

Jürgen Mohn; Kirsten Maier; Anna Schillinger; Tanja Hoch

Internet-Kirchen, Jesus-Apps und Online-Beichten: Transformation der Religion durch die digitalen Medien

2014-12-29

<https://doi.org/10.25969/mediarep/17777>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Mohn, Jürgen; Maier, Kirsten; Schillinger, Anna; Hoch, Tanja: Internet-Kirchen, Jesus-Apps und Online-Beichten: Transformation der Religion durch die digitalen Medien. In: *Dichtung Digital. Journal für Kunst und Kultur digitaler Medien*. Nr. 44, Jg. 16 (2014-12-29), Nr. 2, S. 1–25. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/17777>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Internet-Kirchen, Jesus-Apps und Online-Beichten: Transformation der Religion durch die digitalen Medien

Von Jürgen Mohn, Kirsten Maier, Anna Schillinger und Tanja Hoch

Nr. 44 – 29.12.2014

Abstract

Religion ändert sich zunehmend unter dem Einfluss der digitalen Medien, aber auch die digitale Medien und das sie umgreifende Internet stehen unter dem Einfluss der Religion und übernehmen religiöse Funktionen und Eigenschaften. Die All-Vernetzung führt zu neuen Formen der religiösen Gemeinschafts-bildung, die Hyper-Technik zu Formen des Hyper-Synkretismus – und das im Feld des allpräsenten Meta-Mediums Internet. So entstehen neue 'synkretische' Internet-Kirchen und rituelle Beichten im Online-Modus sowie eine religiöse App-Kultur, die tief in die alte religiöse Landschaft eingreifen wird. Letztlich wird vor dem Hintergrund von drei Beispielen (Beichte, Internet-Synkretismus und religiöse Apps) zu fragen sein, wie notwendig eine Religionskritik der digitalen Medien zukünftig sein wird.

Dieser Artikel resultiert aus einem gemeinsamen gehaltenen Vortrag; die entsprechenden Vortragsteile wurden in den Text integriert. Das Vorverständnis und die Zusammenfassung gehen auf Jürgen Mohn, der zweite Teil zu den Online-Beichten auf Kirstin Meier, der dritte Teil zum digitalen Synkretismus auf Anna Schillinger und der vierte Teil zu den religiösen Apps auf Tanja Hoch zurück.

1. Begriffliche Vorverständnisse

'Religion' und 'Medien' haben für das wissenschaftliche Bemühen um Klarheit zumindest eine Gemeinsamkeit: sie sind nicht abschliessend definierbar. Zumindest sind 'Religion' und 'Medium' in analytischer Hinsicht nur auf vielfältige und auch widersprechende Weisen zu bestimmen. Das mag daran liegen, dass die mit Ihnen in den Blick kommen sollenden Wirklichkeiten keine feststehenden Wirklichkeiten sind. Wir haben es mit hoch wirksamen und fluiden

gesellschaftlichen Strukturen zu tun, die unsere Wirklichkeiten grundlegend bestimmen.

Von daher kann nicht davon ausgegangen werden, dass wir alltagssprachlich alle das Gleiche unter Religion/Religionen oder Medium/Medien verstehen, sondern im Gegenteil, dass wir je etwas anderes meinen, was sich in einigen Punkten überschneiden mag und uns den kommunikativen Anschluss verschafft, was aber durch eine analytisch-wissenschaftliche und vielleicht verunsichernde Sichtweise ergänzt werden muss. Wissenschaft muss aus bequemen Denkgewohnheiten ausbrechen und alternative Sichtweisen, gerne auch provokativ zur Diskussion stellen. Einen solchen Beitrag wollen wir im Folgenden liefern, indem wir einige Punkte herausgreifen, die das klassische Vorstellungsfeld 'Religion' hinterfragen und die Transformationen – ein Prozess der bei weitem nicht abgeschlossen ist – in das Feld des Digitalen anhand einiger Fallbeispiele nachzeichnen.

Wir gehen von einem weiten Begriff von Religion aus: Religion umfasst Praktiken bzw. Techniken und Vorstellungen, die Kulturen und Gesellschaften, Subsysteme, Gemeinschaften und Milieus bestimmen. Religion ist insofern ein formierender Faktor, der Identitäten und Alteritäten bestimmt, der Denk- und Handlungsstrukturen und -potentiale und damit jeden einzelnen Menschen in seiner Wahrnehmung formiert. Kurz gesagt: Religion wird verstanden als ein semiotisch-mediales Dispositiv: als ein in Medien vermitteltes Zeichensystem, das den Gebrauch von Zeichen, das Kommunikationen und Wahrnehmungen formiert und synthetisiert, das Identitäten konstituiert und auf Dauer stellt.

Dieser Faktor Religion liegt nur in seinen und als seine Medien vor. Wollen wir Religion und Religionen beschreiben, müssen wir von den jeweiligen Medien ausgehen, die im Gebrauch sind, in denen Religion prozessiert und sich kommunikativ vermittelt. Wenn Liebe, wenn der Glaube an etwas, wenn das Handy oder wenn die Sorge um Wellness oder wenn das Bedürfnis des Kirchgang, wenn das Konzert oder wenn die Fangemeinde – unter vielen anderen Phänomenen – das Leben eines Menschen oder einer Gemeinschaft bestimmen und beherrschen, wollen wir das als Religion bezeichnen. Aber diese Praktiken sind immer mediale Praktiken.

Hier haben wir es gegenwärtig mit drei kommunikativ-medialen Dimensionen zu tun, die eine Transformation, eine Veränderung formativer Art von Religion allgemein und Religionen speziell bewirken. Die digitale Medien bewirken diese Transformationen zunehmend. Religionen traditionell institutionalisierter Prägung (wie die Kirchen und andere Glaubensgemeinschaften) können sich einer Präsenz im Internet, im Digitalen nicht entziehen; andererseits suchen und benutzen neue, in und für das Internet formulierte – oder konstruierte – Religionen und religiöse Anliegen bewusst das Megamedium Internet:

1. Das im Internet moderierte Zusammenwirken digitaler Medien dispositioniert die Religionen – hier handelt es sich um den Einfluss der digitalen Medien auf Religion allgemein. Dieser Vorgang scheint mehr als nur ein Wechsel von Medien, ein Medienumbruch zu sein, sondern eine tiefgreifende mediale Transformation, die sich um einiges folgenreicher als die des Buchdruckes erweisen könnte.
2. Umgekehrt hat auch Religion einen Einfluss auf die Vorstellungen, Kommunikationen und Prozesse, die sich in dem technozentrischen Bereich der digitalen Medien und des Internets abspielen und die zu beobachten sind. Hier handelt es sich um den Einfluss der Religion auf die digitalen Medien und deren Gebrauch, aber auch um deren gesellschaftliche Funktion. Religiöse Funktionen werden öffentlich auf eine Weise diskutiert, als ob Religion im und als Internet fortgeschrieben wird: zum Beispiel als das alles einsehende und speichernde Auge Gottes oder als Utopie einer allvernetzten Gemeinschaft. Wir haben es hierbei mit ‚religioiden‘ Deutungen dessen zu tun, was in und durch das Internet und die digitalen Medien unsere Zukunft bestimmt – changierend zwischen Heilshoffnung und endzeitlicher Apokalypse, zwischen Utopie und Dystopie.

Drei Begriffe können zur Charakteristik der gegenseitigen Beeinflussung zwischen digitalen Medien und Religion hilfreich sein, weil sie auf religiöse Interferenzen hinweisen:

1. *All-Vernetzung* ist eine alte, aber nun technisch-digital gestaltete Formierung der menschlichen Kommunikation und menschlicher Gemeinschafts- und Gesellschaftsformen. Netzwerke gab es bereits früher: Briefe, Bücher und Gelehrte waren in Netzwerke eingespannt und haben diese kulturell verstetigt, Kaufleute und Händler verbreiteten Religion, Münzen als frühes Tausch- und Massenmedium waren verantwortlich für eine religiös-ökonomisch vernetzte Welt. Es sei daran erinnert, dass das frühe Christentum eine Netzwerk-Religion war, die sich über das Medium des Briefes und durch die Reisen von menschlichen Medien (Paulus) verbreitete, verstetigte und seine Strukturen verfestigte. Auch hier hatten wir es zunehmend mit einer Gemeinschaftsbildung zu tun, die keine Face-to-Face-Gemeinschaft, sondern eine medial durch Briefkommunikation und Kodizes zusammengehaltene virtuelle Gemeinschaft war. Vernetzungen und damit vernetzte Gemeinschaften waren und sind auf Medien angewiesen und treten im Laufe der digitalen Entwicklungen massiv in einem virtuellen Charakter hervor.
2. *Hyper-Technik*. Mit dem digitalen Internet kommen zwei Dimensionen hinzu: die technische Form und die globale Verbreitung. Das hat Einfluss

auf das Denken, Verhalten, Wahrnehmen, das Handeln und die Form der Gemeinschaften. Das Medium als Botschaft übernimmt nun selbst vernetzende, identitätsstiftende Aufgaben, die das vornehmliche Gebiet religiöser Funktionen war. Neben technischer Vernetzung kommt aber auch die Unerschöpflichkeit und Fragmentierung der Information hinzu. In Bezug auf Religion bedeutet das, dass der Normalzustand der Zusammenführung unterschiedlicher Vorstellungen zu einer neuen Religion, wie im Christentum, nun nochmals übersteigert und popularisiert wird. Religiöse Informationen waren immer Verschmelzungen alter und somit zusammengeführter religiöser Versatzstücke von Religionen. Die verschiedenen Ausprägungen der Christentümer nehmen unterschiedliche Rituale, Vorstellungen aus dem antik-paganen, dem jüdischen und auch den zeitgleich entstehenden gnostischen Lehren auf. Wenn nun in der Neuzeit die Gelehrten Altes und Vergessenes revitalisierten und sich neue synkretisch-hybride Formen von verallgemeinernden Gelehrtenreligionen ausprägten, dann war das noch ein Elitephänomen. Durch das Internet – spätestens – sind nun alle Informationen über alle Religionen, Kulte, Rituale, Geheimlehren omnipräsent abrufbar, verwertbar und zusammensetzbar: dem Gebrauch anheimgegeben. Dieses Phänomen kann mit Bezug auf den Begriff Hyper-Technik als *Hyper-Synkretismus* bezeichnet werden. Das hat Folgen für die Haltung und den Umgang, für den Gebrauch von Religion. Was sich an dem Beispiel der Spaghetti-Religion deutlich zeigen lässt.

