



## HINTERGRUND UND FORSCHUNGSFRAGEN

Spuren religiöser Lebenswelten finden sich nicht mehr ausschließlich an sakralen Orten oder in anderen Bereichen des Offlinealltags. Auch der digitale Raum wird seit einiger Zeit von unterschiedlichen Akteur\*innen genutzt, um religiöse Inhalte zu verbreiten. Durch den Wandel digitaler Technologien und das Aufkommen sozialer Netzwerke sind in den letzten Jahren die Hürden, um digitale Inhalte zu produzieren und online zu stellen, deutlich gesunken. Akteur\*innen unterschiedlicher Art bespielen nun soziale Netzwerke und können so Inhalte an eine große Gruppe potentieller Interessent\*innen verbreiten. Auch Accounts mit religiösen Inhalten sind darunter, wobei große Organisationen (z.B. @mjoe\_official, die Muslimische Jugend Österreich) genauso zu finden sind wie Einzelpersonen (z.B. @juliandthechruch, die Pfarrerin der Lutherischen Stadtkirche Julia Schnizlein) und religiöse Influencer\*innen (z.B. @rafftar\_rai, der Sikh Influencer und Künstler Rafftar Rai). Im Unterschied zu Religion im Offline-Kontext, wo Sprachmacht meist durch traditionelle, religiöse Hierarchien allokiert wird, können im digitalen Raum auch Personen ohne jegliche religiöse Ausbildung ihre Interpretationen und Sichtweisen auf Religion an ein großes Publikum vermitteln. Damit gibt der digitale Raum die Möglichkeit, althergebrachte, religiöse Machthierarchien zu unterlaufen. Dies führt zu einer Verbreiterung der Debatte zu Religion und bietet User\*innen ein heterogenes Angebot an religiösen Inhalten, teilweise fern des Mainstreams. Hier zeigen sich Parallelen zwischen dem digitalen Raum und der religiösen Landschaft in superdiversen Stadtgesellschaften, die ebenfalls durch große Diversität geprägt sind. Gerade junge Menschen kommen durch ihre Sozialisation in vielfältigen urbanen Räumen bereits früh in Kontakt mit Personen anderer Religionen. Diese Diversitäten (online und offline) und die prinzipielle Möglichkeit den eigenen Glauben online wie auch offline zu leben, bildeten den Hintergrund unserer Untersuchung. Zu Beginn unserer Forschung stand die Frage, welche Rolle der digitale Raum prinzipiell für das religiöse Leben von jungen Menschen offline spielt. Wir nahmen an, dass nun auch verstärkt „Offline“-Gemeinschaften diverse Angebote in den digitalen Raum verlagern würden: Wie werden diese Angebote angenommen und wie werden – ganz generell – religiöse Angebote im digitalen Raum rezipiert? Sind Verschiebungen der Grenzen zwischen Religionsgruppen zu beobachten und welchen Einfluss haben diese auf Religion offline? Welche Potentiale bieten soziale Medien in Hinblick darauf, wie Religion gelebt wird und wie verändert dies religiöse Praxen? Haben digitale religiöse Angebote Einfluss auf die offline gelebte Religion in der Stadt?

### ERHEBUNGSMETHODEN

Das Forschungsdesign basiert auf qualitativen Interviews mit 41 jungen, religiösen Menschen aus Wien, die sich mit einer von sieben vorab ausgewählten Religionstraditionen identifizieren. Mit katholischen und orthodoxen Christ\*innen sowie Muslimas\*Muslimen, waren Personen, die sich

als Teil von verhältnismäßig großen Religionstraditionen verstehen, Teil des Samples. Daneben haben wir mit Jüdinnen\*Juden, evangelischen Christ\*innen, Alevit\*innen und Sikhs auch Personen von kleineren religiösen Gemeinschaften befragt. So konnten wir ein Bild der städtischen Religionslandschaft zeichnen, das, auch wenn es nicht die gesamte Vielfalt abbildet, einen guten Eindruck der religiösen Diversität Wiens vermittelt. Eine weitere Bedingung zur Teilnahme war die Nutzung der Social-Media-Plattform Instagram, des unter unserer jungen Zielgruppe (16-25 Jahre) meist-verbreitetsten sozialen Netzwerks. Die Interviews liefen in drei Phasen ab:

