

Religionsunterricht und religiöse Diskurse angesichts des Medien- und Öffentlichkeitswandels

Ein Kommentar aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive

Lisa Schwaiger & Otfried Jarren

1. Herausforderungen für den Religionsunterricht im Kontext der Folgen der sozialen Differenzierung wie Pluralisierung der Gesellschaft

Die fortschreitende Differenzierung der Gesellschaft in soziale Systeme (vgl. Schimank 2007), die Pluralisierung in der Gesellschaft, also Wertpluralismus wie zunehmende Individualisierung, und die Mediatisierung haben Auswirkungen auf die großen gesellschaftlichen Institutionen (vgl. Norris/Inglehart 2004). Bereits im Zuge der Säkularisierung, vor allem aber im Kontext von Zuwanderung und gesellschaftlicher Pluralisierung, etablierten sich weitere Kirchen wie Glaubensgemeinschaften. Im Zuge dieser Popularisierung der Religionen (vgl. Knoblauch 2000) büßten die vormals starken Kirchenorganisationen an gesellschaftlicher Reichweite ein. Diese Prozesse wirken sich zweifach auf die traditionellen Kirchen als Organisationen aus: Sie verloren im Zuge der Säkularisierung kontinuierlich, aber langsam an gesamtgesellschaftlicher Relevanz, und im Kontext von Wertewandel, Pluralisierung und Individualisierung zudem Mitglieder und an sozialer Bindestärke in der Gesellschaft (vgl. Neumaier 2018). Wie den »Volksparteien« im politischen System ergeht es den »Volkskirchen« im religiösen System der Gesellschaft: Sie haben nicht nur an Mitgliedern eingebüßt, sondern zudem an Bindekraft bei ihren eigenen Mitgliedern und an Attraktivität für das Gewinnen neuer Mitglieder verloren (vgl. Nord 2019). Die Bereitschaft zur regelmäßigen Beteiligung an religiösen Angeboten wie zur Mitwirkung an der Organisation Kirche sind seit einigen Jahrzehnten stark rückläufig. Damit schwinden die Kenntnisse innerhalb der Mitgliedschaft über die eigene Institution und Organisation, der Mitglieder zunehmend nur noch aufgrund von Tradition angehören.

Traditionelle kirchliche Organisationen genießen aufgrund staatlicher Privilegien zwar eine besondere Stellung in der Gesellschaft, aber diese wird zunehmend hinterfragt: Kirchensteuern, Kirchenrecht wie innerkirchliche Skandale als drei Stichworte.

Verbunden mit diesen Debatten und Konflikten geht es um die Frage, ob und inwieweit die Kirchen als Institutionen wie Organisationen den Anforderungen einer modernen, offenen und pluralen Gesellschaft zu genügen vermögen. Im Zuge der Pluralisierung der Gesellschaft ist das institutionelle wie das organisationale Feld an Glaubens- wie Bekenntnisgemeinschaften größer und vielfältiger geworden. Das gewährt Einzelnen neue Möglichkeiten, erscheint den Beobachtern aber zugleich weniger klar strukturiert (vgl. Knoblauch 2006). In der Folge der »weltanschaulichen Pluralisierung« (Neumaier 2018: 852) nehmen die Kenntnisse über die entstandene Vielfalt an religiösen Organisationen wie Glaubensvorstellungen wie über die zahlreichen kirchlichen Organisationen und ihre Angebote (weiter) ab. Die beiden großen christlichen und die jüdischen Glaubensgemeinschaften mögen zwar im institutionalisierten politischen Raum im Zentrum stehen, sie haben aber ihre vormals dominante wie zentrale intermediäre Funktion verloren: Sie repräsentieren nicht mehr allein bzw. dominant (im Verständnis als »Staatskirchen«) Religiosität, Glaubensvorstellungen und Kirche, weil es weitere Institutionen und viele neue Organisationen neben ihnen gibt, die ebenso als Sprecher öffentlich agieren. Mit diesen Glaubensgemeinschaften stehen sie im Wettbewerb um Mitglieder, um die Erhaltung der staatlichen Anerkennung wie von öffentlichen Privilegien wie um gesellschaftliche Ressourcen. Die gesellschaftlichen Differenzierungsdynamiken setzen vor allem normativ ausgerichtete Organisationen unter Druck, so dass sie an mehreren Fronten zu kämpfen haben (vgl. Schimank 2011).

Säkularisierung, vor allem aber die gesellschaftliche Pluralisierung und die generell abnehmende Bereitschaft zur dauerhaften Bindung an Organisationen, haben Folgen für stark normativ ausgerichtete, traditionelle Institutionen mit ihren hierarchischen Organisationen (vgl. Pickel 2014): Sie sind nämlich in besonderer Weise auf wiederkehrenden Austausch mit ihren Mitgliedern angewiesen, um diese mit Normen, Regeln und ihren Zielen bekanntzumachen. Es bedarf der sozialen Praxis, damit Normen und Regeln erhalten, bekannt und anerkannt bleiben. Kirchen sehen sich nicht als dienstleistende Akteure, sondern als normativ ausgerichtete Institutionen mit (langer) Tradition. Als normative Organisationen erwarten sie von ihren Mitgliedern Kenntnis über ihre Grundlagen wie Ziele, sie verlangen nach fester Bindung, sie erwarten das Befolgen von Normen und Regeln. Sie verfügen über relativ starke Sanktionsmechanismen und wenden diese an. Ihr Inklusionsanspruch ist also hoch und dementsprechend agieren sie vermittels ihrer Rollenträger ausgesprochen formal und hierarchisch – selbst bei der Aufnahme neuer Mitglieder. Sie streben Gemeinschaften mit möglichst hohen normativen Gemeinsamkeiten an (vgl. Streeck 2017).

Als Institutionen können sie zwar einem gemeinsamen institutionellen Feld zugeordnet werden, aber die Kirchen als Organisationen grenzen sich voneinander ab. Ähnlich sind andere gesellschaftliche Teilsysteme strukturiert, so beispielsweise das Gesundheits- oder das Wissenschaftssystem, aber im Unterschied zu den beiden genannten Systemen gibt es keine »Religionskommunikation«, die als eine teilsystemische übergreifende Leistung angesehen werden kann. Gesundheits- oder Wissenschaftskommunikation hingegen existieren, und auch wenn diese Bezeichnungen Unschärfen aufweisen, so wird durch die allgemein bekannte Bezeichnung auf Kernfunktionen wie Leistungen der Teilsysteme gegenüber der Politik und der Gesellschaft verwiesen. Gesundheits- oder Wissenschaftskommunikation ist insti-

tionalisiert, weil sich in den beiden Teilsystemen spezifische korporative Akteure ausgebildet haben, die für eine Kommunikation sowohl der Beteiligten untereinander wie mit den jeweiligen Umwelten andauernd sorgen.

