

Mediatisierte Trauerkultur als Ausdruck populärer Religion am Beispiel von Online-Friedhöfen

1. Ausgangslage

Medien haben sich als fester Bestandteil unserer Gesellschaft etabliert und beeinflussen als solche unser alltägliches Handeln (vgl. Krotz 2007: 37). Der Kommunikationswissenschaftler Krotz versteht Mediatisierung als Metaprozess, der Auswirkungen sowohl auf soziale als auch auf kulturelle Prozesse hat (vgl. Hartmann/Hepp 2010: 11f.). Geht man von der Annahme aus, dass Medien und Kultur einen wechselseitigen Einfluss aufeinander haben (vgl. Hepp 2010: 67), so ist mit den veränderten Kommunikationsstrukturen ein Wandel kultureller und religiöser Praktiken verbunden. Online-Friedhöfe sind die Folge einer Transformation von Religion im digitalen Zeitalter und mit ihnen ist eine neue Ära der Trauerkultur verbunden (vgl. Hepp 2010: 72).

These: Online-Friedhöfe als popularisierte und mediatisierte Form von Religion

2. Mediatisierung von Religion

Die Mediatisierung von Religion ist auf zwei Ebenen zu fassen: Auf der räumlichen Ebene stellt die „Mediatisierung einen fortschreitenden Prozess der Deterritorialisierung“ (Hepp 2010: 72) dar. Die neuen technischen Möglichkeiten medial unterstützter Kommunikation, erlauben es unabhängig der geographischen Grenzen miteinander in Kontakt zu treten. Auf zeitlicher Ebene überschreiten Medien die Grenzen insofern, indem sie es ihren Nutzern und Nutzerinnen ermöglichen, das Moment der Unmittelbarkeit zu verwenden (vgl. Hepp 2010:73). Es findet eine „zunehmende Mediatisierung von Kultur insbesondere in Form der zeitlichen Allgegenwart elektronischer Medien“ (Hepp 2010: 74) statt. Mithilfe von neuen Medien, wie beispielweise dem Internet, sind Menschen nahezu ständig erreichbar, die Kommunikation ist beschleunigt und viele Dienstleistungsangebote sind immer und überall verfügbar. Wollen wir uns mit Freunden über Neuigkeiten austauschen, brauchen wir nicht erst darauf zu warten, dass der Brief ankommt und der Empfänger oder die Empfängerin den Brief zurückschickt:

durch E-Mails oder andere Nachrichtendienste funktioniert eine Kommunikation ohne zeitliche Verschiebungen (vgl. Hepp 2010: 73f.). Die genannten Merkmale haben einen entscheidenden Einfluss auf die Art und Weise wie in der heutigen Gesellschaft Trauer behandelt und verarbeitet wird. Damit ist eine Stärkung der individuellen Ausdrucksformen von Religion verbunden: „Wichtige kirchliche Funktionen und Rituale, wie die Bewältigung des Todes, finden im Internet neue individuelle Ausdrucksformen.“ (Bösch 2016: 311) Insbesondere die interaktiven Medien bieten ihren Nutzern und Nutzerinnen durch die technischen Erneuerungen umfassende Interaktions- und Partizipationsmöglichkeiten (vgl. Knoblauch 2009: 215). Dies erlaubt es Konsumenten und Konsumentinnen neben der „einfachen“ Nutzung zugleich zu Produzenten und Produzentinnen zu werden, indem sie selbst aktiv teilhaben (vgl. Knoblauch 2009: 215). Die Unterscheidung zwischen den aktiv und passiv Teilnehmenden macht gerade die grundlegende Verschiebung „von der massenkulturellen zur populären Form der Religion“ (Knoblauch 2009: 215) aus.

