

# „Religiöse Mediensozialisation?“

Ein empirisches Forschungsprojekt

von

Manfred L. Pirner

## 1. Religiöse Mediensozialisation?

Dass die Rahmenbedingungen von Bildungs- und Erziehungsprozessen sich durch die Allgegenwart der Medien in der heutigen Lebenswelt wesentlich verändert haben, ist inzwischen pädagogischer Konsens. Dass die Alltagsmedien insbesondere *religiöse* Bildungs- und Erziehungsprozesse signifikant beeinflussen, ist eine Erkenntnis, die erst im Laufe des letzten Jahrzehnts immer mehr ins allgemeine Bewusstsein von religionspädagogischen TheoretikerInnen und PraktikerInnen getreten ist.

Zu dieser Erkenntnis haben einerseits die teilweise massiven Kommunikationsprobleme im schulischen Religionsunterricht (RU) beigetragen, angesichts derer Lehrkräfte nach neuen Möglichkeiten suchten, mit den Schülerinnen und Schülern ins Gespräch zu kommen über das „was sie unbedingt angeht“<sup>1</sup>. Da die Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen heute zu einem großen Teil „Medienwelt“ ist, kam es schon in den 1980er Jahren zu Versuchen, verstärkt an lebensweltliche Phänomene wie Pop- und Rockmusik oder Kinofilme anzuknüpfen, um eine wechselseitige Erschließung von Leben und Religion bzw. christlicher Tradition zu fördern.

Impulse zur stärkeren Beachtung der Alltagsmedien in der Religionspädagogik kamen auch aus der zunehmenden Zahl wissenschaftlicher Untersuchungen, welche die *Religionsähnlichkeit und Religionshaltigkeit* des Mediensystems, der massenmedialen Popularkultur oder einzelner medialer bzw. popularkultureller Phänomene herausarbeiteten. Dabei handelt es sich nicht einmal primär um theologische oder religionswissenschaftliche Arbeiten, sondern davor und daneben um medienwissenschaftliche, kulturwissenschaftlich-soziologische, kunstwissenschaftliche, wirtschaftswissenschaftliche, philosophische und literaturwissenschaftliche Forschungs- und Interpretationsansätze.<sup>2</sup>

So sehr sich die einzelnen Untersuchungen in ihrer Perspektive und in dem von ihnen verwendeten Religionsbegriff unterscheiden, lässt sich doch als Gemeinsamkeit die zum Ausdruck gebrachte Einsicht festhalten: Die Medien haben in den hochindustrialisierten Gesellschaften erstens vielfache *Funktionen* der traditionellen Religionen übernommen. Sie weisen zweitens *Strukturen* auf, die sich in deutlicher Parallelität zu religiösen Phänomenen beschreiben lassen und sie transportieren häufig *Inhalte, Bilder und Symbole*, die aus dem Fundus der Religionen entnommen sind oder zumindest ebenso in den Religionen eine wichtige Rolle spielen.

Was die religionsähnlichen Funktionen der Medien angeht, so lassen sie sich etwa mit dem religionssoziologischen Raster von Franz-Xaver Kaufmann durch folgende Stichpunkte benennen: 1) Affektbindung, Angstbewältigung und Identitätsfindung, 2) Handlungsführung im Außeralltäglichen, 3) Verarbeitung von Kontingenzerfahrungen, 4) Legitimierung von Gemeinschaft, 5) Sinn und Ordnung garantierende Weltdeutung und 6) Distanzierungsmöglichkeit gegenüber gegebenen, als ungerecht oder unmoralisch erfahrenen Sozialverhältnissen.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Der Theologe Paul Tillich hat bekanntlich Religion bezeichnet als „Ergriffensein von dem, was uns unbedingt angeht“.

<sup>2</sup> Literaturbericht in PIRNER 2003, ausführlicherer Überblick in PIRNER 2001.

<sup>3</sup> KAUFMANN 1989, 84ff.