3. *Mega-Medium*: Die Digitalisierung ermöglicht die Kommunikation multimedialer Inhalte auf immer schnellere Art und Weise und unter Beteiligung immer mehr Teilnehmer simultaner Kommunikationen. Kontrolle und Überwachung – aktuell diskutiert – wird auch im Bereich der Religion nun neue Möglichkeiten erschliessen können. Hierbei wird die Verschränkung von Online- und Offline-Welt eine besondere Bedeutung erlangen. Es wird eine andere sein als die Verschränkung von Buchwelt und Lebenswelt. Digitalisierung bedeutet aber auch eine neue Form von Mobilisierung der Vernetzung selbst in Form der transportablen Smartphones und Tablettts. Hier könnte von einem *Mega-Medium* in Gestalt der kleiner transportablen Dispositive namens Smartphones gesprochen werden, die sowohl die klassischen Medien als auch die neuen einschliessen und ihnen eine transportable, ständig sich bewegende Plattform verschaffen. Diese Geräte sind ‚die‘ Dispositive unseres Lebens: Dispositive – wie der italienische Philosoph und Ästhetiker Giorgio Agamben sie bestimmte und analysierte – formieren unser Ich, ordnen es an, lassen es verfügbar werden und stellen es der Kontrolle anheim. Damit wird das Ich zugleich als Subjekt bestimmt und de-subjektiviert.

Was haben diese drei Phänomene mit Religion zu tun? Religion verlagert sich zunehmend wie andere gesellschaftliche Kommunikationssysteme oder kulturelle Phänomene ins Internet, aber – und das ist bemerkenswert – das Internet verlagert sich auch in die religiöse Dimension der Gesellschaft, nimmt religiöse Dimensionen an, übernimmt religiöse Aufgaben und Funktionen. So zeigt sich uns die allseitige Beobachtung und Überwachung im Internet durch Google Analytics, Facebook Tracker und NSA wie die altbekannte Omnipräsenz Gottes. Die Idee Gottes gewinnt im Internet und dessen Allwissenheit eine neue digitale Dimension. Die Kirchen verschwinden nicht ins Internet, sondern das Internet wird eine umfassende Kirche mit neuen Gemeinschaften und den alten, die es gleichermassen aufnimmt. Die virtuelle Mega-Gemeinschaft kann zur Instanz werden, vor der die Beichte abgelegt wird.

In drei kurzen komprimierten Forschungsbeiträgen zeigen sich drei von unzähligen weiteren möglichen Beispiele, die etwas über die genannten Transformationen von Religion durch und in die digitalen Medien verraten. Die Beispiele gehen von religiösen Ritualen (Religion im Internet) über neue Formen von Online-Gemeinschaften (Religion durch Internet) zu religiösen Applikationen (Internet als Religionsausübung) über:

1. Ein klassisches Beispiel aller Religionen ist der kontextuelle Einbau von rituellem Verhalten, das der Stabilisierung und Etablierung eines religiösen Kommunikationssystems dient. Im Buddhismus oder im Christentum kennen wir Formen der offiziellen Beichte (vor der Gemeinschaft stattfindend) wie des privaten Beichtens. Hier wird das Verhältnis von Individuum und Gemeinschaft, seine Integration und auch die Entscheidung über Ausstoss und Heils- bzw. Erlösungsfähigkeit (Exklusion und Inklusion) ausgehandelt. Klassischerweise ist das ein hierarchisches Verhältnis, das den Einzelnen, das Subjekt beruhigt und in die Gemeinschaft aufnimmt bzw. reintegriert. Adressat und Symbolsystem stehen in den klassischen Formen des Beichtens fest, die Moralität und die Hierarchie sind gegeben. Doch wie verändert sich das Beichten im Medium Internet? Kann Beichten gar zu einem Spassfaktor werden?
2. Neue Religionen durch das Internet? Wie verbreiten sie sich, welche Inhalte in der Lehre, welche Formen greifen sie auf? Und schliesslich: wie verhalten sich diese selbsternannten Religionen zu sich selbst als Religionen? Auch hier: Wie gross ist das Risiko des Spassfaktors beim Spaghetti-Monster und wie gross ist somit das Engagement im Offline-Leben? Aber schliessen die klassischen Religionen etwa Spass und Unterhaltung und ökonomische Strukturen der Kommerzialisierung aus? Ist dieser Ausschluss von Spass und Kommerz ein Kriterium für Unernsthaftigkeit und Manipulation durch unseriöse Angebote? Ein Blick in die Religionsgeschichte zeigt: Religionen waren immer auch durch Showeinlagen und grossem Unterhaltungswert

gekennzeichnet und finanzieren mussten sie sich auch in den berühmten Tempelwirtschaften – wobei auch hier die oberen sakralen Hierarchien sich nicht wenig bereicherten.

3. Schliesslich wird ein letztes Beispiel zeigen, welch enorm wichtiges und zukunftsweisendes Forschungsgebiet die *Apps*, die ‚religiösen Apps‘, sind und noch zunehmend sein werden. In diesem Bereich ist die grösste zukünftige Transformation von Religion zu erwarten. Nicht nur die Versuchung, von einer Handyreligion zu sprechen, eröffnet sich hier, sondern auch die traditionellen Religionen haben wohl ein Interesse, an den möglichen Formen der Überwachung und Kontrolle ihrer Gläubigen (zum Beispiel in der Einhaltung der Gebetspflichten) durch Apps teilzuhaben. Das Dispositiv mit dem zunehmend grössten Einfluss auf das tägliche Verhalten der Menschen wird nicht nur von Gesundheitskonzernen und Geheimdiensten, sondern auch von religiösen Gemeinschaften in seinem domestizierenden Potential entdeckt werden. Einen ersten Einblick in die Abundanz religiöser Apps wird das dritte Beispiel zeigen. Hier wird sich zeigen: ‚*Relitainment*‘ kann sich hinterrücks schnell in Religionskontrolle seriösester Art verwandeln.

2. Online-Beichten – Gemeinschaftsgefühl durch ein blindes Medium oder die Freude an der Unterhaltung? Zur Veränderung des Beichtcharakters in der digitalen Gesellschaft 2.0

Das ‚blinde Medium‘ verbindet durch seine blosse Existenz Massen, welche sich durch das Gemeinschaftsgefühl, die aufkommende Zugehörigkeit und die ebenso entstehende Verbundenheit herauskristallisieren. „On the internet nobody knows you are blind, physically challenged, male or female“ (Campbell, 2005: 89). Doch in wie weit die verbindende Eigenschaft in religiösen Ritualen wie dem Beichten das reelle Bild einer (Glaubens-) Gemeinschaft repräsentiert, ist zu fragen. Der freiwillige Charakter der Beichte, sowohl online als auch offline, eröffnet den Mitgliedern einer Gesellschaft neue Möglichkeiten, ohne Zwang, Regeln und Vorschriften von Gefühlen, Emotionen, Ängsten aber auch belastenden Informationen vor anderen Menschen zu beichten. Diese Befreiungsmoment hat in der heutigen vernetzten Gesellschaft durchaus an Persönlichkeit, an Wichtigkeit und an Authentizität verloren. Dieser These wird im Kommenden unter anderem anhand von explizit gewählten Beispielen nachgegangen.

Die Gesellschaft befindet sich in einem Wandel hin zu einem digitalen Zeitalter, so dass der Online-Charakter bzw. die Online-Persönlichkeit eines jeden Internetnutzers kaum mehr wegzudenken ist. Aufgrund dieser Verschiebung zum Drang der täglichen Präsentation und Behauptung im Internet und damit zum ständigen Sich-Verewigen im Netz verlagert sich die Wichtigkeit grundlegender Angelegenheiten in das ‚Mysterium‘ des Internets: „The internet has become the campfire around which people gather to tell their stories, meet people, and form relationships. Through the network of the internet, people are seeking to build social groups that challenge traditional ideas of community. But can people really experience community online? Can we really become one through a computer network?“ (Campbell, 2005: xiv). Das Internet als neu gestalteter Zufluchtsort ist heutzutage keine Seltenheit für Menschen. Es eröffnet sich eine grenzenlose Oase, in welcher die User denken, das Selbstbestimmungsrecht über ihre persönlichen Gefühle und Informationen zu haben.