- Zunächst ging es in einem narrativen Teil um die Lebensgeschichte der Person und ihren persönlichen Zugang zur Religion.
- Auf einer Social-Media-Tour zeigten uns die Teilnehmer\*innen ihren eigenen Instagram-Account. Dabei interessierte, welche (religiösen) Accounts der Person wichtig waren und welche Inhalte (mit religiösen Bezügen) selbst gepostet wurden. Die Aufzeichnung dieses Teiles erfolgte mittels Screen-capture-Software.
- Zuletzt fragten wir noch nach Orten (mit religiöser Bedeutung), die der Person wichtig waren. Diese Orte wurden mit Hilfe von Pin-Nadeln auf einer Landkarte verortet.

Die gesammelten Daten wurden inhaltsanalytisch ausgewertet und bildeten gemeinsam mit den geographischen Verortungen die Grundlage für die weitere Untersuchung. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse waren zudem die Basis für die mit dem ACDH-CH entwickelten, öffentliche YouBeOn Map.

### WORAUS BESTEHT DIE RELIGIONSLANDSCHAFT AUF INSTAGRAM?

In unserem ersten Artikel „*Religious “Bubbles” in a Superdiverse Digital Landscape? Research with Religious Youth on Instagram*“ (erschienen 2022 in „Religions“ als Teil des Special Issues *Digital Youth and Religion*) analysierten wir, wie sich die digitalen Religionslandschaften unserer Teilnehmer\*innen zusammensetzten und was die Motivation dahinter war, spezifischen Inhalten zu folgen. Im Zuge der Analyse kristallisierten sich fünf Idealtypen an Accounts bzw. Inhalten heraus, welche die religiöse Vielfalt an Accounts auf Instagram ausmachten:

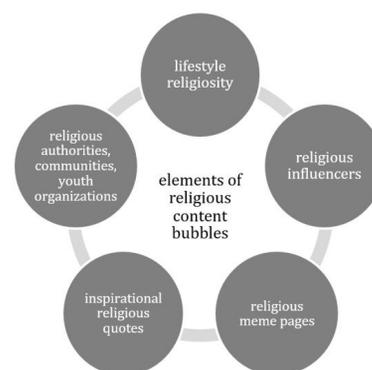


Abb. 1: Religiöse Inhalte auf Instagram

Der Bereich der Lifestyle-Religiosität weist auf eine Kulturalisierung, Profanisierung und nicht zuletzt Ethnisierung von religiösen Riten und Traditionen hin. In diesem Bereich finden sich Accounts, die nur peripher etwas mit Religion zu tun haben, wie etwa @gatewayworship (mit Fokus auf religiöser Musik und Lyrik) oder @hasidimnusa (ein Account, der das Leben chassidischer Juden in den USA portraitiert). Auch in diesem Bereich bestätigt sich die Aufweichung inner-religiöser Grenzen (z.B. in diesem Fall zwischen unterschiedlichen Strömungen im Judentum), bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung von Trennlinien zwischen religiösen Traditionen (Christentum, Islam, Judentum etc.).

Auch in anderen Bereichen zeigt sich ein deutlicher Bedeutungsverlust solcher konfessioneller Grenzen. Einige Katholik\*innen folgten Influencer\*innen mit einem evangelikalen bzw. freikirchlichen Hintergrund. Den User\*innen waren dabei die Perspektiven und Themensetzungen der Influencer\*innen wichtiger als die spezifische religiöse Affiliation. Auch bei religiösen Meme-Seiten und inspirierenden Zitaten zeigen sich diese Grenzverwischungen zwischen Konfessionen. Zwar wurde stets im Becken der eigenen religiösen Tradition gefischt, aber genaue konfessionelle Hintergründe spielten eine deutlich untergeordnete Rolle.

