

Die Macht der Medien und die Religionen

Eröffnungsvortrag der Tagung „Die Religionen und die mediale Präsenz des Religiösen“,

Evangelische Akademie Hofgeismar, 14.-16. Juni 2013

von Kai Hafez

Medien hat es in der Geschichte der Menschheit immer schon gegeben, ebenso wie Veränderungen in der öffentlichen Kommunikation. Dennoch sind wir heute mit Prozessen der „Mediatisierung“ unserer Lebenswelt konfrontiert, die qualitativ neu sind. Nicht nur werden immer mehr Dinge über und mit Medien organisiert. Zu beobachten ist auch eine immer stärker fortschreitende Medienintegration, Medien werden in elektronischen Netzen zusammengefügt und sind simultan verfügbar. Aus der traditionellen Presse wird die „Presse im Netz“, auch das Fernsehen ist zum Teil schon über das Internet abrufbar usw. Das Internet ist kein Medium, sondern es ist ein Meta-Medium, das andere Medien integriert.

Die Mediatisierung¹ ist nicht nur ein technischer Vorgang, sondern sie verändert unsere sozialen Beziehungen ebenso wie Religion und Politik. Alte Begriffe erhalten ganz neue Bedeutungen: Beispielsweise wird aus der persönlichen Freundschaft die „Facebook-Freundschaft“. Der soziologische Kern von Freundschaft ist die Freiwilligkeit von Intimität. Auch Facebook-Freunde sind vielfach in unserem Leben dauerpräsent, sie werden quasi zur „Familie“, gelegentlich verdrängen sie die Stammfamilie sogar. Die ist zwar physisch noch anwesend, aber kommuniziert wird über neue elektronische Wege mit dauerpräsenten Freunden. Neue „virtuelle“ Freunde kommen hinzu, die wir oft gar nicht kennen, unser Freundeskreis wird vielfältiger. Zugleich ist fraglich, ob diese Menschen wirklich unsere Freunde sind, denn wir kennen sie oft nicht persönlich. Menschliche Bindungen werden flüchtiger, Intimität wird leichter preisgegeben. Zugleich aber entrinnen wir der Enge dörflicher und familiärer Beziehungen, wir entziehen uns der Umweltkontrolle, das macht uns individueller. Manchmal finden wir im Netz sogar einen Partner. Die Gesamtbilanz ist also schwierig, zumal der Staat ohnehin mithören kann: Was heißt hier also mehr Freiheit?

Gemeinschaft ist ein weiterer soziologischer Begriff, und auch hier verändert sich vieles. Howard Rheingold hat den Begriff der „virtual community“ geprägt.² Gemeinschaften bilden sich im Netz ganz neu. Möglicherweise ist eine langfristige Tendenz erkennbar, wonach der historische Verfall traditioneller Gemeinschaften und die Durchsetzung einer oft anonymen „Gesellschaft“ in unserer Zivilisationsentwicklung durch Prozesse der Mediatisierung korrigiert werden kann. Das Unbehagen in der Moderne, die urbanisiert und globalisiert traditionelle Gemeinschaften von der Familie über die Dorfgemeinschaft bis hin zu Vereinen gefährdet, kann endlich abgebaut werden. Der deutsche Kommunikationswissenschaftler Joachim Höflich beschreibt daher das Credo der mediatisierten interpersonalen Kommunikation durchaus zutreffend als „nie mehr allein“.³ Gemeinschaft ist im Unterschied zur Gesellschaft immer durch Interaktionen geprägt.

¹ Friedrich Krotz (2001), Die Mediatisierung des kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Opladen: Westdeutscher Verlag.

² Howard Rheingold (2000), The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier, Cambridge, MA/London: MIT (Orig. 1993).

³ Joachim Höflich in der Sendung LexiTV/MDR Wissensmagazin, 26. Oktober 2011.

