

Mediatisierung von Religion und Religiosität

Versuch einer praktisch-theologischen Bestandsaufnahme¹

von

CHRISTIAN GRETHLEIN

Der Umgang von Menschen mit Transzendenz bzw. Transzendtem sowie Kontingenz bzw. Kontingentem und ihre Verständigung über Fragen der Daseins- und Wertorientierung – also das, was seit dem 18. Jahrhundert als »Religion« und dann anthropologisch gewendet: Religiosität bezeichnet wird² – waren und sind stets auf Medien verwiesen. Denn diese Bereiche entziehen sich direkt sinnlicher Kommunikation. Von daher haben Veränderungen in der medialen Kommunikation stets auch Konsequenzen für Religion und Religiosität. Exemplarisch lässt sich dies – aus gegebenem Jubiläums-Anlass – für Martin Luthers Reformation beschreiben.³

Deshalb verdient die sich gegenwärtig vollziehende Veränderung in unserer Lebenswelt durch die digitalisierten Medien praktisch-theologische Aufmerksamkeit. Seit den 1990er Jahren bahnt sich »eine völlig neue Medienkultur«⁴ an, die sich rasant und letztlich alle Lebensbereiche schnell durchdringend ausbreitet und zugleich weiterentwickelt. Dementsprechend ist es nicht leicht, die vom Thema geforderte »Bestandsaufnahme« vorzulegen. Die Veränderungen – oder handelt es sich gar um eine Metamorphose? – sind komplex sowie weitreichend und sie sind jedenfalls noch nicht abgeschlossen, vielleicht beginnen sie sogar erst. Ich will es trotzdem versuchen, indem ich – gleichsam von außen – in einem ersten Schritt drei aktuelle Gesellschaftsanalysen auf ihre Einsichten zum Medienwandel hin durchsehe. Dabei nehme ich eine wissenssoziologische, eine phänomenologische und eine kulturhistorische Perspektive auf, um so komplementär das zu beobachtende Feld zu erschließen. Anschließend werte ich diese

¹ Dieser Aufsatz geht auf einen Vortrag zurück, den ich am 22. September 2017 in Würzburg vor der Projektgruppe »Religion und Religiosität im Kontext medialer Transformationsprozesse« der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Theologie hielt.

² Vgl. genauer F. WAGNER, Religion. Theologiegeschichte und systematisch-theologisch (TRE 28, 1997, 522–545).

³ CH. GRETHLEIN, Luthers Reformation als Medienereignis (ZThK 113, 2016, 291–304).

⁴ Vgl. W. FAULSTICH, Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts, 2012, 375.

Zugänge hinsichtlich der Religionsthematik aus. Daraus ergeben sich grundsätzliche Fragestellungen, die u. a. kirchentheoretischer Bearbeitung bedürfen.⁵ In einem dritten Schritt will ich dann – als ergänzende Innensicht – wichtige Innovatoren digitalisierter Kommunikation zu den Veränderungen zu Wort kommen lassen und ihre – gleichsam kommunikationstechnisch-immanenten – An- und Einsichten auf die Religionsthematik beziehen. Abschließend versuche ich das Erarbeitete in einer kirchentheoretischen Reflexion zu beleuchten und damit eine Basis für handlungsorientierende Konsequenzen zu schaffen.

1. Theorien der Gegenwart und Zukunft

Ich präsentiere im Folgenden drei in den letzten beiden Jahren erschienene Bücher, die je auf ihre Art sehr anregend sind und Impulse für praktisch-theologisches Nachdenken über die Kommunikation des Evangeliums geben können. Zuerst gilt mein Blick einem posthum erschienenen Werk des Soziologen Ulrich Beck, in dem er die These vertritt, dass weder »Wandel« noch »Veränderung« adäquate Begriffe sind, um die sich gegenwärtig vollziehenden gesellschaftlichen Prozesse zu benennen. Er spricht dagegen von »Metamorphose«. Im Vordergrund steht dabei die Deskription⁶ gegenwärtiger gesellschaftlicher Prozesse. Sodann rufe ich die phänomenologische Theorie von Hartmut Rosa auf, der mit dem Konzept der Resonanz die Probleme zu bearbeiten sucht, die aus der von ihm bereits früher diagnostizierten Beschleunigung der Gesellschaft resultieren. Dabei gehen – wie er selbst schreibt – deskriptive und normative Reflexionen⁷ ineinander über. Schließlich erscheint es mir lohnend, die »History of Tomorrow« des Jerusalemer Historikers Yuval Noah Harari⁸ auszuwerten. Bei ihm rücken – auf der Basis von instruktiven Beobachtungen – weitgehende normative Fragen in den Vordergrund.

1.1. »Die Metamorphose der Welt«

Ulrich Beck geht in seinem letzten Buch von folgender These aus:

»die Welt, in der wir leben, verändert sich nicht bloß, sie befindet sich in einer Metamorphose. Wandel impliziert, dass sich manches ändert, während vieles gleich bleibt [...].

⁵ In umfassenderer Weise führe ich dies aus in CH. GRETHLEIN, *Kirchentheorie. Kommunikation des Evangeliums im Kontext*, 2018.

⁶ Vgl. U. BECK, *Die Metamorphose der Welt*, 2017, 33.

