

Natalie Fritz, Anna-Katharina Höpflinger, Stefanie Knauß,
Marie-Therese Mäder, Daria Pezzoli-Olgiati

Sichtbare Religion

Natalie Fritz, Anna-Katharina Höpflinger, Stefanie Knauß,
Marie-Therese Mäder, Daria Pezzoli-Olgiati

Sichtbare Religion

Eine Einführung in die Religionswissenschaft

DE GRUYTER

ISBN 978-3-11-053407-8
e-ISBN (PDF) 978-3-11-053670-6
e-ISBN (EPUB) 978-3-11-053738-3

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© 2018 Walter de Gruyter GmbH, Berlin/Boston
Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

www.degruyter.com

Inhalt

Vorwort — IX

- 1 Das Forschungsfeld der sichtbaren Religion
oder wie die religionswissenschaftliche Perspektive erweitert wird — 1**
- 2 Theoretische Horizonte
oder wie sichtbare Religion erfasst wird — 8**
 - 2.1 Emische, mediale und wissenschaftliche Blicke auf Religion — 9
 - 2.2 Sichtbare Religion und die Sprache der Wissenschaft — 17
 - 2.3 Religiöse Bilder — 18
 - 2.4 Religiöse Blicke, Blicke auf Religion — 24
 - 2.5 Kernthemen sichtbarer Religion — 28
- 3 Methodische Herausforderungen
oder wie sichtbare Religion untersucht wird — 31**
 - 3.1 Kultur als Produkt dynamischer Prozesse — 32
 - 3.2 Kodieren und Dekodieren: zwei Seiten von Kommunikation — 39
 - 3.3 Die Position der Forschenden — 46
- 4 Bilder der Welt
oder wie religiöse Gesamtansichten repräsentiert werden — 50**
 - 4.1 Weltbild als umfassende Orientierung — 52
 - 4.2 Weltbild und visuelle Kommunikation — 56
 - 4.3 Verbildlichung kosmischer Ordnung — 57
 - 4.4 Der betrachtende Mensch im Weltbild — 64
 - 4.5 Blick, Körper und Raum in religiösen Weltbildern — 69
 - 4.6 Pluralität von Weltbildern — 71
- 5 Das Unsichtbare sichtbar machen
oder wie Transzendenz visuell erfahrbar wird — 75**
 - 5.1 Begriffsklärung: Transzendenz, Transendenzen,
Transzendieren — 78
 - 5.2 Repräsentation und Regulierung von Transzendenz — 82
 - 5.3 Identitätsbildung und Regulierung durch sichtbare
Transzendenz — 89
 - 5.4 Transzendenz als Erfahrung einer jenseitigen Welt — 92
 - 5.5 Transzendenz in der Immanenz des Sichtbaren — 97

- 6** **Alles unter Kontrolle**
oder wie Normativität medial vermittelt wird — 99
 - 6.1 Normativität und sichtbare Religion — 101
 - 6.2 Die Werbewirksamkeit normativer Genderdarstellungen — 102
 - 6.3 Repräsentation von normativen Blicken auf Gender — 106
 - 6.4 Visuelle Handlungsanweisungen — 110
 - 6.5 Normative Macht der Bilder — 117

- 7** **Sichtbar reguliert**
oder wie Macht inszeniert wird — 120
 - 7.1 Die (audio-)visuelle Repräsentation von Macht — 121
 - 7.2 Macht theoretisch — 122
 - 7.3 Dokumentarische Sicht auf Nebenschauplätze — 128
 - 7.4 Denkmäler als Repräsentation von Macht — 138
 - 7.5 Sichtbare Religion zwischen Legitimierung von Macht und Widerstand — 150

- 8** **In guter Gesellschaft**
oder wie Gemeinschaften sich über Bilder definieren — 153
 - 8.1 Zwischen Regulierung und Identität — 159
 - 8.2 Hinterfragen kollektiver Stereotypen — 164
 - 8.3 Materielles Heilsversprechen an eine Gemeinschaft — 167
 - 8.4 Geteilte Bedeutungszuschreibungen auf der visuellen Ebene — 172

- 9** **Private Ansichten**
oder wie religiöse Bilder das Individuum prägen — 174
 - 9.1 Visuelle Repräsentation und individuelle Identitätsprozesse — 175
 - 9.2 Materielle Emotionen — 180
 - 9.3 Spielend Identität bilden — 185
 - 9.4 Individualität, Zeitlichkeit und Materialität — 190

- 10** **Bilder auf Wanderschaft**
oder wie Tradition und Innovation sich gegenseitig bedingen — 193
 - 10.1 Wanderungen durch Zeiten, Kulturen und gesellschaftliche Bereiche — 194
 - 10.2 Herausfordernde Innovationen in Tradierungsprozessen — 198
 - 10.3 Regulierende Blicke auf einen überlieferten Bilderfundus — 203
 - 10.4 Transformation und Adaptionsprozesse: eine Zwischenbilanz — 206
 - 10.5 Die Bildung von Tradition als kreativer Prozess — 207

- 11** **Religion im kulturellen Imaginären**
oder wie sich Religion aus gemeinsamen Bildern speist — 214
 - 11.1 Orientierung in der Vielfalt — 214

- 11.2 Das kulturelle Imaginäre als theoretische Grundlage für visuelle Kommunikation — **215**
- 11.3 Wiederholung und Innovation als Grundtendenzen — **220**
- 11.4 Mentale und materielle Bilder als konstitutive Dimension der Gesellschaft — **225**
- 11.5 Von individuell und kollektiv herausfordernden Bildern — **229**

Literatur — 233

Abbildungen — 250

Autorinnen — 254

Index — 255

Vorwort

Was passiert, wenn man beim wissenschaftlichen Studium der Religion besonders auf das achtet, was mit den Augen wahrnehmbar ist? Welche Aspekte von Religion sind oder werden sichtbar? Für wen? Und was müssen wir lernen, um diesen spezifischen Zugang zu religiösen Traditionen und Gemeinschaften zu pflegen?

Dieses Buch bietet eine Einführung in die Erforschung visueller Aspekte von Religion. Es richtet sich sowohl an Studierende der Religionswissenschaft, der Theologie und der Fachbereiche, für die Religion und Visualität relevant sind, als auch an weitere Interessierte, die sich mit sichtbaren Aspekten von Religion auseinandersetzen.