Man kennt sich, ist aufeinander angewiesen, man verfolgt gleiche oder ähnliche Ziele. Aber bei genauerer Betrachtung tun dies die neuen virtuellen Gemeinschaften allenfalls teilweise. Sie sind zwar vielfältig, aber auch sporadisch und flüchtig. Vernachlässigen wir am Ende die uns in der Moderne noch gebliebenen letzten persönlichen Beziehungen und ersetzen sie durch virtuelle Pseudo-Gemeinschaften?

Medien transformieren nicht zuletzt die Politik. In der „Mediendemokratie“, die von Thomas Meyer sogar als „Mediokratie“ bezeichnet worden ist,⁴ ist einerseits eine gewachsene Legitimität der Demokratie durch Kommunikation zwischen Bürger und Staat zu verzeichnen. Die alte Geheimdiplomatie auch der frühen demokratischen Politik weicht einem stärkeren Dialog zwischen und mit Bürgern. Ansprüche an die Transparenz von Politik wachsen. Andererseits gibt es neue Inszenierungen, Skandalisierungen und einen erhöhten Anpassungsdruck, der sich auf das politische System auswirkt, das sich quasi „boulevardisieren“ muss: Politik muss vereinfacht dargestellt und an die Gesetze des „Politainment“ angepasst werden.⁵ Medien erfüllen nicht nur die Wächterfunktionen einer „vierten Gewalt“, sondern wir verzeichnen zugleich eine gewachsene Tendenz in Richtung immer negativerer Nachrichtenfaktoren. Die Politik wird in den Massenmedien zunehmend konfliktreich dargestellt, so dass die Anpassung der Politik an die Medien zugleich ein Prozess der Deformation politischer Information ist.

Dadurch entstehen zahlreiche Paradoxien. *Erstens*, Politiker unterscheiden immer stärker zwischen der Herstellungs- und der Darstellungsebene der Politik, die eigentliche Substanz des Politischen halten sie vielfach vom Bürger fern, weil sie Fehldarstellungen in der Öffentlichkeit befürchten.⁶ *Zweitens*, wenn politische Substanz wirklich an die Öffentlichkeit dringt, besteht die Gefahr einer Umgehung der traditionellen Gremien- und Institutionendemokratie durch ein symbiotisches Verhältnis zwischen manchen Politikern und den Medien. Ein Beispiel hierfür ist der Sturz von Bundeskanzler Helmut Kohl durch Angelika Merkel durch einen Artikel, den sie für Frankfurter Allgemeine Zeitung schrieb – unter Umgehung sämtlicher Parteigremien der CDU. Solche Tendenzen können zur Gefährdung der Wahldemokratie und zur Entwicklung einer populistischen Demokratie beitragen. *Drittens*, Menschen, die sich einerseits stark über Politik in den Medien informieren, neigen andererseits vielfach zu einer erhöhten Politikverdrossenheit. Amerikanische Experimente haben bewiesen, dass Menschen dazu neigen, Vertrauen in die Politik zu verlieren, wenn die Darstellung der Politik zu polemisch wird, wie dies etwa in vielen Talkshows der Fall ist.⁷ Dabei gibt es hier auch eine Paradoxie in der Paradoxie: Dieselben Menschen, die bei polemischen Darstellungen der Politik zunehmend den Glauben an die Politik verlieren, können sich andererseits häufig der unterhaltenden Wirkung dieser Art von Politainment nicht entziehen. Medien bedienen also Instinkte auch dann, wenn sie immer gut für Staat und Gesellschaft sind.

Die Mediatisierung von Gesellschaft und Politik hat also eindeutig Licht- und Schattenseiten. Sie korrigiert die Anonymisierung der industriellen und urbanen Moderne, schafft neue Gemeinschaften, bringt Licht ins Dunkel der von Cliquen und Gruppen dominierten Demokratie. Zugleich bedroht sie den Kern menschlicher Beziehungen, sie zerstört echte Gemeinschaft- und

⁴ Thomas Meyer (2001), *Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien*, Frankfurt: Suhrkamp.

⁵ Andreas Dörner (2001), *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*, Frankfurt: Suhrkamp.

⁶ Meyer, op. cit.

⁷ Diana C. Mutz/Byron Reeves (2005), *The New Videomalaise: Effects of Televised Incivility on Political Trust*, in: *American Political Science Review*, Vol. 99, Nr. 1, S. 1-15.

