

**Wilhelm Gräß, Jörg Herrmann, Kristin Merle, Jörg Metelmann,
Christian Nottmeier: „Irgendwie fühl ich mich wie Frodo...!“ Eine
empirische Studie zum Phänomen der Medienreligion**

Frankfurt/Main, Berlin, Bern, Brüssel, New York, Oxford, Wien: Peter Lang
2006 (Religion – Ästhetik – Medien, Bd. 1), 321 S., ISBN 978-3-631-55145-5,
€ 49,80

Ein von 2001 bis 2004 DFG-gefördertes zweiphasiges Forschungsprojekt (ein Jahr Pilot-, zwei Jahre Kernphase), durchgeführt unter Leitung des Berliner Universitätspredigers Wilhelm Gräß, erscheint lediglich als Studie. Statt junge Zeitgenossen an Filme mit explizit religiöser Thematik heranzuführen, soll mit ihnen zeitgemäß über deren Gefühle, evtl. auch religiöse Gedanken, die populäre ‚Blockbuster‘-Filme beim Kinobesuch angeregt haben könnten, geredet werden. Dementsprechend kann in der Zusammenfassung zur „Populärreligion“ (S.287-298) letztlich nichts anderes konstatiert werden als „punktueller Anverwandlung“ bzw. „die beobachtete Medienreligiosität“ zeichne sich „durch eine starke Prozessualität aus“ (S.288), denn es gilt: „So existiert die unmittelbare Gültigkeit von (filmischen) Sinnangeboten für die Subjekte nur fragmentarisch, d.h. für den Moment: Gültigkeit wird Botschaften und Bildern nur für den Passingszusammenhang der Gegenwart zugeschrieben, denn die meisten Rezipie-

renden nehmen für sich an, dass ihre Valenzen und Prioritäten morgen schon ganz anders aussehen können.“ (S.293)

Erforscht wurde dies folgendermaßen: Fünf Wissenschaftler, davon vier evangelische Theologen, haben 57 Kinobesucher im Alter zwischen 19 und 30 Jahren, davon 38 in fünf Gruppengesprächen zu sechs, sieben, acht bzw. zehn Personen, die übrigen 19 in Einzelgesprächen zu einem von acht (amerikanischen oder deutschen) Kinofilmen jeweils einstündig befragt. Die Studie fügt additiv jedem Film einerseits eine „Werkhermeneutik“ an, die in der Kernphase (für die letzten sechs Filme) mit Thesen zu „Identität“, „Lebens- und Weltanschauliches“ und „Handlungsorientierung“ schließt, andererseits eine „Rezeptionshermeneutik“ mit den Einzel- und Gruppeninterviews. Interviewt wird im Institut für Religionssoziologie, zu den letzten drei Filmen nach einem „Schritt ins Feld“ (S.97), also nach teilnehmender Beobachtung „relativ unmittelbar nach dem jeweiligen Filmereignis im Kino (zwei bis drei Tage später)“ (S.97). Werk und Wirkung werden zum Schluss jeder einzelnen Filmbehandlung, also acht Mal, unter „Werk- und Rezeptionshermeneutik“ zusammengefasst und zwar in folgender Reihe: *Cast Away* (2000), *Lola Rennt* (1998) als einzige deutsche Produktion, *Fight Club* (1999), *The Hours* (2002), *The Truman Show* (1998), *Der Herr der Ringe* (2001-2003), *Lost in Translation* (2003) und *The Day After Tomorrow* (2004). Auch bei der Angabe der Filmtitel fehlt offenbar die Konsequenz. Nicht alle werden im Original zitiert; zur ‚Abenteuer-Empirie‘ dieser Studie gehört anscheinend, dass auf jeden Fall immer etwas Unpassendes eingebaut wird. So taucht etwa unter den Befragten plötzlich eine Französin auf, ein andermal jemand, der in München wohnt, mal eine Zwölfjährige, mal eine fast 60-jährige, teils wird das Studienfach genannt, teils nicht usw.

Da eine strenge empirische Sozialforschung mit klarer Hypothesenprüfung und -interpretation nicht zu erkennen ist, müssen forschungsinteressierte Leser ihrerseits diese Studie „werkhermeneutisch“ auf implizierte Hypothesen untersuchen, insbesondere die „nach gründlicher Prüfung“ (S.96) ausgewählten Interviewergebnisse und Zusammenfassungen. Wenn z.B. für die Kernphase als Interviewpartner je „18 Frauen und 18 Männer“ (S.97) angegeben werden, erwartet man genderbezogene Aussagen, sind doch gerade im religiösen Umfeld in Bezug auf Frauen viele Klischees verbreitet. Lediglich zum Film *Fight Club* wird pauschal ausgesagt: Entgegen der im Film festgestellten „Verwobenheit der Geschlechterrollen“ würden „die Interviews sehr geschlechterfixiert argumentieren“ (S.135).