⁷ Vgl. H. ROSA, *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung*, 2016 (2016), 293f.

⁸ Y. N. HARARI, *Homo Deus. A Brief History of Tomorrow*, 2017.

Das Wort ›Metamorphose‹ impliziert eine weitaus radikalere Veränderung: Die ewigen Gewissheiten moderner Gesellschaften brechen weg, und etwas ganz und gar Neues tritt auf den Plan.«⁹

Konkret beobachtet er – auf seine frühere Theorie der Risikogesellschaft aufbauend – »eine epochale Veränderung der Weltbilder«, nämlich »eine Neukonfiguration des nationalzentrierten Weltbilds«. ¹⁰ Er bezeichnet sie auch als »Kopernikanische Wende 2.0«. Denn ein wesentlicher Grund für sie ist die digitalisierte Kommunikation. Dabei beobachtet er sieben Aspekte einer »digitalen Metamorphose«:

- »1. Die digitale Kommunikation verwandelt die überkommenen Vorstellungen von Öffentlichkeit. [...]
2. Die digitale Kommunikation verdrängt die alten Modelle von Öffentlichkeit nicht, sondern führt zu einer spezifischen Vermischung des Alten und des Neuen.
3. Parallel dazu entsteht eine neue Unvorstellbarkeit von Daten und Zahlen. [...]
4. Während die heutigen Gesellschaften nationalstaatlich organisiert sind, bringt die digitale Kommunikation eine Weltgesellschaft hervor – so scheint es jedenfalls. Doch das ist falsch. Sie bringt unendlich viele Weltgesellschaften hervor. [...]
5. Die Welt wird individualisiert und fragmentiert. [...]
6. Bei der Metamorphose der digitalen Kommunikation spielen Meme (sich via Internet ›viral‹ verbreitende Gedanken) eine zentrale Rolle. [...]
7. Die bei der digitalen Kommunikation anfallenden Daten sind nicht bloß Daten, sondern reflexive Daten.«¹¹

Eine wichtige Konsequenz hieraus, die direkt die Sozialform von Religionen betrifft, ist eine Schwächung der Institutionen. Sie bestehen zwar noch und funktionieren, doch zugleich versagen sie. Sie können nämlich den gesteigerten Erwartungen nicht mehr entsprechen.¹² Michel Serres hat dies anschaulich in folgendem Bild formuliert: »Ich sehe unsere Institutionen in einem Glanz erstrahlen, der dem jener Sternbilder gleicht, von denen Astronomen uns berichten, daß sie längst erloschen sind.«¹³ Demnach kommt Einzelnen in der Netz-Kommunikation zunehmend Bedeutung zu – wie die entsprechenden Zahlen der sog. Follower eindrücklich belegen. Doch auch diese sind unvermeidlich durch den »Filter Bubble« an die von großen Internet-Konzernen bestimmten, personalisierten Informationsflüsse angeschlossen.¹⁴

⁹ BECK (s. Anm. 6), 15f.

¹⁰ AaO 18.

¹¹ AaO 177–181.

¹² Vgl. aaO 185.

¹³ M. SERRES, Erfindet euch neu! Eine Liebeserklärung an die vernetzte Generation, 2013, 23; ähnlich aaO 62f.

¹⁴ Vgl. E. PARISER, The Filter Bubble. How the New Personalized Web is Changing What We Read And How We Think, 2012.

Dazu treten Umstellungen im Bereich der »Weltbilder«, die sich – nach Beck – aus »Glaubenssätzen« und »Handlungsräumen« zusammensetzen. Während nämlich die Glaubenssätze wie bisher partikular bleiben, sind die Handlungsräume heute »unwiderruflich kosmopolitisch konstituiert«. ¹⁵ Als Beispiel hierfür nennt Beck modernitätsfeindliche religiöse Fundamentalisten, die westliche Geiseln enthaupten, dies via digitaler Medien grundsätzlich weltweit präsentieren und so Menschen auf der ganzen Welt in Schrecken versetzen. ¹⁶

Schließlich macht der Soziologe auf den mit dieser Metamorphose verbundenen Sprachwandel aufmerksam:

»Unter dem Druck der Metamorphose verwandeln sich zahllose politische und soziale Schlüsselbegriffe in Anachronismen, sie entleeren sich in einer solchen Weise, dass sie für gar nichts mehr stehen.« ¹⁷

Es wäre zu prüfen, ob bzw. inwieweit diese Beobachtung auch für den umgangssprachlich üblichen Begriff der Religion bzw. Religiosität zutrifft. ¹⁸

1.2. »Resonanz«

Hartmut Rosa entwickelt aus der Analyse der Beschleunigungsgesellschaft sein Konzept der Resonanz, in dem deskriptive und normative Aspekte ineinander übergehen:

»Resonanz ist zunächst als ein menschliches Grundbedürfnis und eine Grundfähigkeit zu verstehen. [...] Erstens bilden sich menschliche Subjektivität und soziale Intersubjektivität grundsätzlich über die Etablierung von basalen Resonanzbeziehungen heraus. [...] Zweitens aber sind Menschen existentiell vom Verlangen nach Resonanzbeziehungen geprägt. [...] Resonanz wird indessen zum normativen Konzept, wenn und wo sie als Maßstab des gelingenden Lebens und damit als Kriterium einer normativ orientierten Sozialphilosophie etabliert werden soll.« ¹⁹

Allerdings stehen mit dem Streben nach »Weltreichweite« und »Weltkontrolle« zwei wichtige Ziele der Moderne im Gegensatz zur Resonanz. ²⁰ Sie prägen erwachsenes Leben und führen zur Repulsion gegenüber der Um- und Mitwelt. Dagegen beobachtet Rosa bei Kindern eine hohe Resonanzfähigkeit. Sie gelten ihm geradezu als »Resonanzwesen«. ²¹

¹⁵ BECK (s. Anm. 6), 22.