Selbst das organisationale Feld der christlichen Kirchen ist von außen nicht sogleich zu erkennen, auch deshalb nicht, weil keine korporativen Akteure agieren. Die Nicht-etablierung korporativer Akteure kann auf zwei Gründe zurückgeführt werden: Zum einen gab es nur zwei dominante christliche Glaubensgemeinschaften, die Unterscheidung war also relativ einfach. Zum anderen gehört Glauben und gehören damit Glaubensgemeinschaften zur Privatsphäre, weshalb auf die Etablierung von korporativen Akteuren, die gegenüber anderen Akteuren wie allen Teilsystemen agieren, verzichtet werden konnte. Unmittelbar zwischen den Kirchen und dem Staat und ebenso direkt wie unmittelbar werden die Verhältnisse zwischen den Kirchenorganisationen und dem Individuum (rechtlich) geklärt. So gibt es keinen Verband der christlichen Kirchen, der die Organisationsinteressen allgemein vertritt und dadurch die Besonderheiten der vertretenen Organisationen kommuniziert. Und es gibt, sieht man von Konflikten ab, keine kirchenübergreifenden Publikumsorganisationen. Von ihren Mitgliedern erwarten die Kirchen aufgrund der personalisierten Austauschbeziehungen, zumindest implizit, hinreichende Kenntnisse über die Unterschiede zu anderen Kirchen. Und das, obwohl kein organisationaler Markt existiert und aufgrund der normativen Grundhaltung von Kirchen auch nicht existieren soll.

Von ihren Mitgliedern, die sie mehrheitlich über die primäre Sozialisationsphase und nicht durch einen (marktlichen) Wettbewerb gewinnen müssen und von deren lebenslangen Mitgliedschaften sie ausgehen, verlangen sie ein (aktives) Bekenntnis zur Organisation (vgl. Petzke/Tyrell 2012). Damit stehen sie im Gegensatz zu vielen neueren Institutionen und Organisationen, die flexible Formen der Mitgliedschaft, der Mitwirkung wie Beteiligung kennen, aus denen man jederzeit und ohne Aufwand ein- wie austreten kann, und die durchgängig weniger normative Verpflichtungen einverlangen, von Sanktionen einmal ganz abgesehen (vgl. Gabriel 2014).

1.1 Wandel der religiösen Sozialisation

Sowohl auf der Meso- wie auf der Mikro-Ebene der Gesellschaft sind Kirchen nun vielfältigen – weit über das organisationale Feld der klassischen Kirchen hinausreichenden – wettbewerblichen Anforderungen ausgesetzt. Wenn sie Mitglieder halten oder gewinnen wollen, so sind sie vor allem auf die primäre Sozialisationsphase angewiesen, und damit auf Elternhäuser, Familien, Peergroups und eben die Schule. Doch diese Sozialisationsinstanzen unterliegen dem sozialen Wandel: Was für die Großeltern zur gelebten Praxis ihres Milieus gehörte und für die Eltern noch als eine ihren Eltern geschuldete Selbstverständlichkeit galt, gilt nun nicht mehr unbedingt für Kinder und Enkel. Das Einräumen eigener Entscheidungsmöglichkeiten gehört heute zu einem modernen Erziehungskonzept. Und wenn Elternhäuser, Familien oder Peergroups Einfluss nehmen wollen, so setzt dies eine eigene, gar eine bewusste, Teilhabe an Kirche wie eine begründete Argumentation gegenüber Kindern bezüglich der Entwicklung religiöser Vorstellungen voraus. Diese Kenntnisse aber schwinden, weil wiederkehrende, tiefere eigene Erfahrungen seltener geworden sind und weil es an kontinuierlichen

Austauschprozessen fehlt. Glaubensgemeinschaft und Kirche, die immer eine private Angelegenheit war, aber in den sozial-räumlichen Milieus gesellschaftliche Sicht- und damit Lesbarkeit erhielt, wird immer mehr zur persönlich-privaten Sache, so in der Erziehung. Religion, Glauben, Kirche wie kirchliche Praxis sind immer weniger im Alltag, in der Lebenswelt, verankert und sichtbar (vgl. Neumaier 2018). Der Verlust an Verankerung im privaten, familiären Raum, in der Alltags- wie der Lebenswelt, korrespondiert mit der schwindenden (medien-)öffentlichen Sichtbarkeit von Kirchen, einer abnehmenden Akzeptanz von Teilen der kirchlichen Organisationsrealität, die sich mehr und mehr von der lebensweltlichen Praxis entrückt scheint. »Kirchenbezogene Inhalte sind nicht mehr primärer Gegenstand der medialen Berichterstattung und öffentlicher Debatten um Religion, in den Mittelpunkt rücken andere, neue und alternative religiöse Formen und Inhalte. Der erstgenannte Verlust von Privilegien bezieht sich aber zudem vor allem auf die diskursive Bedeutung traditioneller religiöser Institutionen und Gemeinschaften.« (Ebd.: 852) Eigenerfahrungen gehen zurück und die (so über Medien) vermittelten wie die direkten, unmittelbar erworbenen Kenntnisse über institutionelle wie organisationale Praktiken nehmen damit ab. Eine enge Verbindung zwischen der Religiosität des Elternhauses und der sich daraus ergebenden formalen religiösen Gemeinschafts- bzw. Kirchenzugehörigkeit, verbunden mit der Erfahrung der Ausübung der Religion und der direkten Sozialisation in der Kirchengemeinde (so Kommunion, Konfirmation) und in der Schule (kirchlich gebundener Religionsunterricht), ist seltener geworden. Teilnahme wie Mitwirkung werden zu einer formalen Angelegenheit. Auch die mittelbaren kirchlichen Sozialisationsmöglichkeiten gehen zurück, wenn der Anteil der aktiv am kirchlichen Leben Beteiligten immer weiter schwindet. Damit nimmt der Anteil der Gesellschaftsmitglieder ab, die in ihrem engeren Familien- und Gesellschaftsumfeld kommunikative, gar sozialisierende Beiträge bezogen auf Religion wie Kirche leisten können und wollen. Und falls sie welche leisten, so beziehen sich diese im Regelfall auf die eigenen praktischen Erfahrungen und Kenntnisse. Wenn der schulische Religionsunterricht ähnlich begrenzt konzipiert ist, so findet nur eine Vermittlung von Kenntnissen über eine einzige Glaubensgemeinschaft statt.

