



digital christianity

Editorial

Impressum

Herausgeber:in
Trends & Identity

Autor:innen
Jimena Zbinden
Philomena Maeder

Kursleitung
Prof. Dr. Bitten Stetter
Alexandra Viert
Patrik Ferrarelli

Druck
Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK), Inhouse

Copyright
Der Nachdruck von Artikeln ist unter Quellenangabe gestattet.
Zürcher Hochschule der Künste Toni-Areal, Pfingstweidstrasse 96 8031 Zürich

Anregungen und Kritik
Bitten.Stetter@zhdk.ch

In diesem Zine befassen wir uns mit dem digitalen Christentum. Dabei geht es beinahe ausschliesslich um die Gen Z und jüngere Menschen, da wir selbst zu der Gen Z gehören. Wir haben Berührungspunkte mit Religion im echten Leben, sehen uns aber nicht als religiös und verfolgen auch nicht aktiv religiösen Content. Das Interesse am Thema wurde vor allem über den ästhetischen und musikalischen Zugang geweckt, uns fiel ein Revival religiöser Objekte und Symbole in der Pop Kultur und in unserem näheren Umfeld auf. Bei der Recherche merkten wir, wie faszinierend das digitale Christentum ist und fokussierten uns darauf. Wir stiessen auf die wachsende christliche online Community, auf christliche Apps und auf viel KI-generiertes Material. Auch moderne Klima-Ablassbriefe und reichlich Musik fanden wir, jedoch gehen wir hier nicht näher darauf ein, dies würde den Rahmen sprengen. Unsere Perspektive ist eine kritisch-hinterfragende, unsere Intention war es jedoch nicht, über den Glauben anderer zu urteilen.



Inhalt

Einleitung	08
Christfluencer:innen	09
Jesus Glow	
Safe Space: Küche	
Ästhetiken & Popkultur	26
Christliche Apps	36
Dating	
Gaming	
Rosary	
Social	
Life Style	
KI-rche	42
Ausblicke	50
Im Namen der Religion, der Politik und der KI	
Bastelreligion	
Quellen	54





Was passiert, wenn eine Religion, die auf bewusstem Leben, entschleunigenden Ritualen und Ehrfurcht basiert, mit unserer schnellen, digitalen Gesellschaft versucht mitzuhalten? Und kann diese Art von Spiritualität, die per se auf Langsamkeit und entschleunigte Introspektive basiert überhaupt in einer beschleunigten Welt bestehen, braucht sie die Entschleunigung, die die Digitalen Räume gar nicht bieten können?

Das Christentum hat eine breite Anhänger:innenschaft. Global gesehen gilt es bis heute als grösste Religionsgemeinschaft und dennoch ist die Zahl der christlichen Bevölkerung rückläufig. Sowohl die katholische als auch die reformierte Kirche haben mit einem gravierenden Rückgang ihrer Mitglieder zu kämpfen.

Das ursprüngliche Vermittlungskonzept des Christentums verliert offenbar an Beliebtheit, was nicht zuletzt auf strukturelle und institutionelle Probleme zurückzuführen ist. Laut dem NZZ Artikel «Gibt es überhaupt einen Gott? Der Rückgang des Glaubens setzt sich fort» haben die wiederholten Missbrauchsskandale das Vertrauen der Gläubigen erheblich erschüttert. Gleichzeitig wirkt die Kirche in gesellschaftspolitischen Fragen häufig starr und konservativ, wodurch viele Gläubige, insbesondere junge Menschen, das Gefühl haben, dass ihre individuellen Lebensrealitäten und Werte nicht ernst genommen werden. Traditionelle kirchliche Praktiken wie Gottesdienste, Beichten oder Gebetsstunden erscheinen in einer immer schneller werdenden Gesellschaft für viele junge Menschen unpraktikabel oder zeitaufwendig. Zugleich versucht die Kirche, sich zu modernisieren und in den digitalen Raum zu verlagern.

Digitale Beschleunigung eröffnet neue Zugänge zu Glaubensinhalten, gleichzeitig aber steht sie in Spannung zu spiritueller Tiefe und Gemeinschaftserfahrung. Traditionell sind kirchliche Rituale Orts- und Zeitgebunden. Durch die Digitalisierung ist schnelle und flexible Teilnahme an religiösen Inhalten möglich. Neben klassischen Online-Gottesdiensten und christlichen Apps gewinnen auch christliche Influencer:innen auf Plattformen wie Instagram, TikTok oder YouTube an Bedeutung. Sie vermitteln Glaubensinhalte auf schnelle, mediale Weise und schaffen virtuelle Communities. Diese Form der schnellen, individualisierten Religionsvermittlung kann institutionelle Defizite kaschieren, aber zugleich traditionelle Rituale, die Tiefe theologischer Reflexion und die Bindung an die Kirche weiter schwächen. Die Algorithmen auf TikTok, Instagram und Co. führen dazu, dass man immer mit mehr religiösem Content konfrontiert wird, dessen Ansichten auch politisch extremer werden. Der Algorithmus radikalisiert. Schnelle Verbreitung erhöht die Reichweite christlicher Inhalte, aber auch die Reichweite theologischer Verzerrungen.

Die digitale Religion trägt den Paradox of Speed in sich. Sie will entschleunigen, zu einem bewussteren Leben verhelfen, das aber in einer beschleunigenden Form, nämlich mithilfe des Internets.

« Ist es
überhaupt
Glaube,

wenn er
nicht
radikal ist? »

- Jasmin Friesen



**I don't think
I just believe**

7-24

Reply

♡ 36.5k

— View 329 replies ▾

Christfluencer :innen

Der Megatrend Digitalisierung beschleunigt und führt zu einem religiösen Shift. Als Reaktion auf die Säkularisierung und unter dem Makrotrend des «Self-Imaging» werden die Christfluencer:innen geboren. Die Kirchen verlieren zwar an Leuten, jedoch erreichen Christfluencer:innen so schnell so viele Menschen wie nie zuvor. Bei einer Studie der Universität Zürich wurden «639 (christliche) Personen ab 14 Jahren befragt. Von diesen gaben 356 Personen an, christlichen Influencer:innen zu folgen. Die Ergebnisse zeigen, dass je religiöser und spiritueller eine Person ist, desto eher schauten sie sich religiöse Influencer:innen an.» Unter Christfluencer:innen versteht man Influencer:innen, welche in ihrem Content ihren christlichen Glauben präsentieren, promoten, vermarkten, inszenieren und verbreiten. Sie lassen sich unterteilen in diverse Typen. Eine der bekanntesten Christfluencerinnen im deutschsprachigen Raum ist Jasmin Friesen, auf Instagram nennt sie sich «liebezurbibel».