Welche Rolle spielt in diesem Kontext die Funktion der Online Beichten. Ist der Akt des Beichtens ebenso wie offline auch online im Internet vorstellbar? Ist Beichten praktikierbar, ohne eine Bedeutungsverlagerung hinzunehmen? Für einige User der heutigen digitalen Gesellschaft scheint dies der Fall zu sein. Die *Suche* nach Zugehörigkeit, Zuspruch und Verständnis ist dabei ausschlaggebend. Dennoch gibt es zugleich eine andere Seite, die „Spaßfaktor-Seite“, in welcher Ironie, Provokation und dekonstruktive Beiträge vorherrschend und Ziel sind: „Yet, increasingly community is seen as something people choose, rather than something that chooses them“ (Campbell, 2005: introduction). Man reinigt in der heutigen Zeit sein Gewissen im Netz, erwartet bzw. bittet förmlich um Zuspruch und Aufmerksamkeit und setzt sich dabei dem Blick und der Wertung völlig fremder Menschen aus. Die Nutzer derartiger Online-Beicht-Foren *bekennen* sich im Netz und wollen sich auf diese Weise von ihren Problemen befreien. Ihnen wird umgekehrt von den anderen suggeriert, durch das beichtende Online-Gespräch die Angelegenheit bereinigt und sich ‚gereinigt‘ zu haben. Eine Suggestion, welche vielleicht auch in der ‚echten‘ kirchlich abgelegten Beichte vorherrschend sein konnte.

Für jene Nutzer dient die Online-Beichte als Möglichkeit, sich Belastendes von der Seele zu reden, respektive zu schreiben, den Austausch mit anderen zu suchen und bei ihnen Trost zu finden: als Ersatz für fehlende Kontakte oder auch als interessanter Zeitvertreib, für den in der heutigen Zeit nicht einmal mehr das Haus verlassen werden muss. Es ist die Technologie, die es uns ermöglicht, einst kirchlich gebundene religiöse Rituale von der heimischen Couch aus zu absolvieren. Die User bauen eine Beziehung zu den Seiten und zu den anderen Nutzern auf, empfinden dies als Gemeinschaft, ohne sich jedoch den Offline-Verpflichtungen eines sozialen Kollektivs zu stellen. Die Online Beichten können in Bezug auf das Zugehörigkeitsgefühl eine entscheidende Rolle spielen: „Functioning as a support network means individual problems become the community’s problems“

(Campbell, 2005: 94). Das grenzenlose Internet ermöglicht Menschen in der digitalen Gesellschaft immer und überall ihre Gefühle, Geheimnisse und ihre Frustration zu verewigen und zu hinterlassen. Die Nivellierung der Beiträge durch die aufkommende Unverbindlichkeit ist von Person zu Person bzw. von Beichte zu Beichte unterschiedlich ausgeprägt. So kann es zu einer Nivellierung der Qualität und Ernsthaftigkeit und somit der Glaubwürdigkeit im Laufe der Verlagerung aus der Kirche in das Internet kommen. Im Folgenden wird anhand der Beispiele *Post Secret* und *Beichthaus.com* folgende These illustriert: *Beichten werden auf verschiedene Weisen formuliert, wenn sie sich an ein anonymes disperses Massenpublikum richten; zudem wird der Akt des Online-Beichtens mit verschiedenen Zielen formuliert. Dabei ist zwischen dem ernsthaften Faktor und dem Spaß-Faktor zu unterscheiden.*

1. *Post Secret* geht auf eine Idee von Frank Warren zurück, der 2005 auf einer Kunstaustellung in Form einer Illustration Geheimnisse in Postkartenform zur Schau stellte. Seitdem *Post Secret* ins Leben gerufen wurde, stieg die Ansammlung von wöchentlichen Postkarten auf bis zu 1000 an, wovon ca. 20 ausgewählt und auf der Internetseite sonntags veröffentlicht werden. Die Wahrscheinlichkeit, dass die persönlich gestaltete und verschickte Beichte folglich ‚erhört‘ und bekannt wird, ist dementsprechend gering und unwahrscheinlich. Aufgebaut ist die entsprechende Internetseite relativ schlicht und dennoch aussagekräftig und auffällig. Die selbst gestalteten Postkarten strukturieren die Seite und stehen dabei im Vordergrund. Die mitbestimmende Marktlogik, welche nicht in Vergessenheit geraten darf, wird gezielt durch intern versteckte Werbung in das Geschehen eingebaut. Zudem gibt es vermehrt Verlinkungen zu der *Post Secret Community*, in welcher man wiederum die Möglichkeit hat, über Veranstaltungen, Neuigkeiten und Chats mehr zu erfahren. Werbung im eigentlichen Sinn gibt es „lediglich“ über Verlinkungen zu Netzwerken wie Facebook und Twitter. Generell ist es einer der größten Blogs weltweit, der sich ohne direkte Fremdwerbung finanziert und aufbaut. Jede Person kann ihr persönliches Geheimnis, ihre Beichte oder Bekenntnis in Form einer Postkarte anonym an das Projekt schicken. Der Wahrheitsgehalt ist in einem derartigem Konkurrenzkampf um die Veröffentlichung auf der Seite sekundär. Festzuhalten bleibt, dass die einzig ‚religiöse‘ Dimension darin besteht, dass die auserwählten Postkarten sonntags hochgeladen werden. So stellt sich die Frage, was berechtigt, diesen Vorgang als Beichte zu bezeichnen?
2. Im Gegensatz zu *Post Secret* ist *Beichthaus.com* eine Seite, auf der sich jede und jeder verewigen kann. Ein *Post* und die Beichte ist vollendet. Die einfache Art und Weise, von seiner ‚Last‘ loszukommen, bewegt viele Menschen weltweit, daran teilzunehmen. Es ist der Reiz, auf sich und seine

Beichte aufmerksam zu machen. Und wie erzielt man dies besser, als durch schockierende und mitreissende Beiträge. Im Unterschied zu *Post Secret* besteht auf *Beichthaus* die Möglichkeit, direkte Kommentare unter die Beichte zu setzen und somit spontan und willkürlich die Beichten der anderen zu ‚erhören‘. Ob diese nun die angestrebte Absolution beinhalten oder doch nur dem Zeitvertreib nachkommen, ist von Kommentar zu Kommentar verschieden ausgeprägt. Jedoch ist der Trend hin zur wahllosen Meinungsäußerung deutlich zu bemerken. Das oberste Ziel derartiger Beichtseiten-Nutzer scheint darin zu bestehen, einer Gemeinschaft anzugehören und somit von anderen Nutzern anerkannt und erhört zu werden: „Online-Beichten, eine weitere Internet-Auftrittszone, besetzen auch einen intermediären Raum. Die Aussagen hier sind vielleicht nicht wahr, aber wahr genug für die Schreiber, um sich unbelastet zu fühlen, und für die Leser, um sich als Teil einer Gemeinschaft zu empfinden“ (Turtle, 2012: 388).

Der Wahrheitsgehalt auf derartigen Beichtseiten ist unterschiedlich ausgeprägt. Eine Verlagerung zur spontanen Gefühlsbeichte ist dabei deutlich erkennbar und strukturiert *Beichthaus.com* zu einem grossen Teil. Die direkte Kommentarfunktion der Beichten eröffnet den Nutzern, die diese Seite aus reinem Zeitvertreib aufrufen, eine große emotionsgeladene Angriffsmöglichkeit. Die Technologie schafft somit eine neue Art von Verletzlichkeit. „Anonymität schützt uns nicht vor emotionaler Angreifbarkeit.“ (Turtle, 2012: 296). Diese Angreifbarkeit ist für manche Nutzer ein Spiel und dennoch gibt es die anonymen Beichten, die auf ernsthaften Zuspruch und gegebenenfalls Absolution hoffen. Neben der Funktion der direkten Beteiligung an der Beichte ist die Seite gefüllt mit Werbung, Verlinkungen und kurzen Werbespots. Daran wird deutlich, dass die Verkaufslogik direkt und explizit mit in das Konzept der Seite eingebaut wird. Die blinkenden Fenster und aufkommenden Werbeslogans sollen den Nutzer anregen, sich weiterleiten zu lassen. Dennoch haben diese Werbeblöcke nichts mit dem eigentlichen Ziel der Seite zu tun. So kommt parallel dazu die Frage auf, wie weit dieser Aufbau von *Beichthaus.com* überhaupt von einer seriösen Beicht-Seite sprechen lässt.