Neben den veränderten Medien- und Öffentlichkeitsbedingungen (vgl. Kap. 2), die zu einem Rückgang der gesamtgesellschaftlichen Präsenz von Kirchen, aber eben nicht von »religiösen Weltdeutungen« (Neumaier 2018: 850) geführt haben, kommen also Effekte aufgrund von Kenntnissen über Kirchen, Religionen und Glaubensformen aus dem Bildungssystem dazu. Sieht man von Elternhaus und Familie ab, so erfolgt die primäre Sozialisation betreffend Glaubens- und Kirchenfragen in der Schule. Wie der in diesem Band vorgestellte Bericht zum Religionsunterricht an den staatlichen Schulen in Deutschland zeigt, ist das entsprechende Angebot ausgesprochen divers und zugleich, so wenn sich Schüler_innen lediglich mit einer Kirche und ihrer Religion – und in Form eines Religionsunterrichts in Trägerschaft einer einzigen Religionsgemeinschaft – faktisch auseinandersetzen müssen, hochgradig fokussiert und damit begrenzt. Die vergleichende Darstellung von Glaubensgemeinschaften, den Normen und Regeln ihrer Institutionen und ihrer Praxen, ist zweifellos anspruchsvoll. Wer kann und wer will dies leisten? Und wer soll das leisten, denn nach wie vor halten bestimmte Kirchen am konfessionsgebundenen oder -orientierten Unterricht fest. Der konfessionsgebundene und von Vertreter_innen der kirchlichen Organisationen durchgeführte Unterricht wird

erwartbar keine Vermittlung der religiösen wie kirchlichen Vielfalt leisten, sofern dieses Ziel (überhaupt) verfolgt wird. Im Bericht wird zwar auf konfessionell-kooperative Modelle hingewiesen, aber ebenso auf die Probleme, diese überall angemessen umsetzen zu können. Diese Angebote bedürfen der Verständigung der kirchlichen Organisationen untereinander, einer Übereinkunft mit staatlichen Behörden, eines Lehrplans, fachdidaktischer Konzepte und entsprechend qualifizierter Lehrpersonen – und es müssen vor Ort immer genug Schüler_innen wie auch entsprechend qualifizierte Lehrpersonen vorhanden sein. Diese Aufzählung macht deutlich, wie hoch die Voraussetzungen für einen kooperativen Religionsunterricht sind.

1.2 Veränderte Marktanforderungen und ihr Einfluss auf den Religionsunterricht

Religionsunterricht bzw. die Auseinandersetzung mit Kirchen, Religionen und Glauben gehören zwar zum normativen Bildungsauftrag der in Länderobhut agierenden öffentlichen Schulen, aber die normativen Vorgaben unterscheiden sich je nach Land deutlich. An den Regelungen sind die landesspezifischen Machtverhältnisse wie die Traditionen ablesbar. Jenseits der normativen wie formalen Regelungen, mit denen sich Gesetzgeber im Zuge ihrer Machtentscheidungen dann begnügen müssen, gibt es eben eine faktische Schulrealität. Die regionale wie örtliche Realität entscheidet letztlich über die Möglichkeiten des Angebots, zur Umsetzung von Konzepten und über die Qualität des Unterrichts. Religiöse Bildung erscheint somit als Macht- und nachrangig vor allem auch als Ressourcenfrage. Zudem musste und muss der Gesetzgeber auf die zunehmende Zahl an konfessionslosen Schüler_innen, also auf Veränderungen im Markt, reagieren: Es wurden Ersatz- oder Ausweichlösungen geschaffen (Ethik-, Philosophie-Unterricht), um ein Mindestmaß an Reflexion über Religionen wie Kirchen sicherzustellen. Beachtet man, wer den Unterricht anbieten muss oder faktisch anbietet, wie der Einbezug bzw. Nichteinbezug der Kirche als Organisation u. a. m. praktiziert wird, so wird die Heterogenität dessen, was in Deutschland unter Religionsunterricht alles firmiert, deutlich. Diese Vielfalt ist aber nicht Ausdruck des Ziels, dass sich der Schulunterricht mit der Pluralität von Religionen, Glaubensgemeinschaften oder Kirchen auseinandersetzen zu habe, sondern das Ergebnis politischer Entscheidungen in einem föderalen Staat und den jeweiligen faktischen Möglichkeiten für den Religionsunterricht vor Ort. Wenn es darum geht, in dieser wesentlichen Sozialisationsphase dem Ziel zu entsprechen, möglichst viel über unterschiedliche Religionen, Glaubensformen und Kirchen zu vermitteln, auch um für Verstehen, Verständnis und somit im Effekt zur Toleranz zu erziehen, so wird diesem Ziel offenkundig nicht entsprochen. Zu pfadabhängig können die beiden großen Volkskirchen sich durchsetzen – fallweise sogar bis in den konkreten Unterricht hinein. Die organisational gering verfassten Glaubensgemeinschaften, die zudem strukturell über weniger Teilnehmer_innen für einen Unterricht verfügen, haben allein aufgrund dieser Ressourcensituation Schwierigkeiten bei einer Verankerung in der Schule: Es gibt zum Teil zu wenige Schüler_innen, und somit fehlt es an ausgebildetem und akademisch qualifiziertem Personal, weil eben der Markt nicht da ist, weshalb nur wenige Stellen bereitgestellt werden können. Das wirkt sich auf den Markt der Bildungseinrichtungen dauerhaft aus, die entsprechende Studienangebote bereitstellen müssten. Für die jüdischen wie islamischen Gemeinschaften

gibt es allerdings, wenngleich sehr unterschiedlich in den Bundesländern verankert und somit im Unterricht gesichert, öffentliche oder öffentlich anerkannte Ausbildungseinrichtungen für Lehr- wie Fachpersonen. Aber für die anderen Glaubensgemeinschaften? Die schulisch-institutionellen Voraussetzungen sind sowohl für den konkreten Schulunterricht wie auch für den darauf aufbauenden gesellschaftlichen Meta-Diskurs über Religion, Glauben und Kirchen wenig ausgebildet.

Der Föderalismus hat zur Folge, dass allenfalls auf der Stufe der Länder öffentlich sichtbar und nachhaltig über Religion und Kirche dann (medien-)öffentlich diskutiert wird, wenn es um den Religionsunterricht dort geht. Schule ist Sache der Länder, diese gestalten die Bedingungen auch für den Religionsunterricht aus. Das führt zu einer sachbedingt verständlichen Fragmentierung des gesellschaftlichen Diskurses: Über den Religionsunterricht kann, so im Falle von Gesetzesrevisionen, vor allem auf Länderebene und allenfalls fallweise bundesweit diskutiert werden. Zudem ist Schulpolitik im hohen Maße in der Hand von Spezialist_innen, sowohl was die allgemeinen Zielsetzungen, die curricularen Konkretisierungen oder die fachdidaktischen Konzepte angeht. Die im Bericht herausgearbeiteten Unterschiede beim Religionsunterricht, so zwischen Ost-West, Nord-Süd oder Stadt-Land, müssten auf Bundesstufe sichtbar und verhandelt werden – zumal dann, wenn religiöse Bildung als ein zentraler Auftrag des Gesamtstaats angesehen werden soll. Durch die Verhandlung auf Länderebene und als Teil der Schulpolitik werden Religionsfragen einer weiteren Öffentlichkeit entzogen, wenn es eben nicht Aspekte gibt, die aus übergreifenden normativen Überlegungen heraus aufgegriffen und diskutiert werden. Diese Debatte wird dann aber als *politischer* Grundsatzstreit geführt, und es werden nur einzelne Themen (Probleme) episodenhaft öffentlich verhandelt. Die Realität des Unterrichts, also die Praxis in der Schule, ist weitgehend kein Thema in der (Medien-)Öffentlichkeit. Der religionswissenschaftliche wie der religionspädagogische Diskurs, als ein wichtiges Element einer gesamtgesellschaftlichen Debatte über Kirche, Glauben und Praxen, verbleibt damit ein Gespräch unter Expert_innen – ohne Chancen auf größere Resonanzen in der allgemeinen, also in der (Medien-), Öffentlichkeit.

