

Sonderdruck aus:

DISKURS RELIGION

BEITRÄGE ZUR RELIGIONSGESCHICHTE
UND RELIGIÖSEN ZEITGESCHICHTE

Herausgegeben
von

Ulrike Brunotte und Jürgen Mohn

Band 6

Orte der europäischen
Religionsgeschichte

Herausgegeben von

Adrian Hermann
Jürgen Mohn

ERGON VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im
Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2015 ERGON-Verlag GmbH · 97074 Würzburg
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb des Urheberrechtsgesetzes bedarf der Zustimmung des Verlages.
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen jeder Art, Übersetzungen, Mikroverfilmungen
und für Einspeicherungen in elektronische Systeme.

Umschlaggestaltung: Jan von Hugo
Satz: Thomas Breier, Ergon Verlag

www.ergon-verlag.de

ISSN 2198-2414
ISBN 978-3-95650-077-0

Religion und Internet. Die neuen Priester der Links

Roberto Simanowski

Dass in einer Vorlesungsreihe *Orte der Europäischen Religionsgeschichte* auch Medientheoretiker auftreten, erstaunt gewiss nicht, denn die Gemeinsamkeiten von Religions- und Medienwissenschaft sind evident. Folgt man Jochen Hörisch, muss Theologie spätestens mit dem Turmbau zu Babel auf Medientheorie umschwenken, dessen Ziel in der Beseitigung des Grundrauschens der Medien gelegen habe durch die Überbrückung des Abstandes zwischen Gott und Mensch, Sender und Empfänger.¹ Damit interpretiert Hörisch das Turmbauprojekt positiver als die Bibel und die europäische Kunstgeschichte, die es als Symptom menschlicher Hybris eher zu den Verfehlungsgeschichten zählen. Die Forderung nach einer medienwissenschaftlich engagierten Religionswissenschaft lässt sich freilich auch aus dieser Perspektive erheben, erst recht, wenn man zur babylonischen Sprachverwirrung des Alten Testaments das Pfingstwunder des Neuen hinzunimmt, dessen technologische Realisierung Marshall McLuhans im Computer voraussah, nicht zu Unrecht wie die Entwicklung von Googles Übersetzungsfunktion zeigt.²

Wie eine religionswissenschaftlich interessierte Medienwissenschaft operiert, illustriert der Literatur- und Medienwissenschaftler Hörisch selbst, wenn er Abendmahl und Fernsehen als Anfangs- und Endpunkt des metaphysischen Projektes einer Ontosemiologie – als Synthesis der Logik des Seins und des Sinns – behandelt. Während das Abendmahl im Kontext des Christentums – und keineswegs nur im katholischen Verständnis der Eucharistie – als Ritual den Sinn des Seins sinnlich erfahrbar mache, sei das Fernsehen – als „Nullmedium“ des Sinns – die adäquate Reaktion auf das Ende der christlichen und aller anderen großen Erzählungen. Für dieses Ersetzungsverhältnis beruft sich Hörisch auf Jacques Derrida und Jean-François Lyotard, mit denen „es keine universal beglaubigungsfähigen transzendentalen Signifikate und keine großen Erzählungen mehr gibt“, erinnert an Friedrich Nietzsches „Geburt des Nihilismus aus dem Ende des metaphysischen Vertrauens in die Korrelation von Sein und Sinn“ und verweist auf Hans Magnus Enzensberger, der in seinem SPIEGEL-Essay „Die vollkommene Leere. Das Nullmedium oder: Warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind“ 1988 die These vertritt, das Fernsehen wolle längst nicht mehr Vermittler von Botschaften, sondern nur noch Ort der Zerstreuung und hypnotischen Ver-

¹ Hörisch, Jochen: *Gott, Geld, Medien*, Frankfurt am Main 2004, S. 167 und S. 165.

² McLuhan, Marshall: *The Spoken Word: Flower of Evil?*, in: Ders.: *Understanding Media. The Extension of Man*, Cambridge 1994, S. 80: „Today computers hold out the promise of a means of instant translation of any code or language into any other code or language. The computer, in short, promises by technology a Pentecostal condition of universal understanding and unity.“

senkung sein.³ Damit hatte Enzensberger, der eigentlich nicht viel vom „Marktschreier“ McLuhan hält,⁴ dessen Hauptthese vom Medium als Message aufs Fernsehen angewandt und zur Botschaft dieses Mediums die Absenz jeglicher Botschaft erklärt. Religiöser formuliert wäre das Fernsehen als *Erlösung* von Botschaften zu verstehen und tatsächlich mündet Enzensbergers These im Religiösen, wenn er das Nullmedium Fernseher schließlich als „technische Annäherung an das Nirwana“ beschreibt und als „buddhistische Maschine.“⁵

Dass Enzensberger mit dieser Gleichsetzung von Zerstreuung und Buddhismus letzterem Unrecht tut, liegt auf der Hand und mag dem Pointenzwang des Publikationsortes geschuldet sein. Auch Hörisch wurde, mit Blick auf die Unterstellung einer Einheit von Gott und Sinn sowie die Ausblendung reformierter Abendmahlsverständnisse, mangelnde Differenzierung vorgeworfen.⁶ Ich überlasse diese Fragen den Theologen und benutze Hörischs Vergleich von Abendmahl und Fernsehen lediglich als Einstieg für die eigene Diskussion zum Zusammenhang von Religion und Medien, der es gleichfalls um Sinnstiftung geht, nun aber mit Blick auf die digitalen Medien wie Internet und Smartphone. Im Bewusstsein, dass Nichttheologen in der Behandlung theologischer Fragen kaum den begrifflichen Forderungen und argumentativen Regeln des theologischen Diskurses werden genügen können, und in der Annahme, dass sie gerade deswegen als Inspirationsquelle zur Teilnahme an diesem Diskurs eingeladen sind, folge ich methodisch den Ratschlägen, die Theodor Adorno in seinem Essay über den *Essay als Form* gibt, und enthalte mich zum einen der „vorkritischen Verpflichtung“ zur Begriffsdefinition, verfare, soweit mir das möglich ist, „methodisch unmethodisch“, und ergebe mich ganz dem „Lustprinzip des Gedankens“, das Adorno am Essay hervorhebt.⁷ Ich umkreise den Gegenstand auf vier Ebenen, beginnend mit einer eher empirisch operierenden, inhaltlich ausgerichteten Betrachtung der Online-Beichte, gefolgt von medientheoretischen und medienontologischen Überlegungen zu Google als Auge Gottes und Facebook als Alternativmodell zur Kirche, die in epistemologischer Hinsicht in der Verheißung eines Paradieses enden, das sich gesellschaftlich zugleich als Hölle erweisen könnte.

³ Hörisch, Jochen: Brot und Wein: die Poesie des Abendmahls, Frankfurt am Main 1992, S. 9, S. 11 und S. 8.

⁴ Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit, hg. von Peter Glotz, München 1997, S. 122.

⁵ Enzensberger, Hans Magnus: Die vollkommene Leere. Das Nullmedium oder: Warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind, in: Der Spiegel, Nr. 20 vom 16. Mai 1988, S. 244.

⁶ Thomas, Günter: Medien, Ritual, Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens, Frankfurt am Main 1998, S. 347.

⁷ Adorno, Theodor W.: Der Essay als Form, in: ders.: Noten zur Literatur, Frankfurt am Main 1981, S. 19f., S. 21 und S. 39.

1. Beichte: Religiöse Praxis im Internet

Der Vatikan deklarierte es spätestens 2002: Das Internet ist ein neues Forum zur Verkündigung des Evangeliums. So notierte Papst Johannes Paul II bereits im Titel seiner Botschaft zum 36. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel.⁸ Auch sein Nachfolger, Papst Benedikt XVI, sah das Internet als neuen Ort der Seelsorge; der Titel seiner Botschaft zum 44. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel 2010: „Der Priester und die Seelsorge in der digitalen Welt – die neuen Medien im Dienst des Wortes“. Benedikt XVI beugt jeder Technikphobie vor mit dem Hinweis auf die Ermahnung des heiligen Paulus im ersten Brief an die Korinther: „Weh mir, wenn ich das Evangelium nicht verkünde!“ (1 Kor 9,16). Und wie kann, wer die neuen Kommunikationsmittel ungenutzt lässt, von sich sagen, er tue alles zur Verbreitung des Wortes Gottes?

Damit sieht die Kirche ein, was Wirtschaftsunternehmen seit langem wissen: Im Zeitalter des Web 2.0 wird der Kampf um das rare Gut Aufmerksamkeit zunehmend in den Online-Medien geführt. Wer sich diesen Medien versperrt, verspielt die eigene Zukunft. Denn, so warnen viele gut verkaufte Bücher über die sozialen Online-Medien aus betriebswirtschaftlicher Perspektive: Die Konkurrenz schläft nicht. Nun sollen – ganz so wie es regelmäßig den PR-Managern in der Wirtschaft geraten wird – auch die Priester Blogger und Twitterer werden, um digitale Präsenz und Ansprechbarkeit zu garantieren:⁹

Von den Priestern wird aber die Fähigkeit verlangt, in der digitalen Welt in beständiger Treue zur biblischen Botschaft präsent zu sein, um ihre Funktion als Leiter von Gemeinden auszuüben, die sich jetzt immer mehr in den vielen „Stimmen“ der digitalen Welt ausdrücken, und um das Evangelium zu verkünden, indem sie neben den traditionellen Mitteln von den Möglichkeiten der neuen Generation audiovisueller Medien (Foto, Video, *Blog*, *Webside*) Gebrauch machen, die bisher unbekannte Gelegenheiten zum Dialog sowie nützliche Hilfsmittel für die Evangelisierung und die Katechese darstellen. // Durch die modernen Kommunikationsmittel kann der Priester das Leben der Kirche bekannt machen und den Menschen von heute helfen, das Gesicht Christi zu entdecken.

Papst Benedikt XVI unterlässt nicht die Mahnung an den Priester, „[m]ehr als die Hand des Medientechnikers (...) bei dem Kontakt mit der digitalen Welt sein Herz als Mann Gottes durchscheinen (zu) lassen“.¹⁰ Gleichwohl ist der Marschbefehl auf das „dichte Netz der ‚Highways‘, die den ‚Cyberspace‘ durchziehen“, gegeben:¹¹

damit Er durch die neuen Formen der Kommunikation auf den Straßen der Städte voranschreiten und an den Schwellen der Häuser und der Herzen Halt machen kann, um noch einmal zu sagen: „Ich stehe vor der Tür und klopfe an. Wer meine Stimme hört

⁸ Papst Johannes Paul II: Botschaft zum 36. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel: Internet: Ein neues Forum zur Verkündigung des Evangeliums, 2002.

⁹ Botschaft zum 44. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel: Der Priester und die Seelsorge in der digitalen Welt – die neuen Medien im Dienst des Wortes, 2010.

¹⁰ Ebd.

¹¹ Ebd.

und die Tür öffnet, bei dem werde ich eintreten und wir werden Mahl halten, ich mit ihm und er mit mir“ (Offb 3,20).