Die Nahbarkeit und Authentizität von Christfluencer:innen schaffen vor allem für junge Menschen einen anderen Zugang zu Religion. Sie promoten Produkte, verkaufen ihre eigenen Bibeln, Pullis mit religiösen Aufschriften oder auch den «Jesus Glow».

theologischer Hintergrund



Quinton Ceasar
@pastor_vanniekaap
59.3k



Josephine Teske
@seligkeitsdinge_
42.5k



liberal

An einzelnen Christfluencer:innen zeigt das Axialkreuz beispielhaft auf, wie breit gefächert die Welt der Christfluencer:innen ist.

Jasmin Friesen
@liebezurbibel
91.5k



konservativ

kein theologischer Hintergrund



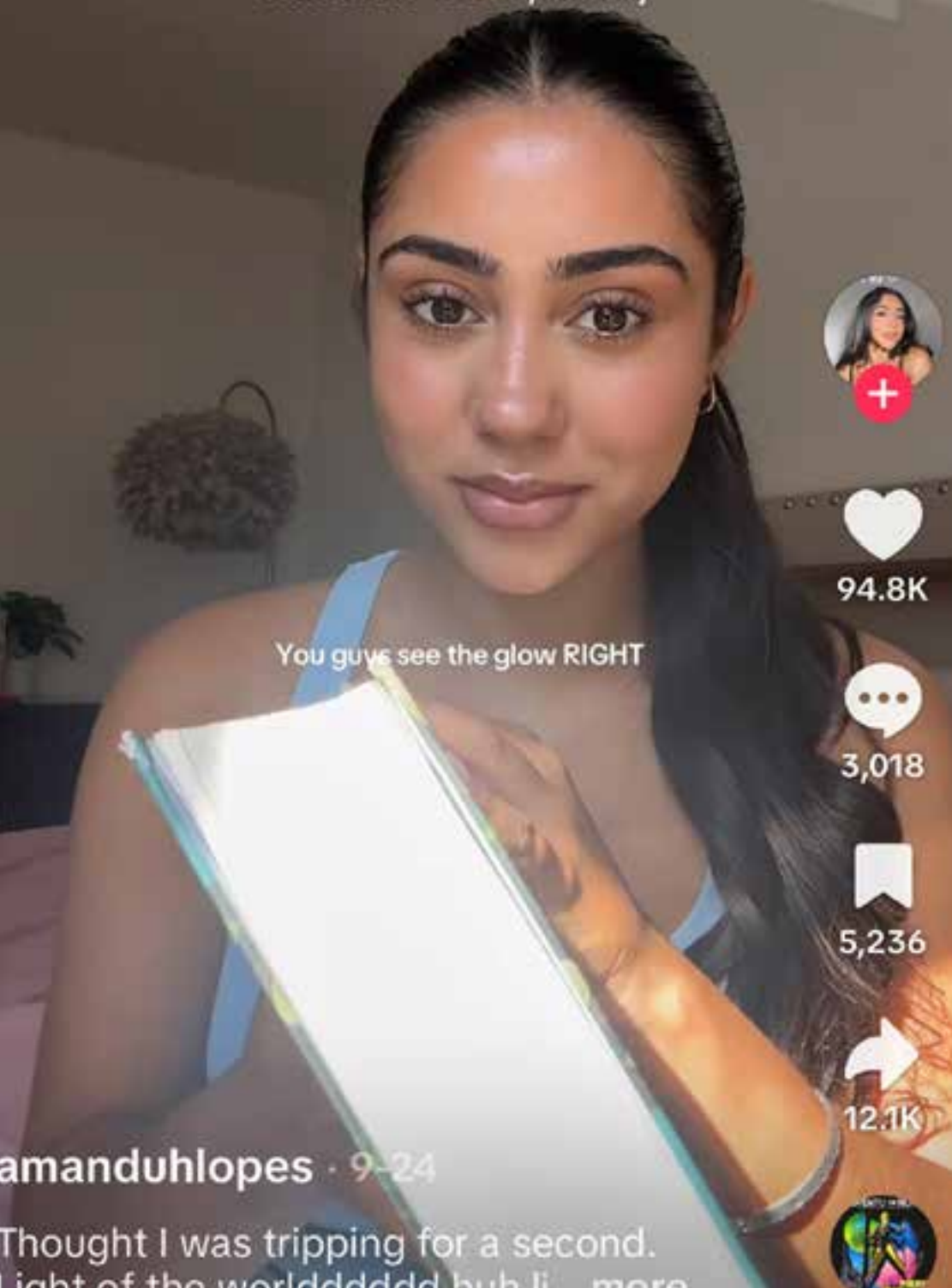
Jana Hochhalter
@hiigholder
85.9k



Leonard Jäger
@ketzerderneuzeit
339k



That Jesus GLOW, literally



94.8K



3,018



5,236



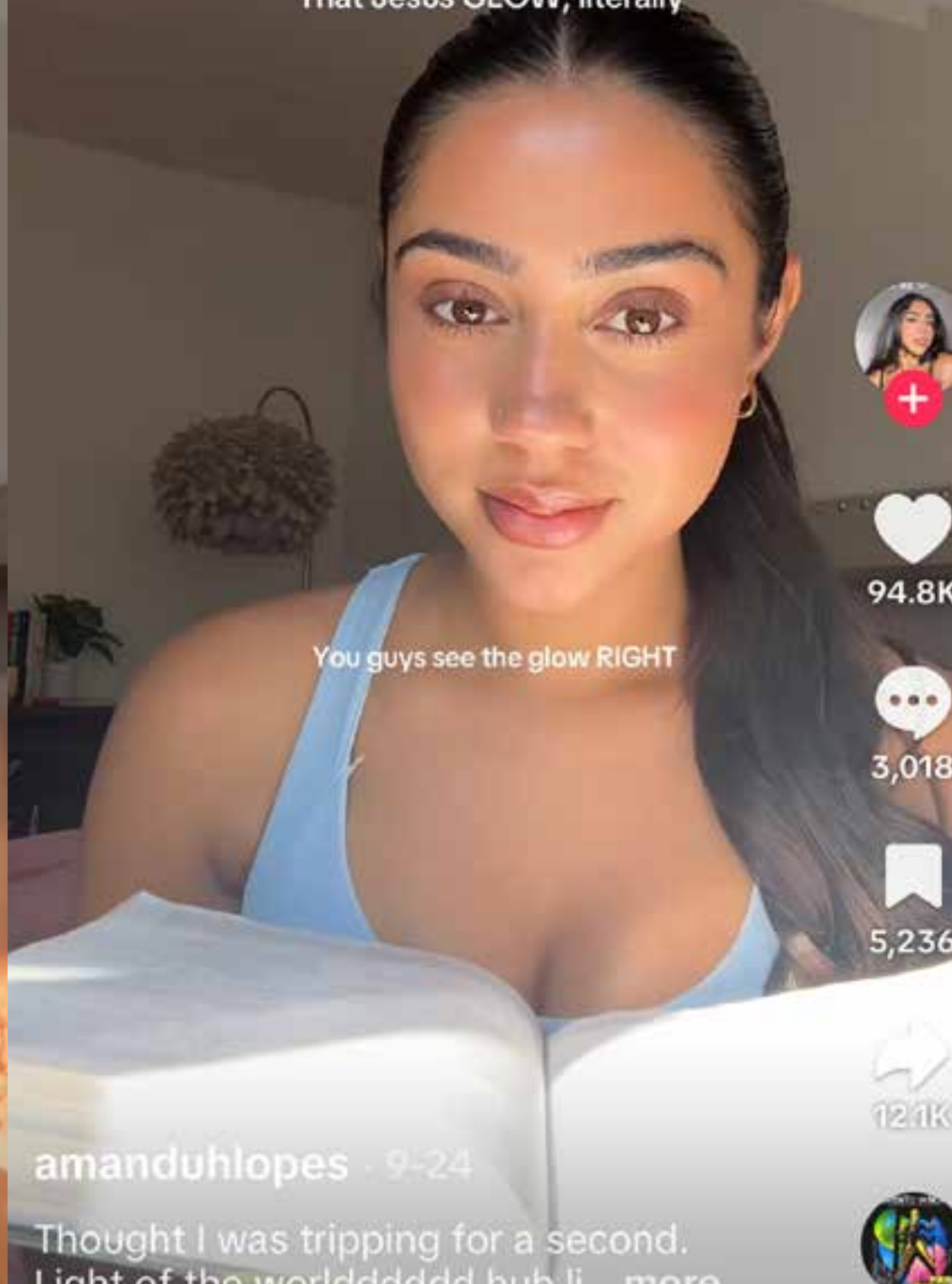
12.1K

amanduhlopes · 9-24

Thought I was tripping for a second.
Light of the worlddddddd hah li more



That Jesus GLOW, literally



94.8K



3,018



5,236



12.1K

amanduhlopes · 9-24

Thought I was tripping for a second.
Light of the worlddddddd hah li more



«Jesus Glow»



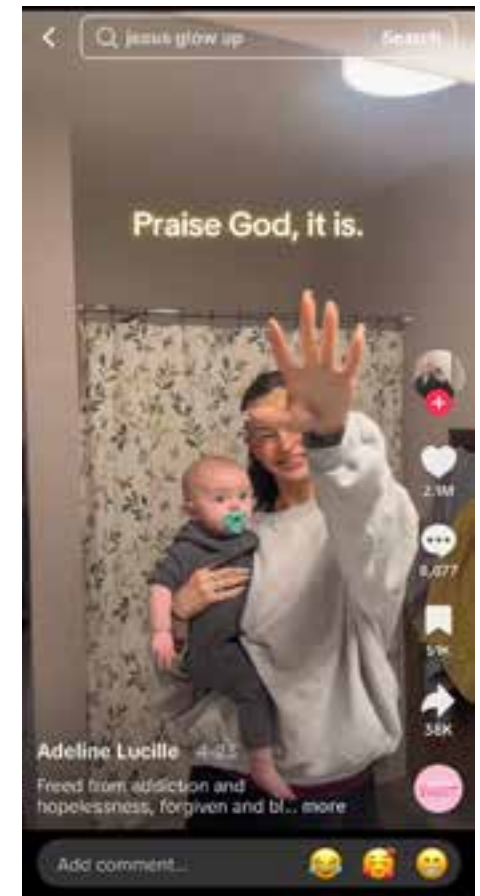
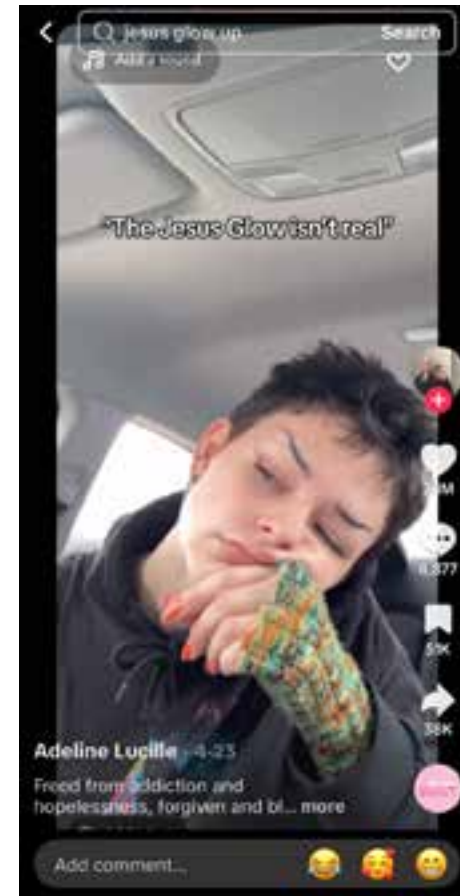