Die Übernahme kirchlicher Rituale ist in diesen Fallbeispielen unübersehbar und die digitale Öffentlichkeit übernimmt die Funktion einer kirchlichen Instanz. Wie die zwei zuvor kurz angeschnittenen Beispiele deutlich zeigen, herrscht ein großer Konkurrenzkampf zwischen den Nutzern, die um die Veröffentlichung ihrer Beichte ringen. Wie sich bei der Untersuchung der Beichtseiten gezeigt hat, sind die verschiedenen Ziele, die bei dem Akt der Beichte im Fokus stehen, unterschiedlich und charakterisieren sich durch die entsprechenden Formulierungen der Beichte. Diese Ziele sind beispielsweise die Absolution und Verzeihung, das Mitgefühl bzw. der Zuspruch anderer Nutzer oder das egoistische Ziel der Erleichterung, ohne späterhin zur Seite zurückzukehren. Eine andere deutlich zu vermerkende Reaktion

von Nutzern besteht in der wahllos verletzenden Kritik an Geständnissen. Die Glaubwürdigkeit und Authentizität der Besucher und Nutzer von Onlinebeichtseiten wird im Wetteifer und der Anonymität des Netzes in Frage gestellt. Eine Tendenz die sich herauskristallisiert besteht darin, dass persönliche Bekenntnisse nicht mehr innerhalb der sozialen Grenzen von Familie, Freundschaft oder Kirchgemeinschaft abgelegt werden, sondern auf Internetseiten zur Schau gestellt werden. Die Frage, ob die heutige Gesellschaft zunehmend persönliche Gespräche und Auseinandersetzungen mit einem ‚realen‘ Gegenüber meidet, erhält hier ihre Berechtigung. So lässt sich die These aufstellen, dass die heutigen Priester in der digitalen Gesellschaft 2.0 die Beichthauskommentatoren sein könnten und dass der neue Beichtstuhl im Computer zu finden ist. „Wie die Unterhaltung mit einem Roboter ziehen uns Online Bekenntnisse an, weil jemand, der bislang geschwiegen hat, nun reden möchte. Aber wenn wir diese Seiten dazu nutzen, unsere Ängste loszuwerden, indem wir sie ‚da draussen abwerfen‘, kommen wir der Frage nicht unbedingt näher, was hinter diesen Ängsten steckt. Und wir haben unsere emotionalen Ressourcen nicht unbedingt dazu genutzt, dauerhafte Beziehungen aufzubauen, die uns helfen könnten. Wir können diesen Sachverhalt jedoch nicht der Computertechnologie anlasten. Es sind die Menschen, die sich gegenseitig enttäuschen. Die Technologie befähigt uns lediglich, uns eine Mythologie zu erschaffen, in der dies keine Rolle spielt“ (Turkle, 2012: 400). Besteht die digitale Beichtfunktion für Menschen darin, sich banal und auf einfachstem Wege sich von belastenden Gefühlen zu befreien oder darin, den krankhaften Wille nach Anerkennung und Zuspruch zu befriedigen? Beide dieser extremen Positionen werden auf derartigen Onlinebeichtseiten vertreten und bestätigt. Doch die Frage nach Glaubwürdigkeit und Authentizität des Online-Beichtens bleibt weiterhin bestehen und ist mit der Bedeutungszunahme des Internets nicht beantwortet.

3. Digitaler Synkretismus. The Church of the Flying Spaghetti Monster

‚Synkretismus‘ kann die Vermischung von verschiedenen religiösen, philosophischen sowie popkulturellen Einflüssen bezeichnen, die zusammengesetzt eine neue Glaubensform ergeben. Das Phänomen Synkretismus kann als ein universaler Prozess verstanden werden, um individuellen und individualisierten Glauben zu erwerben. Bezeichnungen wie Patchwork-Religion, Bastel-Religion, Bricolage oder Melange wurden für dieses Phänomen bereits gefunden und sie beschreiben allesamt die ausdifferenzierte Palette des Mit- und Nebeneinanders vieler spiritueller Bewegungen. (Aka, 2010, S. 10) Die synkretistische *Suchbewegung* auf den digitalen Raum des Internets zu beziehen,

ergibt neue Diskurse hinsichtlich der medialen Veränderung in der Benutzung von Religiosität. Muss Religion hinsichtlich der sich ändernden Gemeinschaftsformen neu definiert werden?

Der digitale Synkretismus ist eine Weiterentwicklung der postmodernen Sinnsuche, in welcher persönliche Vorstellungen von Heil und Erlösung auf den digitalen Raum des Internets projiziert werden. Die Zuspitzung dieser Suchbewegung zeigt sich in der individualisierten Auswahl an Glaubensinhalten, welche aus den verschiedensten Quellen miteinander kombiniert werden. In dem folgenden Fallbeispiel soll jedoch das Vorurteil ausgeräumt werden, dass solche Inhalte aus anderen religiösen, philosophischen oder popkulturellen Einflüssen ausschliesslich unreflektiert übernommen und in eigene Glaubensformate eingebaut werden. Am Forschungsbeispiel der *Church of the Flying Spaghetti Monster* soll verdeutlicht werden, dass in neureligiösen Online-Gemeinschaften auch zu Grunde liegende Regelsysteme traditioneller Religionsinhalte auf einer reflexiven Metaebene neu verhandelt werden. Hier ergibt sich jedoch eine ernst zu nehmende Problematik: Wie soll das Engagement des Individuums in solch einer Vielzahl an Partizipationsmöglichkeiten eingeschätzt werden? An die Stelle von Zugehörigkeitsbeziehungen treten oberflächliche Zugangsbeziehungen: Dauerhafte Mitgliedschaft zu einer Gemeinschaft, der einstige Kern des traditionell religiösen Lebens, wird für Anhänger neureligiöser Online-Bewegungen unbedeutender. Das Individuum zeichnet sich durch fehlende Opferbereitschaft aus. Es versucht sein Engagement so klein wie möglich zu halten und trotzdem Befriedigung aus seinem Verhältnis zur selbst gestalteten Patchwork-Religion zu ziehen.

Die neureligiöse Online-Bewegung der *Church of the Flying Spaghetti Monster* bzw. des *Pastafarianism* verdankt seine Popularität hauptsächlich dem digitalen Medium Internet, dessen Blogs und Websites sowie dem Echo innerhalb der Presse. Die Bewegung des Pastafarianismus ging aus einem Protestschreiben ihres Begründers und selbsternannten Propheten *Bobby Henderson* hervor, der 2005 einen offenen Brief an das *Kansas School Board* schrieb, welches vorhatte, neben evolutionsbiologischen ebenso christlich-kreationistisch geprägten Naturwissenschaftsunterricht in die Lehrpläne zu implementieren. Mit einem ironischen Unterton zeigte er sich in seinem Schreiben besorgt, dass nur *ein* christlich-kreationistisches Modell herangezogen wird und sprach sich für eine möglichst grosse Vielfalt an Standpunkten aus, die im Unterricht vermittelt werden sollten und schuf somit sein evolutionäres Erklärungsmodell des *Fliegenden Spaghettimonsters* (FSM). Sein Modell besitze genauso viel Beweiskraft wie das christlich-kreationistische, da es von sich behauptet, ebenso wissenschaftlich belegbar zu sein: „If the Intelligent Design theory is not based on faith, but instead another scientific theory, as is claimed, then you must also allow our theory to be

taught, as it is also based on science, not on faith.” (Henderson, The Church of the Flying Spaghetti Monster, 2005)

Die Anhänger der FSM, die Pastafaris, bezeichnen sich selbst als eine „real religion“ und grenzen sich dabei von jeglichen religiösen Dogmen, Praxen, wie Gebeten oder Ritualen ab, stellen trotzdem acht Grundregeln¹ ihrer Religion auf, die in ihrem Evangelium „The Gospel of the Flying Spaghetti Monster“ festgehalten wurden und die sich stark an der Goldenen Regel und in ihrer Entstehung an den zehn Geboten orientieren. Sie definieren ihre Religion über folgende Elemente (Henderson, The Church of the Flying Spaghetti Monster, 2013):

- We believe pirates, the original Pastafarians, were peaceful explorers and it was due to Christian misinformation that they have an image of outcast criminals today
- We are fond of beer
- Every Friday is a Religious Holiday
- We do not take ourselves too seriously
- We embrace contradictions (though in that we are hardly unique)

Ebenso weisen sie eindeutig von sich, anti-religiös oder atheistisch ausgerichtet zu sein. Da sie nicht an die Nicht-Existenz Gottes glauben, sondern an eine schöpferische Gottheit in Form eines Spaghettimonsters, kann man sie als eine theistische Religion einordnen. Man kann jedoch debattieren, ob die Church of the Flying Spaghetti Monster im Kern agnostisch verfährt. Sie räumen philosophisch gelassen und rational ein, dass es ihrer Religion an einer Beweisbasis fehlt. Sie heißen auch Mitglieder aus anderen Religionen willkommen, die neben dem Glauben an das FSM noch andere religiöse Metaphern und Gottesbilder leben. Der Miteinbezug und die Toleranz gegenüber anderen kulturellen, philosophischen und religiösen Inhalten – also die bewusste Zelebrierung des Synkretismus – ist ihr zentralstes Element. Sie definieren ihre Religion als eine Gemeinschaft, die einen gemeinsamen Glauben – den Glauben an die Vielfalt an Glaubensrichtungen – teilt und fühlen sich daher genauso legitim wie jede andere Religion. Im Vergleich zu anderen Religionen scheitert ihre Legitimität ihrer Meinung nach nicht am Fehlen einer Beweisbasis ihres Glaubens; – im Gegenteil zeigen sie auf, dass auch Satire eine Basis für Religion sein kann, da auch Satire, um effektiv wirken zu können, einen wahren Gehalt beinhalten muss. Nach *Kirsten Theye* führt Satire zu einem tieferen Verständnis des Sachverhalts, auf die sie angewendet wird, da hierdurch ihre Essenz deutlich wird. Durch sie können wir Dinge bewerten, indem wir sie zu ihrer logischen Extreme extrapolieren: „Satire functions as an entelechial fear appeal in that it creates in the audience a sense of anxiety about the end-of-the-line scenario for an idea. The satire can serve as a cautionary tale – a worst-case scenario – for an idea, ideology or policy. [...] If the satirical end of the line is dramatic enough,

frightening enough, then perhaps the society will halt the steady march down its path.” (Theye, 2007, S.689)

Hierin liegt der interessante Punkt der *Church of the Flying Spaghettimonster*. Anstatt Religion und Religiosität zu verurteilen, hinterfragen sie den Konstrukt-Charakter und den Authentizitäts-Anspruch von Religion. Sie verhandeln Religion auf einer reflexiven Metaebene neu, indem sie Religion per se als konstruiert entlarven. Anstatt den Wahrheitsgehalt ihrer Religion zu verteidigen, berufen sie sich auf ihre eindeutig übertriebene und widersprüchliche Basis und sagen von sich selbst, dass sie sich nicht allzu ernst nehmen. Der Aspekt der Selbstironie ist laut *Richard Rorty* ein postmodernes Phänomen. Es kann nach ihm keine absolute Wahrheit geben, da jeder ein anderes Vokabular besitzt, um Wahrheit auszudrücken und sie daher auch anders empfindet. Versuche, Religion zu legitimieren, würden in Rortys Sinne nur in metaphorischen Erzählungen enden. (Rorty, 1991) Dem Ironiker *Bobby Henderson* blieb daher nur die Ironie, um sich vom Metaphorischen zu distanzieren.