Aber Marschbefehl ist nicht das richtige Wort. Vielmehr gibt Papst Benedikt XVI einer Entwicklung seinen Segen, die bereits im Namen der Kirche stattfindet, gefordert, wie gesehen, schon von seinem Vorgänger.¹² Nachdem die Kirche, vor allem in den USA, das Medium Fernsehen längst für sich entdeckt hatte und Gottesdienste am Bildschirm zugänglich machte, ist es kaum erstaunlich, diese medialen Formate nun auch im Internet zu finden, mit den spezifischen Modifikationen, die dieses neue Umfeld mit sich bringt: die räumliche Ausdehnung des Zuges, die Zeitentbundenheit der Rezeption, die multimediale Einbettung des Filmmaterials. Ebenso wenig erstaunt, dass Gottesdienste nun auf Facebook und in Second Life – dort mediengerecht in virtuellen Kirchen – abgehalten werden.

Zu unterscheiden sind zwei Formen der Mediennutzung: Das Internet als Informationsmedium und als Ritualraum. Ersteres ist der Fall, wenn Schulungen zur Erstellung eigener Gemeinde-Websites und eine Datenbank mit „Evangelischen Terminen“ angeboten werden, wie im Falle des von der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern 2001 initiierten Projekts *vernetzte-kirche.de*. Ritualraum wird das Internet, wenn nicht online auf einen Offline-Gottesdienst verwiesen, sondern der Gottesdienst selbst im Cyberspace vollzogen wird. Mit dem Web 2.0 kommen weitere Möglichkeiten der medialen Seelsorge hinzu, über die das Projekt *vernetzte-kirche.de* inzwischen mit dem Kurs „Facebook, Twitter & Co“ informiert und der US-amerikanische Baptisten-Pastor Kenneth Lillard mit seinem 2010 publizierten Buch *Social Media and Ministry. Sharing the Gospel in the Digital Age*. Theologische und religionswissenschaftliche Abhandlungen analysieren zudem detailliert die Einsatzmöglichkeiten der digitalen Medien für die Seelsorge, wie etwa Thomas Zeillingers Habilitation *netz.macht.kirche: Möglichkeiten institutioneller Kommunikation des Glaubens im Internet* in der Reihe Christliche Publizistik 2011 oder Oliver Krügers Habilitation *Die mediale Religion: Probleme und Perspektiven der religionswissenschaftlichen und wissenssoziologischen Medienforschung* 2012.¹³

¹² Bemerkenswerterweise wirbt schon Papst Johannes Paul II in seiner Botschaft zum 35. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel „Die Predigt von den Dächern: Das Evangelium im Zeitalter globaler Kommunikation“ mit dem Paulus-Wort „Weh mir, wenn ich das Evangelium nicht verkünde!“ (1 Kor 9,16) gegen die Scheu vor den neuen Medien für „TV-Satellitenübertragungen religiöser Zeremonien, die oft Zuschauer in der ganzen Welt erreichen“, sowie für die „positiven Möglichkeiten des Internet, religiöse Information und Unterweisung über alle Sperren und Grenzen hinaus zu tragen“.

¹³ Zeilinger wirbt für den Gang der Kirche ins Internet bereits in seinem 2004 in der Zeitschrift für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Kirche *Unser Auftrag*, 4 (2004) erschienenen Aufsatz „Ins Netz gegangen! Ein Plädoyer, das Netz zu nutzen – um der Gemeinschaft (des Glaubens) willen“, und zwar mit dem Eingangsargument, dass der Computerbildschirm, an dem man interaktiv kommuniziert, sich prinzipiell vom Fernsehbildschirm, an dem man sich „berieseln“ lasse, unterscheidet, d. h. nicht die kommunikative Einbettung in das eigene Umfeld riskiert, sondern fördert. Zeilinger platziert das Thema 2009 auch im nicht-religiösen, medienwissenschaftlichen Kontext mit seinem Aufsatz: „Social Networking“ als Basis der Wahrnehmung kommunikativer Kompetenz im Internet. Von

Dass die Kirche solcherart auf die sozialen Medien im Internet ausgreift, ist konsequent angesichts der von der Kirche selbst verkündeten Dialogkultur, die auf Augenhöhe geschehen und über die Einwegkommunikation der Predigt hinausgehen soll. Zugleich entgleiten der Kirche in den digitalen Medien sowohl Diskurshoheit wie Ritualmonopol. Wenn Zeilinger seinen Aufsatz von 2004 doppeldeutig *Ins Netz gegangen! Ein Plädoyer, das Netz zu nutzen – um der Gemeinschaft (des Glaubens) willen* betitelt, evokiert er natürlich zunächst die Assoziation von Petrus, dem Fischer, schließlich aber auch die Frage, wer hier wem ins Netz geht. Ist das Internet ein Werkzeug, mit dem man, geschickt eingesetzt, neue Anhänger sammelt? Oder ist es eher ein System mit eigenen Regeln, die sich nur sehr bedingt für eigene Interessen nutzen lassen und letztlich diese sogar unterlaufen?

Zeilinger geht davon aus, die Botschaft des neuen Mediums – Vernetzung und Mitteilung – für die eigenen Zwecke nutzen zu können: „Die Kirche hat deshalb ein elementares Interesse an der Kommunikation, weil und sofern diese sich als Mit-Teilung versteht. Und gerade daher zeigen sich mit der weltweiten Vernetzung vieler Computer neue Chancen für die christliche Gemeinschaft.“¹⁴ Es wird sich zeigen, dass gerade diese Botschaft des Teilens eine Konkurrenzsituation für die Kirche schafft, wenn sie auf Online-Netzwerken wie Facebook offensiv praktiziert wird und somit eine Art Gegenkirche schafft. Plastischer wird die Bedrohung, wenn es sich um Mitteilungen handelt, deren Rahmung und Kontrolle bisher in den Händen der Kirche lag. Nicht im Internet sein, ist nur *eine* Gefahr für die Kirche. Die zweite besteht darin, dass auch die anderen im Internet sind – und dort phantasievoll und respektlos der Kirche die eigenen Rituale entwenden.

Beispiel kirchenkonträrer Praxis religiöser Verhaltensformen sind Beicht-Websites wie ConfessionPost.com, PostSecret.com oder Beichthaus.com. Die Überschrift, mit der Beichthaus.com zur Lektüre einlädt – „Beichten und die Sünden anderer lesen“ – und zur Mitteilung ermuntert – „Heute schon gesündigt? Share your story!“ – verdeutlicht bereits die Differenz dieser säkularisierten Beichte zu ihrer religiösen Vorlage: Die Beichte wird zu einem öffentlichen Ereignis das gleichermaßen exhibitionistische und voyeuristische Verlangen bedient. Voraussetzung dieser Differenz ist die Schriftlichkeit der Beichte, die damit auch nicht mehr auf Nachfragen reagieren kann, sondern sich beschränken muss auf kurze, klare Aussagen einschließlich einer Selbst-Kategorisierung des Vergehens.¹⁵ Der Beichtvater ist in dieser Konstellation erstens abwesend, zweitens multipliziert – denn jeder Besucher der Website kann die Beichten kommentieren – und drittens potentiell so sündig wie die Geständigen.

einer Ethik allgemeiner Geltungsansprüche zu einer Ethik sozialer Verbundenheit“ in der *Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik*, 1 (2009), S. 57–60.

¹⁴ Zeilinger, Thomas: *Ins Netz gegangen!*

¹⁵ Auf *Beichthaus* kann man seine Beichte taggen mit drei Sünden von „Aggression“ bis „Zwietracht“; auf *ConfessionPost* sind die Geständnisse nach Kategorien wie „Emabarras-sing“, „Love“, „Religion“, „Revenge“ und „Sex“ geordnet.

Das zugrundeliegende Bild dieser sowohl ent-institutionalisierten als auch ent-professionalisierten Beichte am heimischen Computer ist nicht die abgeschirmte Ecke des Beichtstuhls. Man steht gewissermaßen in der Mitte des Hauptschiffs und ruft in den menschenleeren Raum hinein, hinter dessen Säulen zahllose Ohren zu vermuten sind. Man rechnet mit Reaktionen, in Gestalt einsehbarer Kommentare auf *ConfessionPost* und *Beichthaus* oder als Email auf *PostSecret*. Diese Art von Beichte greift trotz ihrer Negation der Kirche deren Muster auf, indem die Beichte nicht an diejenigen adressiert wird, die sie, falls andere Opfer der gestandenen Taten sind, unmittelbar betrifft, sondern an eine fremde Instanz.

Die Aufhebung des kirchlichen Wissens- und Bewertungsmonopols der Beichte ist nicht nur eine narzisstische Kränkung der Institution. Die Demokratisierung der Bewertung führt auch zur Relativierung sittlicher Normen. Davon kann man sich leicht überzeugen, wenn man auf Beichthaus die Kommentare zu Beichten mit Tags wie „Selbstbeherrschung adé“ oder „Begehrlichkeit Wollust Morillosigkeit Nachbarn“ liest, bei denen – selbst wenn die Nachbarstochter erst 15 Jahre alt ist – die Vergebung überwiegt, teilweise noch verbunden mit Ermütigung und Neid. Darüber hinaus relativiert das Wissen um die Frevel der anderen das eigene Schuldgefühl. Die Unterstellung einer Abweichung – Ursache und Ziel der traditionellen Beichte – weicht der Infragestellung der zugrunde gelegten moralischen Kategorien durch die Gesellschaftsstudie, die die Online-Beichte darstellt. Die Beichte wird zum performativen Akt der Erlösung, nicht weil sie als Bekenntnis einer Schuld schon Sühne bedeutet, sondern weil sie als Umbau der Repräsentationsverhältnisse perspektivisch ihren Grund tilgt. Makaber oder nicht, auch hier bestimmt, wie so oft im Internet, Quantität Qualität: Je mehr Menschen Ehebruch beichten, umso mehr verliert die Tat ihr Vergehen. Die Umwertung der Werte – das ist die, je nach Perspektive absurde oder basisdemokratische Botschaft des Mediums –, bestimmt nicht der Papst oder der Priester vor Ort, sondern die Statistik.¹⁶

Die inhärente Absurdität besteht darin, dass der Wahrheitswert der Statistik keineswegs gesichert ist. Sherry Turkle, die in ihrem Buch *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* im Kapitel „True Confessions“ vor allem PostSecret.com diskutiert, weiß von den Gesprächspartnern ihrer

¹⁶ Frank Warren, der PostSecret 2004 gründete (wo das Geheimnis immer in Verbindung mit einer eingesandten Postkarte präsentiert wird), berichtet von einem Pärchen, das sich jeden Sonntagmorgen gegenseitig Geheimnisse auf PostSecret vorliest (www.ted.com/talks/lang/en/frank_warren_half_a_million_secrets.html, archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2Hm6avf>). Spätestens diese Anekdote drängt die Frage auf: Wie verändert sich das Denken der Menschen und ihr Verhalten zueinander, wenn sie immer wieder auf Untreuebekenntnisse stoßen? Dass Warren die gesammelten Geheimnisse auch als Bücher veröffentlicht, erstaunt angesichts des berichteten Unterhaltungswerts kaum. Selbst wenn die Beichten nicht so illustrativ in Verbindung mit Postkarten-Images daherkommen wie bei PostSecret, können sie mit einem interessierten Publikum rechnen, zumal wenn sie dieses mit einem Titel konfrontieren wie dem von Robert Neuendorfs Beichthaus-Collection: *Als ich meine Mutter im Sexshop traf: Die intimsten und peinlichsten Beichten der Welt* (München 2009).