2. Medien, Öffentlichkeit & Religion

Die durch Medien hergestellte Öffentlichkeit erweist sich als zentrale Bezugsgröße für Religion in modernen Gesellschaften (vgl. Neumaier 2018). Durch medial vermittelte Informationen und Kommunikation wird es Gesellschaftsmitgliedern erst möglich, sich ein Bild von der Gesellschaft zu machen, Meinungen zu bilden und demokratische Entscheidungen zu treffen. In der Öffentlichkeit zirkulieren gleichbedeutend auch Vorstellungen von Religion(en), die medial verhandelt werden und individuelle Einstellungen mitunter prägen. In Abgrenzung zur Säkularisierungsdebatte der 1950er bis 1970er Jahre (vgl. Berger 1988), die Religion der privaten im Gegensatz zur öffentlichen Sphäre zuordnet, gehen aktuelle Positionen davon aus, dass Religion einen wesentlichen Stellenwert in der öffentlichen Kommunikation einnimmt (vgl. Neumaier 2018). Auch Habermas (2006) geht davon aus, dass seit den späten 1980er Jahren dem Thema Religion eine besondere politische Bedeutung in der Öffentlichkeit zukommt, obwohl die

Säkularisierung und Modernisierung seit Ende des Zweiten Weltkrieges moderne Gesellschaften geprägt haben. Öffentlicher Diskurs sei Habermas (2006) zufolge davon gekennzeichnet, dass alle Bürger_innen gleichermaßen und ohne Ausschluss teilhaben können und sich gegenseitig als gleichberechtigte Diskursteilnehmende respektieren müssen. Insofern sollten rationale Entscheidungen nicht religiöser Legitimation bedürfen. Die Trennung von Kirche und Staat würde demzufolge vor allem für politische Repräsentant_innen ein wesentliches Gebot darstellen. Gesellschaftliche Ereignisse der letzten Jahrzehnte machen jedoch deutlich, dass mitunter religiöse Themen für politische Kampagnen genutzt werden – so auch, um politische Spannungen zu verdeutlichen (z.B. Islamismus). Darüber hinaus streicht Habermas (2006) heraus, dass die normative Erwartung an alle Bürger_innen, politische Entscheidungen unabhängig ihrer individuellen religiösen Überzeugungen respektive Weltansichten zu treffen, nicht erfüllt werden könne. Vielmehr müssten alle Bürger_innen eine Empathiefähigkeit gegenüber anderen (religiösen) Perspektiven entwickeln. Die medial hergestellte, öffentliche Kommunikation nimmt dahingehend eine wesentliche Rolle ein: Im Sinne einer ergänzenden Sozialisationsfunktion zum Religionsunterricht müssten Medien demzufolge über unterschiedliche Religionen berichten, sodass Bürger_innen religiöse Diskurse erst einordnen können.

Auch Hjarvard (2011) konstatiert eine zunehmende Verflechtung von Medien und Religion, Medien seien demzufolge eine der wichtigsten Informationsquellen über Religion in modernen Gesellschaften. Medien nehmen in diesem Zusammenhang kulturelle wie auch soziale Funktionen institutionalisierter Religion ein, indem sie spirituelle und moralische Orientierung bieten sowie Gemeinschaft und Zugehörigkeit vermitteln (Hjarvard 2011: 119). Hjarvard (2008; 2011) fasst diesen Wandel unter den Begriff der Mediatisierung, worunter er den Prozess einer zunehmenden Abhängigkeit von Institutionen an Medienlogiken versteht, wie es z.B. auch bei politischen Parteien zu beobachten war. Religiöse Institutionen adaptieren so genannte Medienlogiken beispielsweise insofern, als Gottesdienste medial (z.B. über Fernsehen oder Plattformen wie YouTube) übertragen werden. Auf organisationaler Ebene ist es demnach der Mediatisierungsthese folgend unabdingbar für religiöse Institutionen, Medienexpertise aufzubauen, um mit ihren Mitgliedern zu kommunizieren und gemeinschaftsbildend zu agieren. Gleichzeitig manifestiert sich eine Mediatisierung der Religion darin, dass Medien eine Hauptquelle für die Verbreitung von Informationen von und Erfahrungen über Religion einnehmen (vgl. Hjarvard 2011). Dieser wesentliche Stellenwert der Medien beeinflusst die Wahrnehmung von Religion(en) in der Gesellschaft, indem sie Religion(en) einer bestimmten Rahmung unterziehen, die durch einen säkularen Weltblick geprägt ist. Im Kontext von modernen, digitalen Gesellschaften etablierte sich zudem der Begriff der »Digitalen Religion«, worunter Religion respektive religiöse Praktiken im Online-Bereich, wie auch deren Schnittstellen zum Offline-Kontext gefasst werden (vgl. Campbell/Evolvi 2019). Dieser Forschungsstrang beruht entsprechend auf der Annahme, dass Technologien die Auffassung von Religion und Spiritualität mitprägen, so beispielsweise durch die Etablierung von Social-Media-Plattformen oder Apps, die nicht nur neue bzw. neu gerahmte religiöse Praktiken ermöglichen, sondern beispielsweise auch den Diskurs über Religion durch die Möglichkeit der zweiseitigen Kommunikation (im Gegensatz zur traditionell massenmedialen einseitigen Kommunikation) maßgeblich be-

einflussen (vgl. ebd.). Weiter transformieren sich laut Campbell und Evolvi (2019: 13f.) Technologien selbst zu einer Art »impliziten Religion«. Die Affinität gegenüber Technologien (so beispielsweise die Produkte des Tech-Giganten Apple, wie das iPhone (vgl. hierzu auch Campbell/La Pastina 2010)) könne in diesem Sinne religiöse Züge annehmen. Gesamthaft verdeutlichen Thesen wie diese, dass Religion selbst einem digitalen Wandel unterliegt, was deren Bedeutung in modernen Gesellschaften mit beeinflusst, z.B. indem alternative religiöse oder spirituelle Praktiken in den Lebenswelten der Gesellschaftsmitglieder eine neue Rolle einnehmen. Religion oder religiöse Praktiken können demzufolge in unterschiedlicher Form auftreten und potentiell mit traditionellen religiösen Organisationen in der Öffentlichkeit konkurrieren. So schreibt auch Knoblauch (2000: 143): »Die Religion wandert aus der Kirche aus« und geht dabei weniger von einem geringeren Stellenwert von Religion aus, sondern vielmehr von einer veränderten Ausformierung von Religiosität, im Sinne einer »unsichtbaren« oder »populären« Religion, insbesondere in Medienkulturen. Diese Transformation geht gleichzeitig mit dem Öffentlichkeitswandel einher, der nachfolgend skizziert wird.