3. Populäre Religion

Populäre Religion meint nicht nur einen Bedeutungszuwachs von Religion, sondern das Entstehen neuer religiöser Formen, deren wesentlicher Bestandteil populär-kulturelle Elemente sind (vgl. Knoblauch 2009: 193). Populäre Religion verwendet Codes von traditionellen Religionsgemeinschaften und transformiert diese (vgl. Knoblauch 2009: 193). Ihr ist charakteristisch, dass sie für die unterschiedlichsten Bevölkerungsgruppen attraktiv ist. So sprechen zum Beispiel Online-Friedhöfe vor allem junge Menschen, die im Zeitalter des Internets aufgewachsen sind, an, weil ihnen durch ihr alltägliches Umfeld mediale Angebote vertraut sind. Zudem kann von einer „Entgrenzung der Religion“ (Knoblauch 2009: 197) gesprochen werden: Die Trennlinie zwischen dem religiösen und dem profanen Bereich verschwimmt immer mehr. Dies passiert in zweierlei Hinsicht: Einerseits bedient sich die populäre Kultur an religiösen Symbolen wie beispielsweise dem Kreuz oder spezifischen Ritualen. Andererseits finden profane Thematiken Eingang in kirchliche Praktiken. (Vgl. Knoblauch 2009: 197) Auch auf der Ebene privat-öffentlich sind die Grenzen neu zu fassen: Themen, die früher ausschließlich dem privaten Bereich zugeordnet wurden, werden nun beispielsweise durch soziale Netzwerke öffentlich (vgl. Knoblauch 2009: 207). An diesem Punkt treffen die erläuterten Merkmale einer Mediatisierung von Religion mit der populären Religion zusammen: Medien stellen die technischen Grundlagen zur Verfügung, die eine Verschiebung von Privat ins Öffentliche möglich machen (vgl. Knoblauch 2009: 207).

4. Mediatisierte Trauerkultur

Während über das Thema des Todes und der Trauerverarbeitung in der Gesellschaft lange Zeit geschwiegen wurde, so gewinnt es durch die populäre Religion an Bedeutung und findet Eingang in den gesellschaftlichen Diskurs (vgl. Knoblauch 2009: 255f.). Die Thematik der Trauerverarbeitung findet außerhalb von traditionellen religiösen Formen einen neuen Ort und „nimmt selbst höchst sichtbare Formen der Kultur an.“ (Knoblauch 2009: 265) Hierbei handelt es sich um die beschriebene Entgrenzung: Der Umgang mit Tod und Trauer, der früher in den Bereich der institutionell verankerten Religion fiel, ist nicht mehr ausschließlich dort zu finden, sondern findet nun auch Ausdruck im Internet. Die Grenzen zwischen sakralem und profanem Raum verschwimmen mehr und mehr (vgl. Knoblauch 2009: 267). Für die mediatisierte Trauerkultur ist zudem charakteristisch, dass Tod und Trauer, die vorhin ausschließlich Teil der privaten Lebenswelt waren, durch das Internet an die Öffentlichkeit kommen (vgl. Knoblauch 2009: 270). Diese Tatsache hängt stark mit der Individualisierung zusammen, welche als Folge der Mediatisierung gesehen werden kann (vgl. Bösch 2016: 311). Knoblauch fasst diesen Prozess wie folgt zusammen: „Damit ändert sich die Rolle des Einzelnen auf eine Weise, die ich unter dem Begriff der doppelten Subjektivierung zusammenfassen möchte.“ (Knoblauch 2009: 270) Diese doppelte Subjektivierung soll am Beispiel der Verarbeitung von Tod und Trauer im Netz verdeutlicht werden: Indem das Internet als Ort für Tod und Trauer fungiert, macht das Subjekt einerseits etwas ursprünglich Privates öffentlich und andererseits bietet das Subjekt damit etwas Persönliches an, das zum Ausgangspunkt der religiösen Kommunikation wird (vgl. Knoblauch 2009: 272).

Formen der Trauerverarbeitung im Internet (nach Offerhaus 2016: 41-46)

- Individuelle Gedenkseiten: Homepage über den Verstorbenen und dessen Leben
- Social network Sites
- Trauer- und Erinnerungsportale, bei denen die Trauerverarbeitung im Fokus steht
- Virtuelle Friedhöfe

Virtuelle Friedhöfe gibt es seit Mitte der 1990iger Jahren. Darunter sind Websites zu verstehen, die „aufgrund ihrer Platzierung in (zumeist) virtuellen Landschaften und in ihrer Gesamtheit einen virtuellen Friedhof“ (Offerhaus 2016: 42) bilden. Diese Friedhöfe sind von Multimedialität geprägt, indem beispielsweise virtuelle Kerzen angezündet oder Bilder und Musik hochgeladen werden können (vgl. Offerhaus 2016: 43).