### WELCHE ROLLE SPIELEN TRANSLOKALE BEZÜGE FÜR RELIGIÖSE LEBENSWELTEN IM DIGITALEN RAUM UND OFFLINE?

In unserem zweiten Paper, „*Translocal Feeds of Faith: How Mobility and Digitalisation Shape the Religious Life of Young Believers*“, widmeten wir uns der Bedeutung translokaler Bezugspunkte und deren Aufrechterhaltung und Verstärkung durch Social Media. In diesem Zusammenhang kommt dem Instagramfeed eine besondere Bedeutung zu. Der Feed ist die von einem Algorithmus auf die\*den User\*in maßgeschneiderte Instagram-Startseite und zeigt eine Abfolge neuer Inhalte anderer User\*innen. Das Ziel des Algorithmus ist es, User\*innen möglichst lange auf der Plattform zu halten und kann durch das Folgen und Entfolgen von Accounts beeinflusst werden.

Im Zuge unserer Interviews stellte sich heraus, dass viele Teilnehmer\*innen translokale Bezugspunkte auf der ganzen Welt hatten, die für ihren persönlichen Glaubensweg bzw. ihren persönlichen Zugang zur Religion zentral waren. Diese Bezugspunkte fanden sich auch in den individuellen Feeds der Nutzer\*innen wieder, etwa durch digitales Kontakthalten mit Freund\*innen oder das Folgen spezifischer Accounts (z.B. zu orthodoxen Klöstern auf dem Balkan). Dadurch wurden diese translokalen Bezüge zu einem Teil der alltäglichen, digitalen Erfahrung. Die Bedeutung von translokalen Bezügen wird somit zu wichtigen Referenzpunkten für die individuelle Glaubenswelt. Anders als bisherige Forschung zeigen wir, dass diese Verbindungen auch abseits von Diasporakontexten oder Familien-Migrationsgeschichten von großer Bedeutung sein können und einen wichtigen Einflussfaktor auf individuelle Glaubenswege darstellen.

DOI 10.1553/isr-bulletin22-01

### WIE ENTSTEHT RELIGIÖSE ZUGEHÖRIGKEIT HEUTE?

Aktuell bearbeiten wir die Frage, wie religiöse Zugehörigkeit unter Bedingungen der digitalen religiösen Angebote heutzutage entsteht. Wir erkennen zwei Phasen, die als entscheidend für die Entwicklung einer eigenständigen Empfindung religiöser Zugehörigkeit wichtig sind. Die erste Phase ist die der „adoption“, d.h. der Aneignung einer bestimmten Religion. Hier werden vor allem das familiäre Umfeld, Freund\*innen, generelle soziale Strukturaspekte (Wohnumfeld, sozioökonomischer Status, Migrationshintergrund etc.), aber auch individuelle Lebensentscheidungen und -ereignisse als besonders relevant empfunden. In einem zweiten Schritt kommt es zu einer Adaptierung von Religion. Diese Phase ist von einer intensiveren Beschäftigung mit der eigenen Religion (manchmal zusätzlich auch mit weiteren Religionen) geprägt. Hierbei sind Fragen des Verhältnisses von Religion und sozialem Umfeld zentral. So setzen sich junge Menschen etwa mit der Frage auseinander, wie sie ihre Religion leben wollen und in ihren Alltag integrieren können. Nicht selten beinhaltet diese auch eine intensive Recherche zu religiösen Themen, welche oft auch mittels digitaler Ressourcen erfolgt. Gerade Social Media (Instagram, YouTube etc.) bieten hier Möglichkeiten einfach an religiöse Inhalte zu kommen, unterschiedliche Interpretationen kennenzulernen und abzuwägen. Was das in weiterer Folge für religiöse Selbstverortungen bedeutet, beleuchten wir in unserem dritten Artikel: „*In Case of Doubt. Towards a Better Understanding of the Adoption and Adaption of Religious Belonging.*“ (Arbeitstitel)

