. In ihren meist lockeren und vorübergehenden, aber doch prägenden Formen der Kommunikation organisieren sich junge Menschen (im Sinne der »Selbstsozialisation«) selbst und wählen bestimmte Elemente aus der Popkultur oder historischen Kulturtraditionen aus, um eine mehr oder weniger kohärente subkulturelle Orientierung zu schaffen und sich gegen den kulturellen Mainstream sowie andere Subkulturen abzugrenzen. Dass auch religiöse Dimensionen hier eine Rolle spielen, lässt sich exemplarisch an der

21 Birte Platow, »Du sollst dir kein Bildnis machen« – oder wie Menschen sich Gott vorstellen. Eine qualitative Studie zu individuellen Gotteskonstruktionen, untersucht am und mit dem Medium Film, Neukirchen-Vluyn 2008.

22 Robert Jewett und John S. Lawrence, *The American Monomyth*, Garden City, N.Y. 1977, 30; vgl. auch Kai-Uwe Hellmann und Arne Klein (Hg.), »Unendliche Weiten ...« – Star Trek zwischen Unterhaltung und Utopie, Frankfurt a.M. 1997, 25–44.

23 *Volkskundliches Seminar der Universität Bonn*, Bericht über eine empirische Befragung von Star Trek Fans, unter: www.uni-bonn.de/Aktuelles/Presseinformationen/2005/417.html (2005).

Gothic-Szene zeigen. Gothics sind bekannt für das Tragen schwarzer Kleidung und die Betonung des Todes und der menschlichen Vergänglichkeit in ihrer symbolischen Selbstrepräsentation. In einer eigenen qualitativ-empirischen Untersuchung²⁴ konnten wir den Befund einer bereits vorhandenen Studie²⁵ bestätigen, dass ein markantes Merkmal der Szene darin besteht, dass hier tiefer und ohne Tabus über das Leben, seine existentiellen und religiösen Dimensionen nachgedacht wird und werden soll, wobei vor allem die Musikmedien eine wichtige Rolle spielen. Die Gothicszene lässt sich demnach als Beispiel für eine Art *medial unterstützter religiöser Selbstsozialisation* verstehen. Religion oder religiöse Elemente finden sich auch in anderen medial orientierten Jugendkulturen, etwa in der Techno- oder Hip Hop-Szene. Jedoch ziehen die verschiedenen Jugendkulturen offensichtlich Jugendliche aus jeweils unterschiedlichen Milieus an. So weist etwa Claudia Lübcke²⁶ darauf hin, dass sich junge Muslime in Deutschland selten in der Gothic- oder Technoszene finden lassen, sondern eher die Hip Hop-Kultur bevorzugen, weil diese interkulturell offener ist. Gegenwärtig gibt es zwar einige Literatur zu der religiösen Dimension von Jugendkulturen,²⁷ aber kaum empirische Untersuchungen über ihre Auswirkungen auf die religiöse (Selbst-)Sozialisation und Entwicklung junger Menschen. Dass mediale Inszenierungen und Events auch für kirchliche Jugendkulturen eine wichtige Rolle spielen, zeigen exemplarisch die Studien zum katholischen Weltjugendtag.²⁸

4 Schlussfolgerungen

1. Trotz einiger Fortschritte in jüngerer Zeit ist die Forschungslage zur Frage, wie die Medien die religiöse Sozialisation von Kindern und Jugendlichen beeinflussen, nach wie vor unbefriedigend. Wie generell in

24 David Sprio, Religiöse Aspekte in der Jugendkultur des Goth. Wissenschaftliche Hausarbeit zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Realschulen an der PH Ludwigsburg 2008.

25 Axel Schmidt / Klaus Neumann-Braun, Die Welt der Gothics, Wiesbaden 2. Aufl. 2008.

26 Claudia Lübcke, Jugendkulturen junger Muslime in Deutschland, in: Hans-Jürgen von Wensierski / Claudia Lübcke (Hg.), Junge Muslime in Deutschland, Opladen 2007, 285–318.

27 Vgl. Roland Hitzler und Arne Niederbacher, Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute, Wiesbaden ³2010; Martin Lütke, »We missed a lot of church, so the music is our confessional«. Rap and religion, Berlin 2008; Udo Göttlich (Hg.), Arbeit, Politik und Religion in Jugendkulturen. Engagement und Vergnügen, Weinheim/München 2007; Graham St John (Hg.), Rave Culture and Religion, London 2004: Routledge; Anna-Katharina Szagun (Hg.), Jugendkultur – Medienkultur. Exemplarische Begegnungsfelder von Christentum und Kultur, Münster 2002.

28 Vgl. v.a. Andreas Hepp / Veronika Krönert, Medien, Event und Religion. Der Weltjugendtag als religiöses Medienevent, Wiesbaden 2008.