Was die religionsähnlichen Strukturen betrifft, so kann man insbesondere auf populäre Filmerzählungen hinweisen, die in aller Regel nach den Grundmustern von Erlösungsmythen strukturiert sind, aber auch auf die mythischen Strukturen der Werbung, die häufig ähnlich wie Missionspredigten oder biblische Verheißungen aufgebaut sind<sup>4</sup> sowie auf die ritualähnlichen Strukturen des Fernsehens<sup>5</sup> oder von Rockkonzerten<sup>6</sup>.

Dass in den Medien immer wieder Themen zur „Sprache“ kommen, die zugleich zentrale Themen der Religionen sind (Tod, Leid, Liebe, Opfer, Schuld, Vergebung usw.) lässt sich ebenso wenig übersehen wie die Tatsache, dass zu ihrer Thematisierung häufig auf Erzählungen, Begriffe, Bilder und Symbole aus den religiösen Traditionen zurück gegriffen wird. Neben den zahlreichen religiösen Symbolen, die sich in der Werbung finden lassen, seien hier lediglich exemplarisch Filme wie „Matrix“ oder „Star Wars“, Computerspiele wie „Messiah“<sup>7</sup> oder Popsongs wie die von Xavier Naidoo erwähnt.

Die vielfältigen Verflechtungen und Parallelitäten zwischen Medien und Religion in unserer Kultur<sup>8</sup> legen nahe zu vermuten, dass die *Mediensozialisation heutiger Kinder und Jugendlicher zugleich in nicht unerheblichem Ausmaß religiöse Sozialisation ist*. Entgegen einer einseitigen Orientierung an der Säkularisierungsthese wäre demnach davon auszugehen, dass auch kirchenferne junge Menschen in unserer Zeit nicht „religionsfrei“ aufwachsen; sie sind, was Religion betrifft, keine unbeschriebenen Blätter. Diese religiöse Mediensozialisation wäre dann der zentrale Grund, warum die Religionspädagogik nicht (mehr) an den Alltagsmedien vorbei sehen und vorbei gehen kann. Medienerziehung bzw. Medienbildung wäre dann also nicht eine Aufgabe, die gleichsam von außen an die religiöse Erziehung und Bildung herangebracht wird, sondern sie stellte sich vielmehr als *religionspädagogische Notwendigkeit* dar. Der Dialog der Religionspädagogik mit der Medienpädagogik würde eine gesteigerte Bedeutung gewinnen.<sup>9</sup>

## 2. Der Forschungsansatz

Ziel des Forschungsprojektes war es, die Hypothese von einer religiösen Mediensozialisation empirisch zu überprüfen. Diese These lässt sich umformulieren in die *Behauptung, dass die religiösen Vorstellungen und Einstellungen von Menschen heute maßgeblich von den Medien mit beeinflusst werden*. Unterstellt ist dabei von vornherein, dass Medienrezeption ein aktiver, konstruktiver Prozess ist und „Medienwirkung“ somit interaktionistisch verstanden werden muss.

Eine Prae-post-Untersuchung, mit der man allein eine „direkte“ Medienwirkung feststellen könnte, hat den Nachteil, dass sie sehr exemplarisch und punktuell angelegt sein muss sowie einer künstlichen Experimentalsituation unterworfen ist; eine qualitative Befragung leidet an der fehlenden Repräsentativität. Zur ersten Sondierung habe ich mich deshalb für eine *quantitative schriftliche Befragung* entschieden, auch wenn dabei die Wirkungsrichtung von Zusammenhängen nicht eindeutig geklärt werden kann. Die Frage nach einer möglichen religiösen Mediensozialisation lässt sich für eine solche quantitative Untersuchung operationalisieren durch die *Frage nach möglichen Zusammenhängen zwischen Mediennutzung und religiösen Vor- bzw. Einstellungen*. Ergeben sich keinerlei signifikante Zusammenhänge, ist die The-

<sup>4</sup> Vgl. BUSCHMANN / PIRNER 2003.

<sup>5</sup> Vgl. PIRNER 2001.