Der «Jesus Glow» ist kein Produkt, sondern es handelt sich um den «Glow», den jemand erfährt, wenn er oder sie zum Glauben konvertiert. Ganz nach dem Prinzip des «glow ups», den seinen Hype bereits auf TikTok vor einigen Jahren genießen konnte, werden vorher nachher Bilder (meist Selfies) präsentiert. Die Message: Religiöse sehen einfach besser aus. Dem jungen Publikum wird vermittelt, dass Gott dich nicht nur innerlich zu einem besseren Menschen macht, sondern auch äusserlich und wer will schon nicht vollkommen schön sein? Das ist der Marketing-Move in einer visuellen Gesellschaft. Bei Christfluencer:innen handelt es sich gewissermassen um moderne Predigtformen.

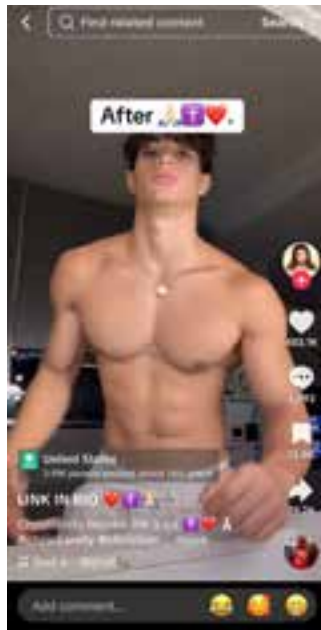
In der Studie der UHZ wird gezeigt, dass Follower:innen die Christfluencenden «als Meinungsführer:innen.» ansehen und dass «(...) Influencer:innen andere Menschen und auch sie selbst beeinflussen konnten. Sie waren dabei der Ansicht, dass Influencer:innen in der Lage sind, andere von ihrem Glauben zu überzeugen.»

Täglich Bibelsprüche herausschreiben, beten, in die Kirche gehen, die komplette Hingabe zu einem entschleunigten, bewussten Leben. Die Christfluencer:innen haben den Luxus sich der Entschleunigung, welche diesen Ritualen zugeschrieben wird, hinzugeben. Sie promoten einen Lifestyle, der für die meisten ihrer Follower:innen unrealistisch ist.