Welche Mittel wurden von *Bobby Henderson* nun herangezogen, um seine auf Ironie basierende Lehre zu verbreiten? Die *Church of the Flying Spaghetti Monster* definiert sich primär über ihre Gemeinschaftlichkeit. Es ist nun zu hinterfragen, inwiefern diese propagierte Online-Gemeinschaftlichkeit sich auf das Offline-Leben der Anhängerinnen auswirkt. Sie geben durch die Praktizierung ihrer Religion kein Heilsversprechen, glauben jedoch an einen Himmel und an eine Hölle und geben ebenso an, religiöse Feste und Feiertage zu zelebrieren. So gilt jeder Freitag als Feiertag und „holiday“ als Äquivalent zu Weihnachten. Auf ihrer Homepage werden Bilder von Feiernden, die diese Tage bestätigen, veröffentlicht. (Henderson, 2013) Im europäischen Raum ist die Auslebung der Religionssatire bloss im österreichischen Raum im Jahr 2011 auf Interesse gestossen, als ein junger Mann auf seinem Führerscheinfoto ein Nudelsieb als Kopfbedeckung wählte, um damit seinem Glauben als Pastafari Ausdruck zu verleihen. Diese sei laut Bundespolizeidirektion auch zulässig – nicht weil es sich hierbei um eine religiös begründete Kopfbedeckung handle, sondern da trotz Kopfbedeckung das Gesicht des jungen Mannes zu erkennen sei. (stern.de, 2011) Ein ähnlicher Fall wiederholte sich im August dieses Jahres in der Tschechischen Republik, als *Lukas Novy* ebenfalls ein Nudelsieb auf seinem Ausweisfoto trug. (examiner.com, 2013)

Das religiöse Engagement der AnhängerInnen kann abseits des digitalen Raumes schlecht eingeschätzt werden. Durch die Popularität und satirische Basis des FSM ist die Gefahr des religiösen Slacktivism² gegeben. Ihr Gründer – *Bobby Henderson* – ist sich bewusst, eine Mainstream-Religion für SlacktivistInnen geschaffen zu haben und scheint dies auch zu akzeptieren. (Henderson, 2013) Ob Kalkül hinter Bobby Hendersons Gründung der *Church of the Flying Spaghetti Monster* steckt, ist fraglich. Sein Schreiben an das Kansas School Board kann durchaus als ernste Kritik am Schulsystem genommen werden, die weltweite Popularität, die daraus

resultierte, konnte er schlecht vorausgesehen haben. Man könnte ihm jedoch unterstellen, hieraus einen gewissen Profit zu schlagen, zum Beispiel in Form von Merchandising Artikeln seines Online-Shops.

Neben einem Diskussionsforum und Kommentarfunktion auf der amerikanischen Homepage haben sie ebenfalls eine Facebookseite mit 200.000 Likes, auf der seit September 2012 nichts mehr gepostet wurde,³ sowie einen Twitter-Account mit rund 5000 Follower, auf welchem seit Mai 2011 nichts veröffentlicht wurde⁴. Im deutschsprachigen Raum sind sowohl in Österreich, der Schweiz und in Deutschland Organisationen der FSM vertreten, wobei der deutsche Verein „Kirche des Fliegenden Spaghettimonsters Deutschland e.V.“ am aktivsten zu sein scheint, da dieser regelmässig Treffen, sogenannte „Nudelmessen“, unter den Gläubigen organisiert. (Kirche des Fliegenden Spaghettimonsters Deutschland e.V., 2013) So ist hinsichtlich der deutschen Gemeinde auf ihre Webpräsenz⁵ und ihren Youtube-Auftritt⁶ zu verweisen, wo neben Messen, Predigten und Taufen auch ein Ausschnitt der ersten kirchlichen Hochzeit nach dem Ritus der KdFSM einzusehen ist.⁷

Wie bei den amerikanischen Vertretern, so scheinen auch die Sektionen in Österreich und der Schweiz inaktiv zu sein. Die Facebook-Statistiken sprechen eine ähnliche Sprache: Während die Schweiz etwa 80⁸ und Österreich rund 850⁹ Likes aufweisen, besticht Deutschland mit 2.150 Likes¹⁰. Mit Ausnahme des deutschen Vereins der FSM scheint das reale Engagement sowohl auf Seiten der Betreiber als auch auf Seiten der Anhänger zu ihrer Religion nicht sehr ausgeprägt zu sein, was wohl der satirischen Basis der Religion zu Schulden ist, die diese Oberflächlichkeit herausfordert. Ihre Religion kann schnell als Satire oder Scherz unterstützt oder abgetan werden, ohne den Inhalt zu hinterfragen. Ihre satirische Basis hält anderen Religionen einen Spiegel vor und führt zu einem tieferen Verständnis von Religionen, indem sie religiöse Ansichten in ihrer Absurdität darstellen, was neben der angesprochenen Hinterfragung von Religiosität auch mit einer gewissen Popularisierung einhergeht, welche sich vornehmlich im Internet ausgebreitet hat.

4. Sharing, Caring und Relitainment. Der Einfluss von Apps auf die religiöse Landschaft

Apps sind kleine Programme für Smartphones, die bestimmte mehr oder weniger sinnvolle oder triviale Zwecke erfüllen sollen. Für jeden Lebensbereich lassen sich die verschiedensten Programme finden, so auch für die Glaubensausübung. Einige dieser ‚religiösen‘ Apps sind gratis, andere kosten eine geringe Summe Geld. Die Möglichkeiten, die sie bieten, sind unendlich. Aufgrund ihrer Erhältlichkeit und Geschwindigkeit durch das Medium Internet könnten die Apps einen grossen

Einfluss darauf ausüben, wie mit den seit langer Zeit kaum veränderten überlieferten Inhalten der Religionen umgegangen wird. Die Religionswissenschaftlerin *Rachel Wagner* ist der Auffassung, dass durch solche Apps die Interpretation religiöser Texte zunehmend von den religiösen Autoritäten in die Hände der Individuen übergeht und sich facettenreich verändern wird (Wagner 2013: 199). Zum Beispiel versuchen Musliminnen, mit Neuinterpretationen des Korans patriarchale Normen aufzubrechen (Larson 2013). Das Internet könnte einen so grossen Einfluss auf die Glaubensausübung und -verbreitung haben wie die Erfindung des Buchdrucks, die nicht unwesentlich zur Ausbreitung der Reformation beigetragen hat (Tsuel 2011).

Um mögliche Auswirkungen religiöser Apps zu ermitteln, wurden ausgewählte Apps sowie Stimmen von religiösen und akademischen Experten zum digitalen Shift untersucht. Als erstes soll jedoch ein Kategorisierungsschema für religiöse Apps vorgeschlagen werden, das auf *Rachel Wagners* Aufsatz „You are what you install. Religious authenticity and identity in mobile apps“ zurückgeht. Die Kategorisierung dient hauptsächlich zur Orientierung in einem noch kaum erforschten Feld. Wagner unterteilt das facettenreiche Angebot der religiösen und spirituellen Apps folgendermassen:

Prayer Apps: Darunter sind alle Apps zu verstehen, die dem Nutzer ermöglichen, Gebete einzutippen oder auszuwählen und via mobilem Gerät zu versenden – hier entsteht die Frage, wo das Gebet endet: bei Gott, bei den Programmierern der Apps oder etwa im Big-Data-Pool von Google? *Ritual Apps*: Hier werden entweder Anleitungen und Rat für die Ausübung von religiösen und spirituellen Ritualen im Offline-Leben oder Werkzeuge für deren Ausführung im Online-Bereich angeboten. *Sacred Text Apps*: Diese Kategorie beinhaltet alle digitalisierten religiösen und spirituellen Texte, die mehr oder weniger Interaktivität erlauben. *Religious Social Media Apps*: Hierzu gehören Apps, die religiöse Individuen miteinander verbinden, egal ob diese rein virtuell oder auch offline im Kontakt stehen. Hier werden Informationen zum jeweiligen Glauben über soziale Netzwerke wie z.B. Facebook und Twitter ausgetauscht. *Self-Expression Apps*: Diese Kategorie beinhaltet alle Apps, die sich ausschließlich mit der individuellen Selbstdarstellung beschäftigen. Sie stellen dem User Handyhintergrundbilder und Klingeltöne mit religiösen Inhalten zur Verfügung. *Focusing/Meditation Apps*: Diese Apps helfen dem Nutzer, sich in Konzentration und Meditation zu üben. (Wagner 2013: 199-201)

Das Problem dieses Kategorisierungsversuchs besteht darin, dass sich die verschiedenen religiösen Apps meistens nicht eindeutig einordnen lassen. *Prayer Apps*, sowie *Focusing-* und *Meditation Apps*, sind genauso als *Ritual Apps* zu bezeichnen. Außerdem gibt es viele Hybride, die verschiedene App-Typen mit den Social Media koppeln. Tatsächlich beinhalten die meisten religiösen Apps die Möglichkeit, Inhalte mit anderen auf Facebook, Twitter und Co. zu teilen. Dadurch, dass Glaubensbekenntnisse, Gebete, Inspiration, Fotos und vieles mehr auf öffentlichen und halböffentlichen Seiten geteilt werden, entsteht ein globaler

Austausch. *Religious Social Media Apps* sind das perfekte Werkzeug, um die religiöse Identität zu konstruieren und lassen sich durch die Mobilität von Smartphones und Tablets ideal in den Alltag integrieren.