¹⁶ Vgl. aaO.

¹⁷ AaO 81.

¹⁸ Vgl. hierzu die kritischen Überlegungen bei CH. GRETHLEIN, »Religion« oder »Kommunikation des Evangeliums« als Leitbegriff der Praktischen Theologie? (ZThK 112, 2015, 468–489), 471–477.

¹⁹ ROSA (s. Anm. 7), 293f.

²⁰ Vgl. aaO 578.

²¹ AaO 740.

Am Beispiel des Smartphones als verbreitetes Instrument digitalisierter Kommunikation zeigt Rosa dann das »dialektische Verhältnis zwischen Reichweitenvergrößerung und Weltverlust« auf:

»Der Bildschirm vermag uns viel genauer darüber zu informieren, wo wir gerade sind, wie das Wetter (Temperatur, Luftdruck, Luftfeuchtigkeit, Sichtweise usw.) dort sind, wie die Welt um uns herum beschaffen ist, aber auch was wir gestern getan haben oder morgen tun werden (Terminkalender), ob wir müde genug sind und genug Bewegung hatten, was wir mögen und nicht mögen, wer unsere Freunde sind und schließlich: wer wir sind, als wir dies von uns selbst aus könnten. Doch trotz dieser ungeheuren Vergrößerung, Verfeinerung und Vertiefung des von uns erreichbaren, kontrollierbaren und verstehbaren Weltausschnitts drohen wir just jene Weltzugänge als Resonanz- und Antwortsphären zu verlieren, die wir auf diese technische Weise erschließen. [...] Sich nicht mehr fühlen, nicht mehr spüren, nicht mehr hören zu können, ist zum zentralen Symptom dieses Verlustes geworden [...].«²²

Schon der mit der Smartphone-Nutzung verbundene gesenkte Blick entzieht den Nutzer/die Nutzerin Augenkontakten, die über den kleinen Bildschirm hinaus reichen.²³

Demgegenüber weist Rosa auf »vertikale Resonanzsphären der modernen Kultur« hin: Natur, Ästhetik und Religion.²⁴

Religion versteht er dabei »als die in Riten und Praktiken, in Liedern und Erzählungen, zum Teil auch in Bauwerken und Kunstwerken erfahrbar gemachte Idee, dass dieses Etwas ein Antwortendes, ein Entgegenkommendes – und ein Verstehendes ist. Gott ist dann im Grunde die Vorstellung einer antwortenden Welt.«²⁵

Anschaulich stellt er dies z. B. am Beispiel des Betens als einer Form der »Herstellung einer ›Tiefenresonanz‹ in Form eines hörenden und antwortenden Redens (und Handelns)« dar.²⁶

Religion erscheint also hier als ein Widerspruch zu den technischen Entwicklungen der Moderne, die in der digitalisierten Technik kulminieren.

1.3. »Homo Deus«

Einen noch anderen Zugang zur digitalisierten Kommunikation eröffnet der Jerusalemer Historiker Yuval Noah Harari in seiner »Brief History of Tomorrow«. Deskription und Normativität gleichermaßen überschreitend wird hier

²² AaO 716.

²³ Vgl. aaO 311f.

²⁴ AaO 197 u. ö.

²⁵ AaO 435.

²⁶ Vgl. aaO 441.

ein kühner Zukunftsentwurf präsentiert, der seine Evidenz aus der bisherigen Entwicklung der Menschheit gewinnt. Dabei sind zwei Beobachtungen grundlegend. Zum einen konstatiert Harari, dass die Menschen sich die Tiere untertan machten, sie domestizierten. Die herkömmlichen Religionen des Judentums und Christentums mit ihren heiligen Schriften geben von der hiermit verbundenen agrikulturellen Revolution Zeugnis, die mit einer neuen Verhältnisbestimmung von Mensch und Tier verbunden war.²⁷ Heute tritt die Evolution mittels der naturwissenschaftlich-technischen Erkenntnisse in eine neue Phase. An die Stelle Gottes treten die Menschen selbst. Tatsächlich übernehmen aber in der digitalisierten Kommunikation zunehmend die Algorithmen die Herrschaft. Es entsteht – in traditioneller Sprache formuliert – eine neue »Religion«: die »Data-Religion«.²⁸

»If life is the movement of information, and if we think that life is good, it follows that we should deepen and broaden the flow of information in the universe. According to Dataism, human experiences are not sacred and Homo sapiens isn't the apex of creation or a precursor of some future Homo deus. Humans are merely tools for creating the Internet-of-All-Things, which may eventually spread out from planet Earth to pervade the whole galaxy and even the whole universe. The cosmic data-processing system would be like God.«²⁹