Ein TikTok, welches den «Jesus Glow» zeigen soll hat 2.1mio Views. Darunter lassen sich unzählige positive Kommentare finden.

This is what He means when He says, «I am the LIGHT»
 We love a Jesus glow up!!!
 God is so so good!! Proud of you
 We lost a baddie and gained an angel
 The Jesus glow
 Wow. God is soo good
 Went from a democrat to a normal human being
 A lot of people see this type of things as «brainwashing» but
 mg the peace and love you feel from God and changing your life
 feel way better than any ignorant comment. You look amazing.
 You're literally a different person!!
 This is an INCREDIBLE testimony!!!
 The Jesus glow up is the best glow up
 You were beautiful then! But that Jesus glow hits different
 That Jesus Glow looks so good on you!!
 I know him sending you that baby hea-
 ed you in so many ways unimaginable
 don't listen to those who are telling you this is not Jesus, be-
 cause nobody can understand it till it time to understand it,
 nce Jesus start to work in your life many things start to change
 The Jesus glow is not in the style or aesthetic it's when
 he Holy Spirit sets you free from satans bondage and
 our spirt is free and visible. It really is a beautiful thing
 You look so much happier! God bless u and your little baby.
 Got that Jesus glow
 Praise God!
 «Never lose hope. Just when you think it's over,
 GOD will make a way for you.» - Isaiah 43:19
 WOW. CHILLS. He is good and still working!!
 Literally glowing ! let his word continue to light your path !
 I see the Jesus glow
 you really are glowing!
 God is good!
 NOW THATS THE JESUS GLOW!
 Your Jesus glow is STUNNING!!!!
 WOW You have that Jesus glow now
 THAT JESUS GLOW!!!! Won't He do it!!
 m freed from the same!! Following you sis!
 Oh my gosh-the Jesus GLOW I love this for you so much mama
 The Jesus glow shines throughhh praise God!
 IM ACTUALLY CRYING Je- s
 s glow is something soooooo beautiful!!!
 The Jesus glow is very real. Life
 made sense- motherhood





Dieses Video ist eine fake Transformation, denn das ist nicht die gleiche Person.



Safe Space Küche

Millane Al-Masoud, eine bekannte deutsche Christfluencerin, sagt in einem Podcast, dass sich eine Frau unterzuordnen hätte. Sie stösst online auf Empörung, aber diese Ansicht genießt unter sogenannten «Trad Wives» grosse Popularität. Diese Frauen haben klare Geschlechtervorstellungen und plädieren für konservative Rollenbilder. Durch Purity Culture wollen sie das jungfräuliche Leben bis zur Ehe verlängern. Danach macht sie den Haushalt, er verdient das Geld.

Das scheinbare Vorleben, der gehorsamen, frommen, ihre Kinder bekochenden Hausfrau, wird dadurch gestört, dass diese Influencerinnen Geld mit ihrem Content verdienen und sehr wohl ihre Meinungen auf social Media äussern. Vor allem in der Gen-Z gibt es doch starke Befürworter:innen der «Trad Wives». Die Glorifizierung traditioneller Werte, patriarchalen Strukturen und das «Früher war alles Besser»-Mindset lässt sich auf einen weiteren Megatrend zurückführen: Sicherheit. Das Zeitalter, in dem die Generation Z lebt, bietet so viele Möglichkeiten wie nie zuvor, aber ist von extremen Unsicherheiten geprägt: Kriege, Pandemie, politische Unsicherheiten und Klimakrise. Das macht Angst. In der Religion finden nun viele die Lösung: klar vorgegebene Identitäten, Ideale, sogar Lebensabläufe sind fix und bieten Sicherheit und scheinbare Kontrolle. Zum Alten zurückzukehren, in eine langsamere Welt, ist eine Art von Escapism.

Auf social Media lässt sich Inspiration zu christlichem Style finden: Outfits für den Gottesdienst, das richtige Make-up für religiöse Frauen, Dekoration und Einrichtung. Religiöse Symbole wie das Kreuz oder auch Abbildungen von Jesus tauchen zwar immer wieder auf, jedoch in gedämpften Farben und sehr schlicht. Auch tragen es manche in Form von dezentem Schmuck wie Ketten oder Ohrringe. Nichts ist protzig oder mit viel Gold verziert, anders als man es von katholischen Kirchen kennt. Das heutige Christentum gibt sich im Design als bescheiden und modern, vielleicht auch, weil es den Mainstream mehr anspricht. Womöglich liegt es an der Abgrenzung des Protestantismus vom Katholismus. Die altertümlich stereotypische Ästhetik findet sich nun vor allem in nicht religiösem Kontext wieder.