3. Veränderung des Mediensystems und Transformation der Öffentlichkeit

Der Öffentlichkeitswandel beeinflusst maßgeblich öffentliche Diskurse über gesellschaftliche Teilsysteme wie jenes der Religion, zumal das Wissen über Religion über Medien transportiert wird. In den vergangenen Jahrzehnten, im Zuge der Digitalisierung, zeichnete sich eine Transformation des Mediensystems und schließlich der Öffentlichkeit ab. Waren es vormals Massenmedien, wie die klassische Presse, Radio oder das Fernsehen, über die Öffentlichkeit hergestellt wurde, ist die öffentliche Kommunikation auch durch Digitalplattformen (Social Media) geprägt, weshalb von einer digitalen Transformation oder einem digitalen Strukturwandel der Öffentlichkeit gesprochen wird (vgl. z.B. Eisenegger 2020; Fraser 2010; Hagen/Wieland/In der Au 2017; Helmond 2015). Wesentliche Charakteristika dieses Strukturwandels sind u.a. die Annahme, dass klassische Medien ihre Gatekeeping-Funktion verloren haben und demzufolge nicht mehr ausschließlich für die Aufbereitung und Distribution von Informationen verantwortlich sind (vgl. Wallace 2017), sondern Plattformen als Intermediäre agieren, wodurch auch Lai_innen ohne externe Kontrolle Nachrichten produzieren und weiterleiten respektive verbreiten können (vgl. Eisenegger 2020). Das mediale Vermittlungssystem (vgl. Jarren/Neuberger 2020) differenzierte sich aus und wurde »pluraler«. Schließlich wandelte sich dadurch auch die Kommunikation von und über Organisationen – so auch religiöse Organisationen – zumal die öffentliche Kommunikation dieser über Plattformen eine gesellschaftliche Erwartungshaltung bedient, gleichzeitig steigt die Fremdkommunikation, also die Kommunikation über bestimmte Organisationen. Die neuen Möglichkeiten öffentlicher Kommunikation implizieren einerseits Chancen, so z.B. für religiöse Organisationen, mit ihren Mitgliedern in engeren Diskurs zu gehen, oder auch die Möglichkeit für die Mitglieder selbst, Gemeinschaften aufzubauen und sich untereinander auszutauschen. Die digitale öffentliche Kommunikation ist stark von einem Netzwerkcharakter geprägt, der insbesondere dieser (globalen) Gemeinschaftsbildung zuspielt – und dies zeit- und ortsunabhängig (vgl. hierzu auch

Castells 2010). Weiter werden Dialoge zwischen beispielsweise Journalist_innen und den Rezipierenden durch die Logiken sozialer Netzwerke gefördert. Die öffentliche Kommunikation steht durch den digitalen Strukturwandel andererseits vor großen Herausforderungen: Prägend für die Online- respektive Plattform-Kommunikation ist die algorithmische Selektion von Beiträgen (vgl. Hagen et al. 2017), wonach Nutzer_innen basierend auf ihren persönlichen Social-Media-Daten und -präferenzen Beiträge automatisch in ihre »Newsfeeds« gespielt bekommen. Durch diese Datafizierung und Algorithmisierung (vgl. Eisenegger 2020; Helmond 2015) resultieren unterschiedliche demokratiepolitische Probleme. In kommunikationswissenschaftlicher Forschung wird in diesem Zusammenhang die Gefahr einer Publikumsfragmentierung im Sinne einer Desintegration des Publikums aufgrund interessen- und bedürfnisorientierter Nutzung von Medienangeboten diskutiert (vgl. Hasebrink 2008; Prior 2005; Stark 2013). Problematisch erscheint dabei eine Zersplitterung des Medienpublikums, da »weniger gemeinsame medial vermittelte Erfahrungen« (Kleinen-von Königslöw 2016: 254) gemacht werden und Rezipierende ihre individuellen Medienrepertoires bilden. In diesem Kontext kritisch erörtert wird zudem eine potentielle Gefahr der »Echokammerbildung« und so genannten »Filterblasen« (vgl. Pariser 2011), wonach Nutzer_innen insbesondere auf Digitalplattformen mit gleichgesinnten Meinungen und Akteuren konfrontiert werden und selten (oder gar nicht) mit Gegenargumenten (vgl. Flaxman/Goel/Rao 2016). Obgleich diese Phänomene deutlich kritisch diskutiert und häufig widersprüchliche Ergebnisse publiziert werden (vgl. z.B. Dubois/Blank 2018; Haim/Graefe/Brosius 2018; Zuiderveen Borgesius et al. 2016), ist eine demokratiepolitische Problematik durch den digitalen Medien- und Öffentlichkeitswandel außer Frage zu stellen. Wesentlich ist dabei die Herausforderung sowohl auf Mikroebene (den Nutzer_innen digitaler Angebote), wie auch auf der Mesoebene (den Organisationen, z.B. Kirchen) und Makroebene (der Gesellschaft). Diskurse über gesellschaftlich relevante Themen erfahren durch die Digitalisierung entsprechend eine Transformation. Nachfolgend wird der Einfluss des medialen Wandels für religiöse Organisationen und Diskurse skizziert.

4. Folgen des Medien- und Öffentlichkeitswandels für Religionsgemeinschaften wie Kirchen und religiöse Diskurse

Die Ausbreitung, Differenzierung und Globalisierung von Glaubensgemeinschaften und Kirchen hat einen religiösen Markt entstehen lassen (vgl. Knoblauch 2000). Verbunden mit der Mediatisierung wurde die religiöse Kommunikation kommunikations- und ereignisabhängiger, es nahm also die sicht- und erkennbare Vermittlungsleistung einzelner Kirchen ab.

»Unabhängig davon, ob sie zuvor tatsächlich ihren Platz in der Öffentlichkeit geräumt hatte oder nur von der Religionssoziologie weggeschrieben wurde, die gegenwärtige Präsenz von Religion in Öffentlichkeit und Medien ist nicht zu übersehen. Der Preis dafür umfasst dabei mehrere Posten: Privilegienverlust durch eine pluralisierte Öffentlichkeit, fremdbestimmten Formwandel durch emanzipierte Medien, und Reifizierung

im Rahmen von Othering-Prozessen. Kirchenbezogene Inhalte sind nicht mehr primärer Gegenstand der medialen Berichterstattung und öffentlicher Debatten um Religion, in den Mittelpunkt rücken andere, neue und alternative religiöse Formen und Inhalte. Der erstgenannte Verlust von Privilegien bezieht sich aber zudem vor allem auf die diskursive Bedeutung traditioneller religiöser Institutionen und Gemeinschaften.« (Neumaier 2018: 852)

In den Medien wird hingegen vermehrt über religiöse Konflikte berichtet (vgl. Knudsen/Nielsen 2019).