Interviews, dass diese auch Vergehen berichten, die nicht stattgefunden haben, um Aufmerksamkeit zu erhalten oder ihrer Phantasie freien Lauf zu lassen. So wird der gebeichtete Ehebruch, der den Ehebruch als moralische Verfehlung relativiert, zur bloßen Phantasie und die Beichte zur Literatur, was zu neuen Überlegungen zum alten Bedingungsgefüge Kunst und Leben, Fiktion und Realität einlädt. Turkle geht dieser Frage nicht nach. Sie problematisiert den Wahrheitsgehalt der *true confession* vielmehr unter der Voraussetzung, dass wahrhaftige Geständnisse ein wirkliches Gegenüber verlangen, das sich betroffen fühlt von der Beichte und verantwortlich für den Beichtenden. Turkles Antwort auf die Frage: „In what framework does confessing to online strangers make sense?“ lautet deswegen kompromisslos und wenig inspirierend: „It does not connect us with people who want to know us (...) It does nothing to improve our practical situations. It may keep us from taking positive action because we already feel we've done something.“¹⁷

Aber man muss die Kritik verdoppeln: Die Beichten erfolgen nicht nur nicht in der richtigen Community, sondern auch im falschen kommunikativen Umfeld, wenn sie, wie im Falle *Beichtthaus* von Werbung umzingelt sind. Und man muss die Perspektive erweitern, denn Websites, auf denen anonym gebeichtet werden kann, dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass man sich im World Wide Web potentiell *immer* in der Beichtsituation befindet: mehr oder weniger unbewusst und mehr oder weniger identifizierbar.

2. Google: Das neue Auge Gottes

Das Problem wird seit langem diskutiert unter dem Stichwort Datenschutz, die religiösen Stichworte liefert spätestens Viktor Mayer-Schönberger 2009 mit seinem Buch *Delete. The Virtue of Forgetting in the Digital Age*, das 2010 auch auf Deutsch erschien. Mit der Tugend des Vergessens, so die These des Buches in religiöser Hinsicht, verspielen wir auch die Aussicht auf Vergebung. Das Beispiel, das Mayer-Schönbergers Argumentation eröffnet, steht für viele: Die 26jährige Stacy Snyder durfte im Frühjahr 2006 trotz brillanter Prüfungsabschlüsse nicht Lehrerin werden, weil sie auf *MySpace* ein Foto gepostet hatte, auf dem sie als „drunken pirate“ posiert. Eine solche ‚Ermutigung‘ zum Trinken von Alkohol sei standeswidrig, so Snyders Universität; eine Sicht, der sich auch das zuständige US-Bundesbezirksgericht anschloss, vor dem Snyder ihre Universität verklagte.

¹⁷ Turkle, Sherry: *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, New York 2011, S. 237f. Dieses Fazit ignoriert den von Turkle selbst berichteten Fakt, dass PostSecret jährliche Picknicks durchführt, auf denen die Nutzer der Website sich treffen können (S. 230), und widerspricht natürlich dem Bild der Anteil nehmenden PostSecret-Gemeinde, das Warren selbst für sein Unternehmen malt (www.ted.com/talks/lang/en/frank_warren_half_a_million_secrets.html, archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2Hm6avf>).

Dieses Vorgehen ist absurd angesichts der Unschuld des Fotos, das auf einer Kostümparty entstanden war: Snyder trägt einen Piratenhut und trinkt aus einem gelben Plastikbecher des Schokoladenherstellers Hershey, mit der sichtbaren Aufschrift *Goodbar. Milk Chocolate*, ohne das geringste Zeichen der Alkoholisierung. Snyders Vergehen liegt einzig in der völlig willkürlichen Betitelung des Fotos, mit der sie Freunde zum Lachen bringen wollte: *Betrunkenen Pirat*.¹⁸

Die Details lenken ab vom eigentlichen Problem. Es geht nicht darum, ob Snyder betrunken war, sondern ob sie betrunken sein darf. Es geht also auch nicht darum, dass man die Veröffentlichung solcher Fotos besser unterlasse oder zumindest deren Identifizierung verhindere, wie ein Artikel in der *New York Times* zum Snyder-Fall rät: „If you’re going to upload the pictures (of a bachelorette party – R.S.), don’t tag with real names“.¹⁹ Zumal seit der Einführung von Gesichtserkennungssoftware wie Googles Goggle und der Aufforderung Facebooks mögliche Bekannte auf Fotos zu identifizieren auch dies keinen Schutz mehr bietet. Rettung kann nur in einer veränderten moralischen Perspektive liegen. Auch das notiert der *New-York-Times*-Artikel: „The day may come when nothing that is said online will be treated as embarrassing because we will have become accustomed to everyone disclosing everything.“ Der Beweis wäre freilich noch zu erbringen, dass die mittels Internet und Suchmaschine entstandene Situation der Überwachung und Kontrolle wirklich zu einer Umwertung der Werte führt statt, wie zu vermuten, zu vorauseilender Selbstdisziplinierung.

Mayer-Schönberger jedenfalls setzt nicht auf die Änderung der Moral, wenn er ein Verfallsdatum für Online-Daten fordert, das im Grunde schon der damalige Google-CEO Eric Schmidt empfahl, als er 2010 voraussagte, in Zukunft werde jeder junge Mensch das Recht haben, mit Erreichen der Volljährigkeit seinen Namen zu wechseln, um nicht mehr den Peinlichkeiten – oder ‚Sünden‘ – der Jugend zuortbar zu sein.²⁰ Damit unterschlägt Schmidt freilich, dass gerade Google die Ver-

¹⁸ Mayer-Schönberger, der als Quelle nur auf <http://voices.washingtonpost.com/securityfix/Decision%202008.12.03.pdf> (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2I1o97E>) verweist, geht nicht auf andere Vorwürfe der Universität gegen Stacy Snyder ein (schlechte Studienleistungen, Negativaussagen über Vorgesetzte auf ihrer MySpace-Seite). Zurecht, möchte man annehmen, denn man muss davon ausgehen, dass im Falle Snyder wie auch in vergleichbaren Fällen das inkriminierende Foto der Anlass und Grund des Vorgehens ist, nicht aber das Hauptargument, da solche privaten Postings in der Regel unter das Recht auf freie Meinungsäußerung fallen, auf das Snyder auch geklagt hatte. Der Verstoß ist eher ein moralischer in juristischer Einkleidung. Das Problem der Kontrolle privaten Verhaltens und Bestrafung des Verstoßes gegen die ‚guten Sitten‘ bleibt.

¹⁹ Stross, Randall: *How to Lose Your Job on Your Own Time*; *New York Times*, 30.12.2007 http://www.nytimes.com/2007/12/30/business/30digi.html?_r=3&ei=5088&en=61b5676f9afcd5a9&ex=1356670800&oref=slogin&partner=rssnyt&emc=rss&pagewanted=all (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2I9E6FD>).

²⁰ Jenkins, Jr., Holman W.: *Google and the Search for the Future*, *The Wall Street Journal*, August 14, 2010; <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704901104575423294099527212.html> (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2IGyo6W>).

linkung der neuen mit den alten Namen ermöglichen würde. Denn (mit) Google entgeht (einem) nichts; Google ist, als effektivste und populärste aller Suchmaschinen, der Name des Panopticons im 21. Jahrhundert: das neue Auge Gottes.

Die Assoziation von Google mit Gott ist keineswegs neu. Sie führte 2006 zur Parodie-Religion *The Church of Google* des Kanadiers Matt MacPherson, der Googles Göttlichkeit damit beweisen will, dass Google omniscient, omnipresent, immortal, infinite und omnibenevolent ist.²¹ Die letzte Behauptung bezieht sich auf Googles Unternehmensphilosophie, die in Punkt sechs aufführt: „You can make money without doing evil.“²² Was das Teuflische wäre, lässt Google so offen wie es die Algorithmen seiner Suchtechnologie geheim hält. Einzig der Hinweis, dass keine Manipulation der Suchergebnisse zugunsten der Partner Googles vorgenommen wird, legt eine Fährte möglicher Vergehen: „We never manipulate rankings to put our partners higher in our search results and no one can buy better PageRank. Our users trust our objectivity and no short-term gain could ever justify breaching that trust.“

Die abgelehnten Kurzzeitgewinne treten auch im sogenannten *Don't be evil*-Manifest der beiden Firmengründer auf, das die verurteilte Handlung zu einer verurteilten Haltung aufstockt: „Don't be evil. We believe strongly that in the long term, we will be better served – as shareholders and in all other ways – by a company that does good things for the world even if we forgo some short term gains.“

Es ist klar, dass eine Firma, die sich einen solchen Imperativ auferlegt, daran gemessen wird, und dass die Beobachtung gern das religiöse Stichwort aufgreift. So kritisiert *The Washington Post* am 26.1.2012 unter der Überschrift „Maybe it's time for Google to rethink its ‚Don't be evil‘ motto“, dass Google nun doch Suchergebnisse manipuliert zugunsten des eigenen Anti-Facebook-Produkts *Google+* und dass Google nun doch alle Datenspuren seiner Nutzer zusammenführen will, die auf den verschiedenen Google-Diensten – Google, Google Maps, Google+, Google Mail, Google Kalender etc. – hinterlassen werden.²³ Der Artikel endet mit der Warnung, dass Google „a digital dossier of your life“ anlegt, was ein Leserkommentar im Hinblick auf Googles Video-Plattform YouTube mit der naheliegenden Sorge quittiert: „I don't want my personal video viewing hi-

²¹ http://www.thechurchofgoogle.org/Scripture/Proof_Google_Is_God.html (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2It3XWb>).

²² <http://www.google.com/about/company/philosophy/> (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2J0fP8Z>).

²³ Topolsky, Joshua: Maybe it's time for Google to rethink its ‚Don't be evil‘ motto, http://www.washingtonpost.com/business/technology/maybe-its-time-for-google-to-rethink-its-dont-be-evil-motto/2012/01/25/gIQAAS0XRQ_story.html (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2J6wm7D>). Der Vorwurf besteht darin, dass Google jenen, die über den Google Emailservice Gmail eingeloggt sind, bei Suchanfragen zunächst Ergebnisse aus dem sozialen Netzwerk Google+ liefert.

story to be visible to users who know me in my professional life when my work-places uses gmail and I am logged in.“²⁴

Angesichts solcher Aussichten persönlicher Dossiers lenkt die Kritik, die 2010 Googles *Street View*-Aktivitäten in Deutschland traf, fast ab vom eigentlichen Problem. Gleichwohl verwiesen die Überschriften – „Die neue Welt ist nackt“ – und Bildmontagen – die Visualisierung der beiden Buchstaben „o“ in „Google“ als Augen – in den wichtigsten deutschen Zeitschriften auf die Gefahr der Datenkontrolle, die auch jenseits von Google Street View besteht, und etablierten Google im öffentlichen Bewusstsein als „Datenkrake“, die alle Handlungen im Netz nachvollziehen und nach unbekanntem Kriterien speichern und auswerten kann.²⁵ In Folge dieses Bewusstseins verschiebt sich die Adresse des *Don't be evil*-Imperativs von Google auf seine Nutzer beziehungsweise auf alle Nutzer des WWW, die sich nun nicht mehr sicher sein können, dass verborgen bleibt, welche Websites sie besucht, welche YouTube-Videos sie gesehen und welche Ansichten sie in den verschiedenen sozialen Netzwerken, Blogs oder sonstigen Plattformen des WWW geäußert haben. Google fungiert, je teuflischer es wird, um so mehr als allwissender Gott.