Privatsphäre und gefährdet stabile Staatspolitik. Die gesellschaftlichen Folgen der Mediatisierung sind also eindeutig zweideutig: Sie sind ambivalent!

Medien und Religion

Diese Ambivalenz erfasst auch die mediatisierte Religion. Eigentlich unterscheidet die Politikwissenschaft zwischen dem politischen System, den gesellschaftlichen Lebenswelten und den transzendenten Bekenntnissen. Gerade letztere hatten traditionell ihre „Tempel“ und fanden überwiegend außerhalb der großen Massenmedien statt. Religion ist in den letzten Jahrzehnten kein zentraler Gegenstand der Medienberichterstattung gewesen. Ausnahmen gibt es immer dann, wenn die Religionen als politische Ideologie – etwa als „islamistischer Fundamentalismus“ – in Erscheinung tritt. In den Massenmedien finden sich aber kaum Hinweise auf theologische Debatten und die spirituelle Substanz der Religion. Das trifft interessanterweise auf alle Religionen zu, auf das Christentum ebenso wie auf das Judentum und den Islam. Zwar wird viel über den Islam berichtet, aber fast ausschließlich über den politischen Islam.⁸ Im Fall des Judentums erfahren wir zwar viel über den Holocaust, nahezu aber nichts über Talmud, Tora oder jüdische religiöse Traditionen und moderne Praxen.

Die Religion hat ihre Dominanz der öffentlichen Interpretation im Laufe der Jahrhunderte eingebüßt. „Selbst schuld!“, könnte man meinen, denn die institutionalisierte Religion hat zu lange einen Monopolanspruch der Weltdeutung gehegt, bis sie schließlich im Zeitalter der Säkularisierung in die Tempel zurückgetrieben wurde. In der säkularisierten Gesellschaft spielt Religion in der Öffentlichkeit eine eher untergeordnete Rolle, Thomas Luckman hat dies in seiner berühmten These von der Privatisierung der Religion auf den Punkt gebracht.⁹

Wenn die Religion doch in den Massenmedien auftaucht, dann wird sie nicht wie Religion behandelt, sondern wie ein beliebiges Handlungssystem der Gesellschaft und unterliegt denselben Gesetzen wie die Politik. Negative Nachrichtenfaktoren herrschen vor. Nicht Theologie und das Transzendente werden thematisiert, sondern die Probleme religiöser Institutionen und Systeme: Kirchensteuer, verheimlichte Konten, Dumpinglöhne der Diakonie, Rückständigkeit der katholischen Lehre, Kindesmissbrauch usw. Besonders der letzte Punkt macht deutlich: Es ist gut, dass es die Medien gibt, mehr Transparenz kehrt ein, wer vertraut schon auf die Selbstheilungskräfte religiöser Institutionen? Die Medien üben hier durchaus ihre Funktion als „vierte Gewalt“ aus. Ihre Rolle ist es in modernen Gesellschaften, andere Systeme zu beobachten und demokratisch zu korrigieren. Die Mediatisierung der Religion hat also eindeutig ihre Vorzüge. Es gibt aber auch Schattenseiten. Das Verschwinden der religiösen Substanz aus der Öffentlichkeit führt bei religiösen Menschen möglicherweise zu einem Gefühl der Entfremdung und des Verlustes religiöser Gemeinschaft. Jene Religion, über die ich lese und höre, ist nicht die, nach der ich ein Bedürfnis habe, ich erkenne sie nicht wieder. Religion hat ihre Darstellungshoheit verloren, die Macht der Massenmedien ist hier viel größer, die Skandalisierung von Religion und ihre hohle Popularisierung (wie im Falle der Deutschlandbesuche des früheren „deutschen Papstes“) lassen die Religion in einem seltsamen Licht erscheinen.

⁸ Kai Hafez (2002), Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. Bd. 1: Theoretische Grundlagen; Bd. 2: Das Nahost- und Islambild in der deutschen überregionalen Presse, Baden-Baden: Nomos.