Die vorliegende Einführung verfolgt ein doppeltes Ziel: Sie möchte auf die Vielschichtigkeit von Sichtbarkeit im Kontext von Religion aufmerksam machen und sodann mögliche Wege ihrer Untersuchung aufzeigen. Visuelle Medien sind für religiöse Traditionen und Gemeinschaften konstitutiv. Ebenso wesentlich sind sie für die Fremdwahrnehmung von Religion. Weil mediale Elemente religiöser Traditionen in anderen gesellschaftlichen Bereichen aufgegriffen und adaptiert werden, wird die sichtbare Seite von Religion als zentrales Thema einer kulturwissenschaftlich ausgerichteten Religionswissenschaft in dieser Einführung mit den spezifischen Fragen der Analyse visueller Medien verbunden. Dazu werden methodische Ansätze und theoretische Überlegungen unterschiedlicher Disziplinen aufgenommen und den visuellen Gegenständen unserer Untersuchungen angepasst. Die vorliegende Einführung in die Religionswissenschaft ist folglich in einem stark interdisziplinär geprägten wissenschaftlichen Diskurs verankert.

Die Ideen, Ansätze und Methoden in dieser Einführung speisen sich aus den Forschungs- und Lehrerfahrungen, die die Autorinnen im Rahmen ihrer akademischen Tätigkeiten an verschiedenen Universitäten und in unterschiedlichen Feldern gesammelt haben. Insbesondere gibt diese Einführung Ansätze wieder, die wir im Rahmen der interdisziplinären Forschungsgruppe Medien und Religion, die 2004 ins Leben gerufen wurde, entwickelt haben.

Das wissenschaftliche Interesse für Visualität, Medialität und Materialität hat in den letzten Jahrzehnten zugenommen. *Sichtbare Religion* wurde als Versuch konzipiert, einen plausiblen religionswissenschaftlichen Zugang zu diesen Forschungsfeldern aufzuzeigen, im Bewusstsein dafür, dass es viele weitere mögliche Zugänge gibt und geben soll – denn der akademische Austausch lebt von der Vielfalt und Differenz der Ansätze.

Diese Einführung stellt ein erstes Angebot dar, wie visuelle Aspekte von Religion untersucht werden können und bietet eine Arbeitsgrundlage, die erweitert und weitergeführt werden kann. Die Diskussionsfragen am Ende jedes Kapitels können zum Selbststudium, zur Anleitung von Arbeitsgruppen oder als Inspiration für Seminarveranstaltungen verwendet werden. Sie sind so ausgewählt, dass sie auf Grenzfälle und komplexe Wechselwirkungen aufmerksam machen und die Lesenden dazu mo-

tivieren, ihre Forschungsinteressen kritisch zu reflektieren und neue Perspektiven zu entwickeln. Den Fundus an Beispielen und Illustrationen in diesem Buch liefern die europäische Religionsgeschichte und zeitgenössische Gesellschaft. Wir beziehen uns auf Länder und Kulturen, deren Sprache wir verstehen und mit denen wir aus unserer Forschung vertraut sind.

Das Buch ist grundsätzlich aus zwei Teilen aufgebaut. In den ersten drei Kapiteln werden die theoretischen und methodologischen Grundlagen in groben Zügen dargestellt. Anschließend wird dieser theoretische Rahmen anhand von Grundfragen der Religionswissenschaft in den Kapiteln 4 bis 10 vertieft und detailliert erörtert. Im Kapitel 11 wird abschließend der Ertrag eines Zugangs zu Religion aus der Perspektive von Visualität in einen größeren theoretischen Rahmen eingeordnet. Die Besprechung von Beispielen und die Auseinandersetzung mit zeitgenössischen und historischen Bildern und Objekten zeigen die Tragweite und die Grenzen des jeweiligen theoretischen Ansatzes auf. So werden in der Analyse der ausgewählten Quellen methodische Strategien und Optionen in der konkreten Anwendung reflektiert.

›Sichtbare Religion‹ kennzeichnet weder eine Disziplin noch einen Gegenstand, sondern bestimmt eine spezifische Art und Weise, Religion als einem komplexen kulturellen Phänomen wissenschaftlich zu begegnen. Sichtbare Religion meint eine Art des Fragen-Stellens, eine Annäherung, die den intermedialen Charakter religiöser Kommunikation betont und spezifisch auf visuelle Phänomene fokussiert.

Wir haben dieses Buch gemeinsam geschrieben. Die Kapitel entspringen einem intensiven Austausch in Tagungen und Videokonferenzen und einer zehnhändigen Schreibtätigkeit. Wir haben uns bemüht, eine gemeinsame Sprache zu entwickeln, die die Grenzen der eigenen disziplinären Zugehörigkeiten und Schwerpunkte zu überwinden vermag. Einen wesentlichen Beitrag zur Vereinheitlichung der Konzepte und der Sprache hat unsere Lektorin Dolores Zoé Bertschinger geleistet, die das Projekt mit kritischem Engagement und empathischem Blick begleitet hat. Wir danken ihr ganz herzlich für die Arbeit und die Zeit, die sie in dieses Manuskript investiert hat, sowie für ihre wertvollen Anregungen und Anmerkungen, die uns weitergebracht haben.

Wir hoffen, dass Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, diese Einführung den Zugang zu sichtbarer Religion eröffnet und dass sie Sie ermutigt, neue Forschungsfelder in diesem faszinierenden Gebiet zu entdecken!

München, Villanova und Zürich im Frühling 2018

Natalie Fritz
Anna-Katharina Höpflinger
Stefanie Knauf
Marie-Therese Mäder
Daria Pezzoli-Olgiati

1 Das Forschungsfeld der sichtbaren Religion oder wie die religionswissenschaftliche Perspektive erweitert wird

In gegenwärtigen Debatten wird Religion kontrovers und vielschichtig diskutiert. Die Frage nach dem angemessenen Status des Religionsunterrichts in öffentlichen Schulen, das Vorkommen religiöser Symbole im öffentlichen Raum oder die sogenannten Kopftuch-Debatten sind Beispiele dafür. Bilder nehmen in diesen Auseinandersetzungen häufig eine zentrale Rolle ein. Um beim letzten Beispiel zu bleiben: Der Darstellung der ›muslimischen Frau‹ begegnet man in zahlreichen Medien, auf politischen Plakaten, im Internet, in Zeitungsberichten, wobei sie meist in schwarzen, den Körper verhüllenden Kleidern abgebildet wird. Solche Abbildungen stellen die verschleierte Frau stereotyp als Vertreterin eines als einheitlich konstruierten Islams dar. Tschador, Niqab, Burka oder Burkini werden in solchen Abbildungen und Berichten als Pars pro Toto für ›den Islam‹ eingesetzt. Sie repräsentieren eine angeblich unüberwindbare kulturelle Differenz, mit der einseitige und manchmal unreflektierte Vorstellungen von Rückständigkeit, fehlender Geschlechtergleichstellung und Fundamentalismus einhergehen.¹ Das Plakat für eine politische Initiative zugunsten des Bauverbots von Minaretten, das in der Schweiz im Jahr 2009 in einer Volksabstimmung beschlossen wurde, arbeitet genau mit diesem medial verbreiteten Stereotyp des schwarz verhüllten Frauenkörpers (Abb. 1).²

Die Bildkonstellation mit den an Raketen erinnernden Minaretten, die die nationale Fahne durchbohren, unterstellt eine unmittelbare Verbindung mit Terrorismus und Gewaltbereitschaft. Dabei wirkt der Gegensatz zwischen dem weißen (christlichen) Kreuz auf dem Schweizer Wappen und den dunklen, bedrohlich wirkenden Minaretten besonders stark. Auf diese Weise wird das Argument gegen Minarette visuell zum Ausdruck gebracht, als plausibel präsentiert und mit normativen Vorstellungen verknüpft. Dass das Bauverbot von 57,5 Prozent der Schweizer Stimmbevölkerung angenommen wurde und die Bildkonstellation danach in politischen Kampagnen anderer Länder wieder auftauchte, unterstreicht die erfolgreiche Wirkung dieser visuellen Strategie (Abb. 2).