Die Neuinstitutionalisierung von Plattformen ermöglicht Individuen, Gruppen und Organisationen neue (Selbst-)Darstellungs- und Vermittlungsformen, von denen auch religiöse Gruppen wie Kirchen vermehrt Gebrauch machen (müssen). Sie müssen diese Kanäle nutzen, denn der Medienwandel hat zu einer Schwächung der Vermittlungsleistungen bei den publizistischen Medien geführt: Sie erreichen vor allem jüngere Menschen kaum noch, weil diese Social-Media-Plattformen nutzen (vgl. Kap. 2). Zwar verfügen Kirchen bei den publizistischen Medien, so vor allem beim öffentlichen Rundfunk, über ein Vermittlungsprivileg, aber in der allgemeinen Berichterstattung müssen sich religiöse wie kirchliche Themen gegenüber anderen Themen behaupten. Bedingt durch den Verlust an eigenen traditionellen (Kirchen-)Medien sind die kirchlichen Institutionen dazu übergegangen, ihre Mitglieder über Online-Angebote wie Social-Media-Kanäle zu informieren und sich mit ihnen auszutauschen. Diese Formen der Vermittlung erfolgen meist dem formalen Gliederungsprinzip der kirchlichen Organisationen. Zunehmend erfolgt dabei eine Adressierung an bestimmte soziale Gruppen oder bezogen auf Ereignisse (Kirchentag). Es handelt sich aber immer um Formen der Eigenvermittlung, so dass die Interessen von Herausgeber_innen und Redaktionen dominieren. Das Informations- und Kommunikationsangebot ist also absendergetrieben und kann als Organisationskommunikation – mit partiell persuasiven Absichten – eingestuft werden.

Es kommt das Problem der Ansprache von Zielgruppen hinzu: Der gezielte Einbezug von bestimmten Gruppen steht vor allem bei den sich als »Volkskirchen« verstehenden Organisationen, alle Mitglieder gleichermaßen berücksichtigen und vertreten zu wollen, in einem gewissen Widerspruch. Zugleich ist zu beachten, dass die Erreichbarkeit der Mitglieder von deren Mediennutzungsverhalten abhängig ist. Den Kirchen ergeht es wie der Presse, die mit der gedruckten Publikation die Alten erreicht, aber eben nicht die Jungen. Und ein generelles Problem der Selbstvermittlung ist, dass sich die Angebote auf das eigene Feld konzentrieren, also keine Herstellung einer übergreifenden – religiösen oder kirchlichen – Öffentlichkeit angestrebt wird.

Der Strukturwandel der Öffentlichkeit, maßgeblich beeinflusst durch die Kommunikation auf Plattformen, führt zu einem Bedeutungsverlust der publizistischen Medien und des von ihnen institutionalisierten professionellen Journalismus. Die Medien haben, in Verfolgung eines gesellschaftlich bekannten publizistischen Programms, auch über Glauben, Religion und Kirchen berichtet. Die konkrete Berichterstattung obliegt dem Journalismus, der auf Basis seines Selektions- und Darstellungsprogramms publiziert (Nachrichtenwerte; Genre und Formate). Einerseits hat im Zuge der Säkularisierung und dann beschleunigt mit der Pluralisierung der Gesellschaft der Bezug der pu-

blizistischen Medien zu den kirchlichen Organisationen abgenommen: Die kirchliche Publizistik existiert nur noch in Nischenmärkten. Der institutionelle wie organisatorische Bedeutungsverlust lässt sich vor allem an der redaktionellen Organisation ablesen: So existieren Fachredaktionen für Politik, Wirtschaft, Kultur oder Wissenschaft, aber nicht für das religiöse System. Ebenso wenig gibt es kaum noch feste Seiten, Formate oder Sendeplätze. Religiöse oder kirchliche Fragen werden somit in unterschiedlichen Ressorts bearbeitet und in unterschiedlichen redaktionellen Formen vermittelt. Ein auf Dauer angelegter religiöser oder (zwischen-)kirchlicher Diskurs, der öffentlich sichtbar ist, kann so nicht realisiert werden. Das ist überraschend, zumal dann, wenn wissenschaftlich wie gesellschaftspolitisch die besondere Bedeutung des Diskurses über Religionen und Kirchen für den Zusammenhalt der Gesellschaft betont wird. Wenn die unterschiedlichen Glaubensgemeinschaften und Kirchen mit ihren Normen- und Zieldebatten allgemein-öffentlich nicht mehr oder nur selektiv vorkommen: Wie kann man sich dann die Gesellschaft ein Bild von ihnen machen?

Der digitale Strukturwandel der Öffentlichkeit hat andererseits zur Folge, dass es immer weniger die Öffentlichkeit gibt, sondern viele Formen von Öffentlichkeit nebeneinander bestehen. Dies ist für »Volkskirchen« ein Problem, weil sie die Gesamtgesellschaft erreichen wollen, auch weil sie daraus ihre Legitimation beziehen. Die Ausbildung von Teil- oder Suböffentlichkeiten ermöglicht Gruppen vielfältige Formen des binnenkommunikativen Austauschs, der zudem öffentlich beobachtet werden kann. Neue wie ressourcenschwache Akteure haben damit die Chance, öffentlich sichtbar zu sein, fallweise (erfolgreich) Öffentlichkeit herzustellen. Mittels Influencing und anderer persuasiver Kommunikationsformen können alle Akteure sich neue Zugänge zu Öffentlichkeiten ressourcengünstig verschaffen. Für etablierte Organisationen bedeutet dies, dass in den Kampf um öffentliche Sichtbarkeit, die eine Voraussetzung für die Einwerbung von Ressourcen ist, wichtiger wird. Das hat Konsequenzen für die kirchenorganisationsinterne Struktur (Regeln, Kompetenzen, Zuständigkeiten). So erfordert der Öffentlichkeitswandel ein strategisches Informations- und Kommunikationsmanagement und vor allem auch Formen der zielgruppenadäquaten Information wie Kommunikation. Die Kirchen als Institutionen legitimieren sich damit immer mehr über ihre organisationale Praxis und sie stehen damit als Dienstleister im Wettbewerb zueinander.

5. Entwicklungen und Ausblick: Religion im öffentlichen Diskurs

Die öffentliche Präsenz für Religion und Kirchen in der allgemeinen Öffentlichkeit dürfte erwartbar abnehmen, weil die Themen – wenn es nicht um Konflikte geht – wenig Publikumsinteresse und Anschlusskommunikation auszulösen vermögen. Religion nimmt im öffentlichen Diskurs unterschiedliche Rollen ein: Zum einen wird das Thema »Religion« selbst als Thema verhandelt; zum anderen agieren religiöse Organisationen als Diskursteilnehmende. Die journalistische Berichterstattung basiert in diesem Zusammenhang auf Nachrichtenwerten, wie Skandalisierung, Konflikthaftigkeit, Emotionalisierung oder auch Personalisierung (im Kontext religiöser Organisationen und deren Repräsentant_innen, wie beispielsweise Papst Franziskus) (vgl. z.B. De Rooij 2019).