<sup>6</sup> Vgl. FERMOR 1999.

<sup>7</sup> Vgl. PIRNER 2001b.

<sup>8</sup> Vgl. dazu auch PIRNER / RATH 2003.

<sup>9</sup> Vgl. dazu PIRNER / BREUER 2004.

se von einer religiösen Mediensozialisation widerlegt. Ergeben sich signifikante Zusammenhänge, kann allerdings nicht direkt auf die Prägung der religiösen Einstellungen durch die Medien zurück geschlossen werden. Die vorliegende Studie hat insofern pilothaften Charakter und lässt von vornherein ergänzende und erweiternde quantitative und qualitative Untersuchungen angeraten erscheinen.

Da sich mein Forschungsinteresse, wie einleitend bereits deutlich gemacht, aus einer schulisch-religionspädagogischen und medienpädagogischen Perspektive speist, sollte sich die Stichprobe auf Jugendliche konzentrieren. Nach mehreren vergeblichen Versuchen, eine Genehmigung des bayerischen Kultusministeriums – ich war damals noch an der Universität Bamberg tätig – für eine Befragung von Schülerinnen und Schülern an ausgewählten Schulen zu bekommen, musste auf Konfirmandinnen und Konfirmanden „zurück gegriffen“ werden. Dankenswerterweise erklärten sich Dekan und zahlreiche PfarrerInnen im Dekanat Bamberg bereit, an der Befragung mitzuwirken. Die Fragebögen wurden im Konfirmandenunterricht ausgeteilt und dort unter Hinweis auf die Freiwilligkeit und Anonymität der Befragung bearbeitet. Der Befragungszeitraum erstreckte sich von Dezember 1999 bis Januar 2000. Der Rücklauf betrug nahezu 100 Prozent der von den Pfarrerinnen und Pfarrern angeforderten Fragebögen. Insgesamt nahmen 302 Jugendliche an der Befragung teil.

In dem verwendeten Fragebögen wurde versucht, sowohl das Medienverhalten bzw. Medienpräferenzen als auch religiöse Einstellungen möglichst differenziert zu erfassen, da sich in anderen Untersuchungen gezeigt hat, dass sich höchstwahrscheinlich keine generellen, sondern nur nach Untergruppen (und Programmpräferenzen) differenzierte Trends nachweisen lassen. Die einzelnen Fragen wurden teilweise in Anlehnung an vorhandene Studien formuliert, allerdings ohne die Verwendung von fertigen Skalen.

### 3. Zentrale Ergebnisse

Wie vermutet, ergaben sich keine signifikanten Zusammenhänge zwischen dem *zeitlichen Umfang* von Medienkonsum (Fernsehen, Computerspiele, Musikhören) und religiösen Ansichten. Erst bei einer Differenzierung in Vorlieben für bestimmte Fernsehgenres ergaben sich aufschlussreiche Ergebnisse. Untersucht wurde vor allem der Zusammenhang zwischen zwei Fragekomplexen:

1. Welche Arten von Fernsehsendungen schaust du dir am liebsten an (sehr gerne / mittel / mag ich nicht)?

2. Fragen zur religiösen Einstellung

18. Glaubst du, dass es übersinnliche Erscheinungen gibt, also Dinge oder Vorgänge, die sich nicht auf natürliche Weise erklären lassen?  ja  nein  weiß nicht

19. Hältst du es für möglich, dass es Geister oder ähnliche Wesen gibt, die wir nicht wahrnehmen können?  ja  nein  weiß nicht

20. Glaubst du, dass man mit Verstorbenen Kontakt aufnehmen kann?  ja  nein  weiß nicht

21. Hältst du es für möglich, dass schon außerirdische Wesen hier auf der Erde leben, ohne dass wir es merken?  ja  nein  weiß nicht

22. Glaubst du, dass man aus den Sternen etwas über den eigenen Charakter und Lebensweg erfahren kann (Horoskop)?  ja  nein  weiß nicht