Die App *Islamic Compass* zum Beispiel berechnet automatisch Gebetszeiten mit Hilfe von GPS und spielt einen Adhan-Alarm ab, der dem Benutzer mitteilt, wann es soweit ist, sich zum Gebet hinzuknien. Wie der Name der App suggeriert, hat sie einen integrierten Kompass, der stets nach Mekka zeigt, damit man ohne Probleme die korrekte Ausrichtung zum Beten findet.¹¹ Aus medientheoretischer Perspektive erinnert diese App an Marshall McLuhans Aussage, dass Medien die Erweiterung der menschlichen Sinne, Fähigkeiten oder Organe sind: so wie das Rad als Erweiterung des Fußes oder das Fernsehen als Erweiterung des Auges. Gleichzeitig sind diese Erweiterungen auch Amputationen, denn die starke Beeinflussung eines Sinnes, einer Fähigkeit oder eines Organs wirkt sich auf alle anderen Sinne, Fähigkeiten und Organe des Körpers aus, worauf sich deren Zusammenspiel reorganisieren muss. McLuhan weist darauf hin, dass die Verbreitung des Fernseh-Bildes im zwanzigsten Jahrhundert die Sinne so reorganisiert hat, dass der Gesichtssinn ins Zentrum gerückt wurde, während der Tastsinn für die Gesellschaft zunehmend an Bedeutung verloren hat (McLuhan 2003: 61-65).

Wenn man seine Argumentation auf diese App anwendet, dann kann der „Islamic Compass“ sowohl als eine Erweiterung als auch als eine Amputation der Rechenfähigkeit des Gehirns gedeutet werden, was eine Reorganisation der Fähigkeiten des Nutzers zur Folge haben kann. Die Bereiche des Gehirns, die im Ritual involviert sind, treten in das Zentrum und die Rechenfähigkeit wird geschwächt. Das ist insofern plausibel, wenn man daran denkt, wie schwierig einer Person das Kopfrechnen nach jahrelangem Gebrauch von Taschenrechnern fällt. Ob das Beten dadurch intensiviert wird, wäre zu überprüfen.

Bei Apps, die den Koran bereitstellen, wird die Frage aufgeworfen, ob es erlaubt ist, ein Smartphone, das Passagen oder den ganzen Text der heiligen Schrift enthält, mit auf die Toilette zu nehmen. Gelehrte des Dienstes *IslamOnline: Ask the Scholar* haben dazu eine differenzierte Meinung, die besonders auf die mediale Form des gespeicherten Textes hinweist: „In fact, it is not allowed for a person to put the words that stand for the testification [sic] of faith [...] on the mobile screen, as the mobile may be taken to the bathroom. Things that contain the name of Allah should be kept far from impure places like WC. However, if the person is quite sure that the words of tawheed [...] will be kept remote from impurities (for example, if the person leaves his mobile phone outside while entering the WC or switches it off before entering), then there is nothing wrong in having that words [sic] appear on his mobile“ (Bunt 2010). Wenn der Koran in einer App als Audiodatei mediatisiert ist, dann kann man das Smartphone problemlos auf die Toilette mitnehmen. Die Begründung dafür ist folgende: „It is not *haram* to take these mobile phones into bathrooms because they do not come under the same rulings as the *Mus-haf*. This is so, even after Qur'an

has been recorded on them, because it is sound which is contained inside it, and not writing that is visible“ (Ebd.).

Nicht nur religiöse Apps für Muslime eröffnen Fragen zur korrekten Verwendung und Authentizität des Gläubigen. Auch christliche Apps werden von Autoritäten kritisch betrachtet. Als Beispiel dient die vom Vatikan abgesegnete App *Confession: A Roman Catholic App*¹² (Father Beck 2011). Sie dient als Hilfestellung für den Gang zum Beichtstuhl, ersetzt ihn aber nicht, wie der obige Verweis auf die Internetseite *Beichthaus* zeigt. Der Benutzer kann sich mit der App lediglich auf seine Beichte vorbereiten und das Mobiltelefon als Gedankenstütze mit in den Beichtstuhl nehmen, damit er keine seiner Sünden vergisst. Religiöse Akte wie die Abnahme der Beichte können also laut katholischer Autorität nicht von Apps ersetzt werden. Generell stellt sich die Frage, welche Apps künftig von religiösen Autoritäten autorisiert werden und welche Rolle dabei Apple als finale Kontrollinstanz spielt.

Bibel-Apps sind extrem beliebt. Die am meisten heruntergeladene App ist die *Bible* von *YouVersion*, die im Sommer 2013 die Zahl von 100 Millionen Downloads im *App Store* überschritten hat und sich somit auf Augenhöhe mit Facebook und Twitter befindet (Larson 2013). Diese Beliebtheit zeigt sich zunehmend in den Kirchen. Mobile Geräte werden von Gemeindemitgliedern dazu verwendet, Bibelverse während des Gottesdienstes nachzuschlagen (Halford 2011). Enthusiasten verwenden ihre Apps dazu, Zitate aus Predigten live zu tweeten oder Freunden auf Facebook zu posten, um sie mit der Botschaft Gottes zu ermuntern und anzuregen. Diese Updates sind durchaus als Glaubenszeugnis zu verstehen und gehören zur religiösen Identitätsbildung (Tsuel 2011). Der Pfarrer der South Bay Church in Silicon Valley, *Andy Wood*, meint dazu: „It's not uncommon to look out at the congregation and see everyone on their smartphones. We try to generate a lot of social media activity during worship“ (Larson 2013).

Daran, dass Psalmen während der Predigt nachgeschlagen werden, ist nichts neues. Deshalb ist die Frage gerechtfertigt, ob und wie sich die Rezeption der Gottesdienste durch religiöse Apps verändern wird. Sie tragen dazu bei, die Reichweite einer Predigt dramatisch zu erweitern, da bemerkenswerte Zitate nicht mehr nur im privaten Kreis geteilt werden, sondern auf halböffentlichen und öffentlichen Webseiten verbreitet werden, die weltweit eingesehen werden können. Ist nicht die Verbreitung des Wortes Gottes eines der obersten Ziele im Christentum? Das 21. Jahrhundert könnte diese Aufgabe leichter als je zuvor werden lassen.

Natürlich gibt es in Bezug auf religiöse Apps auch Stimmen, die den kritischen Stimmen zur Zeit der Erfindung des Buchdrucks ähnlich sind. Das neue Medium (damals wie heute) ermöglicht einen individualisierten Umgang mit den Texten und den Glaubensinhalten, wobei Ängste der religiösen Autoritäten aufkommen, dass die Gemeinden nach und nach schrumpfen werden, weil die private Ausübung des

Glaubens zur Normalität werden könnte. Die Theologin Serene Jones relativiert jedoch diese Ängste: „Everyone thought that this [Erfindung des Buchdrucks] was going to lead to isolated religious experience because people would go home and sit in their rooms and read their Bibles by themselves. The place of private religious experience made possible by technology has been happening for a very long time“ (Tsuel 2011).

Technologien können Religion, so wie wir sie traditionellerweise kennen, verändern, sie ersetzen aber nicht völlig die Gemeinde oder die Kirche. Die religiöse Gemeinschaft löst sich nicht auf, doch das Konzept, das wir von ihr haben, verändert sich. Die Tatsache, dass religiöse Gemeinschaften schon immer auch virtuell zusammengehalten wurden (so durch die Paulusbriefe), wird durch die neuen Medien klarer ersichtlich und erreicht ein nie zuvor dagewesenes Ausmass.