So zeigt eine Schweizer Studie zur Medienberichterstattung über Religion aus dem Jahr 2008 (vgl. Koch 2012), dass vorwiegend Berichte über das Christentum und den Islam dominieren, wobei das Christentum respektive Katholizismus aufgrund seiner Repräsentanten Aufmerksamkeit erzielt (beispielsweise im Vergleich zum Protestantismus, der keine entsprechenden Repräsentanten aufweist) und positiver – und in Abgrenzung zu anderen Religionen – bewertet wird. Der Islam ist vor allem aufgrund von konflikthaften Ereignissen (z.B. Terrorismus) Gegenstand der Berichterstattung. Gesamthaft betrachtet deutet die Berichterstattung von Religion von einer Schwerpunktsetzung auf die Themen Politik und Konflikt – auch im Zusammenhang weiterer Religionen wie dem Buddhismus oder dem Judentum. Religiosität selbst, im Sinne individuellen Glaubens oder religiösen Praktiken, spielt eine geringere Rolle (vgl. Koch 2012). Ein ähnliches Bild zeigt eine Studie aus Deutschland, wonach sich 85 % der Berichterstattung über Religion im Zeitraum 1993 bis 2009 auf das Christentum beziehen, mehr als die Hälfte davon auf den Katholizismus. Religion wird zudem häufig in Bezug auf weitere Gesellschaftssysteme zum medialen Thema, besonders präsent ist dabei das politische System – und dies häufig in einer konflikthaften Rahmung (Schielicke 2014: 128-131). Auch spezifischer Religionsjournalismus ist in (Schweizer) Medien eine Seltenheit und entsprechend von geringerer Bedeutung aus Sicht der Medienschaffenden (Koch 2012: 313f.). So kann auch ein Wandel in der journalistischen Berichterstattung über Religion selbst konstatiert werden. Während deutsche Medienschaffende in den 1980er Jahren noch häufig aus einer ideologischen Position heraus berichteten und die Veröffentlichung religiöser Themen stark auf individuellem Engagement basierte, änderte sich die journalistische Haltung in den 1990er Jahren insofern, als eine stärkere Reserviertheit, Gleichgültigkeit oder distanzierte Kritik gegenüber religiösen Themen vorherrscht (Gärtner/Gabriel/Reuter 2012: 14f.).

Abgesehen von konflikthaften Ereignissen stellen auch religiöse »Medienevents« einen journalistischen Nachrichtenwert dar. So kommt von Luttitz (2016: 133) im Rahmen einer medieninhaltsanalytischen Untersuchung der deutschen und österreichischen Berichterstattung über die katholische Kirche zu dem Ergebnis, dass die mediale Resonanz beispielsweise im Frühjahr 2013 gestiegen ist, also jener Zeitraum, der vom Rücktritt von Papst Benedikt XVI. und der Papstwahl von Franziskus gekennzeichnet war. Es handelt sich hierbei um eine mediale Inszenierung im Sinne eines Verkaufsfaktors von Religion bzw. seinen Repräsentant_innen, eine Art »Celebretisierung« oder auch »branding religion« (Hepp/Krönert 2009: 145).

Vor allem Skandalisierungsdiskurse zeigen aber deutlich, inwiefern die mediale Berichterstattung über Religion gesellschaftliche Spannungslinien respektive Polarisierungen weiter evozieren können. So zeigen weitere empirische Studien, dass bezugnehmend auf die katholische Kirche vor allem skandalisierende Themen wie der Missbrauchsskandal in den Jahren 2010 und 2011 mit Reputationseinbußen der katholischen Kirche einhergingen (vgl. Donnelly/Inglis 2009; Eisenegger/Schneider/Djukic 2018; Mancini/Shields 2014; Schwaiger et al. 2020). Oder aber es werden Konfliktlinien bezüglich der Themen Integration und Migration deutlich, wie beispielsweise Diskurse um das Tragen von Kopftüchern, das Errichten von Moscheen oder terroristische Anschläge (vgl. Neumaier 2018). Diese medial verhandelten Diskurse nehmen auch in den pädagogischen Bereich Einzug: So etwa die Frage, inwiefern eine Trennung von Religi-

on und Staat in öffentlichen Schulen stattfindet, gespiegelt z.B. in der Diskussion rund um das Kreuz im Klassenzimmer oder das Kopftuchverbot (vgl. ebd.).

Der Diskurs über Religion, Kirchen und ihre Themen ist strukturell fragmentiert, weil Glaubensgemeinschaften zwar ein institutionelles, aber kein organisationales Feld zu bilden vermögen. Die Normen wie Regeln des institutionellen Feldes sind zwar unterschiedlich, aber Normativität gehört im allgemeinen Verständnis zu Glaubensgemeinschaften. Als Organisationen vertreten Kirchen höchst unterschiedliche Ziele, sie sind sehr unterschiedlich binnenrechtlich verfasst und organisiert, vor allem bieten sie unterschiedliche Leistungen an. Sie vermögen es daher nicht, übergreifende – also korporative – Akteursstrukturen aufzubauen. Im Gegenteil: Sie stehen in einem Wettbewerb zueinander. Dieser Wettbewerb wird durch die neuen digitalen Vermittlungsnotwendigkeiten allgemein sichtbar und muss ausgetragen werden. Kommunikativ können daher Kirchen als Organisationen sich nicht allein auf sich selbst beziehen, sondern sie müssen – zumal es an vermittelnden wie vergleichenden Akteuren fehlt – Unterschiede selbst kommunikativ markieren. Sie werden Organisationskommunikation betreiben müssen. Durch diese kommunikativen Aktivitäten werden sie gezwungen sein, sich aufeinander zu beziehen. Auf diese Weise kann Folgekommunikation ausgelöst werden. Die Spannungslinien zwischen Glaubensgemeinschaften wie Kirchen können so, unter digitalen Bedingungen, sichtbar werden.

Literaturverzeichnis

- Berger, Peter L. (1988): *Zur Dialektik von Religion und Gesellschaft: Elemente einer soziologischen Theorie* [1967], Frankfurt a.M.: Fischer.
- Campbell, Heidi A./Evolvi, Giulia (2019): »Contextualizing current digital religion research on emerging technologies«, in: *Human Behavior and Emerging Technologies* 2(1), S. 5-17.
- Campbell, Heidi A./La Pastina, Antonio C. (2010): »How the iPhone became divine: new media, religion and the intertextual circulation of meaning«, in: *new media & society* 12(7), S. 1191-1207.
- Castells, Manuel (2010): *The Rise of the Network Society* (2. Aufl.) [1996], Oxford: Wiley-Blackwell.
- De Rooij, Laurens (2019): »Papal Narratives: The Discourse of Pope Francis, and his Media Representation«, in: *Problemi dell'informazione* 3, S. 514-544.
- Donnelly, Susan/Inglis, Tom (2009): »The Media and the Catholic Church in Ireland: Reporting Clerical Child Sex Abuse«, in: *Journal of Contemporary Religion* 25(1), S. 1-19.
- Dubois, Elizabeth/Blank, Grant (2018): »The Echo Chamber is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media«, in: *Information, Communication & Society* 21(5), S. 729-745.
- Eisenegger, Mark (2020): »Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung«, in: Mark Eisenegger et al. (Hg.), *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen*, Wiesbaden: Springer VS, S. 17-38.