Historisch bildet den Hintergrund für diese Analyse bzw. Vorhersage die Einsicht, dass sich die Herausforderungen, vor denen die Menschen stehen, grundlegend verändert haben. Lange Zeit waren Hunger, Seuchen und Krieg die grundlegenden Probleme. Sie erscheinen – wenigstens grundsätzlich – durch Technik und Naturwissenschaft überwunden. An ihre Stelle treten jetzt Unsterblichkeit (»immortality«), Glückseligkeit (»bliss«) und Göttlichkeit (»divinity«) als neue Ziele.³⁰ Es würde vom Thema abführen, den daraus resultierenden, unter dem Stichwort »Transhumanismus« diskutierten Konsequenzen nachzugehen. Auf jeden Fall stellt aber der Universalhistoriker die Digitalisierung der Kommunikation in den größeren Kontext einer – und hier macht der Beck'sche Programmbegriff Sinn – vor allem von Life-Sciences und dann auch der Informatik vorangetriebenen Metamorphose der Lebensverhältnisse. So entstehen in den Forschungslaboratorien neue »techno-religions«, die versprechen, das Heil durch Algorithmen und genetische Manipulation zu erreichen.³¹ Gewiss klingt dies in der hier vorgetragenen Abkürzung recht schrill. Doch zeigt Harari an zahlreichen Beispielen – angefangen von der Börse über das Ver-

²⁷ Vgl. HARARI (s. Anm. 8), 78 und 90.

²⁸ Vgl. aaO 372–402.

²⁹ AaO 386.

³⁰ Vgl. aaO 65. 276f u. ö.

³¹ Vgl. aaO 356.

kehrswesen bis zur Medizin – große Entwicklungen in dieser Richtung auf. Herkömmliche Religionen erscheinen jetzt nur noch als »reaktiv«, nicht mehr als »kreativ«. ³² Pointiert religionskritisch stellt Harari die Frage:

»what was the most influential discovery, invention or creation of traditional religions such as Islam and Christianity in the twentieth century? This too is a very difficult question, because there is so little to choose from. What did priests, rabbis and muftis discover in the twentieth century that can be mentioned in the same breath as antibiotics, computers or feminism.« ³³

2. Konsequenzen aus der Entwicklung medialer Kommunikation für Religion und Religiosität

Aus den drei skizzierten Theoriebildungen ergeben sich zahlreiche Einsichten und Hinweise hinsichtlich der Konsequenzen, die aus der Digitalisierung für Religion und Religiosität folgen. Auf einige will ich kurz hinweisen:

2.1. Sprachwandel

Wenig spektakulär – etwa im Vergleich zu Hararis Theoriebildung – erscheint der Hinweis Becks auf den mit der Digitalisierung verbundenen Sprachwandel. Er markiert aber damit ein für Theologie – und dann auch die Religionsgemeinschaften – grundlegendes Problem. Die hier selbstverständlich verwendeten Begriffe verdanken sich bestimmten Kontexten. Werden sie nach gesellschaftlichen und kulturellen Veränderungen weiter verwendet, drohen sie zu »Zombie-Kategorien« ³⁴ zu werden. Sie verstellen dann den Blick auf die Wirklichkeit und verhindern adäquates Handeln:

»Ob es die Opposition von links und rechts in der Politik ist oder Unterscheidungen zwischen ›Einheimischen‹ und ›Ausländern‹, Natur und Gesellschaft, ›Erster‹ und ›Dritter Welt, Peripherie und Zentrum – überall stoßen wir auf sprachliche Formeln, denen buchstäblich die Luft ausgeht, ins Nichts weisende Orientierungen und ausgehöhlte Institutionen. Zutiefst vertraute Begriffe verwandeln sich in Relikte einer abgelaufenen Ära – und zugleich in Menetekel, die die Metamorphose der Welt verkünden.« ³⁵

³² Vgl. aaO.

³³ AaO 277.

³⁴ Vgl. U. BECK, *Zombie categories: Interview with Ulrich Beck* (in: DERS. / E. BECK-GERNHEIM, *Individualization. Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*, 2011, 202–213).

³⁵ BECK (s. Anm. 6), 81.

Dazu kommt, dass sich das Verhältnis von Sender und Empfänger grundlegend umstellt. Hatte hier – bei einem überschaubaren Medienangebot – der Sender die Dominanz, so hat sich dies heute umgedreht. Die Empfänger entscheiden darüber, ob etwas zur allgemeinen Nachricht wird oder in den Weiten des Internet verpufft. Davon sind auch traditionelle Strukturen religiöser Gemeinschaften betroffen, in denen Glaubenssätze zentral – durch Lehramt oder Theologie – vorgegeben werden. Ihre Kommunikationsstrukturen bedürfen der Kontextualisierung³⁶ hinsichtlich der Veränderungen in der medialen Kommunikation.