Die implizierte Drohung der Aufdeckung aller online vollzogenen oder online präsenten Handlungen evoziert das Bild des Panopticons als permanente, unsichtbare Überwachung und gemahnt an Facebooks Operationsmodell der radikalen Transparenz, von dem sich Mark Zuckerberg – als ‚Messias‘ der sozialen Netzwerke – eine bessere Gesellschaft verspricht. Gleichwohl ist das Image, das Google für sich beansprucht, weder das der Überwachung noch das der Sozialutopie. Das erklärte Ziel ist nicht Kontrolle oder moralische Wertung, sondern effektive Beratschlagung durch personalisierte Suchergebnisse und personalisierte Werbung. Google knüpft im Grunde an den Ursprung der Metapher vom Auge Gottes an, wie er in Genesis 16,13 berichtet wird, als Hagar, die Magd von Abrahams Frau Sarai, schwanger mit Abrahams Kind und vertrieben von Sarai in die Wüste floh, wo ihr ein Engel erschien und gebot zurückzukehren mit der Verheißung reicher Nachkommenschaft. Hagars Ausruf: „Du bist ein Gott, der mich

²⁴ Topolsky, Joshua: Maybe it's time for Google to rethink its ‚Don't be evil‘ motto.

²⁵ Der Stern malte auf der Frontseite seiner Ausgabe vom 18. August 2010 dem Wort „Google“ ein Auge in beide „o“ und titelt: Big Brother Google is watching you“. Die ZEIT präsentiert das Auge Googles am 19. August 2010 mit einer 360 Grad Kamera unter dem Titel: „Die neue Welt ist nackt“, S. 4. Googles weitere datenschutzrechtlich problematische Aktivitäten blieben natürlich nicht unbedacht und wurden thematisiert in Büchern wie Reischl, Gerald: Die Google-Falle. Die unkontrollierte Weltmacht im Internet, Wien 2008; Kurz, Constanze et al.: Die Datenfresser: Wie Internetfirmen und Staat sich unsere persönlichen Daten einverleiben und wie wir die Kontrolle darüber zurückerlangen, Frankfurt am Main 2011. Als Datenkrake wird Google unter anderem beschrieben in Behrens, Daniel: Datenkrake Google – so schützen Sie sich, Artikel in PC Welt vom 15.3.2010 (<http://www.pcwelt.de/ratgeber/Google-weiss-alles-ueber-Sie-Datenkrake-Google-so-schuetzen-Sie-sich-350828.html>, archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2JIasoA>) und bereits 2006 in Bagers, Jo: Der Datenkrake. Google und der Datenschutz, im Magazin für Computertechnik, 10/2006, S. 168 (<http://www.heise.de/ct/artikel/Der-Datenkrake-290454.html>, archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2JOfej9>).

sieht“ ist voller Dankbarkeit und noch völlig frei von der Lesart des fürsorglichen Auges schützender Wachsamkeit als zugleich aufpassendes Auge, das der Durchsetzung gesellschaftlicher Normen dient durch die Vermutung umfassender Überwachung und künftiger Abrechnung.

Genau in dieser Rolle will Google sich sehen: als Ratgeber in der Not, als Orientierung in der Flut der Information und auch als Handlungsanweisung. Wie Google CEO Schmidt ebenfalls 2010 verkündete: Google will nicht nur unserer Fragen beantworten, es will uns sagen, was wir als nächstes tun sollen.²⁶ Das ist freilich nur möglich, wenn Google uns so gut kennt, wie einst der Engel Hagar. Auch wenn Google nicht auf die Weltverbesserung zielt, sondern auf die Verbesserung individueller Serviceleistung, die dafür nötige Datensammlung zu den individuellen Interessen seiner Nutzer und die damit verbundene technische Realisierung der Metapher vom alles sehenden Auge Gottes bleibt nicht ohne Konsequenzen für das Verhalten dieser Nutzer. Der von Mayer-Schönberger berichtete Fall der Stacy Snyder ist nur die Overtüre zur totalen Sichtbarkeit allen menschlichen Verhaltens. Die mediale Entwicklung installiert die Permanenz der Beichtsituation sowohl über die dafür online geschaffenen alternativen Orte wie auch über das Einverständnis der Betroffenen hinaus und determiniert so künftige Verhaltensformen.

Die Konsequenz dieser Konstellation bleibt abzuwarten. Sie kann zu einer Umwertung der Werte führen, aber auch zur Disziplinierung der Gesellschaft. In jedem Falle erfordert sie eine Diskussion moralischer Wertvorstellungen, die zweifellos über das hinausgeht, was Papst Benedictus PP. XVI im Blick hatte, als er zum 44. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel die Priester dazu aufrief, die neuen Medien zur Verkündigung des Evangeliums zu nutzen. Die neuen Medien sind nicht ein neutrales Werkzeug, das auch im Sinne Gottes eingesetzt werden kann. Sie haben, wie alle Medien, ihre eigene Botschaft, deren Kompatibilität mit den Interessen der Kirche zumindest in Frage steht. Die bisherige Erörterung hat gezeigt, dass die Disposition der neuen Medien einerseits zu einer hierarchielosen, andererseits zu einer permanenten, unbewussten Beichtsituation führt. In beiden Fällen ist die Kirche nicht mehr Ort und Subjekt der Handlung. Diese Art der Enteignung erfolgt darüber hinaus auch, wenn es um das eigentliche Kapital der Kirche geht: die transzendente Letztbegründung des menschlichen Seins.

3. Facebook: Pascals Zimmer und Zerstreuung

„Das 21. Jahrhundert wird ein Jahrhundert der Religion sein, oder es wird nicht sein.“ So lautete die vielzitierte Prophezeiung des französischen Schriftstellers und gaullistischen Kulturministers André Malraux Mitte des 20. Jahrhunderts. Und in der Tat, seit Ende des 20. Jahrhunderts ist zunehmend die Rede von der Wiederkehr des Religiösen. Der italienische Philosoph Gianni Vattimo sieht diese

²⁶ Jenkins, Jr., Holman W.: Google and the Search for the Future.

Wiederkehr motiviert „durch drohende globale, unvorstellbare, in der Geschichte der Menschheit noch nie dagewesene Risiken“ sowie „die Angst vor dem Verlust des Sinns der Existenz“.²⁷ Vattimo unterschlägt nicht, dass die „neue Vitalität der Religion“ auch davon profitiert, dass „die Philosophie und das kritische Denken im allgemeinen (...) nicht (mehr) in der Lage sind, der Existenz einen Sinn zu geben.“²⁸ Aus dieser postmodernen Sinnkrise resultierte für ihn schon 1985 eine neue Funktion der Philosophie: Den Menschen nicht mehr zu zeigen, wohin sie unterwegs sind, sondern wie man unter der Bedingung lebt, nirgendwohin unterwegs zu sein.²⁹ Religion ist für Vattimo keine Lösung: „Auf das Problematische und Chaotische der spätmodernen Welt mit einer Rückkehr zu Gott als dem metaphysischen Fundament zu reagieren bedeutet, um mit Nietzsche zu reden, sich der Herausforderung des Übermenschentums nicht zu stellen.“³⁰

Die Erfahrung der Ziellosigkeit und des Endzeitcharakters hat sich 25 Jahre später keineswegs erledigt, wie Meredith Haafs Generationsbuch *Heult doch: Über eine Generation und ihre Luxusprobleme* (2011) zu entnehmen ist, dem sie eine entsprechende Aussage von Susan Sontag aus dem Jahr 1996 voranstellt: „Instead of the utopian moment, we live in a time which is experienced as the end – more exactly, just past the end – of every ideal.“ Auch für Haaf verflochten sich Zukunftsangst und Sinnkrise: Die Angst resultiert aus dem „schreckensvollen Dreiklang aus Energiekrise, Klimawandel und Massenarbeitslosigkeit“, die Sinnkrise aus postmodernem Desillusionismus: „Der politisch entscheidende Aspekt des Postoptimismus ist, dass uns der Glaube an große soziale oder politische Projekte verloren gegangen ist“.³¹

Wie sich unter solchen Bedingungen des sowohl metaphysischen wie sozialen Unbehaustseins die Zuflucht zu religiösen Sinngebungsangeboten vermeiden lässt, wird uns gleich beschäftigen. Zunächst ist festzuhalten, dass Abfall und Rückkehr zu Gott keine Phänomene nur des 20. oder 21. Jahrhunderts sind, auch nicht erst des 19. oder 18. Erinnert sei an den französischen Mathematiker und Philosophen Blaise Pascal, der in der Mitte des 17. Jahrhunderts mit seiner berühmten Wette für den Glauben an Gott wirbt: Weil man, wenn es ihn gibt, gewinnt, und, wenn es ihn nicht gibt, nichts verliert. Dieser Perspektive lässt sich widersprechen angesichts des Verzichts auf all jene irdischen Genüsse, die den Glaubensregeln entgegenstehen, wie schon Paulus im ersten Korintherbrief (15,19) eingesteht: „Wenn wir nur in diesem Leben unsere Hoffnung auf Christus gesetzt haben, sind wir bemitleidenswerter als alle Menschen.“

²⁷ Vattimo, Gianni: Die Spur der Spur, in: Jacques Derrida und Gianni Vattimo: Die Religion, Frankfurt 2001, S. 108.

²⁸ Ebd., 109.

²⁹ Vattimo, Gianni: Jenseits vom Subjekt, Wien 1986, S. 17.

³⁰ Vattimo, Gianni: Die Religion, S. 111.

³¹ Haaf, Meredith: Heult doch: Über eine Generation und ihre Luxusprobleme, München 2011, S. 73 und S. 79f.

Ich überlasse diese Frage der Theologie und konzentriere mich hier auf den medienwissenschaftlichen Aspekt der Pascalschen Wette, der sich in Pascals ebenfalls berühmten Gedanken über die Zerstreuung äußert, denen zufolge „das ganze Unglück der Menschen aus einem einzigen Umstand herrühre, nämlich, dass sie nicht ruhig in einem Zimmer bleiben können.“³² Denn dort würde der Mensch „notgedrungen in Gedanken über jene Geschehnisse verfallen, die ihn bedrohen, über die Empörungen, die eintreten können, und schließlich über den Tod und die Krankheiten, die unausbleiblich sind, so dass er nun, wenn ihm das fehlt, was man Zerstreuung nennt, unglücklich ist.“ Aus eben diesem Grunde, so ein weiterer Gedanken aus dem langen Textsegment, wolle man den Hasen, den man jagt, nicht geschenkt haben, denn: „Dieser Hase würde uns nicht von dem Gedanken an den Tod bewahren, die Jagd jedoch bewahrt uns davor.“ Aus dieser existentialistischen Perspektive sind für Pascal die Ungläubigen schon deswegen unglücklich, weil sie Zuflucht in der Zerstreuung suchen müssen.³³ Pascals Antwort weist auf Gott, der Weg zu diesem führt durch die Ruhe des Zimmers, der die anderen so verzweifelt in den Lärm der Welt zu entkommen suchen.