23. Glaubst du, dass es Engel gibt, die Menschen beschützen oder warnen?  ja  nein  weiß nicht

24. Glaubst du, dass wir nach unserem Tod in einem anderen Körper wieder auf die Welt kommen?  ja  nein  weiß nicht
25. Glaubst du, dass es einen Gott gibt?  ja  nein  weiß nicht

Mögliche Zusammenhänge wurden mit dem T-Test für unabhängige Stichproben überprüft. In der folgenden Übersicht sind die Signifikanzniveaus der signifikanten Zusammenhänge angegeben, „-“ steht für „keine Signifikanzen“. Das „+“ verweist auf positive Zusammenhänge (also je lieber ein Fernsehgenre gesehen wird, desto stärker der Glaube an ...); das „-“, verweist auf negative Zusammenhänge.

### Gesamtstichprobe

Präferenz für folgende Genres	Glaube an ...							
	übersinnliche Erscheinungen	Geister	Kontakt zu Verstorbenen	Außerirdische	Horoskop	Engel	Wiedergeburt	Gott
Beziehungsfilme	--	+ ,013	+ ,036	--	+ ,000	+ ,010	--	--
Familienfilme	--	--	--	- ,002	--	--	--	--
Actionfilme	--	--	--	+ ,002	--	--	--	--
Science-Fiction-Filme	--	+ ,043	--	+ ,031	--	--	--	--
Fantasy-Filme	--	+ ,004	+ ,024	--	--	--	--	--
Horror-/Mystery-Filme	--	+ ,000	--	+ ,000	+ ,030	--	--	--
Info-Sendungen	--	--	--	--	- ,002	--	--	--
Nachrichten	--	--	--	--	--	--	- ,011	--
Abenteuerfilme	--	+ ,008	+ ,013	--	--	--	--	--

Greift man exemplarisch die eindeutigsten Signifikanzen (,000) heraus, so lässt sich gut nachvollziehen, dass die Präferenz für Horror- und Mystery-Filme mit einem gesteigerten Glauben an Geister und Außerirdische einhergeht. Ebenso ist der Zusammenhang einer Präferenz für Beziehungsfilme und dem Glauben an Horoskope nachvollziehbar; erwartbar war auch, dass ein negativer Zusammenhang zwischen

der Präferenz für Informations-Sendungen und dem Glauben an Horoskope besteht. In diesen beiden Fällen erweist sich allerdings das Geschlecht als konfundierende Variable: Es sind vorzugsweise die Mädchen, die Beziehungsfilme sehen und die an Horoskope glauben, und es sind vorzugsweise Jungen, die Informations-Sendungen bevorzugen. Deshalb erschien eine Differenzierung zwischen Mädchen und Jungen dringend geboten.

Bei einer solchen Differenzierung nach Geschlecht zeigt sich, dass auch innerhalb der Geschlechtergruppen signifikante Zusammenhänge zwischen Fernsehpräferenzen und religiösen Einstellungen bestehen. Dabei wird auch deutlich, dass die Zusammenhänge in der Gesamtstichprobe zu einem guten Teil durch die Unterschiede zwischen den Geschlechtern hervorgerufen werden. Noch interessanter ist allerdings, dass die Signifikanzen bei den Mädchen sehr viel ausgeprägter ausfallen als bei den Jungen.

### Mädchen

Präferenz für folgende Genres	Glaube an ...								
	übersinnliche Erscheinungen	Geister	Kontakt Verstorbener	Außer-irdische	Horoskop	Engel	Wiedergeburt	Kann Jesus heute helfen?	Bist du Christ?
Beziehungsfilme	--	--	--	+	+	--	+	--	--
Familienfilme	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Actionfilme	--	--	--	--	--	--	+	--	--
Abenteuerfilme	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Science-Fiction-Filme	--	+	--	--	--	--	--	--	--
Fantasy-Filme	+	+	--	--	--	--	--	--	--
Horror-/Mystery-Filme	+	+	+	+	+	--	+	--	--
Info-Sendungen	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Nachrichten	--	--	--	--	--	--	--	+	+

