



Call for Papers

Der Papst twittert. Der Dalai Lama auch. Jesus war schon im Kino. In Apps findet man Koransuren oder die unaussprechliche Wahrheit des Zen. Dienste von Schamaninnen lassen sich auf Facebook anfordern. Moderne Hexenzirkel nutzen Instagram.

Lange Zeit wurden solche Aussagen als Widerspruch in sich wahrgenommen. Sowohl Praktizierende als auch Forschende verorteten Religion in Kirchen, Moscheen, Synagogen, Schreinen und Tempeln, in heiligen Büchern und Texten, in Diskursen und Aushandlungen religiöser Autoritäten.

Spätestens seit den Cultural Turns der letzten fünfzig Jahre und dem Medienwandel der neueren und neuesten Geschichte haben sich Medien wie auch deren Nutzung als kultur- und religionswissenschaftliches Forschungsfeld etabliert.

Religiöse Gemeinschaften adaptieren Medienstrategien zur Verbreitung ihrer Inhalte und zur Mitgliederwerbung. Unternehmen kokettieren zu Werbezwecken mit religiösen Ästhetiken. Als Studierende freuen wir uns immer wieder, unsere Lieblingsserien, -filme und -spiele unter die religionswissenschaftliche Lupe nehmen zu können.

Dass sich Religionen medialer Mittel bedienen – und zwar aller zur Verfügung stehender –, ist keineswegs außergewöhnlich. Eine medial-religiöse Rundumversorgung stellt vielmehr den religionshistorischen Normalfall dar. Auch Kirchen, Moscheen, Synagogen, Schreine und Tempel sind Medien. Ritualgegenstände, Räucherwerk, Kleidung, Nahrung, Inschriften und Gemälde können ebenso wie neue(re) Technologien als Vermittlungsinstanzen von religiösen Narrationen und Inhalten betrachtet werden.

Wir möchten Euch dazu aufrufen, das Zusammenspiel von Religion und Medium als religionshistorischen Normalfall in den Blick zu nehmen. Das heißt: Nicht unter dem Vorzeichen

einer voranschreitenden Medialisierung von Religion auf der Achse der Geschichte, sondern als immer schon bestehendes Verhältnis im Raum menschlicher Kulturen.

Welche Medien werden im Rahmen einer umfassenden Beschäftigung mit, bzw. Definition von „Informationsvermittlung“ interessant? Wie werden beispielsweise der menschliche Körper, Nahrung oder Kleidung eingesetzt, um religiöse Inhalte oder Zugehörigkeit zu kommunizieren? Wie lassen sich theoretische Implikationen und Grundlagen des neu(er)en Medienwandels in der Religionswissenschaft nutzen? Welche Möglichkeiten eröffnen die Anwendung von aktuellen Theorien und rezenten Erkenntnissen für die Erforschung von Steintafeln, Codices, Pyramiden und archäologischen Funden? Wie nutzen und beschreiben religiöse Akteur*innen Medien? Wie verarbeiten Medienschaffende religiöse Semantiken, Narrationen und Ästhetiken? Welche Innovationen und Transformationen entstehen im Spannungsfeld zwischen religiösen Akteur*innen und der als säkular-modern beschriebenen Medienwelt?

Das Symposium gibt Euch die Möglichkeit, eigene Arbeiten zum Zusammenspiel von Medium, Vermittlung und Religion in Theorie und Praxis im Rahmen von einem 45-minütigen Vortrag zu präsentieren. Neben Euren Vorträgen freuen wir uns auf ein spannendes Tagungsprogramm mit Workshops, Exkursionen und einer Podiumsdiskussion. Das gemeinsame Abendprogramm bietet Raum zur innerfachlichen und standortübergreifenden Vernetzung. Eingeladen sind alle Studierenden religions- und kulturwissenschaftlicher Studiengänge, ob im Bachelor-, Master- oder Promotionsstudium, ob im Haupt- oder Nebenfach.

Wir freuen uns auf euch!

Das Planungskomitee

Fachschaft Religionswissenschaft Heidelberg