An dieser Gleichung hat sich auch im 21. Jahrhundert nicht viel geändert, wie schon der Titel der Botschaft von Papst Benedikt XVI zum 46. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel 2012 verrät: „Stille und Wort: Weg der Evangelisierung“. In dieser Botschaft zitiert Papst Benedikt XVI sich selbst aus einer Predigt im Oktober 2006: „Wir (brauchen) jenes Schweigen, das Kontemplation wird, die uns in das Schweigen Gottes eintreten und so dorthin gelangen lässt, wo das Wort, das erlösende Wort geboren wird.“³⁴

Die zugelassene Stille ist, wie schon bei Pascal, Voraussetzung, die Angst vor der Stille zu überwinden, denn: „Die Grundfrage über den Sinn des Menschen findet im Geheimnis Christi die Antwort, die der Unruhe des menschlichen Herzens Friede geben kann.“

Unruhe aber droht vom Internet her, wo „der Mensch von heute (...) von Antworten auf Fragen bombardiert (wird), die er sich nie gestellt hat, und auf Bedürfnisse, die er nicht empfindet“. Diese Gefahrenanzeige verwundert kaum, eher ist man erstaunt, welch positives Potenzial Papst Benedikt XVI dennoch im Netz sieht:

³² Nummer 136 in der Zählung der Lafuma-Ausgabe (*Œuvres complètes*, hg. v. Louis Lafuma, Edition du Seuil, Paris 1963) bzw. Nummer 139 in der Zählung der Brunschvicgs-Ausgabe (bzw. *Opuscules et Pensées*, hg. von Léon Brunschvicg, Paris 1897). Die Folgezitate entstammen ebenfalls diesem Gedanken in der Übersetzung von Ulrich Kunzmann.

³³ So unterstellt auch das Fragment 160/257, dass jene, die dahin leben, ohne Gott zu suchen oder gefunden zu haben, „töricht und unglücklich“ sind.

³⁴ Papst Benedikt XVI: Botschaft zum 46. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel: Stille und Wort: Weg der Evangelisierung, 2012. Die Folgezitate sind der gleichen Botschaft entnommen.

Mit Interesse sind die verschiedenen Websites, Anwendungen und sozialen Netzwerke zu betrachten, die dem Menschen von heute behilflich sein können, Momente des Nachdenkens und echten Fragens zu erleben, aber auch Räume der Stille und Gelegenheit zu Gebet, Meditation oder Austausch über das Wort Gottes zu finden. In der auf das Wesentliche konzentrierten Form kurzer Botschaften, oft nicht länger als ein Bibelvers, kann man tiefe Gedanken zum Ausdruck bringen, wenn man es nicht versäumt, das eigene innere Leben zu pflegen. Es ist nicht verwunderlich, wenn in den verschiedenen religiösen Traditionen die Einsamkeit und die Stille privilegierte Räume sind, um den Menschen zu helfen, sich selbst und jene Wahrheit wiederzufinden, die allen Dingen Sinn verleiht.

Die Passage verrät die Unschlüssigkeit und Inkonsequenz, mit der Papst Benedikt XVI das Internet betrachtet. Benennt er zuvor das Internet an sich als Gefahr, klammert er nun jene Websites und Botschaften aus, die *im* Internet der Disposition des Mediums entgegenwirken, um schließlich die Bedeutsamkeit des einsamen Raumes außerhalb des Internet hervorzuheben. Im Grunde weiß Papst Benedikt XVI, dass die mediale Disposition des Internet nicht dem stillen Zimmer entspricht, sondern der Hasenjagd. Das Internet ist die Widerrufung der Stille, selbst dann noch, wenn seine Texte die Bedeutsamkeit der Stille verkünden, denn es zielt, der Name sagt es, auf Vernetzung, nicht auf Isolierung. Nach den Botschaften zum 44. und 45. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel, die ja gerade zur Eroberung des Internet im Dienste der Religion aufriefen, muss dieser Kernkonflikt freilich rhetorisch überdeckt beziehungsweise voluntaristisch gelöst werden. So heißt es weiter:

Die Stille ist kostbar, um das nötige Unterscheidungsvermögen zu fördern im Hinblick auf die vielen Umweltreize und die vielen Antworten, die wir erhalten, gerade um die wirklich wichtigen Fragen zu erkennen und klar zu formulieren. In der komplexen und bunten Welt der Kommunikation taucht jedenfalls das Interesse von vielen für die letzten Fragen der menschlichen Existenz auf: Wer bin ich? Was kann ich wissen? Was muss ich tun? Was darf ich hoffen?

Der Voluntarismus steckt im Adverb „jedenfalls“, mit dem die Rede trotzig vom Reich der Zerstreung zu dem der Kontemplation wechselt. Inwiefern treten in der bunten Welt der Kommunikation diese existentiellen Fragen auf und inwiefern *in jedem Falle*? Die einschränkende Mengenangabe „von vielen“ mildert das bedingungslose „jedenfalls“, erledigt aber nicht die naheliegende Vermutung, dass für die anderen – und das sind wahrscheinlich nicht wenige, sondern die meisten – gerade die bunte Welt der Kommunikation dazu führt, die letzten Fragen der menschlichen Existenz *nicht* zu stellen. Die „bunte Welt der Kommunikation“ ist der Widersacher, und zwar gerade deswegen, weil diese Welt nicht protestantisch ist, wie Hörisch noch für die elektronischen Medien aufgrund ihrer Individualisierungstendenzen vermerkte, sondern, mit Blick auf ihre opulente Vernetzungskultur, katholisch.³⁵ Welche Konsequenzen hat diese Differenzierung für Hörischs

³⁵ Hörisch verweist in seinem Aufsatz „Das Heilsversprechen der neuen Medien“ auf die mit den Privatsendern entstandene „Individualisierung von Information, Kommunikation und

eingangs erwähnte Kurzschließung des Abendmahls mit dem Nullmedium Fernsehen? Lassen sich, trotz ihres Partizipationscharakters, auch die sozialen Medien – Facebook, Twitter, YouTube, Flickr etc. – als Nullmedien des Sinns denken? Als „buddhistische Maschine“ gar, wie Enzensberger für das Fernsehen notierte?

Enzensbergers Hauptbeweis, dass es beim Fernsehen nicht um Botschaften geht, war ein sechs Monate altes Baby vor dem Bildschirm, das die Bilder zwar schon aus hirnpfysiologischen Gründen nicht verstehen kann, trotzdem aber mit selbstvergessenem Ausdruck hypnotisiert und glücklich sitzen bleibt: Symbol einer sinnfreien Intensität des reinen Augenblicks, der nicht aus der Vergangenheit zu erklären ist und nichts für die Zukunft bedeutet. Das Beispiel mag dem eigenen Erfahrungsschatz entsprechen, leuchtet aber keineswegs ein, wenn es nicht mehr um Säuglinge geht. Enzensberger überschätzt die Attraktivität des Sinnlosen. Für Erwachsene enthält Zerstreuung ohne jeglichen Sinn den Beigeschmack der Kritik, weswegen Siegfried Kracauer dem Kino einst riet, es solle, statt das Theater mit seinem narrativen Element zu imitieren, „radikal auf eine Zerstreuung abzielen, die den Zerfall entblößt, nicht ihn verhüllt.“³⁶ Im gleichen Gestus findet sich in Adornos Kapitel zur Kulturindustrie in der *Dialektik der Aufklärung* der Hinweis, dass das *reine*, das heißt: absolute Amüsement vom *gängigen* der Kulturindustrie beschnitten wird „durch das Surrogat eines zusammenhängenden Sinns“.³⁷ Absolutes Amüsement, radikale Zerstreuung wären schon wieder Kritik. Zerstreuung braucht ein Alibi. Für die Fernsehzuschauer ist dies die jeweils erzählte Geschichte, auswechselbar zwar und oft voll logischer Brüche, aber gleichwohl fesselnd für den Augenblick. Das Alibi der Web 2.0-Nutzer ist die Kommunikation, direkt und konkret zwar, aber zumeist nur für den Augenblick bestimmt.

Der Medienwissenschaftler Norbert Bolz konstatiert 2007 eine „Kommunikation um der Kommunikation willen“ – so die Überschrift eines Kapitels in seinem Buch *ABC der Medien* – als „Kult“ und „Ersatzreligion“ der Informationsgesellschaft.³⁸ Bolz reduziert diese Beobachtung nicht auf das Internet, räumt diesem aber eine zentrale Rolle ein und spricht, vergleichbar McLuhans Aussage zum Computer, wenngleich weniger konkret, vom „Pfingstwunder des Internet“:

Kommunion“ und notiert: „Wenn Protestantismus denn heißt, dass das Heil nicht in der Kirche und ihren Gnadenmitteln, sondern allein in Gottes Gnade und im Glauben des Einzelnen liegt, so werden (meine dritte These) die neuen Medien immer protestantischer. Soll heißen: immer individualisierter“ (Hörisch, Jochen: Gott, Geld, Medien, S. 168). Greift man diese Kurzschließung von Medienentwicklung und Schisma im Kontext der Web 2.0-Kultur auf, ist eher die Stärkung des Katholischen zu vermerken, denn die sozialen Netzwerke sind Medien des Wir-Gefühls, deren Gnadenmittel das Feedback der Netz-Gemeinde ist, sei es als Kommentar, als *Gefällt-mir*-Klick oder einfach als Anzahl der Aufrufe eines publizierten Beitrages.

³⁶ Kracauer, Siegfried: Kult der Zerstreuung, in: ders.: Das Ornament der Masse, Frankfurt am Main 1963, S. 317.

³⁷ Adorno, Theodor W.: Gesammelte Schriften, Bd. 3: Horkheimer, Max / Adorno, Theodor W.: Dialektik der Aufklärung, Frankfurt am Main 1981.

³⁸ Bolz, Norbert: Das ABC der Medien, München 2007, S. 124.

„alle Menschen werden Brüder im Netz. Das technische Netzwerk nährt das soziale Phantom der Gemeinschaft.“³⁹ Die „phatische Kommunikation“ der sozialen Netzwerke ist die Vermeidung des Pascalschen Zimmers, das das Individuum auf sich selbst zurückweist. Die permanente Beschäftigung, die soziale Netzwerke in Kooperation mit mobilen Medien mit sich bringen, erlaubt dem *horror vacui* zu entkommen, den Pascal den Gottlosen nachsagt und der nach Nietzsche, Vattimo und Hörisch auch Problem des spät- und postmodernen Menschen ist.

Auf der Suche nach metaphysischer Geborgenheit ist die Rückkehr zu Gott keine unverständliche Reaktion. Für Vattimo, der es der Philosophie auferlegte, auf ein Leben ohne Ziel vorzubereiten, wäre es, wie gesehen, Eingeständnis des Scheiterns. Wenn die Botschaften selbst die Bindekraft verlieren, liegt die Alternative in der Umstellung der Kommunikation auf den Modus des Phatischen. Diese Umstellung erfolgt in den sozialen Netzwerken der neuen Medien, wo sich die Begegnungen unserer Zeit im Takt fortlaufender Updates und in der Anbetung unentwegter Gegenwart ereignen. Zumindest was seinen Säkularisierungseffekt betrifft, rettet sich damit das Projekt der Moderne, indem die neuen Medien als Alternative zur prognostizierten, von Vattimo befürchteten „Rückkehr zu Gott“⁴⁰ eintreten. In Anlehnung an die Ablösung der multilingualen Jünger durch den übersetzenden Computer in McLuhans Pflingstwunder-Referenz lässt sich die Ersetzung der Priester durch die Programmierer behaupten, die die Bedeutung „Verbindung“ in *religio* als „Link“ versteht und als heilbringendes Medium nicht die Kanzel in den Blick rückt, sondern Facebook, Twitter und ähnliche Netzwerke der Kommunikation. Die geschichtsphilosophische Pointe dieser Über- und Ersetzung folgt dem Verständnis, das Hörisch der Zerstreuung als Reaktion auf das Sinndefizit der spätmodernen Welt entgebringt:⁴¹

Wer viel und zerstreut fernsieht, ist demnach nicht einfach lesefaul, blöde, unkultiviert und darauf aus, sich zu Tode zu amüsieren. Er verhält sich vielmehr geschichtsphilosophisch einer Zeit adäquat, in der man nicht Derridas und Lyotards Schriften gelesen haben muss, um wissen zu können, dass es keine universal beglaubigungsfähigen transzendentalen Signifikate und keine großen Erzählungen mehr gibt, die auf mediale Vermittlung angewiesen wären.