2.2. Zeit und Aufmerksamkeit

Die mediatisierte Kommunikation bringt grundlegende Veränderungen hinsichtlich des Umgangs mit Zeit und Aufmerksamkeit mit sich. Rosa macht darauf aufmerksam, dass es sich hier nicht nur um Äußerlichkeiten handelt, sondern der Zugang zur Wirklichkeit grundlegend betroffen ist. Der Zeitforscher Karlheinz Geißler beschreibt die daraus folgende Einstellung pointiert in der Figur des »Simultanten«:

- »– Simultanten bemühen sich immerzu und überall, mehrere Aufgaben gleichzeitig zu erledigen. Ihre Maxime heißt: »Fixer, dichter, mehr!« Ihr Motto: »Alles, gleichzeitig und sofort.«
- Erreichbar sind sie – in den allermeisten Fällen elektronisch – jederzeit und an jedem Ort. Sie bevorzugen für sich und ihre Geräte den Zeitmodus des Stand-by und den des On-demand.
- Zu Hause sind Simultanten im Unterwegs des ort- und zeitlosen Netzes. Dort kennen sie sich besser aus als in ihrem Stadtteil.
- Sie vermeiden verbindliche und langfristige Festlegungen, wo immer es möglich ist. Sie kennen weder feste noch regelmäßige Arbeitszeiten. Flexibilität ist ihr ein und alles.«³⁷

Dem stehen grundlegende religiöse Kommunikationsformen wie das Beten entgegen. Wenn ich bete, braucht diese Kommunikation mit Gott Zeit und ungeteilte Aufmerksamkeit für Gott und seinen Willen. Hier begegnet also die kontrakulturelle Dimension der Kommunikation des Evangeliums.

³⁶ Im Hintergrund dieser und folgender Überlegungen steht die praktisch-theologische Hermeneutik der Kontextualisierung der Kommunikation des Evangeliums, wie ich sie – auf der Grundlage der »Erklärung von Nairobi über Gottesdienst und Kultur« – vorgeschlagen habe in: CH. GRETHLEIN, *Praktische Theologie*, 2016, 190–194.

³⁷ K. A. GEISSLER, *Alles hat seine Zeit, nur ich hab keine. Wege in eine neue Zeitkultur*, 2014, 189.

2.3. *Kosmopolitanismus*³⁸

Beck betont nachdrücklich, dass im Bereich des Handelns frühere partikulare Organisationsformen wie etwa die der Staaten unzureichend geworden sind. Am klarsten tritt dies angesichts der Probleme des Klimawandels zu Tage, die nur noch von allen Menschen gemeinsam angegangen werden können. Trotzdem verharren etwa die deutschen evangelischen Landeskirchen weitgehend in Organisationsformen, die der obrigkeitlichen Struktur früherer Jahrhunderte entsprechen. Theologisch steht dem das biblisch gut begründete Konzept der Ökumene entgegen. Nicht von ungefähr formulierte die Ökumenische Bewegung 1983 in Vancouver als Ziele Frieden, Gerechtigkeit und Bewahrung der Schöpfung, was die von Beck geforderte kosmopolitische Dimension impliziert. Es kann, soweit ich sehen kann, nicht behauptet werden, dass diese Zielsetzungen gegenwärtig die Arbeit vieler Kirchengemeinden und der evangelischen Landeskirchen dominieren.

Demgegenüber macht Beck auf die mittlerweile so selbstverständliche Internationalisierung von Kommunikation bei Jugendlichen aufmerksam, die oft übersehen werde:

»Die Kommunikation innerhalb einer Schulklasse spielt sich heute – bezogen auf die Lehrer, die Hausaufgaben, die Mitschüler usw. – in beträchtlichem Maß innerhalb der digitalen Sphäre ab. Instagram und Snapchat werden zum Erfahrungsaustausch mit den Klassenkameraden benutzt, WhatsApp ist Informationsquelle für Art und Termin der Hausaufgaben, YouTube eine Bühne für die weltweite Zurschaustellung individueller Talente, sei es an der Gitarre oder in einem Computerspiel. Es ist leicht, das Element der Metamorphose darin zu übersehen, weil es so scheint, als wäre dies eine Fortsetzung herkömmlicher Kommunikation mit anderen Mitteln. Doch die Grundlagen dieser scheinbar gewöhnlichen Kommunikation werden nicht in München oder Paris, sondern in Palo Alto und Los Angeles geschaffen. Die Server, auf denen die Interaktionen der Kinder gespeichert werden, stehen in South Carolina oder am nördlichen Polarkreis. Dass hier eine Metamorphose stattfindet, insofern die interne Kommunikation einer Schulklasse nicht mehr lokal gebunden ist, wird immer dann offensichtlich, wenn Probleme auftreten – und etwa die Server gehackt werden. Nur dann begreifen die Akteure, dass ihr Klassenzimmer und ihr Freundeskreis technologisch längst kosmopolitisiert sind. Und die Kinder machen uns vor, wo das hinführt: Intuitiv inszenieren sie sich selbst, stellen ihre Identität und ihre Vorstellungen auf eine weltweit einsehbare Bühne.«³⁹

³⁸ Vgl. jetzt auch die kritische Analyse westlich aufgeklärten Denkens bei S. WEIDNER, *Jenseits des Westens. Für ein neues kosmopolitisches Denken*, 2018.

³⁹ BECK (s. Anm. 6), 179.