Das vorgestellte Werbeplakat bringt eine bestimmte Konstruktion des Anderen visuell zum Ausdruck und prägt die politische Debatte über den Stellenwert von Religion in der Gesellschaft. Dabei macht es die Tragweite visueller Kommunikation in öffentlichen Räumen deutlich: Die schwarz verhüllte Figur verweist in solchen Bildkonstellationen nicht auf konkrete Frauen, sondern wird als stereotypes Merkmal zur Konstruktion von Differenz verwendet. Es geht um die Unterscheidung von mitteleuropäischem Eigenem und fremdem Anderen. Das Eigene wird mit gesellschaftli-

1 Für die stereotype Visualisierung von Gender und Islam vgl. Lanwerd 2010 und 2011.

2 Zum Minarett-Bauverbot in der Schweiz vgl. Mayer 2011.



Abb. 1: Abstimmungsplakat als Beispiel für die Verbindung von Religion und Politik im öffentlichen Raum. Kampagne zur eidgenössische Volksinitiative *Gegen den Bau von Minaretten* in der Schweiz, 2009. Diese Aufnahme wurde in Zürich gemacht.



Abb. 2: Adaption des Plakats in Frankreich für die Kampagne *Non à l'islamisme* der rechts-nationalistischen Partei Front national von 2010.

chem Fortschritt, Christentum oder Säkularisierung und Geschlechtergerechtigkeit assoziiert. Das Fremde dagegen wird mit religiös legitimierter Unterwerfung, Rückständigkeit und fehlenden Rechten von Frauen gleichgesetzt. In dieser Werbekampagne, die in einem politisch rechts stehenden, nationalistischen Lager verankert ist, gehört ›der Islam‹ zum negativen, öffentlich sichtbaren Auftreten des Anderen.

Aber auch in anderen Bereichen des öffentlich-gesellschaftlichen Lebens ist Religion visuell präsent, etwa in ökonomischen Zusammenhängen. Ein Beispiel bietet die Werbung für Heinz Fit Ketchup, die 2007 von der Agentur Mark BBDO in Prag entworfen wurde (Abb. 3).

Das Plakat zeigt eine grüne Schlange, die sich um eine rote Tomate windet. Darunter kann man »No Sin. More Tomatoes, Less Sugar« lesen und das Logo des Produktes sehen. Es findet sich hier ein visuelles Spiel mit der in der Hebräischen Bibel in Genesis 3 überlieferten und medial vielfach rezipierten Geschichte von Adam und Eva, der Schlange und der Frucht. Im Gegensatz zu dieser Erzählung, so suggeriert die visuelle Kombination von Bild und Text, ist das, was die Schlange anpreist, bei Heinz Fit Ketchup keine ›Sünde‹. Die Werbung geht davon aus, dass bei den intendierten Adressatinnen und Adressaten ein gewisses biblisches Wissen vorhanden ist. Gleichzeitig koppelt dieses Plakat ein maßgeblich visuell tradiertes Motiv (den



Abb. 3: Dieses Ketchup ist eine Versuchung, aber keine Sünde. Werbekampagne für Heinz Fit Ketchup, 2007.

›Apfel‹, der in Genesis gar nicht genannt wird, sondern erst in der visuellen Umsetzung des Textes dazu kam) mit gegenwärtigen, normativen Fragen rund ums ›richtige‹ Essen.³

Während das Plakat für das Minarett-Bauverbot Religion vor allem als das bedrohliche Andere inszeniert, adaptiert die Werbung für Heinz-Ketchup auf humorvolle Weise ein religiöses Bildmotiv, das für eine breite Öffentlichkeit als bekannt und also Teil des ›Eigenen‹ vorausgesetzt wird. Beide Illustrationen verweisen auf (vermeintlich) geteilte Vorstellungen von Religion und prägen diese zugleich durch veränderte Adaptionen in politischen und ökonomischen Kontexten.

Ein weiteres Beispiel für die Relevanz visueller Kommunikation von Religion in der Öffentlichkeit bildet die Gestaltung des urbanen öffentlichen Raums. Religiöse Bauwerke sind imposante visuelle Marker, die den Raum nicht nur architektonisch und historisch prägen, sondern auch mögliche Identitätsprozesse im Sinne der Identifikation mit und Abgrenzung von einer religiösen Tradition in Gang setzen können. Man denke dabei an den bereits erwähnten Umgang mit Baugesuchen für Minarette oder an religiöse Bauwerke, wie den berühmten St. Michael's Tower auf dem Hügel Glastonbury Tor im englischen Somerset oder die Kathedrale von Chartres, die zu touristischen Magneten wurden. Letztere illustrieren die visuelle Präsenz und Erkennbarkeit von Religion im öffentlichen Raum und die Bedeutung und Wirkung ihrer Sichtbarkeit. Da religiöse Verweise manchmal nur lose mit institutionalisierter Religion verbunden sind, verlangt der Fokus auf sichtbare Religion einen offenen, weiten Blick auf Religion.

Die bisherigen Beispiele betonten die Relevanz von Bildern und Religion in zeitgenössischer Perspektive. Die Sichtbarkeit von Religion ist jedoch keineswegs ein nur modernes Phänomen. Visuelle Quellen bilden ein zentrales Kapitel der Religionsgeschichte. Die Palette von Beispielen reicht von antiken Tempelanlagen über die Kleidung religiöser Spezialistinnen und Spezialisten bis hin zu religiösen Motiven in der Kunst- und Filmgeschichte. Das Beispiel der Werbung für Heinz Fit Ketchup, das auf Bilder des sogenannten Sündenfalls verweist, zeigt deutlich, dass sich im Laufe der Tradierung bestimmter ikonographischer Konstellationen vielfältige Veränderungen und Adaptionen religiöser Motive vollziehen können.⁴ Sie werden in vielschichtigen Tradierungsprozessen weitergegeben und gleichen deshalb – wie Hans Belting es treffend beschreibt –, Nomaden, die durch Zeit und Raum wandern.⁵

Betrachtet man religiöse Tradierungsprozesse mit einem Fokus auf Visualität, dann wird die Geschichte der technischen Möglichkeiten zur Bildproduktion ein wichtiges Kapitel der Religionsforschung: Die Erfindung von Druck, Fotografie, Film oder Internet sind mit religiösen Institutionen, Symbolsystemen und Tradierungsprozessen verwoben. Die Wechselwirkungen zwischen Religion und Techniken der

³ Zur Bestimmung der Frucht als Apfel vgl. Knauß 2015.

