

Thesen zur Disputation der Dissertation von Yojin Jung

„Praktisch-theologische Ästhetik filmischer Realität.
Eine interdisziplinäre Studie im Horizont sensorischer Medien“

Zwei Thesen, die den Ertrag der Arbeit für das eigene theologische Fach zusammenfassen:

- 1) Sensorische Medien (eine direkte Übersetzung des englischsprachigen Begriffs „sensory media“), die derzeit durch audiovisuelle Medien repräsentiert werden, sind elektronische Medien, die Informationscodes durch Stimulierung der menschlichen Sinne übertragen. Indem sie die menschlichen Sinne anregen, dienen sie den Rezipient:innen sowohl zur Informationsaufnahme als auch zur Befriedigung sensorischer Bedürfnisse wie Sehen und Hören. Das Verständnis der Funktion sensorischer Medien im Hinblick auf die Befriedigung sinnlicher Bedürfnisse eröffnet neue Forschungshorizonte für ästhetische und religiöse Aspekte der Medienerfahrung. Versteht man mit Schleiermacher Religion als Sinn fürs Unendliche, als Anschauung des Universums, bietet die filmische Realitätskonstruktion den Rezipient:innen eine narrative Struktur und zugleich sinnliche Reize, die diese fiktive Realität erlebbar machen.
- 2) Als Kulturhermeneutik betrachtet Praktische Theologie die Medienwelt als ein zentrales Beobachtungsfeld, das die Bedürfnisse und Hoffnungen der Gesellschaft und des Individuums einerseits widerspiegelt und andererseits orientiert. Gerade im Hinblick auf die Orientierung spielt nicht nur die inhaltliche Seite der Medien eine wichtige Rolle, sondern auch die technische Seite, da neue Technologien neue Bedürfnisse hervorrufen. Eine theologische Ästhetik sensorischer Medien hat die Religiosität des Menschen im technischen Horizont der Medien zum Gegenstand. Eine solche Ästhetik muss notwendigerweise interdisziplinär ausgerichtet sein, sich dabei aber der Pluralität und Strittigkeit der Medien-, Religions- und Ästhetikbestimmungen in den maßgeblichen Bezugswissenschaften bewusst sein.

Zwei Thesen im Fach Praktische Theologie:

- 3) Gottesdienst ist eine Erfahrung religiöser Realität. Diese religiöse Realität erschließt sich dem einzelnen Gottesdienstbesucher insbesondere durch die ästhetische Wahrnehmung des Gottesdienstraumes und die innere Einstellung des Gottesdienstbesuchers zu dieser

Realität. Der Gottesdienstraum fungiert somit als atmosphärisches Element, das die Herstellung der religiösen Realität beeinflusst, auch wenn er nicht selbst diese religiöse Realität ist.

- 4) Eine zentrale Aufgabe religiöser Bildung besteht darin, Jugendliche bei ihrer „alltäglichen Identitätsarbeit“ (Heiner Keupp) zu unterstützen. Im digitalen Zeitalter bietet insbesondere die „Social Media“ einen gemeinschaftlichen Artikulationsraum, in denen junge Menschen Selbstkonzepte entwerfen und sie kommunikativ testen können. Religiöse Bildungsangebote können solche Narrations- und Kommunikationsprozesse unterstützen, auch unter Rückgriff auf biblische Erzählungen. Allerdings muss dabei bedacht werden, dass in der Nutzung von sozialen Medien durch junge Menschen häufig „Deception“ und „Self-Deception“ vorkommen. Eine religionspädagogische Begleitung der digitalen Identitätsarbeit muss daher auch medienkritische Formate einschließen, die Selbstreflexion fördern und auf Selbstakzeptanz zielen.

Zwei Thesen aus zwei anderen theologischen Fächern:

- 5) Ethik: Wahrheit und Wirklichkeit stellen grundlegende Themen der Medienethik dar. Mit der Entwicklung digitaler Medien und der damit einhergehenden exponentiellen Zunahme an Informationen, einschließlich der bewussten Verbreitung von Falschinformationen, gewinnt dieses Thema sowohl in Bezug auf die Produzenten als auch auf die Rezipienten von Informationen zunehmende Relevanz. Zudem impliziert das Verständnis der Subjektivität der Realitätswahrnehmung die Unmöglichkeit einer Betrachtung der absoluten Wahrheit. In diesem Kontext kann Dietrich Bonhoeffers Wahrheitskonzept, welches besagt, dass Wahrheit in Beziehung zu Gott und zur jeweiligen Situation erfasst wird, sowie seine Auffassung zum Verhältnis zwischen Erkenntnis und Ethik, dass das Ethische nicht von der Wirklichkeit gelöst werden kann und dass das immer bessere Erkennenlernen der Wirklichkeit daher ein notwendiger Bestandteil des ethischen Handelns darstellt, als Ausgangspunkt für eine theologische Medienethik dienen. (Bonhoeffer, Dietrich: Was heißt: die Wahrheit sagen? 1943)

- 6) Religionswissenschaft: Ein phänomenologisches Verständnis von Religion benötigt zunächst Indikatoren, um zu bestimmen, welche Merkmale oder Elemente ein Phänomen als religiös kennzeichnen. In der frühen Religionsphänomenologie wurde versucht, religiöse Phänomene nach einem Wesen bezüglich der Gottheit oder Heiligkeit zu erklären.

Im Zeitalter der Subjektivität, Pluralität und Globalisierung funktionieren diese Wesensbestimmungen jedoch nicht mehr als allgemeingültige heuristische Indikatoren, da sie auf bestimmte kulturelle und historische Kontexte ausgerichtet sind. Der von Jacques Waardenburg im Rahmen der Neustil-Religionsphänomenologie vorgeschlagene Begriff der Intention betont die subjektiven Aspekte religiöser Phänomene und damit die heuristische Frage, was Religion ist, in die Frage umgewandelt, wozu Menschen religiös handeln. Dies ermöglicht es, religiöse Phänomene unabhängig vom kulturellen Kontext und den herkömmlichen Unterscheidungen zwischen religiös und nicht-religiös zu kategorisieren.

Eine These zu einer aktuellen, theologisch relevanten Fragestellung:

- 7) Die Dynamik der Religionisierung der säkularen Kultur nimmt zu. Nach der bereits bekannten Religionisierung der Politik, der sozialen Bewegungen, des Sports und der Popkultur zeigt sich als relativ neuer Trend, dass sich die Bewunderung technologischer Innovationen zunehmend mit religiös dimensionierte Erwartungen an die zukünftige Welt verbindet. Die Fankultur von Apple beispielsweise ist nicht nur dadurch religiös aufgeladen, dass die Marke in der gegenwärtigen Konsumkultur zu einem Kultobjekt geworden ist, sondern auch dadurch, dass die Fans die von Apple bewirkten Veränderungen des Alltagslebens mythologisieren.