### DIE YOUBEON MAP

Neben den wissenschaftlichen Publikationen erarbeiten wir in Kollaboration mit dem *Austrian Centre for Digital Humanities and Cultural Heritage* die YouBeOn Map. Diese digitale, frei verfügbare Onlineapplikation visualisiert unsere Interviewdaten und macht sie einer breiten Öffentlichkeit zugänglich. Dabei war uns wichtig die Komplexität der Daten nicht zu stark zu reduzieren, sowie die Verschränkung von Online- und Offline-Welten sichtbar zu machen. Tatsächlich sind Online- und Offline-Lebenswelten keine getrennten Sphären, sondern Bereiche, die einander zunehmend gegenseitig durchdringen, sei es über Accounts, die mich virtuell an Orte bringen, zu denen ich auch Offline-Bezüge habe, oder durch Offline-Aktivitäten, die ich zu digitalen Inhalten mache (z.B. über Postings). Auf einer Landkarte werden die religiösen und nicht-religiösen Orte, welche von Interviewteilnehmer\*innen als wichtig genannt wurden, verortet. Um die Anonymität der Teilnehmer\*innen zu gewährleisten, werden sie nach Religionsgruppen geclustert. Dies ermöglicht es, die Lebenswelten der teilnehmenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu erforschen. Es zeigen sich dabei große räumliche Überschneidungen über Religionsgrenzen hinweg. In einem Kontextmenü werden zu jedem Ort „Ideen“ angezeigt, die Teilnehmer\*innen mit diesen Orten verbunden haben. Auch translokale Bezugspunkte zu Orten außerhalb von Wien sind auf der Karte verortet und untermauern die Bedeutung dieser Orte für individuelle Glaubenswelten.

Den Kern der YouBeOn Map bilden drei Ebenen, die unterschiedliche Aspekte der Interviews aufzeigen:

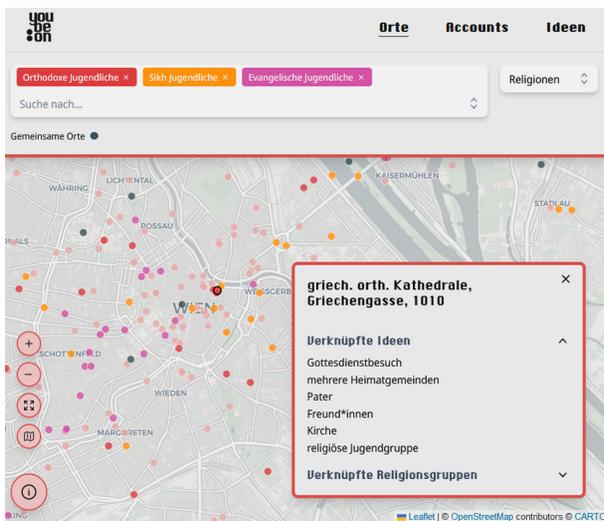


Abb. 2: Wichtige Orte für chr. orth. (rot), Sikh (orange) und evang. Jugendliche (pink) mit Hervorhebung eines spez. Ortes (umrandet)

Eine Netzwerkdarstellung der Accounts zeigt, welchen Instagram-Accounts Personen aus unterschiedlichen Religionsgruppen folgen. Was auffällt ist, dass überraschend wenig Accounts „geteilt“ werden (meist Nachrichten-Accounts und Meme-Seiten), wohingegen vielen Accounts – selbst innerhalb einer Religionsgruppe – nur von einzelnen Teilnehmer\*innen gefolgt wird. Die wenigen Überschneidungen zeigen, wie individualisiert und personalisiert Instagram-Profile und Feeds erscheinen. Die maßgeschneiderte Anpassung der Feeds an die individuellen Interessen einzelner User\*innen unterstreicht das Potential von Social-Media-Tours als Untersuchungsinstrument qualitativer Forschung.