## Jungen

Präferenz für folgende Genres	Glaube an ...								
	übersinnliche Erscheinungen	Geister	Kontakt zu Verstorbenen	Außer-irdische	Horoskop	Engel	Wiedergeburt	Kann Jesus heute helfen?	Bist du Christ?
Beziehungsfilme	--	--	--	--	+ .016	--	--	--	--
Familienfilme	+ .013	--	+ <b>.001</b>	--	--	--	--	--	-- .019
Actionfilme	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Abenteuerfilme	--	+ .037	+ .037	--	--	--	--	--	--
Science-Fiction-Filme	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Fantasy-Filme	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Horror-/Mystery-Filme	--	--	--	+ .013	--	--	--	--	--
Info-Sendungen	+ <b>.001</b>	--	--	--	--	--	--	--	--
Nachrichten	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(Anmerkung: Wegen der Aufteilung der Stichprobengruppe und der damit verbundenen Verdopplung der T-Tests empfiehlt es sich, das Signifikanzniveau zu senken. Aus diesem Grund wurden bei der Auswertung nur noch die Signifikanzen mit  $S < .01$  – in den Tabellen fett gedruckt – berücksichtigt.)

Was den ausgeprägten Unterschied zwischen Mädchen und Jungen vor allem in Hinblick auf die Häufigkeit von Zusammenhängen betrifft, wird man folgern dürfen, dass *für die Mädchen das Fernsehen eine größere Bedeutung bei der Konstruktion ihrer weltanschaulichen und religiösen Vorstellungen besitzt als für die Jungen*. Vorsicht ist allerdings geboten beim Versuch, bei diesem Befund eine einseitige Wirkungsrichtung zu unterstellen und demzufolge zu der Aussage zu kommen, dass Mädchen durch das Fernsehen in ihren weltanschaulich-religiösen Ansichten stärker beeinflusst würden als Jungen. Dies ist in der Tat eine mögliche Interpretation der Ergebnisse; genauso plausibel ist allerdings die Deutung, dass Mädchen Fernsehangebote gezielter nach ihren bestehenden weltanschaulich-religiösen Einstellungen auswählen und somit auch intensiver verarbeiten als Jungen.

#### 4. Fazit

Auch wenn sich nicht alle Ergebnisse der Untersuchung gleichermaßen leicht deuten lassen, *kann die Hypothese vom Zusammenhang zwischen Fernsehpräferenzen und religiösen Einstellungen als erhärtet gelten*. Damit ist auch die These von der religiösen Mediensozialisation wahrscheinlicher geworden, wenngleich nochmals betont werden muss: Es ist nicht nachgewiesen, dass die religiösen Einstellungen auf die „Wirkung“ der Fernsehsendungen zurückzuführen sind; es kann auch sein, dass Jugendliche mit bestimmten religiösen Einstellungen bestimmte Fernsehgenres präferieren.

Im Sinne des m.E. plausiblen Medienrezeptionsmodells von Ekkehard Kleiter (1997) wäre aber ohnehin an eine interaktionistisch-spiralförmige Entwicklung zu denken, in der sich vorhandene Einstellungen und Medienerfahrungen gegenseitig verstärken, wobei es letztlich unerheblich ist, von welcher Seite aus in die Spirale „eingestiegen“ wird: So ließe sich beispielsweise davon ausgehen, dass Jugendliche, die einen ausgeprägten Glauben an Geister und Übersinnliches haben, solche Programmangebote bevorzugen, die diesen Glauben bestätigen bzw. ihn anschaulich und spannend inszenieren (z.B. Horror- und Mystery-Filme). Ebenso liegt es nahe, zu vermuten, dass Jugendliche, die einen Gottesglauben ablehnen, solche Filmangebote meiden, in denen von Gott und dem Glauben an ihn die Rede ist, und somit durch die Medienrezeption ihre eigene Einstellung bestätigt bekommen. In dieses Rezeptionsmodell ließen sich die vorgestellten Ergebnisse der empirischen Studie einordnen, ohne dass einerseits eine einlinige Wirkungshypothese vertreten wird, aber auch ohne dass andererseits die These vom autonom wählenden und von Medieninhalten unbeeinflusst bleibenden Medienrezipienten akzeptiert wird. Auch qualitative Untersuchungen weisen in diese Richtung: Medienrezeption ist ein interaktionales Geschehen, in dem *beide* Seiten, die Voreinstellungen und Aktivitäten des rezipierenden Subjekts als auch die Medieninhalte eine bedeutsame Rolle spielen.