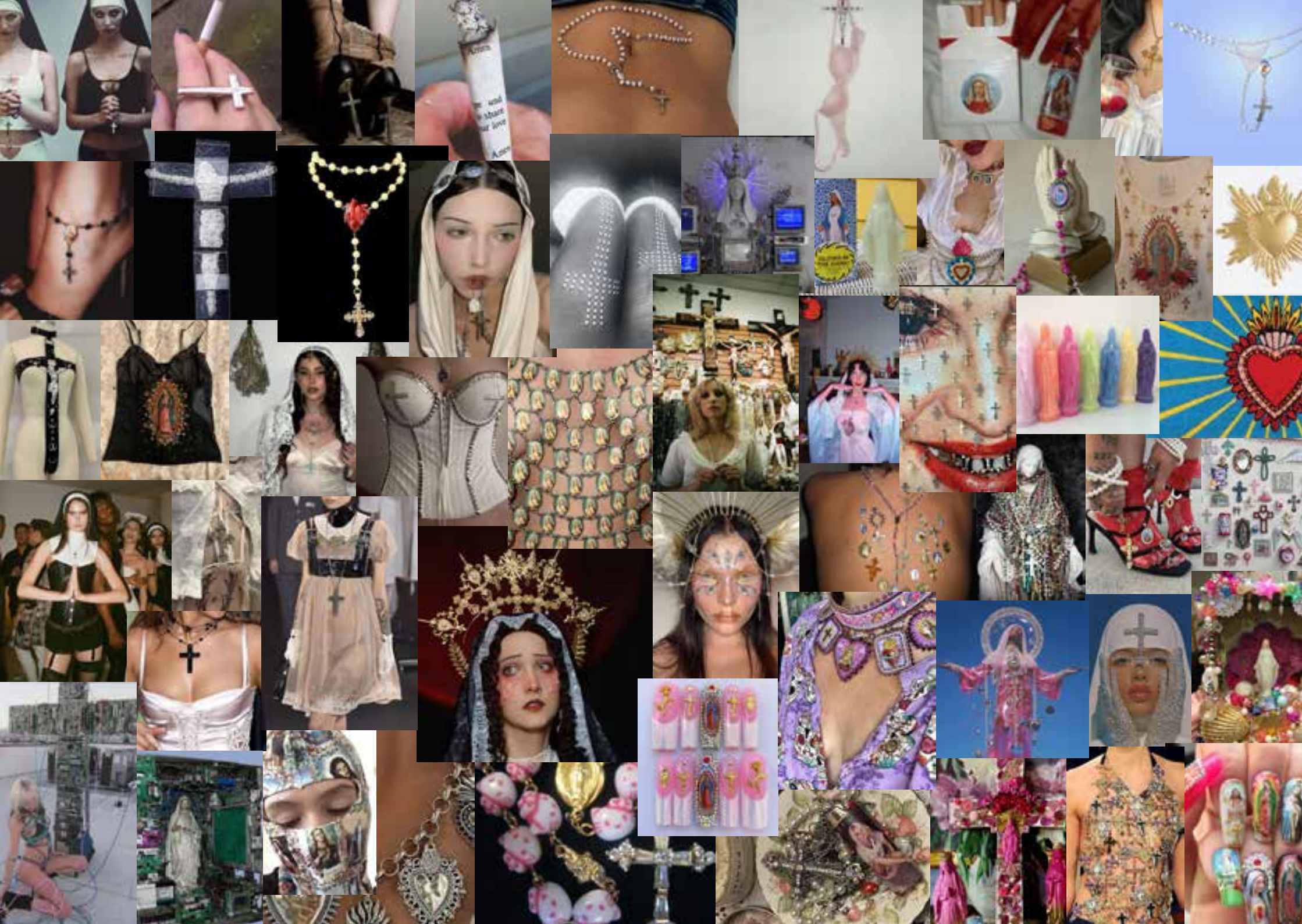
Ästhetiken & Popkultur



Auf social Media lässt sich Inspiration zu christlichem Style finden: Outfits für den Gottesdienst, das richtige Make-up für religiöse Frauen, Dekoration und Einrichtung. Religiöse Symbole wie das Kreuz oder auch Abbildungen von Jesus tauchen zwar immer wieder auf, jedoch in gedämpften Farben und sehr schlicht. Auch tragen es manche in Form von dezentem Schmuck wie Ketten oder Ohrringe. Nichts ist protzig oder mit viel Gold verziert, anders als man es von katholischen Kirchen kennt. Das heutige Christentum gibt sich im Design als bescheiden und modern, vielleicht auch, weil es den Mainstream mehr anspricht. Womöglich liegt es an der Abgrenzung des Protestantismus vom Katholizismus. Die altertümlich stereotypische Ästhetik findet sich nun vor allem in nicht religiösem Kontext wieder.



Die Ästhetisierung religiöser Symbole und Relikte finden wir in der Pop Kultur in Mode und Musik. Ihre Aneignung kann Kritik, oder wertfreie Faszination gegenüber dem Christentum bedeuten. An Mikrotrends, wie das «Biblically Accurate Angel Make-up» oder die Rosary Heels von Alexander McQueen, lässt sich das erkennen.



Ästhetisierung religiöser Symbole

Marienfiguren

Maximalistisch

Bunt

Kreuze

Kitsch

Modest

Neutral

Minimalistisch

Sprüche

Soft

Religiösisierung minimalistischer Ästhetik





SALT

ROSARIO

RELIGION WARS

BABYLON BEE

RELIGION INC

TEXT JESUS

HALLOW

EDEN

SUBMISSION

THE WELL

Christliche Apps

Seit im Jahre 2008 «YouVersion» als erste christliche App auf den Markt kam, boomt das Geschäft. Bis heute wurden zahlreiche Apps mit religiösen Inhalten entwickelt, von Gebetshilfen, über Dating Plattformen, bis hin zum KI-Chat mit Jesus, für fast jede uns bekannte App gibt es eine christliche Alternative dazu.

Dating

Das Konzept religiöser Dating-Apps ist nahezu dasselbe, wie das ihrer nichtreligiösen Pendants. Leichte Abweichungen lassen sich im Anmeldeprozess feststellen. Der Glaube steht im Vordergrund, weshalb die erste Frage ist, welcher Religion man zugehört und in welcher Beziehung man zu Gott steht. Die Auswahl des eigenen Geschlechts wird in der religiösen App auf Mann oder Frau limitiert. Um die sexuelle Orientierung muss man sich nicht kümmern, denn die Heterosexualität ist vorgegeben. Stattdessen muss man angeben, zu welchen Religionen man sich hingezogen fühlt.

Games

Animierte Spiele wie «Religion Inc.», «The Youth Testament» oder «Religion Wars» bedienen sich auf eine etwas weniger subtile Art am Christentum. Das Ziel dieser Games ist es, die eigene Religion weltweit zu verbreiten, die mächtigste zu werden und alle anderen auszulöschen. Man wird aufgefordert, nur einer Glaubensrichtung zu folgen und alles, was dieser nicht zugehört, abzulehnen. Die Charaktere der Spiele sind sehr kindlich gestaltet und sprechen vorwiegend junges Publikum an.

Social Media (TheWell)

Eine App, in der die christlichen Videos nicht nur aufgrund des Algorithmus angezeigt werden. Grundsätzlich funktioniert TheWell exakt wie Instagram oder TikTok, jedoch wird man hier nur auf Bibelsprüche, Prophezeiungen von selbsternannten Priestern und kirchliche Leitfäden stossen. Anders als auf anderen Social Media Kanälen wird in der Kommentarleiste keine Gegenbewegung ersichtlich, da alle dieselben Werte vertreten.

Rosenkranz Beten mit integrierter Pausen-Funktion.