3. Digitalisierte Kommunikation in der Innensicht

Der frühere Google-CEO Eric Schmidt und der Gründer von »Google Ideas« Jared Cohen verfassten ein – zumindest in den USA – viel beachtetes Buch zu »The New Digital Age«. In ihm benennen sie die unmittelbaren Folgen der Digitalisierung von Informationen und der dadurch ermöglichten Kommunikationen.⁴⁰ Einige davon, die auch Religion und Religiosität betreffen, seien kurz genannt:

– Die bis vor kurzem bestehende Unterscheidung zwischen privatem und öffentlichem Bereich verschwindet in der Netz-Kommunikation. Grundsätzlich gilt:

»If we are on the web we are publishing and we run the risk of becoming public figures – it's only a question of how many people are paying attention. Individuals will still have some discretion over what they share from their devices, but it will be impossible to control what others capture and share.«⁴¹

»Öffentlich« ist heute demnach durch die Netz-Kommunikation bestimmt. Konkret bilden sich viele Formen von »public«: angefangen in WhatsApp-Gruppen über Facebook-Friends (und deren »Freunde«) bis hin zu millionenfach rezipierten Tweets, wobei die sich hier vollziehenden Kommunikationen alle potenziell – schon durch die Smartphones als Endgeräte – miteinander verbunden sind.

Ganz anders ist das – im 16. Jahrhundert formulierte – Konzept einer wenigen Amtsträgern vorbehaltenen Öffentlichkeit bestimmt, das für das traditionelle Verständnis des Predigtamtes in den evangelischen Kirchen grundlegend ist (Art. XIV der Confessio Augustana: »publice docere«). Es äußert sich in der – kirchenrechtlich bis heute⁴² – herausgehobenen Position der Pfarrerschaft als einem eigenen Stand, der in den Ordinationsgottesdiensten rituell gefeiert wird. Dagegen trat die ebenfalls reformatorische Einsicht in das Allgemeine Priestertum der Getauften in der kirchlichen Praxis zurück. Doch erhält dieses wiederum jetzt im Kontext der skizzierten Veränderungen im Netz wachsende Bedeutung für die öffentliche Kommunikation.

⁴⁰ Grundsätzlicher, etwa auch in wissenschaftstheoretischer Hinsicht beleuchten V. MAYER-SCHÖNBERGER/K. CUKIER, *Big Data. A Revolution That Will Transform How We Live, Work and Think*, 2013, die Veränderungen.

⁴¹ E. SCHMIDT/J. COHEN, *The New Digital Age. Reshaping the Future of People, Nations and Business*, 2013, 56.

⁴² Vgl. H. DE WALL, *Pfarrer und Kirchenbeamte* (in: H. U. ANKE/H. DE WALL/H. M. HEINIG [Hg.], *Handbuch des evangelischen Kirchenrechts*, 2016, 228–275), 236–272.

– Dafür spricht ebenfalls, dass sich im Netz Menschen Professionals gegenüber angesichts der ständigen Werbung durch Institutionen und Organisationen kritisch zeigen. Sie erleben umgekehrt die Äußerungen von Einzelnen als authentisch und zeigen an ihnen Interesse. Die hohen Nutzer-Quoten etwa bei von Einzelnen – anscheinend – nichtkommerziell produzierten Youtube-Clips zeigen dies ebenso wie Erfahrungen aus der Online-Seelsorge.⁴³ Dementsprechend verlieren große Institutionen und Organisationen an Gewicht:

»One of our recurring themes is that in the virtual world, size matters less. Technology empowers all parties, and allows smaller actors to have outsized impacts. And those actors need not be known or official. To wit, we believe it's possible that virtual states will be created and will shake up the online landscape of physical states in the future.«⁴⁴

Bei der Werbung für Produkte führte dies zum Entstehen sog. »Influencer«,⁴⁵ also von für eine Zielgruppe attraktiven Menschen, die anscheinend absichtslos ihren Umgang mit bestimmten Produkten posten. Sie ersetzen zunehmend die professionellen Werbe-Models, wobei es mittlerweile vermehrt erwerbsmäßig als Influencer Tätige gibt. Demgegenüber erscheint der Versuch in der zurückliegenden Reformations-Kampagne der EKD, mit Prominenten wie einem Fußballtrainer zu werben, bereits wieder als gestrig.

– Auf jeden Fall weisen die skizzierten Entwicklungen auf eine tiefgreifende Verschiebung des früheren Sender- und Empfängermodells hin. Antje Schrupp hat sie knapp – bereits auf Kirche hin – formuliert:

»Eine der größten Veränderungen, die das Internet mit sich bringt, ist die, dass nicht mehr die Sender und Senderinnen von Informationen entscheiden, was relevant ist und was nicht, sondern die Empfängerinnen und Empfänger. Dies verändert die Logik klassischer, auch kirchlicher PR und Öffentlichkeitsarbeit maßgeblich, und zwar in zweierlei Hinsicht: Erstens ist es immer schwieriger, Informationen zurückzuhalten, wenn daran ein öffentliches Interesse (und sei es auch von wenigen) besteht. Zweitens ist es immer schwieriger, Aufmerksamkeit für eine Information zu bekommen, wenn die Menschen sich dafür nicht sowieso interessieren.«⁴⁶

Es liegt auf der Hand, dass sich dadurch die Grundlagen für die Öffentlichkeitsarbeit von Institutionen und Organisationen umfassend verändern. Dementsprechend verschärft sich der Kampf um die Aufmerksamkeit der Menschen.