Das Update der Medien bedingt natürlich das Regime einer neuen medialen Disposition. Zerstreuung erfolgt nun interaktiv, im Modus der Partizipation, die im Angriff alter Medienutopien als Überwindung des Kulturindustrie-Paradigmas erscheinen mag, gleichwohl aber Adornos Grundvorwurf gegenüber der Kulturbeziehungsweise Vergnügungsindustrie – „Die Befreiung, die Amusement verspricht, ist die von Denken als von Negation“⁴² –, zumindest auf gesellschaftstheoretischer

³⁹ Ebd.

⁴⁰ Vattimo, Gianni: *Die Religion*, S. 111.

⁴¹ Hörisch, Jochen: *Brot und Wein: die Poesie des Abendmahls*, S. 9.

⁴² Adorno, Theodor W.: *Gesammelte Schriften*, S. 167.

und identitätsphilosophischer Denk-Ebene mit dieser teilt. Die „bunte Welt der Kommunikation“, wie Papst Benedikt XVI das Internet kritisch kennzeichnet, ist dem spätmodernen Menschen gerade deshalb Segen, weil sie nach dem Tod Gottes und dem Ende der großen Erzählungen prinzipiell auch jene „letzten Fragen der menschlichen Existenz“ ausschließt, auf die Pascal und der Papst so viel Wert legen: „Wer bin ich? Was kann ich wissen? Was muß ich tun? Was darf ich hoffen?“⁴³

Das phatische Kommunikationsmodell der neuen Technologien steht im Einklang mit neurowissenschaftlichen Theorien, wonach dem Menschen ein empathischer Wunsch nach Kommunikation eigen ist.⁴⁴ Die Applikation dieser Theorien auf das Internet sieht in diesem Medium als Schule der Begegnung das Zueinander-Kommen des Menschen.⁴⁵ Parodistisch gewendet – obgleich nicht so gemeint – entsteht im Zeichen des Mitteilunggebots die Kirche des *Kopimismus* (von kopi mi: copy me) als Gemeinschaft von Filesharern, die Kommunikation als heilig erklärt und das Kopieren von Information als sakrale Handlung; was im Grunde auf die Behandlung des Urheberrecht nicht als juristische, sondern religiöse Frage hinausläuft.⁴⁶

Aus der Perspektive eines empathischen Kommunikationsmodells betrachtet auch Alexander Pschera in seiner *Apologie der sozialen Medien* Facebook als Medium der Liebe, das im herrschaftsfreien Raum wahre Kommunikation und Persönlichkeitsentfaltung erlaube und zugleich die von Vattimo, Sontag, Hörisch

⁴³ Papst Benedikt XVI: Botschaft zum 46. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel: Stille und Wort: Weg der Evangelisierung. Die Folgezitate sind der gleichen Botschaft entnommen.

⁴⁴ Für die neurowissenschaftlichen Theorien vgl. Tomasello, Michael: Die Ursprünge der menschlichen Kommunikation, Frankfurt am Main 2011, engl. 2008 und in dessen Gefolge Rifkin, Joshua: Die empathische Zivilisation: Wege zu einem globalen Bewusstsein, Frankfurt am Main 2010.

⁴⁵ Vgl. Assmann, Aleida: Hier bin ich, wo bist du? Einsamkeit im Kommunikationszeitalter, in: Mittelweg 36, Zeitschrift des Hamburger Instituts für Sozialforschung, 20(1) 2011, S. 4–23, hier: S. 7: „Mit dem Internet [...] hat der auf Kommunikation angelegte und ausgerichtete Mensch endlich das ihm kongeniale Medium erfunden“. Ebenso euphorisch Schulz, Gerhard: Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0. Kunst und Publikum im digitalen Zeitalter, in: Kulturpolitische Mitteilungen 134(3) (2011), S. 41: „Die digitale Welt, so meine dritte These, ist eine Schule der Begegnung. Simsen, Mailen, Bloggen, Surfen, Googeln – alles, was man im virtuellen Raum tut, führt nur zum Ziel, wenn man sich auf etwas konzentriert, das außerhalb von einem selbst existiert, um mit ihm in Berührung zu kommen.“

⁴⁶ <http://kopimistsamfundet.se> (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2KINZao>). Die von der schwedischen Regierung Anfang 2012 als Kirche anerkannte Bewegung des Kopimismus führt ideell und personell Christentum und Piratenpartei zusammen, denn ihr Gründer, der 2010 19-jährige Isak Gerson, ist zum einen Mitglied des Jugendverbandes der schwedischen Piratenpartei *Ung Pirat*, zum anderen Schatzmeister der christlichen Studentenbewegung Schwedens. Eine ähnliche Zusammenführung liegt vor, wenn Teilhard de Chardins christliche Vereinnahmung des aus der Naturwissenschaft stammenden Begriffs der Noosphäre – als Zusammenwachsen der Menschheit zu einem Geist – vom Hacker und Open-Source-Programmierer Eric Steven Raymond 1998 in seinem Essay „Home-steading the Noosphere“ für die Diskussion zu Urheberrecht und Geschenkökonomie der Open-Source-Kultur eingesetzt wird.

und Haaf vermerkte Utopielosigkeit durch die Verschiebung des ersehnten Ortes ins Mediale selbst überwindet:⁴⁷

Das Netz stellt uns als ‚soziales‘ eine sprechbare Universalsprache zur Verfügung und bietet dem utopischen Entwurf menschlicher Gemeinschaft, an dessen Verwirklichung wir als soziale Wesen unablässig arbeiten, neue Möglichkeiten der Verständigung und Annäherung (...).

Das Netz ist aus dem Material unserer sozialen Logik gewoben, die besagt, dass wir auf dieser Welt immer perfekter ‚Liebende‘ werden müssen, um aus dieser Welt einen lebenswerten Platz zu machen. Das ist unsere Mission. Das soziale Netz greift unsere Wünsche auf und hilft unserem Begehren weiter.

Pschera steht beispielhaft für eine positive Wendung der vielerorts kritisch vermerkten gesellschaftlichen Funktion der neuen Medien und speziell eines sozialen Netzwerkes wie Facebook. Dabei interessiert Facebooks Geschäftsmodell der Ökonomisierung aller in diesem Netzwerk kommunizierten persönlichen Daten nicht für eine sozialkritische oder gar gouvernementalitätstheoretische Perspektive auf Facebook als von Aufmerksamkeitsökonomie und Arbeitsmarkt erzwungenes Selfbranding und Selbstoptimieren. Was für andere ein permanentes Assessment-Center darstellt,⁴⁸ stilisiert Pschera zum Praxisfeld einer sozialen Utopie, die sich durch die inhaltliche Unbestimmtheit der Kommunikation konstituiert. Was der Medienwissenschaftler Geert Lovink in seinem Buch *Networks Without A Cause: A Critique of Social Media* als „culture of ‚detached engagement‘“ ohne gesellschaftspolitisch relevantes Ziel und Konzept beklagt,⁴⁹ begrüßt Pschera als herrschaftsfreie Kommunikation, erlöst „aus der Mechanik des Zweckhaften“, als „Moment des Subkulturellen“ und „Vorschule der Désinvolture“.⁵⁰

Die Umstellung auf die pathische Kommunikation bringt eine Verschiebung des Zeithorizonts auf die unmittelbare Gegenwart mit sich. Symbolischer Ort dafür ist die „im Lebenstakt pulsierende Pinnwand von Facebook“, deren Takt „Takt des Lebens (ist), weil er ein Takt von Augenblicken ist“: „Das aus und für den Augenblick geschene Sprechen genügt sich selbst, muss sich selbst genügen, um Ausdruck dieses Augenblicks zu sein.“⁵¹ Ebenso ist das „Tirillieren“ auf Twitter „ein Befreiungsversuch aus der Mechanik des Zweckhaften“: „Wir *twittern* und *facebooken*,

⁴⁷ Pschera, Alexander: 800 Millionen. Eine Apologie der sozialen Medien, Berlin 2011, S. 24f.

⁴⁸ Wiedemann, Carolin: Facebook: Das Assessment-Center der alltäglichen Lebensführung, in: Generation Facebook: Über das Leben im Social Net, hg. von Oliver Leistert et al., Bielefeld 2011, S. 161–181.

⁴⁹ Lovink, Geert: *Networks Without A Cause: A Critique of Social Media*, Malden 2012, S. 2. Ebd., S. 6: „the networks without cause are time eaters, and we’re only being sucked deeper into the social cave without knowing what to look for“.

⁵⁰ Pschera, Alexander: 800 Millionen, S. 43, S. 61, S. 62. Zum Vorwurf der Zeitvergeudung durch Kommunikation um ihrer selbst willen schreibt Pschera: „Indem man den sozialen Medien Ornamentalisierung vorwirft, tabuisiert man aber nur ihr Potenzial der Untertunelung“ (ebd., S. 61), das heißt des zweckfreien, spielerischen Sprechens ohne inhaltliche Botschaft und gesellschaftsverändernden Impetus.

⁵¹ Ebd., S. 29 und S. 32.

weil wir ahnen, dass sich dort, zwischen jenen dünnen, zusammengeschaubten Drähten des Netzes, unser Utopie-Potenzial organisiert“ – als „Möglichkeit einer Unmittelbarkeit“, mit der „das soziale Netz uns zu einem neuen Sprechen des Augenblicks zurückverhilft“ und „Augenblicks-Liebende“ zu bleiben erlaubt.⁵² Was anderen – Pascal, Adorno, Papst Benedikt XVI – Flucht vor sich selbst ist, wird Pschera Ankunft. Dieses „Begehren nach einer zweckhaften Sprache des Augenblicks“⁵³ verkehrt, um noch einmal Teufel und Wette zu bemühen, Fausts Pakt mit Mephisto in der Diktion Goethes – „Werd’ ich zum Augenblicke sagen: Verweile doch! Du bist so schön! Dann magst du mich in Fesseln schlagen, dann will ich gern zugrunde gehn!“ – zum Bild eines Menschen, der gerade im Takt der Augenblicke sich verwirklicht, in der „Gegenwartsinbrunst von *Twitter* und *Facebook*“.⁵⁴

4. Like/Dislike-Button: Das epistemologische Paradies

Im gleichen Jahr, da Pschera sein Loblied auf die sozialen Medien publizierte, rief Papst Benedikt XVI zu einem verantwortungsvollen Umgang mit diesen auf. In seiner Botschaft zum 45. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel mit dem Titel „Wahrheit, Verkündigung und Authentizität des Lebens im digitalen Zeitalter“ konstatiert er: Mit der „neuen Weise, Information und Wissen zu verbreiten, entsteht eine neue Lern- und Denkweise mit neuartigen Möglichkeiten, Beziehungen zu knüpfen und Gemeinschaft zu schaffen“, um die Mahnung hinzuzufügen: Wenn die neuen Kommunikationstechnologien „vernünftig genutzt werden, können sie dazu beitragen, das Verlangen nach Sinn, nach Wahrheit und nach Einheit zu stillen, das die tiefste Sehnsucht des Menschen bleibt.“

Was die neue Produktion und Rezeption von Information innerhalb sozialer Netzwerke betrifft, betrachtet der Papst „einige der für das Web typischen Sachgesetzmäßigkeiten“ mit wesentlich mehr Sorge als Pschera: den Narzissmus der Selbstdarstellung, die Flucht in eine Parallelwelt, die Oberflächlichkeit virtueller sozialer Beziehungen sowie die Gefährdung der Wahrheit zugunsten der Popularität. Dazu heißt es:⁵⁵

⁵² Ebd., S. 43 und S. 45.