- der empirischen Medienwirkungsforschung liegen die Hauptschwierigkeiten auch in diesem Forschungszweig darin, die Einflüsse bestimmter Medien im komplexen Gefüge der Sozialisationseinflüsse zu isolieren sowie über einen längeren Zeitraum zu verfolgen. Es fehlen bislang vor allem repräsentative Längsschnittstudien, teilweise – z.B. hinsichtlich des Fernsehens – aber auch repräsentative Inhaltsanalysen. Die Schwäche der an sich aufschlussreichen qualitativen Untersuchungen liegt in ihrer fehlenden Repräsentativität. Zudem sind die expliziten Aussagen von Befragten, wie deutlich wurde, nicht immer zuverlässig: Kaum jemand will z.B. zugeben, dass er selbst vom Fernsehen beeinflusst ist, obwohl er es möglicherweise generell für die Gewalt in der Gesellschaft mitverantwortlich macht; längerfristige Medieneinflüsse können den Betroffenen unbewusst bleiben.
2. Sowohl die Vielfalt der religiösen Bezüge – oder auch deren Fehlen – in der Medienkultur als auch die stark individuell unterschiedliche Rezeption von Medien machen klar: Es sind keine einfachen und einheitlichen Aussagen über *die* ›Wirkungen‹ *der* Medien auf die Religiosität *der* Kinder und Jugendlichen möglich, sondern allenfalls Tendenzanzeigen oder gruppen- bzw. individualspezifische Aussagen.
 3. Die empirischen Befunde geben deutliche Anhaltspunkte dafür, *dass* die Medien die religiösen Vorstellungen und Einstellungen *mancher* Kinder und Jugendlicher beeinflussen bzw. ihr Nachdenken darüber anregen. Dies scheint insbesondere – wenngleich nicht nur – für solche junge Menschen zu gelten, die weder in der Familie noch in der Gemeinde eine religiöse Sozialisation erfahren (haben).
 4. Trotz der insgesamt zunehmenden Bedeutung der Mediensozialisation bleibt insbesondere für die Bereiche der moralischen und religiösen Orientierung der soziale Nahraum (Familie, peer group) der entscheidendere Einfluss. Bis zu weiteren empirischen Klärungen wird die genauere Einschätzung von Umfang und Bedeutsamkeit der Medieneinflüsse auf die religiöse Orientierung Heranwachsender umstritten bleiben müssen; dass sie nicht vernachlässigt werden dürfen, ist deutlich.
 5. Der Einfluss der Medien auf die Religiosität junger Menschen sollte nicht im Sinne linear-direkter Wirkung, sondern vielmehr als ein interaktiver, konstruktiver und sozialer Prozess gesehen werden: Sie wählen bestimmte Medienprodukte aus, selektieren und interpretieren das, was sie aus den Medien aufnehmen, und diese Prozesse werden von ihren sozialen Kontexten in den Familien, peer groups und Jugendkulturen sowie ihren persönlichen Dispositionen stark mitbestimmt. Hier deuten sich die Chancen einer mit medienpädagogischen Perspektiven verbundenen religiösen Bildung und Erziehung an.
 6. In, mit und unter ihrer kommerziellen Vermarktung ermöglichen Medienkultur und medial orientierte Jugendkulturen offensichtlich Freiheitsspielräume für junge Menschen, die von ihnen für Prozesse der Selbstsozialisation genutzt werden und sich manchmal auch kritisch

auf die Medienkultur zurückbeziehen. Diese Selbstsozialisation umfasst auch religiöse Dimensionen und Aspekte.

7. Als generelle Tendenzen der Medienkultur in Bezug auf Religion lassen sich Individualisierung, Säkularisierung, (z.T. verzerrende) Transformation und Pluralisierung wahrnehmen. Für viele ihrer Nutzer/innen dient die Medienkultur zur *Abgrenzung von und als Ersatz für* religiöse Traditionen und Institutionen. Jedoch zeigen die empirischen Befunde weder völlige Individualisierung (sondern auch neue Formen der Vergemeinschaftung) noch völlige Säkularisierung (sondern auch neue Formen von Religiosität oder Para-Religiosität) noch völlige religiöse Sprachlosigkeit (sondern auch eine nicht-traditionelle, medienbeeinflusste Jugendsprache)²⁹, so dass Kommunikation über »Religion« in einem weiten Sinne auch außerhalb der institutionalisierten Religionen stattfindet. Somit kann die Medienkultur aus religionspädagogischer Sicht auch als »Brücke« zur (christlichen) Religion und zu religiöser Bildung fungieren.
8. Religion in Medienkultur und Jugendkulturen nimmt häufig experimentelle, provokative, synkretistische und parareligiöse, manchmal auch bedenklich verzerrende Formen an. Zu einem gewissen Grad spiegeln diese Formen die Situation von Religion in einer post-säkularen Gesellschaft wider, jedoch können sie auch als Konstituenten eines »liminalen« Bereichs verstanden werden, eines Übergangsbereichs, in dem junge Menschen ihren eigenen Weg von der Kindheit zur Erwachsenenwelt, von ihren Familientraditionen zu einer offenen pluralistischen Gesellschaft suchen können. Eine zentrale Aufgabe von religiöser Bildung und Erziehung kann darin gesehen werden, den Sozialisationsprozess der Kinder und Jugendlichen gerade auch im Bereich ihrer Mediensozialisation kritisch und konstruktiv zu begleiten, wie es etwa der Ansatz einer medienweltorientierten Religionspädagogik intendiert.³⁰

Dr. Manfred L. Pirner ist Inhaber des Lehrstuhls für Religionspädagogik und Didaktik des evangelischen Religionsunterrichts an der Universität Erlangen-Nürnberg.

29 Vgl. hierzu *Stefan Altmeyer*, *Fremdsprache Religion? Sprachempirische Untersuchungen im Kontext religiöser Bildung*, Stuttgart 2011.

30 *Manfred L. Pirner*, *Medienweltorientierte Religionsdidaktik*, in: *Bernhard Grümmel / Hartmut Lenhard / ders.* (Hg.), *Religionsunterricht neu denken. Innovative Ansätze und Perspektiven der Religionsdidaktik*, Stuttgart 2012 (im Druck).