⁴³ Vgl. A. SCHRUPP, *Inside – aus der Perspektive einer Bloggerin und evangelischen Publizistin. Erfahrungen, Analysen, Konzepte für die Zukunft* (in: I. NORD/S. LUTHE [Hg.], *Social Media, christliche Religiosität und Kirche. Studien zur Praktischen Theologie mit religionspädagogischem Schwerpunkt* [POPKULT 14], 2014, 431–440).

⁴⁴ SCHMIDT/COHEN (s. Anm. 41), 101.

⁴⁵ Vgl. grundlegend R. B. CIALDINI, *Influence: Science and Practice*, 2001.

⁴⁶ SCHRUPP (s. Anm. 43), 433.

Relevanz ist hier das mittlerweile auch in der Kirchentheorie aufgenommene Stichwort:

»In der spätmodernen Gesellschaft gilt etwas nicht an sich als wichtig und bedeutungsvoll, sondern die Subjekte urteilen über die Relevanz, die etwas für sie persönlich hat. Relevanzurteile sind individuell, sie können keine absolute Gültigkeit beanspruchen, sondern erhalten allgemeinere Bedeutung nur daraus, dass viele Individuen vergleichbare Urteile vornehmen. Teilweise scheint die Relevanzfrage die Wahrheitsfrage ersetzt zu haben. Zumindest scheint sich an der Relevanz zu entscheiden, ob die Wahrheitsfrage überhaupt ernsthaft erwogen wird – denn nur was als relevant erscheint, erfährt Aufmerksamkeit.«⁴⁷

Strategien von Institutionen verlieren demnach gegenüber Initiativen Einzelner an Gewicht.

– Dementsprechend wandeln sich die Organisationsstrukturen von Gruppen, die andere Menschen erreichen wollen:

»Groups today have websites instead of offices; followers and members instead of staff; and they use free and publicly available platforms that liberate them from many fixed costs. There will be so many of these digital fronts in the future that competition for attention between groups around the world will grow fierce.«⁴⁸

Traditionell bürokratisch organisierte Verwaltungen haben demgegenüber zwei gewichtige Nachteile. Sie erweisen sich als wenig flexibel und teuer. In den konkreten Interaktionen der neuen netzwerkartig agierenden Gruppen mischt sich personale face-to-face-Kommunikation mit Kontakten über Social Communities usw.⁴⁹ Frühere Trennungen zwischen sog. personaler und apersonaler Kommunikation verlieren an Bedeutung.

– Schließlich ist in verschiedenen Lebensbereichen eine zunehmende Individualisierung unübersehbar. Schmidt/Cohen weisen hier exemplarisch auf die Entwicklung einer »personalized medicine« hin. Dabei geht es um die Entwicklung von Heilmitteln, die auf die konkrete genetische Struktur der jeweiligen Patienten zugeschnitten sind. Die mittels digitaler Kommunikation erfolgende Rekonstruktion der DNA-Struktur macht dies möglich und bahnt einen tiefen Umbruch in der Medizin an.

»Pharmaceutical companies traditionally pursue a ›one-size-fits-all‹ approach to drug development, but this is due to change as the burgeoning field of pharmacogenetics continues to develop. [...] Eventually, and initially only for the wealthy, it will be possible to design pharmaceutical drugs tailored to an individual's genetic structure.«⁵⁰

⁴⁷ E. HAUSCHILDT/U. POHL-PATALONG, Kirche (Lehrbuch Praktische Theologie 4), 2013, 110f.

⁴⁸ SCHMIDT/COHEN (s. Anm. 41), 125.

⁴⁹ Vgl. B. MEISE, Im Spiegel des Sozialen. Zur Konstruktion von Sozialität in Social Network Sites, 2015, bes. 219–222.

⁵⁰ SCHMIDT/COHEN (s. Anm. 41), 27.

Was würde eine solche Umstellung für Theologie bedeuten? Ist eine »personalized theology« zu entwerfen? Wie könnte sie aussehen? Auf jeden Fall geht unter den Bedingungen der Mediengesellschaft die Bedeutung allgemeiner Lehrsätze des Glaubens für die Kommunikation des Evangeliums zurück. Der authentische Ausdruck des Glaubens durch Einzelne, bewährt in der jeweiligen Biografie, gewinnt dagegen an Relevanz.

4. Ergebnis und Ausblick

Die von Gegenwartsdiagnostikern wie Beck, Rosa und Harari eindrücklich beschriebenen Veränderungen – bzw. sogar Metamorphose – heutiger Gesellschaften durch die schnelle Entwicklung neuer Formen medialer Kommunikation betreffen auch Religion und Religiosität. Dabei sind in der Perspektive einer Theorie der Kommunikation des Evangeliums zwei Dimensionen zu unterscheiden, eine der Kontextualisierung und eine der Kontrakturierung.⁵¹