⁵³ Ebd., S. 65f.

⁵⁴ Ebd., S. 66. Die Psychotechnik des Augenblicks auf Facebook und Twitter lässt sich verstehen als technisches Pendant zur Augenblicksästhetik, die in Reaktion auf die postmoderne Situation seit den 1980er Jahren entworfen wird, wie zum Beispiel Lyotards Ereignis-Ästhetik des Erhabenen als Lösung der Sinnkrise durch Seinsintensität oder Hans Ulrich Gumbrechts Präsenzkultur als Absage an das Denken von Zukunft als Denken von Alternativen und Hinwendung zu Momenten der Intensität beziehungsweise der „Gegenwartsinbrunst“, wie Pschera formuliert. Zur Diskussion dieser Ereignis-Ästhetik auch im Kontext digitaler Kunst vgl. meine Studie *Textmaschinen – Kinetische Poesie – Interaktive Installation. Zum Verstehen von Kunst in digitalen Medien* (Bielefeld 2012), v.a. S. 25–140 und S. 257–282.

⁵⁵ Im Aufgriff der Papst-Botschaft zum 45. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel erklärte auch Erzbischof Claudio Maria Celli, Präsident des Pontifical Council for Social Communications in einer Rede: „We must be conscientious, above all, of the value of the

Vor allem müssen wir uns bewußt sein, daß die Wahrheit, die wir mitzuteilen suchen, ihren Wert nicht aus ihrer „Popularität“ oder aus dem Maß der ihr gezollten Aufmerksamkeit bezieht. Wir müssen sie in ihrer Vollständigkeit nahebringen, anstatt den Versuch zu unternehmen, sie akzeptabel zu machen und sie dabei vielleicht sogar zu verwässern. Sie muß zur täglichen Nahrung werden und nicht Attraktion eines Augenblicks.

Ich lasse den Verweis auf die Attraktion des Augenblicks beiseite und konzentriere mich auf eine der „neuen und komplexeren Formen (...) allgemeinen Wissens“ im Web, die Papst Benedikt XVI anspricht, ohne konkret zu werden. Es geht um eine sehr populäre Form der Wahrheitsfindung, die die schlimmsten Befürchtungen von Papst Benedikt XVI zur Gefahr des Populismus bestätigt und zugleich im Bereich des Wissens auf beunruhigende, im Grunde perfide, wenn man so will: frevlerische Weise eine Art Paradies herbeiführt.

Zu den für das Web typischen Sachgesetzmäßigkeiten gehört die Quantifizierung aller nur denkbaren Aspekte und Bereiche des menschlichen Lebens. Sichtbarster Ausdruck dafür sind Besucherzahlen für Websites – die vor zehn Jahren noch auf diesen selbst angezeigt wurden – und Videos, die auf YouTube die Popularität eines Beitrages bestimmen. Ein neueres, inzwischen aber breit etabliertes Phänomen sind die *social plugins* wie die Like- und Dislike-Buttons, die seit 2009 den 2006 eingeführten Share-Button ergänzen und ersetzen. Die Attraktivität dieser Buttons für die Global Player des Internet liegen auf der Hand: Die mitteilungs-freudige Web 2.0-Kultur kann so im Modell der Statistik in berechenbare Währung übersetzt werden, was die genauere Analyse individueller Interessen und die genauere Platzierung personalisierter Werbung erlaubt.

Evident ist ebenfalls, dass diese Buttons zu einer kommentarlosen, affektgesteuerten, aber zählbaren Bewertung einladen, jenseits aller Zwischentöne und Begründungen. Insofern die Zählbarkeit ganz im Zeichen des *New Public Management* steht, das zum Zwecke optimierter Operationalisierbarkeit alle gesellschaftlichen Vorgänge eindeutiger Zuordnung und Berechenbarkeit zugänglich zu machen sucht, sind diese *social plugins* natürlich kritisch unter dem Stichwort Kontrolle und Bürokratisierung zu diskutieren. Insofern mit dem Binärschema Ja/Nein der Operationsmodus der digitalen Technologie aktuelle und künftige Kulturformen bestimmt, kann man zugleich technikdeterministisch argumentieren, im Sinne des organologischen Zirkels, wonach erst die Menschen die Medien erschaffen und dann diese den Menschen. Angesichts der Selbstentthronung der Wissenschaft durch die Selbstanwendung ihrer Methode des Zweifels und der damit drohenden „implizite[n] Feudalisierung ihrer ‚Erkenntnispraxis‘“⁵⁶ ließe sich das quantifizierende Bewertungsverfahren allerdings auch als die perfekte

truth which we wish to share. It is not based on popularity or the quantity of attention it provokes.“ (www.youtube.com/watch?v=JTeuuSx86sA, archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2Ksdlwn>)

⁵⁶ Beck, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt am Main 1986, S. 276.

Lösung des Wahrheitsproblems der Postmoderne im Zeichen der Statistik sehen. Dieser Gedanke bringt uns noch einmal zurück zu Hörisch.

Hörisch nannte das Geld das „erste digitale Massenmedium“, dessen Mein/Dein-Distinktion ins „postmoderne digitale Zeitalter“ einübe.⁵⁷ Während die Analogie zwischen Mein/Dein-Unterschied des Geldbesitzes und Ja/Nein-Differenz der Stromstöße einleuchtet – in beiden Fällen werden Sachverhalte dualistisch geklärt –, irritiert die Beschreibung des digitalen Zeitalters als „postmodern“. Ist nicht die Postmoderne gerade das Ende jeder zweiwertigen Eindeutigkeit? Ist sie nicht Symbol der Überlappungen, Gleichzeitigkeiten, Ambivalenzen? Stimmt diese Annahme, ist das Like/Dislike-Modell, mit dem das binäre Operationsschema der digitalen Medien auch diesseits des Interface – in Ergänzung des Binärschemas des Geldbesitzes – eine neue Kulturform der Eindeutigkeit schafft, das Gegenteil zu eben jener Relativität und Unsicherheit von Wissen und Wahrheitsaussagen, die das postmoderne Zeitalter kennzeichnet. Das Like/Dislike-Paradigma erweist sich vielmehr als eine Form der Abwehr der postmodernen Konstellation mit digitalen Mitteln.

Diese Rückkehr zur Wahrheit ist zwar keine Rückkehr zum Wort Gottes, sondern zur Beweiskraft der Zahl, wird aber durchaus – gewissermaßen subversiv blasphemisch – mit liturgischer Rhetorik gesegnet, wie die Apple-App *Amen* einer Berliner Start-up-Firma zeigt, die zum Ziel hat, eindeutige Wertungen über die verschiedensten Aspekte des Lebens zu vermitteln. Es handelt sich um ein Meinungsportal, das im minimalistischen Ja/Nein-Gestus die beste Musik, das beste Essen, das beste Restaurant, die beste Air-Line oder den schlechtesten Film markieren will. Der Begriff „Amen“ ist hier, in seiner ursprünglichen Bedeutung „so ist es“, im Grunde nur ein anderes Wort für die gelisteten Likes und Dislikes, also für Statistik. Zugleich ist er natürlich mehr, wenn solcherart die Akklamationsformel christlicher, jüdischer und islamischer Liturgie im Dienst eines effektiveren Konsumismus-Rankings ge- bzw. missbraucht wird.⁵⁸

Im Grunde ist die *Amen*-App Symbol für einen Monismus, der alle Phänomene des gesellschaftlichen Lebens auf das Grundprinzip der Zahl zurückführt, das der Amerikaner Theodor M. Porter in seinem Buch *Trust in Numbers. The Pursuit of Objectivity in Science and Public Life* (1995) illustriert und das der deutsche Soziologe Richard Münch in seiner Analyse *Akademischer Kapitalismus. Über die politische Ökonomie der Hochschulreform* (2011) im Kontext des New Public Management als „Herrschaft der Zahlen“ und „Numerokratie“ beschreibt.⁵⁹ Der bedenkliche

⁵⁷ Hörisch, Jochen: Gott, Geld, Medien, S. 79.

⁵⁸ <http://itunes.apple.com/ch/app/amen/id468064893?mt=8> (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2KwDjiQ>). Es ist, das wird nicht erstaunen, nicht die erste Entwendung dieses populärsten aller religiösen Begriffe. So gründete 1997 eine Selbsthilfegruppe männliche Opfer häuslicher Gewalt „a confidential helpline & support service for male victims of domestic abuse and their children“ mit der Website Amen.ie.

⁵⁹ Münch, Richard: *Akademischer Kapitalismus. Über die politische Ökonomie der Hochschulreform*, Frankfurt am Main 2011, S. 13.

Aspekt dieses Verfahrens wird klar angesichts der Tatsache, dass die Erstellung von Durchschnittswerten, die Statistik erlaubt, auch die Diagnose und Ahndung von Abweichungen ermöglicht, und dass die Schaffung von Infrastrukturen der Vermessung perspektivisch zugleich Steuerungsprozesse der Sachzwänge schafft.

Diese Betrachtung zielt ins Zentrum der „für das Web typischen Sachgesetzhlichkeiten“, von denen Papst Benedikt XVI in seiner Botschaft „Wahrheit, Verkündigung und Authentizität des Lebens im digitalen Zeitalter“ zum 45. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel spricht. Wahrheit und Authentizität werden aktuell vielfach und vermehrt in Gestalt der Zahl gesucht. Beispiel dafür sind die *Quantified Self*-Gruppen, die inzwischen in der ganzen Welt unter der Losung *Selfknowledge through numbers* eine Vermessung des Individuums propagieren.⁶⁰ Das objektivistische Prinzip dieser *Numerical Narratives* liegt inzwischen auch in Gestalt der *Timeline* beziehungsweise *Chronik* dem automatischen Autobiographismus auf Facebook zugrunde und bestimmt somit perspektivisch die Art und Weise wie Menschen sich selbst und die Welt verstehen.⁶¹

Ein solcher grundlegender Paradigmenwechsel überschreitet natürlich den Diskurs des Religiösen in Richtung einer künftigen Gesellschaftstheorie. Die Gefahren dieser Entwicklung für die Religion muss eine medienwissenschaftlich interessierte Religionswissenschaft diskutieren. Die Aufgabe einer religionswissenschaftlich orientierten Medienwissenschaft ist es, durch die Aufdeckung der Botschaft und Erscheinungsformen der digitalen Medien dieser Diskussion zuzuarbeiten. Die in Abschnitt eins bis drei behandelten Botschaften führten zu den Fragen: Welche moralischen Konsequenzen hat es, wenn online die Beichte und die Absolution sich aus den Händen der Kirche in die der Netzgemeinde verlagert? Welche Remoralisierungsleistung erbringt Google als das neue „Auge Gottes“ für die Gesellschaft? Welche Alternative bieten die sozialen Online-Netzwerke zur Rückkehr in den Schoss der Kirche? Abschnitt vier stellt nun die Frage: Welche gesellschaftlichen Nebenkosten bringt das epistemologische Paradies der Statistik mit sich?