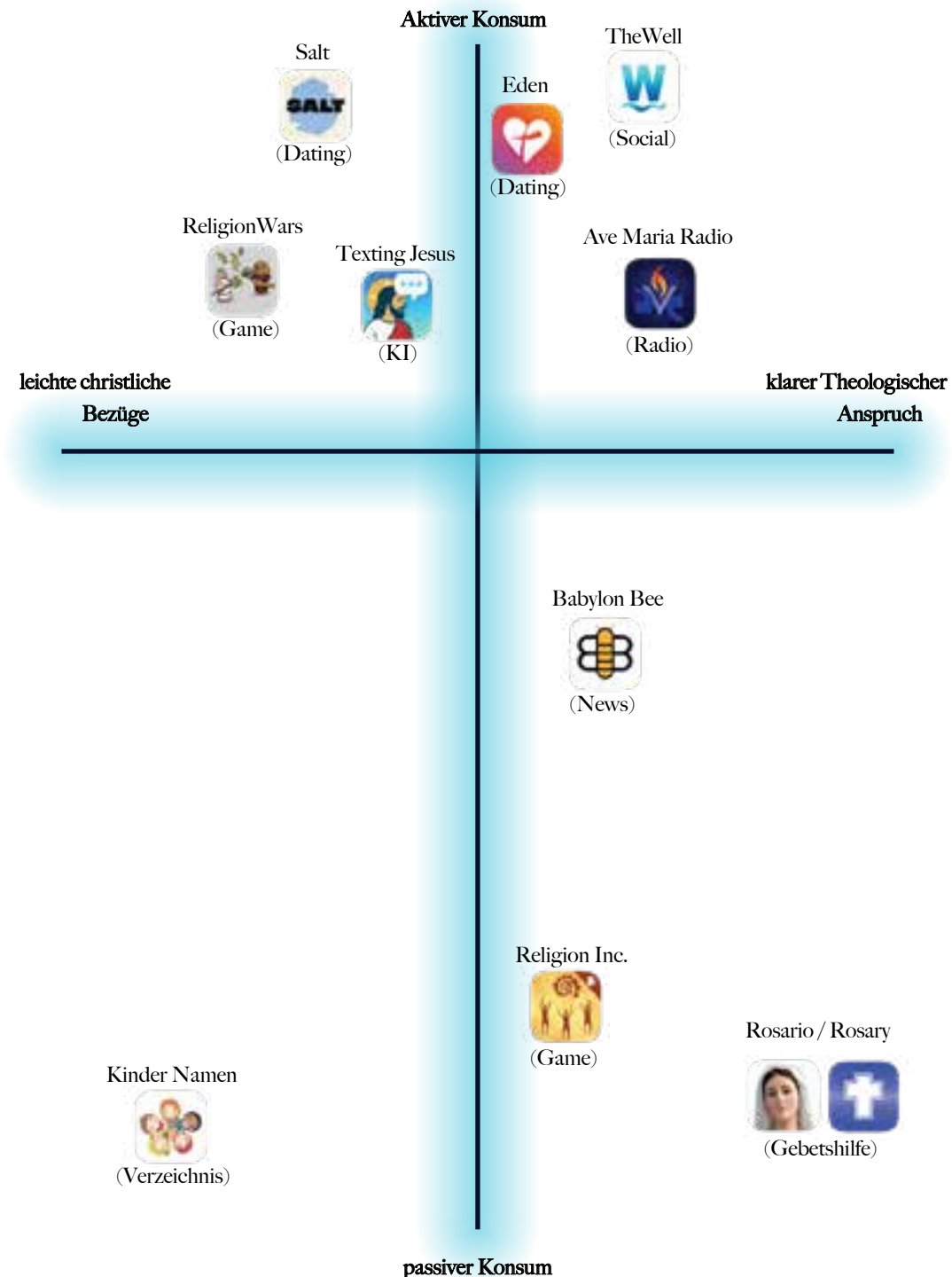
Wer kann denn heute noch das ganze Rosarium auswendig aufsagen oder hat, geschweige denn die Zeit dazu? Genau hier setzen sogenannte Rosary Apps an. Sie zeigen den Ablauf des Rosenkranzes digital auf, zeigen die einzelnen Gebete und Geheimnisse Schritt für Schritt an und übernehmen auf Wunsch sogar das Mitzählen. Im Grunde dienen sie als strukturierte Orientierungshilfe, wenn man den Rosenkranz beten möchte, aber nicht alle Details auswendig lernen will. Für diejenigen, die selbst dafür nicht die Zeit finden, gibt es sogar eine Hörspielfunktion mit Bildern und Videomaterial.

Life Style Apps

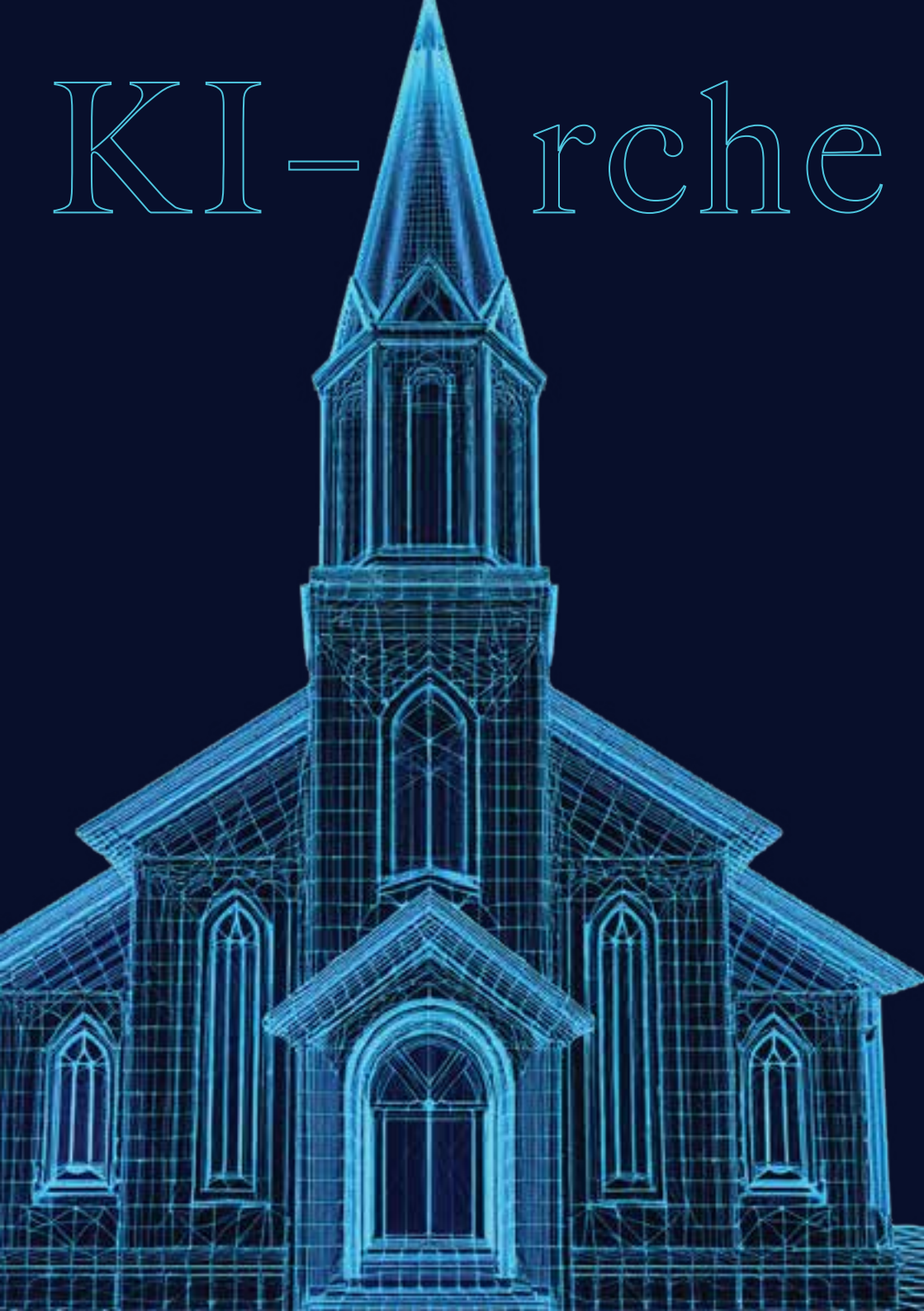
Die mit Abstand beliebteste App unter Gläubigen ist «Hallow». Diese kombiniert die Funktionen vieler anderer Apps und ist vor allem darauf ausgelegt, persönlichen Fortschritte festzuhalten und zu fördern, in dem sie eine individuell abgestimmte Routine erstellt. Ähnlich wie bei Sprach-Lern-Apps kann man sich Tagesziele setzen, für welche man mit wohlthuenden Sprüchen und einem Streak belohnt wird, wenn man diese zuverlässig meistert. Anders als bei den meisten hier erwähnten Apps ist die Grafik von «Hallow» sehr modern und verständlich.