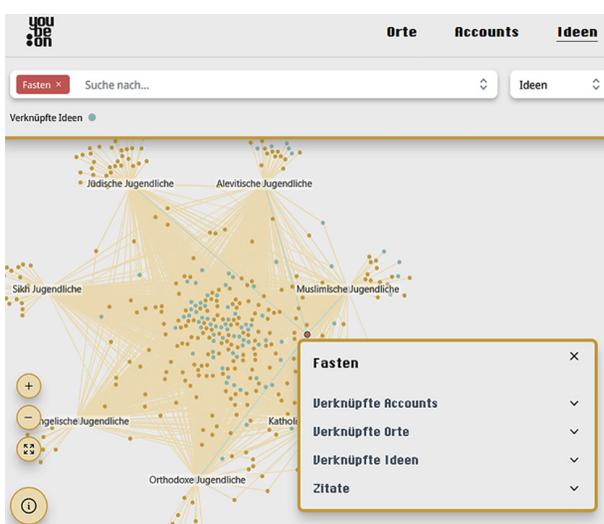


Abb. 3: Hervorhebung der Idee „Fasten“ (rot, umrandet) mit Verbindungslinien zu Religionsgruppen und verknüpften Ideen (blau)

#### Impressum

Medieninhaber: Österreichische Akademie der Wissenschaften, Dr.-Ignaz-Seipel-Platz 2, 1010 Wien. Herausgeber: Institut für Stadt- und Regionalforschung, Bäckerstraße 13, 1010 Wien | Erscheinungsweise: halbjährlich | Satz: Mag. Florian Partl, Grafik, Design: ÖAW, ISR Verwendbarkeit/Copyright: ISR | ISSN: 2708-9282

DOI 10.1553/isr-bulletin22-01

Die Netzwerkdarstellung der Ideen zeigt Konzepte, die von Teilnehmer\*innen in den Interviews selbst angesprochen wurden. Dabei handelt es sich einerseits um Begriffe, die explizit genannt wurden (z.B. Cricket), andererseits entwickelte das Forscher\*innen-Team abstrahierte Überbegriffe (z.B. Glaubensweg), um Gemeinsamkeiten in Erzählungen aufzuzeigen. Eine zusätzliche Besonderheit bietet die Ideen-Ebene, indem Begriffe mit ausgewählten Zitaten aus den Interviews kontextualisiert werden. Aus dieser Ebene lässt sich gut erkennen, dass die Gemeinsamkeiten der Lebenswelten der einzelnen Teilnehmer\*innen gegenüber den Eigenheiten deutlich überwiegen.

## FAZIT

Das YouBeOn-Projekt hat zum Ziel, aktuelle religiöse Lebenswelten zu erforschen. Dabei ist wichtig, On- und Offline nicht als gegeneinanderstehende Sphären zu begreifen, sondern sie – nahe der alltäglichen Erfahrung – als miteinander verwoben zu erkennen. Die Forschungsergebnisse unterstreichen das Potential dieses Ansatzes. So zeigt sich etwa, dass sich die enorme Vielfalt an religiösen Inhalten und Perspektiven, die online konsumiert wird, kaum an einem Ort des (religiösen) Offlinealltags (z.B. in einer Gemeinde) wiederfinden lässt. Dies zeigt ganz deutlich die Wichtigkeit der gemeinsamen Analyse von Offline- und Online-Lebenswelten auf, da es dadurch gelingen kann, soziale Realitäten in einer größeren Komplexität abzubilden. Darüber hinaus leisten die Erkenntnisse aus YouBeOn und die YouBeOn Map einen Beitrag zum öffentlichen Diskurs über multireligiöse, urbane Stadträume und Religion in den sozialen Medien.

#### ECKDATEN

**Projektteam:** Christoph Novak, Miriam Haselbacher, Astrid Mattes, Katharina Limacher & Austrian Centre for Digital Humanities and Cultural Heritage  
**Laufzeit:** September 2020 bis März 2023  
**Auftraggeber:** Innovationsfonds Forschung, Wissenschaft und Gesellschaft

#### ZUM WEITERLESEN

Novak, C.; Haselbacher, M.; Mattes, A.; Limacher, K. (2022): Religious “Bubbles” in a Superdiverse Digital Landscape? Research with Religious Youth on Instagram. *Religions* 13, 213.  
<https://doi.org/10.3390/rel13030213>  
Mattes, A.; Novak, C. (in Begutachtung): Translocal Feeds of Faith. How mobility and digitalisation shape the religious life of young believers.

#### KONTAKT

Mag. Dr. Christoph Novak, MA  
T: +43 1 51581-3540  
[christoph.novak@oeww.ac.at](mailto:christoph.novak@oeww.ac.at)