Ein Bezugspunkt dieser Frage ist zweifellos David Golumbias Studie *The Cultural Logic of Computation*, die den *computationalism* – „as a commitment to the view

⁶⁰ quantifiedself.com (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2L3ETsF>). Vgl. dazu den Artikel von Brophy-Warren, Jamin: „The New Examined Life. Why more people are spilling the statistics of their lives on the Web“ im Wall Street Journal vom 6. Dezember 2008, <http://online.wsj.com/article/SB122852285532784401.html> (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2KyO29F>).

⁶¹ Zum „quantitative turn“ in verschiedenen Bereichen der Gesellschaft vgl. mein Buch *Data Love*. Zum geschichtsphilosophischen und psychologischen Kontext des Paradigmenwechsels von Narration zu Datenbank – als „new symbolic form of the computer age“, die sich notwendig etabliert „after the death of God (Nietzsche), the end of grand Narratives of Enlightenment (Lyotard) and the arrival of the Web (Tim Berners-Lee)“, wie Lev Manovich in seinem Buch *The Language of New Media* 2001 notiert (S. 225 und 219) – vgl. das Kapitel „Automatische Autobiografie“ in meinem Buch *Facebook*. Zum Begriff der *numerical narratives* vgl. Nicholas Feltons Vortrag *Numerical Narratives* auf dem Eyeo-Festival 2011 (<http://vimeo.com/27800118>)

that a great deal, perhaps all, of human and social experience can be explained via computational processes“ – problematisiert als (Irr)Glaube, soziale Probleme technisch lösen zu können, als Intensivierung der Verwaltung und Kontrollierbarkeit des Menschen sowie als Prinzip der *rational calculation* auf Kosten der „illogical‘ historical and social fabric of the human mind“. ⁶² Erinnert sei auch an frühere Studien zur Bürokratisierung von Entscheidungsprozessen auf der Grundlage der Quantifizierung des Menschlichen und Gesellschaftlichen. ⁶³ Schließlich ist zu verweisen auf das Bemühen neuer philosophischer Strömungen – wie des *Spekulativen Realismus* beziehungsweise der *Object Oriented Ontology* –, am seit Immanuel Kant geltenden Prinzip des Korrelationismus vorbei einen objektiven Zugang zu den Gegenständen menschlicher Wahrnehmung zu ermöglichen.

Computationalismus und spekulativer Realismus sind zwei Varianten des gleichen Bestrebens, dem Relativismus und der Ambivalenz der Postmoderne zu entgehen, um zumindest auf diese Weise und in diesem Bereich den Glauben an die Wahrheit wiederherzustellen. Man darf gespannt darauf sein, wie sich der philosophische Impuls mit der medialen Botschaft – Computer = Computation, Berechnung, Statistik – verbündet und wann das erste Mal zu lesen sein wird: Das 21. Jahrhundert war, weil es ein Jahrhundert der Statistik war.

Literatur

- Adorno, Theodor W.*: Der Essay als Form, in: ders.: Noten zur Literatur, Frankfurt am Main 1981, S. 9–33.
- Adorno, Theodor W.*: Gesammelte Schriften, Band 3: Max Horkheimer und Theodor W. Adorno: Dialektik der Aufklärung, Frankfurt am Main 1981.
- Assmann, Aleida*: Hier bin ich, wo bist du? Einsamkeit im Kommunikationszeitalter, in: Mittelweg 36, Zeitschrift des Hamburger Instituts für Sozialforschung, 20(1) 2011, S. 4–23.
- Bagers, Jo*: Der Datenkrake. Google und der Datenschutz, im Magazin für Computertechnik, 10/2006, S. 168, <http://www.heise.de/ct/artikel/Der-Datenkrake-290454.html> (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2JOfeJ9>).
- Bauman, Zygmunt*: Dialektik der Ordnung. Die Moderne und der Holocaust, Frankfurt am Main 1992.
- Beck, Ulrich*: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt am Main 1986.

⁶² Golumbia, David: The Cultural Logic of Computation, Cambridge 2009, S. 8 und 14. Evgeny Morozov variiert diese Kritik 2013 in seinem Buch *Smarte Neue Welt: Digitale Technik und die Freiheit des Menschen*, München 2013 unter dem Stichwort »Solutionismus«.

⁶³ Einschlägig in seiner Radikalität ist dafür die Arbeit von Zygmunt Bauman: Dialektik der Ordnung. Die Moderne und der Holocaust, Frankfurt am Main 1992, die den Holocaust als Konsequenz einer Entwicklung sieht, die das Menschliche hinter dem Technischen, das Individuum hinter der Zahl verloren gehen lässt.

- Behrens, Daniel: Datenkrake Google – so schützen Sie sich, in: PC Welt, 15.3.2010, <http://www.pcwelt.de/ratgeber/Google-weiss-alles-ueber-Sie-Datenkrake-Google-so-schuetzen-Sie-sich-350828.html> (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2JIasoA>)
- Bolz, Norbert: Das ABC der Medien, München 2007.
- Brophy-Warren, Jamin: „The New Examined Life. Why more people are spilling the statistics of their lives on the Web“, Wall Street Journal, 6.12.2008, <http://online.wsj.com/article/SB122852285532784401.html> (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2KyO29F>).
- Enzensberger, Hans Magnus: Die vollkommene Leere. Das Nullmedium oder: Warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind, in: Der Spiegel, Nr. 20 vom 16. Mai 1988, S. 234–244.
- Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit, hg. von Peter Glotz, München 1997, S. 97–122.
- Columbia, David: The Cultural Logic of Computation, Cambridge 2009.
- Haaf, Meredith: Heult doch: Über eine Generation und ihre Luxusprobleme, München 2011.
- Hörisch, Jochen: Brot und Wein: die Poesie des Abendmahls, Frankfurt am Main 1992.
- Hörisch, Jochen: Gott, Geld, Medien, Frankfurt am Main 2004
- Jenkins, Jr., Holman W.: Google and the Search for the Future, The Wall Street Journal, August 14, 2010. <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704901104575423294099527212.html> (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2IGyo6W>).
- Kracauer, Siegfried: Kult der Zerstreuung, in: Ders.: Das Ornament der Masse, Frankfurt am Main 1963, S. 311–317.
- Krüger, Oliver: Die mediale Religion: Probleme und Perspektiven der religionswissenschaftlichen und soziologischen Medienforschung, Bielefeld 2012.
- Lovink, Geert: Networks Without A Cause: A Critique of Social Media, Malden 2012.
- Manovich, Lev: The Language of New Media, Cambridge 2001.
- Mayer-Schönberger, Viktor: Delete. The Virtue of Forgetting in the Digital Age, Princeton 2009
- McLuban, Marshall: The Spoken Word: Flower of Evil?, in: ders.: Understanding Media. The Extension of Man, Cambridge 1994, S. 77–81.
- Morozov, Evgeny: Smarte Neue Welt. Digitale Technik und die Freiheit des Menschen, München 2013.
- Münch, Richard: Akademischer Kapitalismus. Über die politische Ökonomie der Hochschulreform, Frankfurt am Main 2011.
- Papst Benedikt XVI: Botschaft zum 44. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel: Der Priester und die Seelsorge in der digitalen Welt – die neuen Medien

- im Dienst des Wortes, 2010. www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20100124_44th-world-communications-day_ge.html (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2XTdWBB>).
- Papst Benedikt XVI:* Botschaft zum 45. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel: Wahrheit, Verkündigung und Authentizität des Lebens im digitalen Zeitalter, 2011. www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-communications-day_ge.html (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2XX63pJ>).
- Papst Benedikt XVI:* Botschaft zum 46. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel: Stille und Wort: Weg der Evangelisierung, 2012. www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day_ge.html (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2XZmFYl>).
- Papst Johannes Paul II:* Botschaft zum 36. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel: Internet: Ein neues Forum zur Verkündigung des Evangeliums, 2002. www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day_ge.html (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2Xc4MTp>).
- Papst Johannes Paul II:* Botschaft zum 35. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel: Die Predigt von den Dächern: Das Evangelium im Zeitalter globaler Kommunikation, 2001. www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20010124_world-communications-day_ge.html (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2XedmJA>).
- Porter, Theodor M.:* Trust in Numbers. The Pursuit of Objectivity in Science and Public Life, Princeton 1995
- Pschera, Alexander:* 800 Millionen. Eine Apologie der sozialen Medien, Berlin 2011.
- Rifkin, Jeremy:* Die empathische Zivilisation: Wege zu einem globalen Bewusstsein, Frankfurt am Main 2010.
- Schulz, Gerhard:* Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0. Kunst und Publikum im digitalen Zeitalter, in: Kulturpolitische Mitteilungen 134(3) 2011, S. 36–43.
- Simanowski, Roberto:* Textmaschinen – Kinetische Poesie – Interaktive Installation. Zum Verstehen von Kunst in digitalen Medien, Bielefeld 2012.
- Simanowski, Roberto:* Data Love, Berlin 2014.
- Simanowski, Roberto:* Facebook, Berlin 2015.
- Stross, Randall:* How to Lose Your Job on Your Own Time; New York Times, 30.12.2007. http://www.nytimes.com/2007/12/30/business/30digi.html?_r=3&ei=5088&en=61b5676f9afcd5a9&ex=1356670800&oref=slogin&partner=rssnyt&emc=rss&pagewanted=all (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2I9E6FD>).

- Thomas, Günter*: Medien, Ritual, Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens, Frankfurt am Main 1998.
- Tomasello, Michael*: Die Ursprünge der menschlichen Kommunikation, Frankfurt am Main 2008.
- Topolsky, Joshua*: Maybe it's time for Google to rethink its ‚Don't be evil‘ motto, http://www.washingtonpost.com/business/technology/maybe-its-time-for-google-to-rethink-its-dont-be-evil-motto/2012/01/25/gIQAAS0XRQ_story.html (archiviert unter: <http://www.webcitation.org/6R2J6wm7D>).
- Turkle, Sherry*: Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other, New York 2011.
- Vattimo, Gianni*: Jenseits vom Subjekt, Wien 1986.
- Vattimo, Gianni*: Die Spur der Spur, in: Jacques Derrida und Gianni Vattimo: Die Religion, Frankfurt 2001, S. 107–124.
- Wiedemann, Carolin*: Facebook: Das Assessment-Center der alltäglichen Lebensführung, in: Generation Facebook: Über das Leben im Social Net, hg. von Oliver Leistert et al., Bielefeld 2011, S. 161–181.
- Zeilinger, Thomas*: Ins Netz gegangen! Ein Plädoyer, das Netz zu nutzen – um der Gemeinschaft (des Glaubens) willen; in: Unser Auftrag, 4 (2004).
- Zeilinger, Thomas*: „Social Networking“ als Basis der Wahrnehmung kommunikativer Kompetenz im Internet. Von einer Ethik allgemeiner Geltungsansprüche zu einer Ethik sozialer Verbundenheit, in: Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik, 1 (2009), S. 57–60.
- Zeilinger, Thomas*: netz.macht.kirche: Möglichkeiten institutioneller Kommunikation des Glaubens im Internet, Erlangen 2011.