KI texting Jesus

Dein bester Freund Jesus, Josef oder Moses um Rat fragen war noch nie leichter. «Text mit Jesus» ist eine KI-Chatbot-App, die genau das möglich macht. Nutzer:innen können mit mehr als 40 biblischen Persönlichkeiten texten. Such dir einen Chat aus und beginne eine Konversation mit Maria oder Noah. Wenn du dir die Premium Version kaufst, ist selbst Satan rund um die Uhr für dich da. Fast jede Antwort wird von passenden Bibelzitaten begleitet.



KI-rche



„Der Himmel ist schwer von Prophezeiungen. Die Himmelsuhr tickt ihre letzten Sekunden.«

Diese Worte soll Papst Leo XIV. in einer seiner Ansprachen verkündet haben – glaubt man den zahllosen Beiträgen, die seit seiner Wahl am 8. Mai im Netz kursieren. Doch nur wenige wissen, dass Leo XIV. überhaupt nichts mit diesem Satz zu tun hat. Es handelt sich um eine von vielen KI-generierten «Deep-Fake»-Predigten, die derzeit online in Umlauf sind.

Und das ist bei weitem nicht der einzige Fall bei dem sich Slop und deep-Fake -Videos am christlichen Glauben bedienen.



«Slop» ist ein anderer Begriff für Abfall oder Frass und wird in der Digitalen Welt eher abwertend benutzt, um minderwertige, lieblos erstellte oder massenhaft generierte Inhalte zu bezeichnen.

Entstehen tut dieser Content vor allem in SEO-Farmen, auf Social-Media-Plattformen, in billig betriebenen Online-Magazinen oder automatisierten Shops, die schnelle Reichweite oder Werbeeinnahmen anstreben. Dabei werden generische Prompts immer wieder verwendet, sodass in kürzester Zeit hunderte Texte, Bilder oder Videos entstehen, ohne dass jemand sie kontrolliert, korrigiert oder inhaltlich verantwortet. Charakteristisch ist, dass nicht Menschen, sondern Algorithmen die Zielgruppe sind: Der Inhalt soll Suchmaschinen, Feeds oder Empfehlungslogiken bedienen, nicht informieren oder inspirieren. Durch fehlende Qualitätschecks entstehen Wiederholungen, Logikfehler, Falschinformationen und eine Art Recycling-Effekt, bei dem KI immer wieder bestehenden minderwertigen Content reproduziert.

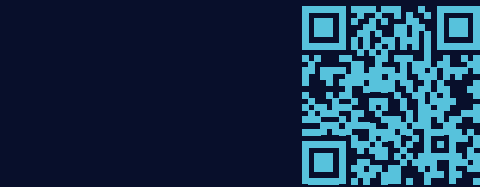
Ein «Deep Fake» bezeichnet Medieninhalte, meist Videos, Bilder oder Audioaufnahmen, die mithilfe künstlicher Intelligenz so manipuliert werden, dass sie echt wirken, obwohl sie vollständig oder teilweise gefälscht sind. Produziert werden solche Fälschungen vor allem mit modernen KI-Modellen, die Gesichter austauschen, Stimmen imitieren oder ganze Szenen neu erzeugen können.

Deep Fakes tauchen häufig in den sozialen Netzwerken, auf Videoplattformen oder in politischen Kampagnen auf und dienen dabei ganz unterschiedlichen Zwecken: von Unterhaltung und Satire bis hin zu gezielter Desinformation, Rufschädigung oder Betrug. Ihr Kernproblem besteht darin, dass sie die Grenze zwischen Realität und Manipulation zunehmend verwischen.



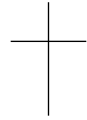
Im digitalen Christentum spielen KI-Slop und Deep Fakes eine wachsende Rolle, weil religiöse Symbolik besonders anfällig für visuelle Manipulation, Emotionalisierung und virale Verbreitung ist. Vor allem auf Plattformen wie TikTok und Instagram zirkulieren massenhaft KI-generierte Jesusdarstellungen, von humoristischen Motiven wie dem „Krabben-Jesus“ bis hin zu hyperreligiösen Fantasiefiguren, in denen Jesus in jedem möglichen Gegenstand oder Tier erscheint. Diese Bilder entstehen oft ohne theologische Reflexion und wirken wie ein endloser Strom visueller Religions-Pareidolie, bei dem das Heilige zu schnell konsumierbaren Memes wird. Gleichzeitig überschreiten manche Videos die Grenze zur digitalen Mystik, etwa Clips, in denen Tiere zu Menschen verwandelt werden und „Jesus« sie umarmt – eine Form techno-spirituelle Illusion, die zwar emotional wirkt, aber keinerlei realen spirituellen oder dogmatischen Hintergrund besitzt.





Noch problematischer sind die wachsenden Deep-Fake-Phänomene im politischen und kirchlichen Bereich. Immer häufiger tauchen manipulierte Videos oder Bilder von politischen Akteur:innen auf, die in priesterlichen oder quasi-messianischen Rollen inszeniert werden – ein Stil, der religiöse Autorität instrumentalisiert und die Grenze zwischen Glaube und Propaganda verwischt. Parallel dazu kursieren täuschend echte, aber vollständig KI-generierte „Predigten“ angeblicher Päpste oder Bischöfe, die nicht nur Desinformation erzeugen, sondern auch die kirchliche Lehrautorität untergraben. Diese Entwicklung verstärkt das Problem der sogenannten epistemischen Erosion: Die Fähigkeit der Gläubigen, zwischen authentischer Lehre und digital erzeugter Fiktion zu unterscheiden, wird zunehmend geschwächt.

Inzwischen gibt es auch Fälle, in denen KI-generierte Predigten tatsächlich im Gottesdienst oder in religiösen Formaten eingesetzt werden. Oft geschieht das nicht aus Täuschungsabsicht, sondern aus Pragmatik: Gemeinden mit hohem Zeitdruck, wenigen Hauptamtlichen oder fehlender seelsorgerlicher Ausbildung nutzen KI-Texte als Vorlage oder Ersatz für traditionelle Predigten. Damit droht eine Art „automatisierte Pastoral“, bei der geistliche Verkündigung zu Content wird und das eigentliche Fundament der Predigt, nämlich persönliche Auslegung, gelebter Glaube und menschliche Beziehung, zunehmend verdrängt wird.