⁹ Thomas Luckmann (1991), Die unsichtbare Religion, Frankfurt: Suhrkamp (Orig. 1967).

Allerdings ist die Macht der Medien zugleich begrenzt. Als Regel im Bereich der Medienwirkung kann gelten, dass diese umso größer ist, je größer die lebensweltliche Distanz des Bürgers vom Objekt der Berichterstattung ist. Anders ausgedrückt, je weniger der Mensch über einen Gegenstand weiß, je weniger alternative Informationen er über die Medienberichterstattung hinaus zur Verfügung hat, desto größer ist der Einfluss der Medien. Über Distanzgeschehen wie über den Krieg in Afghanistan besitzen die meisten Menschen kaum alternative Informationen – doch bei Religion ist dies anders. Sie ist Teil unserer Nahwelt: Kommunion, Konfirmation, Sozialisation, Filme und Musik, Weihnachten: Trotz aller Skandale der Kirchen werden wir in aller Regel kein völlig negatives Bild des Christentums haben. Der „Religionsmonitor“ der Bertelsmann Stiftung weist aus, dass auch aktuell noch immer die Mehrheit der ursprünglichen Christen sich als religiös betrachten und dass die religiöse Erziehung den wohl entscheidenden Einfluss auf die spätere Haltung zur Religion ausmacht.¹⁰ Soviel haben die Medien hier also nicht bewirkt. Das Christentum ist in unserer Kultur (zumindest im Westen Deutschlands) so fest in der Nahwelt der Menschen verankert, dass die Wirkungsmacht der Medien begrenzt ist.

Das ist gänzlich und grundsätzlich anders bei Minderheitenreligionen wie Judentum, Islam oder Buddhismus. Und diese Regel gilt nicht nur in Deutschland, sondern sie gilt weltweit für die Darstellung von Minderheitenreligionen in den unterschiedlichen nationalen Mediensystemen, nur je nach Land mit unterschiedlichen konfessionellen Vorzeichen. „Fremdreligionen“ werden häufig sehr klischeebehaftet dargestellt. Der Buddhismus erscheint als „Friedensreligion“, obwohl es nicht nur den Dalai Lama gibt, sondern auch den Muslime mordenden Mob in Burma. Den Hinduismus setzen wir häufig mit Spiritualität gleich, mit Yoga und Gandhi, aber die Existenz erzkonservativer Hindu-Fundamentalisten ignorieren wir. Der Islam wird vielfach mit Gewalt und Repression identifiziert. Wir haben heute viele demoskopische Daten und sozialwissenschaftliche Empirie, die zeigen, dass etwa 80 Prozent der Deutschen halten den Islam für gewaltvoller als das Christentum halten, obwohl im Islam auch friedlicher religiöser Protest und eine ausgeprägte Sozialfürsorge gang und gäbe sind, um nur zwei Beispiele zu nennen.¹¹ Gerade für den Islam gilt: Das Negativbild der Medien ist extrem wirkungsmächtig, da die meisten Menschen kein Korrektiv zum Medienbild in ihrer Nahwelt besitzen. Sie sind leicht zu verunsichern und zu desinformieren. Islamophobie und andere pauschale Negativbilder des Islams sind daher auch und zuvorderst ein Problem der Medien und der Mediatisierung. Die Macht der Medien bei der Darstellung von Minderheitenreligionen ist deutlich größer als bei Mehrheitsreligionen. NSU-Morde, Anders Breiviks Massaker in Norwegen: Die Täter sind keine „einsamen Wölfe“, sondern es gibt so etwas wie eine Kollektivverantwortung, die bei einseitigen medialen Islambildern beginnt. Breivik etwa hat sich immer wieder auf durchaus salonfähige Darstellungen des Islams im Internet berufen.

Internet und Religion

Wenn wir allerdings die Mediatisierung nicht mehr nur mit klassischen Massenmedien gleichsetzen, sondern das digitale Internet hinzuziehen: Wie sieht die Bilanz dann aus? Was die Darstel-

¹⁰ Bertelsmann Stiftung/Detlef Pollack/Olaf Müller (2013), Religionsmonitor – verstehen was verbindet. Religiosität und Zusammenhalt in Deutschland, Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.