⁴ Für einen Überblick über die Rezeption ikonographischer Konstellationen vgl. Malik/Rüpk/Wobbe 2007; Beinbauer-Köhler/Pezzoli-Olgiati/Valentin 2010.

⁵ Vgl. Belting 2001, 214.

Sichtbarmachung prägen die Ausformung religiöser Systeme und stellen einen wichtigen Faktor von Innovation dar.⁶ Nicht nur die Art und Weise der Produktion von Bildern hängt von technologischen Erfindungen ab, sondern auch die Möglichkeit ihrer Reproduktion, Verbreitung und Vervielfältigung.

In diesem Zusammenhang aufschlussreich ist das Phänomen der Geisterfotografie, das Mitte des 19. Jahrhunderts weit über spiritistische Kreise hinaus populär wurde und rege öffentliche Debatten über die Authentizität solcher Bilder auslöste.⁷ Die folgende Abbildung zeigt die Witwe von Abraham Lincoln mit dem (vermeintlichen) Geist ihres berühmten Ehemanns (Abb. 4).

Das in den 1820er Jahren erfundene Verfahren der Fotografie bot die Möglichkeit, religiöse Fragen nach einem Leben jenseits des Todes dank einer innovativen visuellen Technik neu zu stellen: Fotos schienen die Existenz von Geistern zu ›beweisen‹. Dabei spielte die Idee der Authentizität von Fotografie eine große Rolle. Der Fotoapparat wurde als neutraler und objektiver Beobachter verstanden, dem in diesem Fall ein schärferer, weil technischer Blick auf die Wirklichkeit attestiert wurde, als er Menschaugen möglich wäre.⁸ Rund um diese Geisterfotografien entstanden neue spiritistische Ideen und Handlungen, auf die ältere religiöse Institutionen zum Teil mit Abwehr reagierten. Da Fotografie als ›objektiv‹ wahrgenommen wurde, die Geisterbilder aber nicht in gängige römisch-katholische, evangelische oder anglikanische Vorstellungen des Jenseits passten, versuchten kirchliche Vertreter zu beweisen, dass es sich um Fälschungen handeln musste.⁹ Mediengeschichte im Sinne eines Wandels medialer Techniken ist also mit der Erforschung der visuellen Aspekte von Religion eng verflochten. Durch das Aufkommen neuer Medien ergeben sich neue Möglichkeiten, sich mit der Sichtbarkeit von Religion auseinanderzusetzen. Ebenso erlauben sie, religiöse Fragen auf eine neue Art zu stellen und visuell zu verarbeiten.

Werbeplakate, Architektur, Fotografien, Gemälde und Zeichnungen ebenso wie materielle Objekte, Statuen, Altäre, religiöse Gerätschaften, Särge, religiöse Spiele oder archäologische Fundgegenstände zeugen von der Vielfalt visueller Religion. Hinzu kommen audiovisuelle und digitale Medien wie TV-Serien, Filme, Blogs, Webseiten und Social Media-Profile, die Visualität auf eine ganze eigene Weise neu inszenieren und mit anderen Medien verbinden. Sichtbare Religion verknüpft Fragen nach diachronen und synchronen Prozessen von Religion und schärft unseren Blick auf individuelle und kollektive Vorstellungen und Handlungen. Diese besondere Art der Annäherung an Religion versteht sich nicht als eine Alternative zu anderen Zu-

⁶ Einige neuere Publikationen zu Technik und Religion sind Cheong 2012; Baffelli/Reader/Staemmler 2011; Mayer 2008; zum Verhältnis von Tradition und Innovation vgl. Kapitel 10 dieses Buches.

⁷ Vgl. als erste Einführung in den Spiritismus des 19. Jahrhunderts Hüsch 2005; Chéroux 2005; Kontou/Willburn 2012.

⁸ Vgl. als Einführung zu Theorien der Fotografie Geimer 2009.

⁹ Wie zentral die Vorstellungen der Kirche waren, wurde bei einem Gerichtsverfahren gegen William Mumler im Jahre 1869 deutlich, bei dem es um die Debatte ging, ob es sich bei Mumlers Geisterfotografien um Fälschungen handle oder nicht; vgl. dazu Kaplan 2008.



Abb. 4: Fotografie, die angeblich Mary Todd Lincoln mit dem ›Geist‹ ihres Ehemanns Abraham Lincoln zeigt, entstanden um 1872, Albumindruck.

gängen, sondern als eine Erweiterung des Blicks und zwar im wörtlichen Sinne! Durch die Betrachtung visueller Medien, Quellen und Kommunikationsformen treten, wie wir aufzeigen werden, andere Aspekte religiöser Repräsentationen, Praktiken oder Gemeinschaften ins Blickfeld als bei der Arbeit mit Texten. Durch materielle Objekte werden beispielsweise Fragen nach unterschiedlichen Blickkulturen, nach Normie-

rungen des Sichtbaren und des Sehens sowie nach Identitätsprozessen aufgeworfen. Die Erweiterung oder Neuausrichtung des Blicks auf Religion hängt dabei auch von den jeweiligen Fragen ab, die an eine visuelle Quelle gestellt werden. Im vorliegenden Buch präsentieren wir in den einzelnen Kapiteln eine Reihe solcher Fragen. Dabei gehen wir von klassischen religionswissenschaftlichen Untersuchungsfeldern aus und zeigen anhand von Beispielen auf, was es bedeutet, das Visuelle der Religion ernst zu nehmen.

Fragen zur Vertiefung

- Vergleichen Sie das Abstimmungsplakat der Volksinitiative *Gegen den Bau von Minaretten* (Abb. 1) und die Werbung für Heinz Fit Ketchup (Abb. 3): Welche Unterschiede fallen Ihnen auf? Welche Gemeinsamkeiten? Wie wird jeweils der Bezug zu Religion hergestellt?
 - Wie kann man den Bezug zu Religion in der Werbung für Heinz Fit Ketchup (Abb. 3) und der Fotografie von Mary Todd (Abb. 4) umreißen? Welches Verständnis von Religion scheint dabei hilfreich zu sein? Warum?
 - Welche Fragen interessieren Sie im Bereich von sichtbarer Religion? Warum?
-

2 Theoretische Horizonte oder wie sichtbare Religion erfasst wird

Auf den ersten Blick mag Religion als klar erfassbares Phänomen erscheinen, als wissenschaftliche Kategorie ist Religion jedoch äußerst komplex. Die Darstellung eines Skeletts an der Wand eines Beinhauses kann eindeutig als Element eines religiösen Symbolsystems klassifiziert werden, ein vergleichbares Bild in einem Modegeschäft dagegen wird wohl eher als Dekoration betrachtet (Abb. 5 und 6).