- Eisenegger, Mark/Schneider, Jörg/Djukic, Mihael (2018): Reputationsstudie der katholischen Kirche in Österreich mit Schwerpunkt auf der Erzdiözese Salzburg. https://www.zukunftsprozess.at/fileadmin/user_upload/subportale/Zukunftprozess/2_Allgemeine_Downloads/S-Reputationsstudie.pdf
- Flaxman, Seth/Goel, Sharad/Rao, Justin M. (2016): »Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption«, in: *Public Opinion Quarterly* 80 (Special Issue), S. 298-320.
- Fraser, Nancy (2010): »Kritische Theorie im neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit«, in: *Forschungsjournal NSB* 23(3), S. 18-25.
- Gabriel, Karl (2014): »Liquide Church? Organisationssoziologische Anmerkungen«, in: *Zeitschrift für Pastoraltheologie* 34(2), S. 45-56.
- Gärtner, Christel/Gabriel, Karl/Reuter, Hans-Richard (2012): *Religion bei Meinungsmachern. Eine Untersuchung bei Elitejournalisten in Deutschland*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Habermas, Jürgen (2006): »Religion in the Public Sphere«, in: *European Journal of Philosophy* 14(1), S. 1-25.
- Hagen, Lutz M./Wieland, Mareike/In der Au, Anne-Marie (2017): »Algorithmischer Strukturwandel der Öffentlichkeit. Wie die automatische Selektion im Social Web die politische Kommunikation verändert und welche Gefahren dies birgt«, in: *Medien Journal* 41(2), S. 127-143.
- Haim, Mario/Graefe, Andreas/Brosius, Hans-Bernd (2018): »Burst of the Filter Bubble?«, in: *Digital Journalism* 6(3), S. 330-340.
- Hasebrink, Uwe (2008): »Das multiple Publikum«, in: Bernhard Pörksen et al. (Hg.), *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis* (FS Siegfried Weischenberg), Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 513-530.
- Helmond, Anne (2015): »The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready«, in: *Social Media + Society* 1(2), S. 1-11.
- Hepp, Andreas/Krönert, Veronika (2009): *Medien – Event – Religion. Die Mediatisierung des Religiösen*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hjarvard, Stig (2008): »The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change«, in: *Nordicom Review* 29(2), S. 105-134.
- (2011): »The mediatization of religion: Theorising religion, media and social change«, in: *Culture and Religion* 12(2), S. 119-135.
- Jarren, Otfried/Neuberger, Christoph (Hg.) (2020): *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise. Medien und Plattformen als Intermediäre*, Baden-Baden: Nomos Verlag.
- Kleinen-von Königslöw, Katharina (2016): »Publikumsfragmentierung in der Online-Nachrichtenumgebung«, in: Philipp Henn/Dennis Frieß (Hg.): *Politische Online-Kommunikation: Voraussetzungen und Folgen des strukturellen Wandels der politischen Kommunikation*, Berlin: FU Berlin, S. 253-278.
- Knoblauch, Hubert (2006): »Die populäre Religion«, in: *Theologisch-Praktische Quartalsschrift* 154(2), S. 164-172.
- (2000): »Populäre Religion. Markt, Medien und Popularisierung von Religion«, in: *Zeitschrift für Religionswissenschaft* 8, S. 143-161.

- Knudsen, Gry H./Nielsen, Marie V. (2019): »Exploring the mediatization of organizational communication by religious communities in digital media«, in: *MedieKultur* 66, S. 101-121.
- Koch, Carmen (2012): *Religion in den Medien. Eine quantitative Inhaltsanalyse von Medien in der Schweiz*, Konstanz: UVK.
- Mancini, Christina/Shields, Ryan T. (2014): »Notes on a (sex crime) scandal: The impact of media coverage of sexual abuse in the Catholic Church on public opinion«, in: *Journal of Criminal Justice* 42(2), S. 221-232.
- Neumaier, Anna (2018): »Religion, Öffentlichkeit, Medien«, in: Detlef Pollack et al. (Hg.): *Handbuch Religionssoziologie*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 833-859.
- Nord, Ilona (2019): »Eine langfristige Gestaltungsaufgabe. Digitalisierung und politische Partizipation als Herausforderung für Kirche und Praktische Theologie«, in: Jonas Bedford-Strohm/Florian Höhne/Julian Zeyher-Quattlander (Hg.): *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Interdisziplinäre Perspektiven auf politische Partizipation im Wandel*, Baden-Baden: Nomos, S. 63-82.
- Norris, Pippa/Inglehart, Ronald (2004): *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Pariser, Eli (2011): *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, London: Viking.
- Petzke, Martin/Tyrell, Hartmann (2012): »Religiöse Organisationen«, in: Maja Apelt/Veronika Tacke (Hg.): *Handbuch Organisationstypen*, Wiesbaden: Springer VS, S. 275-306.
- Pickel, Gert (2014): »Religiöser Wandel als Herausforderung an die deutsche politische Kultur – Religiöse Pluralisierung und Säkularisierung als Auslöser einer (neuen) Religionspolitik?«, in: *Zeitschrift für Politik* 61(2), S. 136-159.
- Prior, Markus (2005): »News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout«, in: *American Journal of Political Science* 49(3), S. 577-592.
- Schielicke, Anna-Maria (2014): *Rückkehr der Religion in den öffentlichen Raum? Kirche und Religion in der deutschen Tagespresse von 1993 bis 2009*, Wiesbaden: Springer VS.
- Schimank, Uwe (2007): *Theorien gesellschaftlicher Differenzierung* (3. Aufl.), Wiesbaden: VS Verlag.
- (2011): »Gesellschaftliche Differenzierungsdynamiken – ein Fünf-Fronten-Kampf«, in: Thomas Schwinn/Clemens Kroneberg/Jens Greve (Hg.): *Soziale Differenzierung. Handlungstheoretische Zugänge in der Diskussion*, Wiesbaden: Springer VS, S. 261-284.
- Schwaiger, Lisa et al. (2020): »How Individual News Media Repertoires Shape the Reputation of Religious Organizations: The Case of the Catholic Church in Austria«, in: *Journal of Media and Religion* 19(1), S. 1-11.
- Stark, Birgit (2013): »Fragmentierung Revisited: eine theoretische und methodische Evaluation im Internetzeitalter«, in: Wolfgang Seufert (Hg.): *Langfristiger Wandel von Medienstrukturen. Theorie, Methoden, Befunde*, Baden-Baden: Nomos, S. 199-220.

- Streeck, Wolfgang (2017): »Vielfalt und Interdependenz. Überlegungen zur Rolle von intermediären Organisationen in sich verändernden Umwelten«, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 69(2), S. 525-548.
- von Luttitz, Stephanie (2016): Kirchliche Analphabeten: Der öffentliche Diskurs zwischen den Medien und der katholischen Kirche, Münster: Lit Verlag.
- Wallace, Julian (2017): »Modelling Contemporary Gatekeeping«, in: Digital Journalism, S. 1-20.
- Zuiderveen Borgesius, Frederik J. et al. (2016): »Should We Worry About Filter Bubbles?«, in: Internet Policy Review 5(1), S. 1-16.