¹¹ Kai Hafez (2013), Freiheit, Gleichheit und Intoleranz. Der Islam in der liberalen Gesellschaft Deutschlands und Europas, Bielefeld: Transcript, S. 103 ff.

lung von Minderheitenreligionen angeht, so hat sich im Internet nicht viel geändert. Islamophobie und Rassismus sind etwa im deutschsprachigen Netz wesentlich stärker vertreten als die Selbstdarstellung von Muslimen.¹² Das Netz bildet die gesellschaftlichen Machtverhältnisse also eher ab als sie positiv zu korrigieren. Die Vorstellung des Internets als einem pluralistischen Korrektiv, Instrument der Zivilgesellschaft und einer alternativen Öffentlichkeit, die das Monopol der Massenmedien beendet, ist also in vielen Bereichen sehr naiv: Negative Islambilder sind im Internet häufig wesentlich radikaler als in traditionellen Massenmedien.¹³

Allerdings eröffnen die neuen Medien für die Religionsgemeinschaften selbst auch positive Möglichkeiten. Massenmedien mögen, mit Ausnahme großer positiver Ereignisse wie den Kirchentagen, eher zu einer negativen Darstellung von Religionen und religiösen Institutionen neigen. Das Internet bietet aber ganz neue Chancen für die religiöse Selbstdarstellung. In der Theorie setzt die Beziehung zwischen Internet und Religion an vielen wesentlichen Fragen der Sozialwissenschaft an: Individuation, Interaktion, Gemeinschaft und Autorität. Wohl nicht ganz zufällig sind dies auch die vier großen Bereiche der ursprünglichen Systemtheorie von Talcott Parsons. Wichtig ist auch der Unterschied zwischen rationaler und habitueller Öffentlichkeitstheorie: Es geht bei der Darstellung von Religion im Internet nicht mehr nur um Problemlösungen im Sinne von Jürgen Habermas, sondern auch um Emotionen des Individuums und der Gemeinschaft. Das Internet bietet hier neue Verwirklichungsmöglichkeiten. Vielleicht verändert es sogar das Verhältnis des Menschen zur Religion? Mit Blick auf die Darstellung des Christentums finden sich im Internet heute Online-Andachten, e-prayer und unzählige andere Phänomene der virtuellen Religiosität. Im Bereich des Islams finden wir online-fatwas (religiöse Gutachten im Internet), die e-dawa (Mission im Internet) und vieles mehr.¹⁴ Die Digitalisierung der Religion hat im Bereich des Islams zu einer fühlbaren Ent-Autoritarisierung geführt.¹⁵ Der Zugriff auf die heiligen Schriften und traditionelle Diskurse ist nun auch für Laien aufgrund der digitalisierten Form wesentlich einfacher geworden. Dadurch entstehen neue Interaktionen und Diskurse, die Moscheekanzel ist nicht mehr der einzige Verkündungsort des Islams. Immer mehr muslimische Laien sind am Religionsgespräch beteiligt, man könnte sogar sagen, dass das Internet die geistige Reformation des Islams stärkt.

Das Internet befördert auch bei Christen die religiöse Heteropraxis. Durch virtuelle Neuvergemeinschaftungen werden die alten Institutionen der Kirchen wenn nicht gestürzt, so doch umgangen (das geht auch der akademischen Wissenschaft in Zeiten der neuen „Wissengesellschaft“ oft nicht anders). Gregor Ahn spricht im Bereich des Christentums von einer sogenannten „Patchwork-Religion“.¹⁶ Hans Joas und Jörg Rüpke gehen von einer Zunahme von Prozessen der religiösen Individuation aus.¹⁷ Radio Vatikan und der evangelische Pressedienst repräsentieren mich nicht mehr – na endlich! Die Infragestellung der religiösen Autoritäten mithilfe der moder-

¹² Kerstin Engelmann /Friederike Günther/Nele Heise/Florian Hohmann/Ulrike Irrgang/Sabrina Schmidt (2010), *Muslimische Weblogs. Der Islam im deutschsprachigen Internet*, Berlin: Frank und Timme.