Wie also kann man entscheiden, ob etwas »religiös« ist oder nicht? Ist die Eigenschaft, »religiös« zu sein, einem visuellen Medium inhärent oder hängt sie vom Verwendungszusammenhang ab? In diesem Kapitel werden einige theoretische Überlegungen entwickelt, die für die Annäherung an die visuelle Seite von Religion wesentlich sind und helfen sollen, solchen Fragen nachzugehen.



Abb. 5: »Wenn ich Silber und Gold wollte, wäre ich Herr jedes Schatzes. Da ich aber gerecht und aufrichtig bin, lasse ich mich nicht vom Reichtum blenden«, sagt der als Skelett dargestellte Tod auf der frontalen Außenfassade des Beinhauses von Cauco (Graubünden, Schweiz), 17. Jahrhundert.



Abb. 6: Ein betendes Skelett im Schaufenster eines Londoner Modegeschäfts. Das Motiv stammt aus William Cheselden's *Osteographia or the Anatomy of the Bones*, 1733, Tafel 36.

2.1 Emische, mediale und wissenschaftliche Blicke auf Religion

Die Frage nach der Definition von ›Religion‹ füllt philologische, philosophische, theologische, religionswissenschaftliche und viele weitere Bibliotheken.¹ Besonders Disziplinen wie die Politikwissenschaft oder die Wirtschaftswissenschaft sind zunehmend an diesem Phänomen interessiert und definieren es gemäß ihren spezifischen Forschungsinteressen.² Anstatt hier der bestehenden breiten Palette an Religionsdefinitionen noch eine zusätzliche hinzuzufügen, möchten wir auf einige Grundunterscheidungen eingehen, die den Umgang mit den verschiedenen Konzepten von Religion erleichtern und eine bewusste, reflektierte Verwendung des Begriffes erlauben.

Es gibt keine allgemeingültige Definition von ›Religion‹, die überall und immer einsetzbar wäre. Eine universale Definition scheint für ein so komplexes Phänomen

¹ Für einen Überblick über verschiedene Definitionen von Religion sind etwa Woodhead 2011 und Schlieter 2010 sehr empfehlenswert.

² Vgl. zum Verhältnis von Politik und Religion Liedhegener 2008, für einen wirtschaftstheoretischen Blick auf Religion Seele 2008.

wie Religion, das eng mit den jeweiligen kulturellen Bedingungen interagiert, ohnehin nicht sinnvoll. Deshalb empfiehlt es sich, die Konzepte davon, was Religion ist, nicht als universal anwendbare Wahrheit, sondern als einen Fundus von Zugängen wahrzunehmen – und gegenüber der Vielfalt an Antworten auf die Frage, welche Funktion Religion in der Gesellschaft übernimmt und wie sie mit anderen Gesellschaftsbereichen interagiert, zunächst einmal offen zu bleiben. Hat man sich einen Überblick über die verschiedenen Religionsdefinitionen sowie über ihre Leistungen und Grenzen verschafft, so ist es vor allem im Umgang mit visuellen Medien zentral, ›Religion‹ in Abstimmung mit der jeweiligen Forschungsfrage zu umreißen. Dafür ist folgende heuristische Unterscheidung von grundlegender Bedeutung: Im Umgang mit Religion lassen sich *emische Blicke* von involvierten Akteuren und Akteurinnen, *medial-öffentliche Blicke* auf religiöse Gemeinschaften, Traditionen und Motive sowie *wissenschaftliche Blicke* auf Religion unterscheiden. Sichtbare Religion ist an den komplexen Schnittstellen dieser Zugänge zu Religion angesiedelt und stellt deshalb eine besondere Herausforderung für das religionswissenschaftliche Arbeiten dar.

Emische Blicke

Sowohl Gemeinschaften als auch Individuen entwerfen eigene Bilder von Religion, Religiosität, Glaube, der Welt, der Gesellschaft und den Menschen. Dasselbe gilt aber auch für religiöse Traditionen: Auch sie bringen im Laufe der Zeit und durch globale Diffusionsprozesse einen Wissensfundus hervor, der ihnen erlaubt, sich als kontinuierliche Tradition zu verstehen. Die Blicke von Religionsangehörigen auf sich selbst und ihre Gemeinschaften in Geschichte und Gegenwart sind nie fix oder eingleisig, sondern zeichnen sich durch synchrone Diversität und diachronen Wandel aus. In diesen Selbstwahrnehmungen spielen Sichtbarkeit und visuelle Medien eine zentrale Rolle. Eigene – der wissenschaftliche Begriff dafür ist ›emische‹ – Blicke auf Religionen werden stets gleichzeitig und von verschiedenen Akteurinnen und Akteuren produziert und weitergegeben.

Es gilt in Bezug auf Religion also erstens auf die Dimension der Selbstreflexion zu achten. Dazu gehören der Umgang von religiösen Spezialistinnen und Spezialisten mit visuellen Aspekten von Religion sowie die innertheologischen Auseinandersetzungen und normativen Diskurse über den Stellenwert, die Funktion und den Zugang zu visuellen Medien. Beispiele dafür sind die literarischen und ikonographischen Debatten über Bildverehrung und Bilderverbote in der Reformationszeit (Abb. 7) oder der restriktive Umgang mit bildlichen Darstellungen in islamischen und jüdischen Traditionen.³

³ Zur Bilderfrage in der Reformation vgl. Stirn 1977, Weimer 1999 und Oelke 1992 sowie das Beispiel der Zilliser Holzdecke im Unterkapitel 4.3 dieses Bandes.



Abb. 7: Eine polemische Darstellung aus der Reformationszeit von Bilderstürmern, die Statuen demontieren, verräumen oder verbrennen: Erhard Schön, *Klagrede der armen verfolgten Götzen und Tempelbilder*, um 1530, Holzschnitt, 13 × 34,7 cm, Germanisches Nationalmuseum Nürnberg.

Zweitens konstituieren sich emische Blicke auf Religion in der Praxis von Individuen und Gemeinschaften. Alltägliche religiöse Praktiken, persönliche Frömmigkeitsformen und Weltanschauungen sowie die Interaktionen von verschiedenen Gemeinschaften sind vielschichtig und nicht minder relevant für die Erforschung von Religion und Visualität. Diese beiden Ebenen – die Sicht von religiösen Spezialistinnen und Spezialisten sowie die religiöse Praxis im Alltag – interagieren ständig, verstärken sich gegenseitig oder stehen in einem Spannungsverhältnis zueinander.

