

Andreas Hepp
Veronika Krönert

Medien - Event-Religion

Die Mediatisierung
des Religiösen

Inhalt

Einleitung	7
1.1 Zur Fragestellung	8
1.2 Das methodische Vorgehen	9
1.3 Über dieses Buch	18
Der Weltjugendtag als Medienevent	21
2.1 Die Individualisierung von Religion	21
2.2 Die Mediatisierung von Religion	30
2.3 Zwischen rituellen und populären Medienevents	34
Die kulturelle Produktion des Medienevents	41
3.1 Inszenierungsversuche des Sakralen	44
3.2 Freiräume des Populären	52
3.3 Der Papst als kommunikative Klammer	54
Das Medienevent im Verlauf	59
4.1 Zeitliche Zentrierung: Die Phasen des Medienevents	60
4.2 Thematische Zentrierung: Die Themenfelder des Medienevents	64
4.3 Reflexive Zentrierung: Der Weltjugendtag als gemachtes Event	70
Das Sakrale als Medienritual und Medienglaube	79
5.1 Herausgehobene Momente; Das Sakrale im Verlauf	80
5.2 Medienrituale: Fernsehgottesdienste	85
5.3 Medienglaube: Inhaltliche Ausgestaltung, Glaubenspraxis und Glaubenstraditionen	100
Das Populäre als ausgelassenes Feiern	111
6.1 Das Feiern im Blick: Populäres im Verlauf	113
6.2 Berichte über katholische Jugendkultur: Teilnehmerprogramm, Stimmung und Kommerzialisierung	116
6.3 Spielerisches Ironisieren: Party-Stimmung, Sex und Glaube	129

I	Der Papst als Medienberühmtheit	139
	7.1 Höhepunkte: Papstberichterstattung im Verlauf	141
	7.2 Medienberühmtheit als Markensymbol: Kommunikative Klaminierung und „branding religion“	145
	7.3 Fassetten der Medienberühmtheit: Staatsmann, Idol, Religionsführer und Privatmensch	155
8	Der Katholizismus als deterritoriale Vergemeinschaftung	171
	8.1 Sinnhorizonte: Vergemeinschaftung im Verlauf	174
	8.2 Transkulturalität: Kirche als Gemeinschaft	176
	8.3 Pluralitäten: Orientierungen religiöser Vergemeinschaftung	186
9	Die Mediatisierung der Teilnahme	205
	9.1 Kommunikative Mobilität: Mobiltelefon, Fotografie und Videowände	206
	9.2 Kommunikative Partizipation: Die „Talk-to-Him-Box“	214
	9.3 Expressivität der Partizipation: Pluralitäten der Selbstrepräsentationen	220
10	Die alltagsweltliche Aneignung des Medienevents	229
	10.1 Ich-Religiosität und Gruppen-Religiosität: Das Medienevent Weltjugendtag in der Alltagswelt	231
	10.2 Kontinuität und Wandel: Der Papst als Medienberühmtheit und Markensymbol	241
	10.3 Möglichkeiten religiöser Vergemeinschaftung: Die Nachhaltigkeit des Medienevents in der Alltagswelt	248
11	Die Mediatisierung des Religiösen	261
	11.1 Hybride religiöse Medienevents und populäre Religion	262
	11.2 Dimensionen der Mediatisierung des Religiösen	268
	11.3 Risiken der Mediatisierung des Religiösen	275
12	Anhang	279
	12.1 Teilereignisse des Weltjugendtags	279
	12.2 Glossar religiöser Begriffe	280
	12.3 Transkriptionssymbole	282
13	Literatur	285
14	Index	293