Religiösen Apps werden auch wegen ihres Unterhaltungsfaktors kritisiert. Viele Apps sind so aufgebaut, dass sie mehr als Zerstreuung statt zur seriösen Glaubensausübung dienen. Ein gutes Beispiel dafür ist die App *Personal Jesus*. Auf der Website der App lässt sich folgende Beschreibung finden: „Personal Jesus allows you to share His word in social networks. You can have it on alarm setting, as a reminder to start your day with a beautiful thought or you can shake it for random mode to surprise yourself with different quotes. Since Jesus is all around, you can watch him walking on water, having his last supper, being crucified, resurrected or in heaven. And since he is also universal and personally done for you ... pick his color! White, Black, Asian or Celtic!“¹³ Die Jesusfigur ist animiert und im Zeichentrick-Stil gehalten. Hier ist die Möglichkeit, Inhalte zu teilen, schon direkt integriert. Die Bibelzitate sind immer zufällig ausgewählt, also werden sie ohne Kontext rezipiert. Die App regt zu einer nach außen gerichteten Aufmerksamkeit und unseriösen Stimmung an, bewirkt sozusagen das Gegenteil des traditionell verbreiteten Dogmas, dass das Nachdenken über Bibelverse im Idealfall ein kontemplativer Prozess sein sollte. Bei dieser App – und einigen anderen – werden die Verse aber kaum mehr als ein paar Sekunden wahrgenommen, eventuell geteilt und dann wieder vergessen. Der Unterhaltungsfaktor, das ‚Relitainment‘, ist durch die audio-visuelle Gestaltung klar ersichtlich. Wer die Hersteller sind und mit welchen Intentionen die App programmiert wurde, lässt sich eventuell einfach beantworten, denn die Hersteller geben ihre Identität nicht preis und die App wird kostenlos angeboten: also dient sie mit großer Sicherheit lediglich dazu, Daten der User zu sammeln.

Für fast jede erdenkbare Religion gibt es eine Vielzahl Apps wie z.B. das *Sabbath Manifesto* für Juden (Fernandez 2011). Das reichhaltige Angebot und die schiere Vielfalt an Religionen, die jeweils verschiedene Einstellungen zur Thematik des Apps mitbringen, eröffnen somit ein weites Forschungsfeld. Was sich deutlich abzeichnet, ist das Phänomen, dass Offline- und Online-Leben durch die zunehmende Mobilität des Internets keine getrennten Welten mehr sind. Die

Identity-Work, die virtuell betrieben wird, ist genauso wichtig, wie die, die in der materiellen Welt performiert wird, und die Virtualität der religiösen Gemeinde wird durch das Internet klar ersichtlich. Insbesondere die Sharing-Funktion, die den gemeinsamen Nenner der meisten religiösen Apps darstellt, ist ein zentrales Element der Transformation religiöser Inhalte und Performanzen. Diese Sharing-Funktion ist das Mittel zum Zweck: sie erfüllt einerseits das Ziel, die Inhalte der Religionen zu verbreiten, andererseits dient sie der virtuellen Konstruktion und Darstellung der religiösen Identität, könnte also als eine Art ‚soziales‘ und interaktives Glaubenstagebuch angesehen werden.

So stellen sich viele Fragen: Werden religiöse Rituale in Zukunft regelmässiger befolgt dank Apps wie dem *Islamic Compass* oder sozialen Plattformen, die das ‚Allwissen‘ ermöglichen und auf denen User sowie Hersteller sehen und überwachen können, wer wie, wo, wann und für was gebetet hat? Können dank unterhaltsamen Jesusfiguren mehr Personen mit der Botschaft Gottes erreicht werden? Die Ausdifferenzierung religiöser und spiritueller Apps könnte einen ebenso grossen Einfluss auf die Glaubensausübung und -verbreitung haben wie die Erfindung des Buchdrucks. Vielleicht aber hat der Einfluss des Internets insgesamt sogar noch weitreichendere und schneller erkennbare Folgen als die Erfindung Gutenbergs. All dies gilt es wissenschaftlich zu beobachten und zu analysieren.

5. Abschliessende Bemerkungen über Religion im und als Internet

Klassische Rituale wie das Beten oder die Verehrung der Ahnen und Angehörigen, das Ritual des Trauerns lösen sich aus der Dominanz der Offline-Welt und finden zunehmend oder sogar privilegiert einen Ort in der Online-Welt. Damit wird die Integration oder Verschachtelung zwischen den beiden Welten immer enger und die Ununterscheidbarkeit immer geringer. Die Interferenzen, die nun entstehen und noch entstehen mögen, sind ein wichtiges Feld kommender Beobachtungen und wissenschaftlicher Analysen.

Was geschieht dabei mit dem klassisch strukturierten Feld der Religion? Es verliert seine alte Struktur, die – nach Pierre Bourdieu – aus der Nachfrage der Laien nach Heil und sozialer Rechtfertigung und dem entsprechenden Angebot der Spezialisten, der Priester beispielsweise, bestimmt war. Bourdieu selbst hat schon früh – vor dem Internetsiegeszug – die Auflösung des religiösen Feldes in ein Feld der Manipulationen festgestellt (Bourdieu, 2011). Auf dem Feld der Manipulationen gebe es keine Priester mehr, weil ihre Rolle verschwunden sei. Denn diese Rolle, die darin bestand, die Denk- und Handlungsstrukturen der Laien im Sinne der jeweiligen

Religion zu bestimmen, wird nun von den neuen Manipulatoren der Gesellschaft übernommen: von den Fitnesstrainern, den Psychotherapeuten, den Ratgebern und anderen Manipulatoren, die der Gesellschaft das Heil der richtigen Lebens- und Denkeinstellungen anbieten und auferlegen wollen.

Diese Welt der Manipulationen des Denkens und Handelns verlagert sich nun zunehmend in die Verschränkung von Online- und Offline-Welt, auf die vermittelnden Dispositive, die digitalen Geräte und die Apps, zu deren Voraussetzung die digitale Vernetzung gehört. Zudem verschwinden die Spezialisten und die Laien bedienen sich selbst gegenseitig, indem sie neue Religionen kreieren (Hyper-Synkretismus) oder alte diffamieren, indem sie religiöse Rituale neu und anders ermöglichen. Dies weiter zu erforschen und zu beschreiben, muss die Verschränkung von Lebenswelt und Netzwelt, von sogenannter Wirklichkeit und Virtualität, von Individuum und Gemeinschaften – die wir täglich in den Händen halten – berücksichtigen. Hat Religion zuvor Kultur und Gesellschaft bestimmt und transformiert, stellt sich zunehmend die Frage, inwiefern die digitalen Medien diese Manipulationen und damit alte Funktionen der Religion neu übernehmen: Sind sie der religiös formierende Faktor der Zukunft? Werden hier mit und in ihnen die Freiheiten, Zumutungen, Heilsangebote und Vorstellungswelten bestimmt? Oder ist es nur ein Medium nach vielen anderen? Welche Transformation der klassischen Religionen geschieht hier?

Vernetzung simultan, Kontrolle und Subversion, Toderntst und Ironie, Religiötainment und Spassreligion einerseits, Terrornetzwerke und Hassseiten andererseits, klassische Repräsentationen ebenso klassischer Religionen einerseits, die Allverfügbarkeit religiöser Vorstellungen und Kulte andererseits – all dies steht simultan und allgegenwärtig zur Verfügung und liegt räumlich eng beieinander, wenn nicht ineinander verschachtelt.

Wer gibt die Informationen frei, wer durchforstet Big Data und übt Kontrollfunktion und Informationszuteilung aus? Informations-, Beziehungs- und Identitätsmanagement waren zuvor die genuine Angelegenheit der Religion. Diese ‚Offenbarungs‘-Funktion des Internets (zu sagen, was man weiss, wem man zugehört und wer man ist) liegt in nun in anderen, uns kontrollierenden Händen – ohne dass diese zu personalisieren wären. Zu Fragen wäre: Wem sind die Hände und Augen zuzuschreiben, in denen wir liegen und die uns beobachten, die uns mit Zugriff und Blick manipulieren? Und hier sind wir bei dem allsehenden Auge Googles und dem neuen Spiel um Offenbarung und Geheimnis, um Macht und Machtmissbrauch, um Identitätszuschreibung und Gemeinschaftskontrolle. Auch dies sind zentrale Themen und Konzepte in der Religionsgeschichte, die sich in das Medium Internet hinein verlagert und transformiert haben.

Die wenigen oben präsentierten Beispiele müssen also nicht nur in dem Sinne diskutiert werden, inwiefern bestehende Religionen sich ändern und verändert

werden und sogar neu erfunden werden, sondern inwiefern dem Digitalen und seinen Medien eine religiöse Funktion und Dimension zukommt. Allein folgendes Gedankenspiel gibt uns zu dieser Überlegung einen Hinweis: Bislang (bis in die Moderne) haben Religionen das Denken und Handeln des Menschen aufgrund von Sozialisierung und Machtstrukturen bestimmt. Was aber bestimmt Sozialisierung, das Erlernen von Werten, Denken und Handlungen heute im Zeitalter des Internet? In welchen Strukturen liegen heute die grössten Machtpotentiale in der Beeinflussung der Öffentlichkeit beispielsweise? Sind das nicht gerade die Digitalen Medien? Wir werden in dem, was wir tagtäglich tun, bestimmt und angeordnet, man könnte sagen: dispositioniert. Aber nicht mehr nur durch die klassischen Religionen, sondern zunehmend durch digitale Geräte: durch die *Dispositive des Digitalen*. In wessen Sinne oder Auftrag? Das ist schwer zu beantworten – einen Papst gibt es nicht, vielleicht aber dominierende Konzerne, die im Interesse des uns zunehmend allumgebenden ökonomischen Komplexes agieren. Wenn wir diesen Gedanken durchspielen, dann müssten wir im Sinne unseres Gedankenspiels danach fragen, wie sich Religion in diesen Komplex des Digitalen hinein transformiert hat und für welchen ‚Gott‘, für welchen Inhalt dieses Formierungssystem noch stehen mag.