Ein Beispiel für die Wechselwirkungen zwischen den vielfältigen Perspektiven auf Religion, die in einer Tradition koexistieren können, stellt das gegenwärtige Zelebrieren des christlichen Weihnachtsfests dar. In den verschiedenen Liturgien um Weihnachten spielt die Darstellung von Jesu Geburt eine zentrale Rolle. Unterschiedliche Umsetzungen vergegenwärtigen dieses Motiv visuell: Das Spektrum reicht von Freilichtspielen über Adaptionen fürs Fernsehen bis hin zum Aufstellen von Krippen in kirchlichen, öffentlichen oder privaten Räumen. Damit werden bestimmte normative Vorstellungen von Familie verbunden, öffentlich repräsentiert und gefördert, die nicht unbedingt von allen Menschen geteilt werden. Die Gewohnheit, die christliche Tugend der Caritas (Wohltätigkeit, Nächstenliebe) auszuüben, wird an Weihnachten in Geschenken materialisiert und hat diesem Fest heute eine unübersehbar kommerzielle Dimension verliehen. Persönliche, gemeinschaftliche, theologische und ökonomische Aspekte produzieren eine breite Palette an Repräsentationen des Weihnachtsfestes. Solche Repräsentationen zeigen einerseits Weihnachten gemäß den jeweiligen zeitlichen und kulturellen Vorstellungen, wobei persönliche und gemeinschaftliche Inszenierungen eine wichtige Rolle spielen. Andererseits verbreiten – oder hinterfragen – sie normative Wertvorstellungen wie den Umgang mit Mitmenschen, die Idee von Familie oder moralische Fragen nach Geben und Nehmen. Ein Beispiel für diese Vernetzung von Repräsentation und Normen ist weihnachtliches Kinderspielzeug: Beispielsweise produziert die deutsche Firma Playmobil, die System-



Abb. 8: Engel und Sankt Nikolaus als Playmobilfiguren.

Spielzeug herstellt, eine Reihe von Figuren, die zur materiellen Repräsentation des Weihnachtsfestes dienen (Abb. 8).

Mit der Inszenierung von Weihnachts-Playmobilfiguren sind Normen der Darstellung von Transzendenz (etwa der Engel) sowie Vorstellungen von Großzügigkeit und Gerechtigkeit (repräsentiert durch die Nikolaus-Figur) verbunden.⁴ Sie zeigen Kindern bestimmte religiöse Vorstellungen auf. Solche Visualisierungen können deshalb als emische Blicke auf Religion erfasst werden: Sie sind Teil der religiösen Sozialisierung innerhalb einer Familie und einer Gemeinschaft. Darüber hinaus verweisen sie auf das wirtschaftliche Interesse der Spielzeugindustrie an diesem Fest.

Öffentlich-mediale Blicke

Gerade das Beispiel des Weihnachtsfestes zeigt, dass emische Blicke auf Religion nicht isoliert betrachtet werden können von dem, was in der medialen Öffentlichkeit in Bezug auf Religion geschieht. Filmische Großproduktionen, die thematisch dieses

⁴ Zum Verhältnis von Religion und Normen vgl. Kapitel 6 dieses Bandes.



Abb. 9: In *E.T. – The Extraterrestrial* (Steven Spielberg, USA 1981) fliegt Elliott (Henry Thomas) mit E.T. auf seinem Fahrrad durch die Nacht – eine Adaption des Santa Claus-Motives mit einem Außerirdischen.

Fest aufgreifen oder zur Weihnachtszeit lanciert werden, verbreiten eine relativ konventionelle Sicht auf die Familie, die trotz Krisen und allerlei Probleme zu Liebe und Harmonie findet. Mit diesem Motiv christlichen Ursprungs werden auf medialer Ebene bestimmte Wertvorstellungen und Ideale menschlicher Gemeinschaft transportiert. *E.T. – The Extraterrestrial* (Steven Spielberg, USA 1981) ist ein Filmklassiker, der zur Weihnachtszeit gerne im Fernsehen gezeigt wird (Abb. 9).

Der Film erzählt die Geschichte einer zerrütteten Familie, die sich dank der Begegnung mit E.T. wieder rekonstituiert. Die Liebe der Außerirdischen, die irrtümlicherweise ihr Kleines auf der Erde verloren haben, lässt auch in der menschlichen Gemeinschaft starke Gefühle entstehen. Die dysfunktionale menschliche Familie löst ihre Probleme und die einzelnen Mitglieder übernehmen Verantwortung füreinander, sind füreinander da. Der Film transportiert stark christlich konnotierte Wertvorstellungen, die mit dem Topos der Heiligen Familie in Verbindung stehen.⁵

Während emische Perspektiven durch eine große Variabilität und Vielfalt charakterisiert sind, zeichnen sich mediale Diskurse zu Religion durch eine Tendenz zur Generalisierung aus. Sie verbreiten häufig eine Eindeutigkeit über Religion, die mit der Fülle der emischen Blicke kontrastiert. Mediale Blicke auf Religion arbeiten mit Stereotypen und Verallgemeinerungen, wobei ihre Bilder der Zementierung, Kritik oder Karikatur solcher Stereotypen dienen. Die medialen Blicke von Zeitungen, Zeitschriften, Plakaten, Werbungen oder Filmen prägen die öffentlichen und privaten

⁵ Vgl. zum Motiv der Heiligen Familie im zeitgenössischen Filmschaffen Fritz 2018 und 2015a.

Vorstellungen von Religion maßgebend. Sie haben aber auch einen signifikanten Einfluss auf emische Sichtweisen, indem sie Perspektiven, Innensichten, Selbstwahrnehmungen von Individuen und Gemeinschaften repräsentieren, beeinflussen oder verändern.

Das Werbevideo *Sainsbury's Official Christmas Advert 2014* mit dem Slogan »Christmas is for sharing« des britischen Konzern Sainsbury's vermittelt sowohl Christen als auch Angehörigen anderer Religionen und Menschen, die keine religiöse Zugehörigkeit haben, ein bestimmtes, idealisierendes Bild von Weihnachten. Im *Sainsbury's Official Christmas Advert 2014* wird die Episode der Weihnachtswaffenruhe aus dem Ersten Weltkrieg inszeniert: Englische und deutsche Soldaten verlassen am Weihnachtstag 1914 die Schützengräben und verbringen gemeinsam einen idyllischen Tag. Zwei Soldaten teilen Erinnerungen an die Lieben zuhause und tauschen ihre Mäntel aus (Abb. 10a). Die Melodie von *Stille Nacht* und der Verweis auf die



Abb. 10a: Soldaten im *Sainsbury's Official Christmas Advert 2014* tauschen auf dem Kampfplatz Erinnerungen aus.