5. Online-Friedhöfe als Ausdruck populärer Religion

Ein Friedhof ist der Ort auf dem der Körper der Verstorbenen liegt und diese somit zumindest leiblich „präsent“ sind (vgl. Schmidt 2008: 285). Im Gegensatz dazu zeichnen sich Online-Friedhöfe gerade dadurch aus, dass sie an keinen geographischen Ort gebunden sind und der neu entstandene virtuelle Raum für alle Angehörigen, unabhängig ihres Ortes zugänglich ist (vgl. Offerhaus 2016: 56). „Körperlichkeit und Performanz werden ersetzt durch mediale Repräsentationen.“ (Schmidt 2008: 285) Optisch versuchen Friedhöfe im virtuellen Raum jene der realen Welt möglichst genau nachzuahmen: Es werden Grabsteine verwendet und diese mit religiösen Symbolen gestaltet. Auf Online-Friedhöfen können Angehörige der Verstorbenen die Grabsteine nach ihren Vorstellungen gestalten und sich dabei - je nach den technischen Gegebenheiten - „ästhetischen und multimedialen Ausdrucksmöglichkeiten.“ (Offerhaus 2016: 51) bedienen. Das Angebot reicht von einer Gestaltung des Grabsteines bis hin zu Bildern, Videos, Musik oder Kommentarfunktionen (vgl. Schmidt 2008: 286). Hierbei handelt es sich um die beschriebene Individualisierung als Folge der Mediatisierung, denn „anhand der Gestaltungselemente lässt sich vielmehr eine individualisierte Form der Spiritualität ablesen.“ (Offerhaus 2016: 51) Viele Online-Friedhöfe bieten über diese Angebote hinaus oft auch eine Art Austauschplattform für trauernde Angehörige, auf der sich Menschen mit ähnlichen Problemen und Schicksalen treffen können (vgl. Schmidt 2008: 289). Es passiert eine Verschiebung zwischen profanem und kirchlichem Raum: Während früher hauptsächlich die Kirchen für die Trauerarbeit zuständig waren, übernimmt nun die Internet-Community diese Funktion (vgl. Offerhaus 2016: 54).

Vom Computer aus Gedenkstätten von verstorbenen Angehörigen besuchen, Kerzen zum Gedenken anzünden, sein Beileid ausdrücken oder seine Trauer und seinen Kummer mit anderen (meist fremden) Menschenteilen. All dies sind Aspekte einer mediatisierten Trauerkultur mit der eine Mediatisierung von Religion sowie die populären Formen von Religion einhergehen. Das Beispiel des Online-Friedhofes verdeutlicht den Kern der populären Religion: Es hat keine Bedeutung mehr, ob Tod und Trauer in profanen oder säkularen Räumen Ausdruck und Behandlung finden (vgl. Knoblauch 2009: 263).

6. Literaturangaben

Bösch, Frank (2016): Medien und Religion. In: Hölscher, Lucian/Krech, Volkhard (Hrsg.): Handbuch der Religionsgeschichte im deutschsprachigen Raum. Band 6/1. 20. Jahrhundert – Epochen und Themen, Paderborn: Schönigh, 285-311.

Fahlenbrach, Kathrin/Brück, Ingrid/Bartsch, Anna (Hrsg.)(2008): Medienrituale. Rituelle Performanz in Film, Fernsehen und Neuen Medien. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.

Hartmann, Maren/Hepp, Andreas (Hrsg.)(2010): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hepp, Andreas (2010): Mediatisierung und Kulturwandel: Kulturelle Kontextfelder und die Prägekraft der Medien. In: Hartmann, Maren/Hepp, Andreas (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 65-84.

Hepp, Andreas/Hartmann, Maren (2010): Mediatisierung als Metaprozess: Der analytische Zugang von Friedrich Krotz zur Mediatisierung. In: Hartmann, Maren/Hepp, Andreas (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 9-22.

Klie, Thomas/Nord, Ilona (Hrsg.)(2016): Tod und Trauer im Netz: Mediale Kommunikation in der Bestattungskultur. Stuttgart: Kohlhammer.

Knoblauch, Hubert (2009): Populäre Religion. Auf dem Weg in eine spirituelle Gesellschaft. Frankfurt/New York: Campus Verlag.

Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung: Fallstudie zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Offerhaus, Anke (2016): Klicken gegen das Vergessen – Die Mediatisierung von Trauer und Erinnerungskultur am Beispiel von Online-Friedhöfen. In: Klie, Thomas/Nord, Ilona (Hrsg.): Tod und Trauer im Netz: Mediale Kommunikation in der Bestattungskultur. Stuttgart: Kohlhammer, 38-62.

Schmidt, Siegfried J. (2008): Virtuelle Friedhöfe: Erst im Internet bist du wirklich lebendig. In: Fahlenbrach, Kathrin/Brück, Ingrid/Bartsch, Anna (Hrsg.): Medienrituale. Rituelle Performanz in Film, Fernsehen und Neuen Medien. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 281-292.