Unsere Beispiele haben gezeigt: es gibt viele Inhalte und auch sehr unterschiedliche (in Form von Beichten, Ritualen, Religionserfindungen und den unterschiedlichsten, auch klassischen Religionsgemeinschaften verpflichteten Apps). Wie authentisch diese sind, hängt mit der Verschränkung zwischen Online- und Offlinewelt zusammen. Allerdings ist der Zugang zu den Inhalten nicht reguliert und kontrolliert. Sie stehen nebeneinander und sind prinzipiell inhaltlich austauschbar; bei den Pastafaris ist das sogar Programm. Die sogenannten religiösen Laien entscheiden selbst und benötigen keine vermittelnde Priester mehr. Nicht der Priester, das Internet ist das Medium und damit ist das Medium die religiöse Botschaft. Wenn die Inhalte aber austauschbar sind, wie authentisch sind sie dann noch? Die Fragen nach Sinn und Heil sind so vielfältig beantwortbar und mediatisiert, dass es prinzipiell gleichgültig ist, zu welcher App man greift. Das kann die Religionslandschaft tiefgreifend verändern.

Diese Dimensionen an Fragen nicht zu sehen, darf nicht zum blinden Fleck der *Digital Media Studies* werden. Nicht für die Religionswissenschaft, die es sich gerne im Lehnstuhl der Beobachtung bequem macht, weil sie ausserhalb des bequemen Stuhls ihre wissenschaftliche Kompetenz bedroht sehen könnte, sondern für die kritische Öffentlichkeit (falls diese im Medium des Digitalen noch adressiert werden kann) scheint es daher an der Zeit zu sein, auch – und vielleicht sogar insbesondere – über eine *Religionskritik der Digitalen Medien* nachzudenken.

Literatur und Quellen

Aka, C. (2010). „Ich bin meine eigene Sekte. Volkskundliche Religionsforschung und Patchwork-Spiritualität“. In R.-E. Mohrmann, *Alternative Spiritualität heute* (pp. 9-18). Münster: Waxmann Verlag.

Beichthaus.com: <http://www.beichthaus.com/> (Stand: August/September 2013).

Bourdieu, Pierre (2011). *Rede und Antwort*. Frankfurt am Main.

Bunt, Gary R. „Surfing the App Souq: Islamic Applications for Mobile Devices.“ In: *CyberOrient*, Vol. 4, Iss. 1, 2010. <http://www.cyberorient.net/article.do?articleId=3817>.

Campbell, Heidi (2005): *Exploring Religious Community Online_we are one in the Network*. Peter Lang Publishing inc., New York.

Confession: A Roman Catholic App (App Store): <https://itunes.apple.com/ch/app/confession-roman-catholic/id416019676?mt=8>.

Das Projekt Post Secret: http://www.superweb.de/sternentraum/gefhle_gedanken/post_secrets.htm (Stand: 21. November 2013).

Ein Klick und die Sünden sind nicht weg: <http://www.vierzehnheiligen.de/de/service/online-beichte.php> (Stand: 23. Oktober 2013).

examiner.com. (2013, 8 2). Retrieved 8 10, 2013, from <http://www.examiner.com/article/czech-republic-recognizes-church-of-flying-spaghetti-monster>

Father Beck, Edward L.. *Confession App: Catholic Church Sanctions New iPhone App*. Abc News, 2011. <http://abcnews.go.com/Technology/confession-app-roman-catholic-church-sanctions-iphone-app/story?id=12866499>.

Fernandez, Lisa. *Religion on your iPhone? Faith apps grow in availability, popularity*. San Jose Mercury News, 2011. http://www.mercurynews.com/news/ci_17498091.

Halford, Macy. *Screen Savers*. The New Yorker, 2011. <http://www.newyorker.com/online/blogs/books/2011/10/screen-savers.html>.

Henderson, B. (2005). *The Church of the Flying Spaghetti Monster*. Retrieved 08 10, 2013, from <http://www.venganza.org/about/open-letter/>

Henderson, B. (2013). *The Church of the Flying Spaghetti Monster*. Retrieved 08 10, 2013, from <http://www.venganza.org/about/>

Islamic Compass (Website). <http://www.islamiccompass.com/>.

Kirche des Fliegenden Spaghettimonsters Deutschland e.V. (2013, 8 21). Retrieved 8 22, 2013, from <http://www.pastafari.eu/>

Larson, Eric. *What would Jesus Text? Smartphones Are Changing How We Worship*. Lifestyle. Mashable, 2013. <http://mashable.com/2013/08/20/religion-technology/>.

Lövheim, M., & Lindermann, A. (2005). "Constructing religious identity on the Internet". In M. Hojsgaard, & M. Warburg, *Religion and Cyberspace* (pp. 121-137). New York: Routledge.

McLuhan, Marshall. *Understanding media: The extensions of man*. Corte Madera, California: Gingko Press, 2003. Erstmals erschienen bei: London: Routledge and Kegan Paul, 1964.

Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: The Dark Side of the Internet Freedom*. New York: Public Affairs.

Personal Jesus (Website): <http://www.personaljesus.com/>.

Post Secret – Geheimnisse per Postkarte: <https://synaesthetisch.wordpress.com/2011/01/01/post-secret-geheimnisse-per-postkarte/> (Stand: 14. November 2013).

Post Secret – von geheimen Sünden: <http://www.spontis.de/vernetzt/fundgrube/von-geheimen-sunden/> (Stand: 21. November 2013).

Post Secret: <http://www.postsecret.com/> (Stand: August/September 2013).

Rorty, R. (1992). *Kontingenz, Ironie und Solidarität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Scheyer, Michael (2012): „Im Internet beichtet es sich leichter“: http://www.schwaebische.de/region/bodensee/lindau/stadtnachrichten-lindau_artikel,-Im-Internet-beichtet-es-sich-leichter-arid.5210928.html (Stand: 14. November 2013).

Siller, H. P. (1991). „Synkretismus. Bestandsaufnahme und Problemanzeigen“. In: H. P. Siller, *Synkretismus – kulturelle Identität und kirchliches Bekenntnis* (pp. 1-17). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

stern.de. (2011, 7 13). Retrieved 8 10, 2013, from <http://www.stern.de/panorama/spassreligion-fliegendes-spaghettimonster-wiener-darf-nudelsieb-auf-fuehrerscheinfoto-tragen-1705651.html>

Theye, K. (2007). "Satire as an Entelechial Fear Appeal: The Case of the Flying Spaghetti Monster". In: *Conference Proceedings – National Communication Association/ American Forensic Association (Alta Conference on Argumentation)* (pp. 687-694). University of Kansas.

Tsuel, Christina. *App Watch: Getting Religion on the Go*. Blogs. The Wall Street Journal, 2011. <http://blogs.wsj.com/digits/2011/04/08/app-watch-getting-religion-on-the-go/>.

Turkle, Sherry (2012): „Verloren unter 100 Freunden: Wie wir in der digitalen Welt seelisch verkümmern“, München: Riemann (Kapitel 12: „Wahre Bekenntnisse“, S. 386-405).

Wagner, Rachel. „You are what you install: Religious authenticity and identity in mobile apps“. In: Campbell, Heidi. A. [Ed.]. *Digital religion: understanding religious practice in new media worlds*. London: Routledge, 2013. S. 199-206.

Fussnoten

1. Einzusehen unter: <http://www.pastafari.eu/index.php?kategorie=1&sub=lieben> (letzter Zugriff: 10.08.2013).
2. Der Begriff des „Slackivism“ stammt von Evgeny Morozov und beschreibt eine Nebenart des Online-Aktivismus, welcher den online Aktivisten in seinem Tun selbst wichtig und einflussreich fühlen lässt, wohingegen dies tatsächlich nicht der Fall ist. Der digitale Aktivismus bietet ihnen die Möglichkeit unter möglichst wenig persönlicher Einbusse sich befriedigt und selbstzufrieden über ihre Handlungen zu fühlen (Morozov, 2011, S. 189f).
3. Einzusehen unter: <https://www.facebook.com/pages/The-Church-of-the-Flying-Spaghetti-Monster/9835354795>(letzter Zugriff: 10.08.2013).
4. Einzusehen unter: <https://twitter.com/COTFSM> (letzter Zugriff: 10.08.2013).
<https://blogs.tageswoche.ch/de/blogs/mewiblog/587836/der-spaghetti-gott.htm>.
5. Siehe: <http://www.pastafari.eu>.
6. Siehe: http://www.youtube.com/watch?v=uNPtOfQ_fy&feature=share&list=UUqDjel-toUoOQxQ-9bLnYHA.
7. <http://blogs.tageswoche.ch/de/blogs/mewiblog/587836/der-spaghetti-gott.htm>.
8. Einzusehen unter: <https://de-de.facebook.com/pages/Kirche-des-fliegenden-Spaghettimonsters-Sektion-Michelsamt/196842833712662> (letzter Zugriff: 10.08.2013).
9. Einzusehen unter: <https://www.facebook.com/KdFSM> (letzter Zugriff: 10.08.2013).
10. Einzusehen unter: <https://de-de.facebook.com/pages/Kirche-des-Fliegenden-Spaghettimonsters/188194241683> (letzter Zugriff: 10.08.2013).

11. Islamic Compass (Website): <http://www.islamiccompass.com/>. (05.09.2013).
12. Confession: A Roman Catholic App (App Store): <https://itunes.apple.com/ch/app/confession-roman-catholic/id416019676?mt=8>. (05.09.2013).
13. Personal Jesus (Website): <http://www.personaljesus.com/>. (06.09.2013).