¹³ Margolis, Michael/Gerson Moreno-Riaño (2009), *The Prospect of Internet Democracy*, Farnham/Burlington: Ashgate.

¹⁴ Carola Richter (2007), *Live-Fatwas und Online-Counseling: Religion im arabischen Fernsehen und Internet*, in: Jamal Malik/Jörg Rüpke/Theresa Wobbe (Hrsg.), *Religion und Medien. Vom Kultbild zum Internetritual*, Münster: Aschendorff, S. 59-72.

¹⁵ Bettina Gräf (2010), *Medien Fatwas @ Yusuf al-Qaradawi. Die Popularisierung des islamischen Rechts*, Berlin: Klaus Schwarz.

¹⁶ Gregor Ahn(2007), *Kommunikation von Religion im Internet*, in: Jamal Malik/Jörg Rüpke/Theresa Wobbe (Hrsg.), *Religion und Medien. Vom Kultbild zum Internetritual*, Münster: Aschendorff, S. 191-205.

¹⁷ Jörg Rüpke/Hans Joas, *Religiöse Individualisierung in historischer Perspektive*, http://www.uni-erfurt.de/fileadmin/user-docs/Kollegforschergruppe/kfg_dfg_antragsauszug.pdf (21.6.2013).

nen Kommunikation fördert die Vielfalt religiöser Deutung, religiöser Pluralismus nimmt zu. Während sich die Kirchenhäuser leeren, entstehen also neue virtuelle Tempel.

Natürlich tummeln sich im Internet alle möglichen Spielarten der christlichen Interpretation, neben Liberalen gibt es hier auch Evangelikale oder Fundamentalisten. Neue Interaktionsformen haben eine neue Sinnsuche in der religiösen Online-Gemeinschaften in Gang gesetzt, aber auch einen neue Radikalität befördert, was ja nicht immer schlecht sein muss, wenn man die eigentliche Wortbedeutung von radikal als „an die Wurzeln gehend“ bedenkt. Auch die klassische Reformation im Christentum war ja radikal, Martin Luther war alles anderer als ein Liberaler. Vielleicht erleben wir heute auch im Christentum einen zweiten Radikalisierungsschub? Oder ist die Haupttendenz eher die eines fröhlichen Marktes der Religionen? In jedem Fall scheint José Casanovas These von der Rückkehr der Religionen in die Öffentlichkeit nicht ganz falsch zu sein.¹⁸ Sollten wir also Luckmanns Privatisierungsthese *ad acta* legen? Das Verschwinden der Religion aus der Öffentlichkeit war ja nie der Haupttrend der Säkularisierung, die aus der Neutralität des Staates gegenüber unterschiedlichen Religionsgemeinschaften besteht. Der Rückzug der Religionen aus der Öffentlichkeit ist hingegen in einer liberalen Gesellschaft alles andere als zwingend, wie Detlef Pollack richtig festgestellt hat.¹⁹

Natürlich ist auch die Wirkung des Internets auf die Religion ambivalent. Auch die Kommunikationswissenschaft hat sich dem Internet in den letzten Jahrzehnten vielfach mit einem zu naiven Utopismus genähert, wobei die evolutionären Möglichkeiten und Chancen der Mediatisierung stärker im Vordergrund standen als mögliche negative Entwicklungstendenzen. Fördert das Internet tatsächlich einen neuen religiösen Individualismus und eine neue Vielfalt? Oder sinkt hier nicht gelegentlich eher die Qualität theologischer Diskurse? Jaron Lanier, einer der Erfinder der modernen Begrifflichkeiten der Virtualität, ist heute einer der massivsten Kritiker des Internets. Der „Schwarmintelligenz“ des Internets fehlt es aus seiner Sicht vielfach an theoretischer Stringenz und Tiefe. Dinge werden an- aber nicht zu Ende gedacht.²⁰ Was bedeutet also die Entwicklung der Religion im Internet für die Qualität der Theologie? Wird hier die Religion am Ende zu einer oberflächlichen Populärkultur, die den sakralen Kern des Religiösen zerstört? Und was heißt hier „neue religiöse Gemeinschaften“? Besteht hier nicht dasselbe Dilemma wie sonst wo auch: Das Internet sorgt einerseits für die Beendigung der Anonymisierung des Individuums in der Moderne. Zugleich aber sind virtuelle Religionsgemeinschaften anders als die traditionelle religiöse „Gemeinde“ zu deuten. Hier gibt es für die Online-Gemeinschaften neben Gewinnen sicherlich auch Verluste zu beklagen.