Abb. 10b: Sainsbury's Sicht auf Weihnachten.

Adaption der Hymne *Leaning on the Everlasting Arms* des Films *True Grit* (Ethan und Joel Coen, USA 2010) tragen wesentlich zur Betonung des idyllischen Charakters des Werbevideos bei. Am Ende des Videos richtet sich der Blick der Kamera nach oben und der Satz »Christmas is for sharing« erscheint am Himmel (Abb. 10b).

Sainsbury's Official Christmas Advert 2014 ist eine Werbekampagne, in der christliche und besonders weihnachtliche Werte von Nächstenliebe und Friedfertigkeit mit der Erinnerung an Krieg und Gewalt sowie dem Angebot des Supermarkts verbunden werden. Der didaktisch anmutende Schlusssatz vermittelt die normative Interpretation, mit der das Publikum die gesehenen Bilder assoziieren soll. Die Kampagne zeigt die vielfältigen Interaktionen zwischen massenmedial vermittelten Bildern von Religion und politischen, künstlerischen und wirtschaftlichen Bereichen paradigmatisch auf. Mediale Blicke auf Religion sind wichtige Träger von Konzepten, die sowohl emische Perspektiven als auch die breitere gesellschaftliche Auseinandersetzung mit Religion beeinflussen.

Wissenschaftliche Blicke

Wir haben bereits auf die zahlreichen Versuche hingewiesen, Religion zu definieren, und vorgeschlagen, diese Vielfalt als reichen Fundus für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit diesem Phänomen zu handhaben. Welche theoretische Annäherung an Religion mit welchen Fragen und methodischen Verfahren konsistent verbunden werden kann, werden wir im Laufe dieses Buches aufzeigen. Betrachtet man das breite Spektrum an Theorien der Religion insgesamt als wissenschaftlichen Blick auf Religion, dann ist es wichtig, daran zu erinnern, dass auch die wissenschaftlichen – und nicht nur die emischen und öffentlich-medialen – Blicke auf Religion in gesellschaftliche und kulturelle Umfelder eingebettet sind. Ebenso wie emische und öffentlich-mediale Blicke entstehen sie unter dem Einfluss von intellektuellen, politischen, ökonomischen und persönlichen Konstellationen.⁶ Die Religionswissenschaft selbst als akademische Disziplin prägt die Forschenden. Auch individuelle biografische Aspekte wie Gender, Herkunft, Vorbildung, Alter, religiöse oder weltanschauliche Orientierung sowie politisches Engagement formen Forschungsinteressen, die zudem immer im Austausch mit öffentlich-medialen Vorstellungen von Religion stehen. Die Religionswissenschaft ist deshalb kein einheitliches Gebilde, sondern eingebettet in und abhängig von kultur- und zeitspezifischen Vorstellungen.

Wissenschaftliche Sichtweisen sind mit verschiedenen Denkkulturen assoziiert, die sich sprachlich unterschiedlich ausformen: Indische, finnische oder italienische

⁶ Erläuterungen zu Religionsdefinitionen eingebettet in Gesamtwerk, Biographie und kulturellen Kontext des jeweiligen Autors liegen bei Michaels 2010 oder Waardenburg 1999 vor. Die systematische Darstellung der Beiträge von Religionswissenschaftlerinnen stellt nach wie vor ein Forschungsdesiderat vor. Einige Portraits finden sich bei Höpflinger/Jeffers/Pezzoli-Olgiati 2008.

Religionsforschungen basieren auf je verschiedenen, kultur- und zeitspezifisch geprägten Fragen und Vorstellungen von Wissenschaft. Sie sind abhängig von ökonomischen Strukturen, die durch die Finanzierung von Stellen und Forschungsprojekten akademische Tätigkeit erst ermöglichen. Die Regulierung wissenschaftlicher Tätigkeit ist dabei nicht zu unterschätzen: Ökonomische Prozesse interagieren mit politischen Fragen und gewisse Projekte werden finanziert oder sogar in Auftrag gegeben, weil sie für bestimmte Organisationen, den Staat oder die Gesellschaft allgemein als besonders relevant gelten.

Die drei Zugänge zu Religion, die wir heuristisch unterschieden haben, interagieren ständig miteinander. Auf der einen Seite werden wissenschaftliche Studien von religiösen Gemeinschaften gelesen und können deshalb das (visuelle) Selbstverständnis und die Selbstrepräsentation verändern, andererseits prägen gesellschaftliche Fragen rund um sichtbare Religion und massenmedial vermittelte visuelle Inszenierungen die Auswahl von Forschungsgegenständen. Der Soziologe Anthony Giddens hat 1976 bezüglich soziologischer Forschung von einer notwendigen doppelten Hermeneutik gesprochen: »Der soziologische Beobachter kann das soziale Leben als ›Phänomen‹ nicht beobachten, ohne dass sein Wissen darüber seinen ›Forschungsgegenstand‹ immer schon mitkonstruiert. In dieser Hinsicht ist seine Position nicht von der eines jeden Gesellschaftsmitgliedes unterschieden.«⁷ Giddens beobachtet gleichzeitig ein »fortwährendes ›Abrutschen‹ der in der Soziologie geschaffenen Begriffe in den Sprachschatz derer, deren Verhalten mit ihnen eigentlich analysiert werden sollte, was leicht dazu führt, dass diese Begriffe damit wesentliche Grundzüge ihres Verhaltens bestimmen.«⁸ Wie es Giddens für Begriffe beschreibt, lässt sich dies auch für die wissenschaftliche Untersuchung von Religion formulieren. Die Veränderung religiöser, emischer Sichtweisen durch wissenschaftliche Studien ist besonders deshalb zu bedenken, weil Wissenschaft auch eine normative Wirkung entfaltet: Die Bezeichnung ›wissenschaftlich bestätigt‹ ist weit davon entfernt, ein neutrales Attribut zu sein.