Im Namen der Religion, der Politik und der KI

In der Politik sind vor allem konservative Parteien seit langem eng verwoben mit dem Christentum. Die KI gibt dem ganzen Bündnis eine neue Dimension.

Trump, der sich erleuchtet mit Heiligenschein oder auch als Papst darstellt. Sich selbst bezeichnet er als gläubiger Christ, wenngleich sein Lebensstil, seine Art, ja eigentlich alles an ihm, dem widerspricht. An diesen Darstellungen lässt sich einerseits sein überzogenes Selbstbild ablesen, andererseits auch, wer seine Anhänger:innenschaft ist: Leute mit «christlichen Werten», die in ihm fanatisch einen neuen Gott gefunden haben. KI so einzusetzen ist alles andere als ein harmloses Spielen. Diese problematische Entwicklung, vor allem in Anbetracht, dass KI extrem schnell besser wird, ist gefährlich, da die Generierung von Fake-News zu weiterer Radikalisierung und Spaltung der Gesellschaft führt.



Donald J. Trump
@realDonaldTrump





Bastelreligion

Wir bedienen uns an Ritualen und Gebräuchen diverser Religionen. Auch Spirituelle Praktiken vermischen sich damit. Durch das Internet haben wir Zugriff darauf, wie nie zuvor. Durch Fasten, Yoga, das Prinzip von Karma, Meditation, Räucherstäbchen und Meditation (etc.) basteln wir uns eigene Religionen, die sich vom klassischen Glaubensbild abwenden. Sie werden kombiniert und integriert im Leben gläubiger, aber auch atheistisch veranlagter Personen. Wir müssen uns nicht mehr an alle Vorschriften einer Religion halten, sondern können uns die Aspekte auswählen, die uns gerade so passen. Daraus entsteht die Bastelreligion als soziokultureller Trend. Durch die Digitalisierung wurden unsere Austauschmöglichkeiten rapide vervielfältigt. In einer immer schnelleren Welt sind analoge Slow-Down-Möglichkeiten gefragt, wir suchen Ruhe im stetigen Wandel. Ob wir die digital je wirklich finden? Wahrscheinlich nicht. Der Universitäre Forschungsschwerpunkt der Universität Zürich «digital religion(s)» wird momentan behandelt und zeigt, wie aktuell das Thema ist.

Quellen

Text:

Sebastian Briellman (2025): Gibt es überhaupt einen Gott? Der Rückgang des Glaubens setzt sich fort. <https://www.nzz.ch/schweiz/gibt-es-ueberhaupt-einen-gott-der-rueckgang-des-glaubens-setzt-sich-fort-ld.1890227>

(2025): Digital Religion(s) <https://www.uzh.ch/blog/digitalreligions/ueber-digital-religions/>

Julia Müller (2023): #Follow Jesus – Wie Christfluencer:innen auf sozialen Medien wahrgenommen werden. <https://www.uzh.ch/blog/digitalreligions/2023/07/01/follow-jesus-wie-christfluencerinnen-auf-sozialen-medien-wahrgenommen-werden/>

Joschka Brings (2025): Jesus Glow und Christfluencer: Wenn der Glaube viral geht. <https://www.ndr.de/kultur/jesus-glow-und-die-christfluencer-wenn-der-glaube-viral-geht,christfluencer-100.html>

Henriette Krömer (2025): „Jesus hätte heute einen TikTok-Account“ <https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/Jesus-haette-heute-einen-TikTok-Account,kirche2354.html>

Imke Plesch (2024): Unter dem Deckmantel der Religion: Wie christliche Influencer*innen rechtes Gedankengut streuen. <https://www.sonntagsblatt.de/artikel/gesellschaft/unter-dem-deckmantel-der-religion-wie-christliche-influencerinnen-rechtes>

(2025): Christfluencer: geschäftstüchtig, fromm, erz-konservativ. <https://www.deutschlandfunk.de/christfluencer-evangelikale-rechtspopulismus-patriarchal-bibeltreu-keusch-100.html>

(2025): Das hat der Papst so nicht gepredigt. <https://www.srf.ch/kultur/gesellschaft-religion/ki-fakes->

Bernd Tenhage (2025): KI-gefälschte „Predigten“ von Papst Leo XIV. fluten das Internet. <https://www.kath.ch/newsd/ki-gefaelschte-predigten-von-papst-leo-xiv-fluten-das-internet/>

(2025): KI: Der Tod des Internets. <https://www.youtube.com/watch?v=cGmVehWBdHI>

Georg Pichler (2025): „Text with Jesus“: Gratis-Chat mit Jesus, Satan nur im Premium-Abo. <https://www.derstandard.at/story/3000000296673/text-with-jesus-app-laesst-nutzer-mit-dem-ki-heiland-chatten>

Michael Lohse (2025): Messias Deluxe. <https://www.wdr.de/radio/wdr5/sendungen/satire-deluxe/messias-deluxe-100.html>

Raphael Wallimann (2024): KI-Jesus in Luzern: «Sogar der Vatikan hat sich erkundigt» <https://www.srf.ch/news/schweiz/religioeses-experiment-ki-jesus-in-luzern-sogar-der-vatikan-hat-sich-erkundigt>

Abbildungen:

Umschlag und Weihwasserflasche Fotografie Jimena Zbinden

Biblically Accurate Angel Make up: <https://de.pinterest.com/pin/751678994098724855/>

Rosary Heels Alexander McQueen, X, the culture magazine: <https://x.com/galactamelanin/status/1992050459972976959>

Kreuze: <https://i.pining.com/1200x/57/3d/15/573d15477c9a53fae6d319223dde5ee4.jpg>

Moodboards: Pinterest, Instagram

Heiligenschein Papst: <https://i.pining.com/736x/18/c5/c3/18c5c38149ad5d171ce950e89acd65a.jpg>

Papst Leo: XIV <https://radio-oberland.de/news/2025-05-08-rauch-rom>

Jesus Krabben: <https://de.wikipedia.org/wiki/Slop>

Slop: TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZNRJmvyboK/>
<https://vm.tiktok.com/ZNRJmTVSU/>
<https://vm.tiktok.com/ZNRJmwJYi/>
<https://vm.tiktok.com/ZNRJmEPMd/>
<https://vm.tiktok.com/ZNRJubQAr/>
<https://vm.tiktok.com/ZNRJuGxp/>

If Bible Characters were Influencers...: <https://m.youtube.com/watch?v=IqYXxOLqcAA&feature=youtu.be>

Trump Papst: <https://www.nzz.ch/international/will-donald-trump-nun-papst-werden-ld.1882687>

Räucherstäbchen: <https://i.pining.com/1200x/de/3a/30/de3a309dbbfef4e8820804daec2f9476.jpg>



Almen.

Z

—
—
—

hdk

Zürcher Hochschule der Künste
Zurich University of the Arts

Trends & Identity

&ZINE