Und wie steht es um die Ent-Autoritarisierung und um den neuen Pluralismus in der Religion? Das Internet ist voller versteckter Hegemonien, die uns vielfach gar nicht bewusst sind. Untersuchungen zeigen zum Beispiel, dass Internetnutzer bei der politischen Informationssuche häufig bei der sogenannten „Presse im Netz“ landen, also bei eher traditionellen journalistischen Formaten, die sie als Orientierungshilfe und Wegweiser verwenden. Die Idee, dass sich der Verbraucher im Internet vollständig eigenständig und neuartig bewegt, ist in der politischen Kommunikationsforschung längst überholt. Die alten Medien wirken im „neuen Gewand“ auch im Internet. Ein weiteres Problem ist der sogenannte „page rank“: Die Algorithmen von Suchmaschinen entscheiden über die Präsenz von Webseiten, und gerade die großen Suchmaschinen wie „Google“ bevorzugen eindeutig auch große Homepages nach dem Motto „je häufiger, desto wichtiger“. Ob

¹⁸ José Casanova (1994), *Public Religions in the Modern World*, Chicago/London: University of Chicago Press.

¹⁹ Detlef Pollack (2003), *Säkularisierung – ein moderner Mythos?*, Tübingen: Mohr Siebeck.

²⁰ Jaron Lanier (2010), *You Are not a Gadget. A Manifesto*, New York: Random House.

Schwarmintelligenz hingegen immer der Wahrheitssuche dient, ist, wie wir es schon erörtert haben, umstritten. Auch die Lebensökonomie der meisten Menschen verhindert ein vollständiges Erfassen des Internets, wir gewöhnen uns bestimmte Nutzungsroutinen an, ein großer Teil der religiösen Vielfalt im Netz bleibt also in unserem Alltag faktisch auf der Strecke.

Weitere Probleme: Viele Nutzer suchen im Internet keineswegs nur offene Dialoge, sondern eher Konsonanz und Gleichklang, was wiederum oft intolerante Gruppenstrukturen fördern kann. Sogenannte „Dialogforen“ im Internet sind häufig nicht vollständig offen, sondern sie folgen stillschweigenden Konsensbildungen, und wo kein Konsens zustande kommt, da sind viele der im Internet platzierten Kommentare häufig eher Polemiken als echte Dialoge. Abschließend scheint mir bislang die Frage unbeantwortet zu sein, ob das Virtuelle eigentlich wirklich relevant ist. Verändert es den Alltag oder bleibt dieser von der virtuellen Religiosität weitgehend unbeeinflusst, was auch bedeutet, dass die alten „Machtstrukturen“ der Kirchen und Institutionen vielleicht stärkeren Bestand haben als wir oft glauben.

Fazit

Das Verhältnis von Medien und Religion ist von zahlreichen Ambivalenzen durchzogen. Die Mediatisierung unserer Alltagswelt verändert unser Leben, aber wie und in welche Richtung ist bis heute nicht ganz klar. Eine umfassende Theorie, die diese Prozesse abbildet, gibt es bislang nicht, lediglich Versatzstücke, die uns helfen können, Prozesse von Kontinuität und Wandel besser zu verstehen. Medien hat es in der menschlichen Gesellschaft schon immer gegeben, auch Prozesse der Veränderung des Medialen. Ob die moderne digitale „Mediatisierung“ hier wirklich etwas qualitativ Neuartiges darstellt, bleibt weiter zu erforschen