Da die Autoren für ihre Untersuchung zur Medienreligion in Berlin ausdrücklich in gleicher Anzahl „18 westsozialisierte und 18 ostsozialisierte Personen“ (S.97) befragen, muss eine Hypothese zum unterschiedlichen Rezipientenverhalten angenommen worden sein. Tatsächlich äußern Gräb Herrmann, es „wurde darauf geachtet, auch Interviewpartnerinnen und -partner mit einer

ostdeutschen Biographie zu gewinnen, in der Hoffnung, auf diesem Wege weitere Aufschlüsse über religionskulturelle Ost-West-Differenzen zu erhalten.“ (S.33) In den abgedruckten Interviews und Zusammenfassungen ist hierzu so wenig ein Ergebnis zu finden wie zu Bildungsunterschieden. Auch dazu formulieren Gräß/Herrmann in wissenschaftlichem Duktus, es „wurde [...] darauf geachtet, dass unter den Nichtabiturienten auch Probandinnen und Probanden mit Hauptschulabschluss [...] waren, dass also wirklich eine signifikante Bildungsdifferenz in der Stichprobe der Befragten zum Zuge kommt.“ (ebd.) Rätselhaft bleibt, wie Signifikanz erreicht werden kann, wenn unter den 38 Interviewten Abitur 26 mal, Hauptschulabschluss aber nur einmal vertreten war (vgl. S.97).

Wer in Medienwirkungsforschung erfahren ist, fragt, warum man das Untersuchungsdesign nicht auf die Rezeption eines Films fokussiert, etwa des einzigen deutschen, der außerdem in Berlin, in der Stadt der Interviews, spielt oder auch auf *Der Herr der Ringe* (*HdR*). Um der Langzeitwirkung näher zu kommen, muss diese nicht nur direkt nach dem ersten Sehen, sondern auch einige Zeit (Monate/Jahre) später identisch (evtl. mehrmals) eruiert werden. ‚Irgendwie‘ bewegen sich Kristin Merkle Jörg Metelmann in diese Richtung, denn sie interviewen zusätzlich zu den neun *HdR*-Filmsehern etwa 25 beliebig ausgewählte Gäste der „Ring-Convention 2003“ im Maritim-Hotel in Bonn. Diese sind ausnahmslos westlich sozialisiert, darunter eine 34-jährige Kauffrau aus dem Sauerland, eine 56-jährige Sprachwissenschaftlerin, eine singapurische Doktorandin (S.233), eine 14-jährige Realschülerin, ein Buchautor, eine *Stern*-Journalistin, „zwei junge Damen“ (zweölf und 22 Jahre alt), ein 36-jähriger Hauptschullehrer; mit einem Vertretungsprofessor „führen wir eine Art Werkstattgespräch“ (S.222). Wichtigstes Ergebnis: das Gemeinschaftserlebnis. „Wie lange und in welcher Form nun die Erlebnisse des Wochenendes nachwirken – und analog dazu die Eindrücke des Films *HdR* bzw. von Filmen genereller –, das ist im Einzelnen weiter zu ergründen.“ (S.240) Wenn es zudem heißt, Generalisierungen „wären nur durch weitere quantitative Beforschung der qualitativen Ergebnisse zu erreichen.“ (S.288), wäre dies am ehesten bei Beschränkung auf einen Film machbar.

Bei einer empirischen Forschung über drei Jahre hinweg ist natürlich ein Ergebnis zu erwarten. Immerhin fühlt der leitende Autor, Professor für Praktische Theologie mit Schwerpunkt Religionspädagogik und Direktor des Instituts für Religionssoziologie und Gemeindeaufbau an der Humboldt Universität, Wilhelm Gräß, dem Untertitel gemäß ‚irgendwie‘ die mangelnde Stringenz, die fehlende Hypothesenüberprüfung, das vieldeutige Forschungsdesign, weshalb er mit Jörg Herrmann den Band als „Einblick in das Abenteuer empirischer Forschung“ (Vorwort, S.14) vorstellt.

PS: Abenteuerlich ist die konsequente Umwandlung des in der Weltliteratur als Daniel Defoe bekannten Autors in „Dafoe“ (dreimal, vgl. S.49f.)

Ottmar Hertkorn (Paderborn)