Wir verstehen die Unterscheidung von emischen, medialen und wissenschaftlichen Blicken als Hilfsmittel, um zwischen den verschiedenen Zugängen zu Religion zu unterscheiden (Abb. 11). Unterschiedliche Zugriffe auf Religion zu differenzieren, erlaubt es, die verschiedenen Absichten, die mit Religionsdefinitionen verbunden sind, leichter zu erkennen. Zudem sensibilisiert uns dieser Schritt für die vielfältigen Wechselwirkungen, Parallelen und Kontinuitäten der verschiedenen Arten, Religion zu erfassen. ›Religion‹ ist ein Begriff, der in Europa seit Jahrtausenden in Gebrauch ist und in allen erdenklichen Weisen und in zahlreichen Sprachen zu ganz unterschiedlichen Zwecken benutzt wurde. Es wäre naiv, wissenschaftlich von Religion zu sprechen, ohne diese komplexe Geschichte und vielfältigen Verwendungen des Begriffs zur Kenntnis zu nehmen. Sichtbare Religion ist darum so herausfordernd, weil

7 Giddens 1984, 198.

8 Giddens 1984, 199.

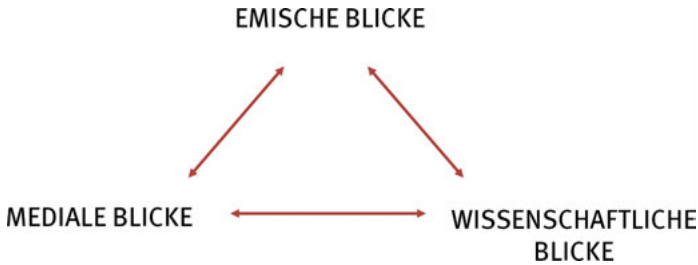


Abb. 11: Schematische Zusammenfassung der Unterscheidung und gegenseitigen Beeinflussung unterschiedlicher Blicke auf Religion.

wir nicht umhin kommen, alle drei Perspektiven zu respektieren und zu reflektieren; denn auch wir Forschenden sind als soziale Wesen in das gesellschaftliche Umfeld, in dem Religion stattfindet, eingebettet.

2.2 Sichtbare Religion und die Sprache der Wissenschaft

Wir haben bis jetzt sehr allgemein von ›Blicken‹ gesprochen und unsere Überlegungen anhand von visuellen Beispielen erörtert, weil wir auf diesen besonderen Aspekt von Religion fokussieren. Wissenschaft stützt sich jedoch mehrheitlich auf Sprache, vor allem in ihrer schriftlichen Form (wie dieses Buch ebenfalls zeigt). Wissenschaftliche Religionsdefinitionen konzeptualisieren das Phänomen in Texten. Die Differenz zwischen visuellen Quellen und Wissenschaftssprache stellt eine inhärente Herausforderung der Erforschung von Visualität und Religion dar. Daraus ergeben sich weitere erkenntnistheoretische Fragen: Wie kann man die Annahme begründen, dass es sinnvoll sei, eine bestimmte Bildkonstellation als ›religiös‹ zu erfassen? Wie erkennt man visuelle Verweise auf ein Abstraktum wie ›Religion‹?

Wir gehen davon aus, dass Religionen als komplexe, intermediale Kommunikationssysteme verstanden werden können. Diese Kommunikationssysteme bedienen sich zahlreicher Ausdrucksmittel. Texte, Gebete, Bilder, Skulpturen, Theateraufführungen, Körper, Architektur, Musik, Gerüche und Tänze, Alltagsgegenstände oder das Internet sind allesamt mögliche Medien von Religion.⁹ Visuelle Medien stellen eine Ebene des Kommunikationssystems Religion dar, das auf eine bestimmte Art und Weise kodiert ist und dessen Repräsentationen stets in einem Kontext von Produktion, Distribution und Rezeption gelesen werden müssen. Dabei bilden sich oft Hierarchien unter den verschiedenen Medien aus, beispielsweise die Betonung der textlichen Ebene im Zuge der Reformation. Doch nicht in allen religiösen Traditionen nehmen

⁹ Der Zürcher Religionswissenschaftler Fritz Stolz beschäftigte sich intensiv mit den verschiedenen Kommunikationsformen von Religion, die bei ihm Darstellungsebenen genannt werden; vgl. Stolz 2001a, 80–145.

Texte eine zentrale Bedeutung ein. Körper, Architektur oder Bilder können in der religiösen Praxis oder in der Medienberichterstattung über Religion oft sogar wesentlicher sein.¹⁰

Die grundlegende Differenz zwischen visueller und (wissenschafts-)sprachlicher Darstellung, zwischen Repräsentation von Religion und wissenschaftlicher Konzeptualisierung von Religion bleibt dennoch bestehen. Diese Diskrepanz zwischen Kommunikation *in* Religion und wissenschaftlicher Kommunikation *über* Religion stellt eine zentrale Herausforderung dar, die wir in diesem Buch mitreflektieren möchten: Wie verändern sich wissenschaftliche Theorien und Methoden, wenn die visuelle Seite von Religion als eigenständiger und wichtiger Bereich in die Religionsforschung mit einbezogen wird? Da Bilder nicht primär mit Begriffen, sondern nach eigenen ikonischen Logiken arbeiten, verändert eine solche Sichtweise die theoretisch-wissenschaftliche Metasprache, die Forschungsmethode und auch das konkrete wissenschaftlichen Resultat. Es stellt sich die Frage, wie visuelle Kommunikation sinnvollerweise in schriftliche, wissenschaftliche Sprache ›übersetzt‹ werden kann und mit welchen Wissens- und Erfahrungsverlusten zu rechnen ist.¹¹

Die Reflexion der Wechselwirkungen zwischen unterschiedlichen Medien sowie der Hierarchien verschiedener Kommunikationsformen auf emischer, medialer und wissenschaftlicher Ebene würden eine differenzierte Abhandlung aller möglichen Dimensionen von Intermedialität verlangen. In diesem Buch richtet sich die Aufmerksamkeit jedoch auf spezifische visuelle Medien, die wir in der Folge dieses theoretisch ausgerichteten Kapitels näher bestimmen möchten.

2.3 Religiöse Bilder

Der Begriff ›Bild‹ ist – ganz ähnlich wie ›Religion‹ – seit Jahrhunderten Gegenstand von Abhandlungen und Definitionsversuchen.¹² In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, nicht zuletzt unter dem Einfluss der Cultural Studies angelsächsischer Ausprägung und der verschiedenen kulturwissenschaftlichen Ausrichtungen in Kontinentaleuropa, hat die wissenschaftliche Aufmerksamkeit für das Bild als eigenständiges Medium stark zugenommen.¹³ Dabei wird ›Bild‹ sehr breit gefasst und nicht mit den klassischen Gattungen der Malerei, Skulptur, Architektur oder der so-

¹⁰ Vgl. Stolz 2004.

¹¹ Vgl. dazu Beinbauer-Köhler 2017.

¹² Für eine religionswissenschaftliche Erforschung von Religion signifikante Beiträge zur Visualität finden sich in Baxandall 1985; Mitchell 1986, 7–46; Miles 1998; Böhme 1999; Boehm 1994 und 2001; Macho 2000; Imdahl 2001; Bräunlein 2004; einen Überblick über bildwissenschaftlich einflussreiche Positionen bietet Sachs-Hombach 2009.

¹³ Für eine übersichtliche Einführung in diese Entwicklung hin zum *pictorial* beziehungsweise *iconic turn* vgl. Maar/Burda 2004 und darin insbesondere Bredekamp 2004.