Die vollständige Dokumentation der sehr viel umfassenderen Untersuchung wird voraussichtlich im Herbst 2004 unter dem Titel „Religiöse Mediensozialisation? Empirische Studien zu Zusammenhängen zwischen Mediennutzung und Religiosität bei SchülerInnen und deren Wahrnehmung durch LehrerInnen“ beim Verlag kopaed, München, erscheinen.

#### Literatur

- BIEHL, PETER, 1989: Symbole geben zu lernen. Einführung in die Symboldidaktik anhand der Symbole Hand, Haus und Weg (= Wege des Lernens 6), Neukirchen-Vluyn.
- BIEHL, PETER, 1999: Festsymbole. Zum Beispiel: Ostern. Kreative Wahrnehmung als Ort der Symboldidaktik, Neukirchen-Vluyn.
- BUSCHMANN, GERD / PIRNER, MANFRED L., 2003: Werbung, Religion, Bildung. Kulturhermeneutische, theologische, medienpädagogische und religionspädagogische Perspektiven, Frankfurt a. M.
- FERMOR, GOTTHARD, 1999: Ekstasis. Das religiöse Erbe in der Popmusik als Herausforderung an die Kirche, Stuttgart.
- KAUFMANN, FRANZ-XAVER, 1989: Religion und Modernität, Tübingen.
- KLEITER, EKKEHARD, 1997: Film und Aggression – Aggressionspsychologie. Theorie und empirische Ergebnisse mit einem Beitrag zur Allgemeinen Aggressionspsychologie, Weinheim.

- PIRNER, MANFRED L., 2001a: Fernsehmythen und religiöse Bildung. Grundlegung einer medienerfahrungsorientierten Religionspädagogik am Beispiel fiktionaler Fernsehunterhaltung, Frankfurt a. M.
- PIRNER, MANFRED L., 2001b: Messias spielen. Der Erlösermythos als Computerspiel, in: Religion heute (o. Jg.) 48/2001, 260f.; neu abgedruckt in: Buschmann / Pirner 2003.
- PIRNER, MANFRED L., 2002a: Internet / Computer, in: Adam, Gottfried/Lachmann, Rainer (Hg.), Methodisches Kompendium für den Religionsunterricht. Aufbaukurs, Göttingen, 322-332.
- PIRNER, MANFRED L., 2002b: Film/ Fernsehen/ Video, in: Adam, Gottfried/Lachmann, Rainer (Hg.), Methodisches Kompendium für den Religionsunterricht. Aufbaukurs, Göttingen, 309-321.
- PIRNER, MANFRED L., 2003: Populäre Kultur und Religion. Ein Literaturbericht, in: Praktische Theologie, 38. Jg., H. 3, 207-216.
- PIRNER, MANFRED L. / RATH, MATTHIAS (Hg.), 2003: Homo medialis. Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien, München.
- PIRNER, MANFRED L. / BREUER, THOMAS (Hg.), 2004: Medien – Bildung – Religion. Zum Verhältnis von Medienpädagogik und Religionspädagogik in Theorie und Praxis, München. (in Vorbereitung)
- PIRNER, MANFRED L., 2004: Religiöse Mediensozialisation? Empirische Studien zu Zusammenhängen zwischen Mediennutzung und Religiosität bei SchülerInnen und deren Wahrnehmung durch LehrerInnen, München. (in Vorbereitung)