Kontextuell führen die Entwicklungen digitalisierter Kommunikation zu einer Schwächung – oder vielleicht besser: Entmachtung – der überkommenen Institutionen (und Organisationen). Sowohl die ihnen immanente Top-down-Kommunikation als auch die regionale Beschränkung ihres Wirkens werden durch Formen digitalisierter Kommunikation unterlaufen. Positiv formuliert bekommen dadurch Einzelne und netzwerkartige, symmetrisch kommunizierende Zusammenschlüsse neue Wirkungsmöglichkeiten. In theologischer Perspektive erhält so das von den Reformatoren aus theologischen Gründen propagierte Allgemeine Priestertum, das aber tatsächlich nie realisiert wurde, eine neue Chance. Denn das Evangelium wird nicht mehr primär im Modus der Autorität von Institutionen, sondern dem der Authentizität von Einzelnen kommuniziert.⁵² Entwicklungen in dieser Richtung bahnen sich bereits seit einiger Zeit an, ohne dass sie aber bisher kirchentheoretisch oder gar -organisatorisch angemessenen beachtet werden. Anschaulich zeigt sich dies in neuen Formen der Seelsorge und Spiritualität. Bereits die Telefonseelsorge beginnt mit der Beobachtung ihres Initiators, des Londoner Pfarrers Chad Varah, »dass das einfühlsame Zuhören der ihn unterstützenden Laien (>tea servers«) oftmals für

⁵¹ Vgl. auch S. KRÜCKEBERG, *Leben auf Cloud sieben. Unser Umgang mit der Digitalisierung* (DtPfrBl 117, 2017, 204–208).

⁵² Vgl. zu dieser kommunikationstheoretischen Unterscheidung A. NASSEHI, *Religiöse Kommunikation: Religionssoziologische Konsequenzen einer qualitativen Untersuchung* (in: *Woran glaubt die Welt? Analysen und Kommentare zum Religionsmonitor 2008*, hg. von der Bertelsmann Stiftung, 2009, 169–203), 188–190.

die Lebensmüden hilfreicher war als die mit ihm geführten Gespräche«. ⁵³ Die Bedeutung des nicht-pfarramtlichen Engagements setzt sich in der Online-Seelsorge fort. ⁵⁴ Dazu treten – im Netz gut rekonstruierbar – vielfältige Kommunikationen etwa in Blogs, ⁵⁵ die das Helfen zum Leben als eine der grundlegenden Formen der Kommunikation des Evangeliums eindrücklich zur Anschauung bringen, aber auch in Weiterentwicklungen traditioneller religiöser Kommunikation wie der des Gebets. ⁵⁶ Dabei fällt auf, dass die verfasste Kirche kaum eine bzw. keine Rolle spielt. Vielmehr initiieren Menschen aus eigenem Antrieb, nicht zuletzt aus Notsituationen heraus, entsprechende Kommunikationen. So berichtet eine Mutter auf der im Internet eingerichteten Gedenkseite für ihren verstorbenen Sohn:

»Vielleicht fragen sich einige, warum macht sie diese Gedenkseite [...] Ich wurde kurz nachdem uns Mike verlassen musste, durch meine liebe Freundin Betty, die sich selbst Trost suchte im Internet auf Gedenkseiten aufmerksam gemacht. Ich fing an die tragischen Schicksale der anderen Eltern, Freunde und Geschwister zu lesen. Das gab mir Trost, ich fühlte mich nicht allein. Habe beim Lesen um die anderen Kinder geweint und konnte den Schmerz, die Trauer und die Sehnsucht so gut nachvollziehen. So vielen Menschen ging es wie uns. Ich habe über ein Jahr nur gelesen, bis ich die Kraft und den Mut hatte selbst so eine Homepage für Mike, für seine Freunde und vielleicht für andere Betroffene zu gestalten. Mike lebt in uns weiter [...] In unseren Träumen, Erinnerungen, Gedanken, Gesprächen [...] und in unserem Herzen. Trennung ist unser Los [...] Wiedersehen ist unsere Hoffnung [...].« ⁵⁷

Diese Frau fand im Netz Trost, wobei die herkömmlichen Muster der Seelsorge, etwa die Unterscheidung von Seelsorger/in und Seelsorge Suchende/r, nicht mehr greifen. Das Gespräch mit einer Freundin führte die Frau auf Websites, die sie unmittelbar ansprachen (also als »relevant« erfahren wurden). Daraus zog sie die Konsequenz, selbst die Erinnerung an ihren verstorbenen Sohn ins Netz zu stellen. Dabei hat sie einen Modus der Kommunikation des Evangeliums im Blick, nämlich anderen Menschen zum Leben zu helfen.

Komplementär zu solchen Aufbrüchen sind aber auch die Probleme durch die digitalisierte Kommunikation zu beachten, auf die z. B. Rosa in seiner Re-

⁵³ F.-J. HÜCKER, Telefonseelsorge (in: W. ENGEMANN [Hg.], Handbuch der Seelsorge. Grundlagen und Profile, ³2016, 573–590), 574.

⁵⁴ Vgl. ausführlicher B. KNATZ, Handbuch Internetseelsorge. Grundlagen, Formen, Praxis, 2013.

⁵⁵ Vgl. zu einem ersten Überblick z. B. www.theoradar.de.

⁵⁶ Vgl. beispielweise zu neuen Formen des Gebets A.-K. LIENAU, Gebete im Internet. Eine praktisch-theologische Untersuchung (Studien zur Christlichen Publizistik 17), 2009.

⁵⁷ Zitiert nach C. BERGER-ZELL, Trauerleibsorte in Social Media (in: NORD/LUTHE [s. Anm. 43], 363–374), 370.

sonanz-Theorie aufmerksam macht. Hier begegnet die kontrakulturelle Dimension der Kommunikation des Evangeliums. Die für die Kommunikation mit Gott notwendige Konzentration und Ruhe werden durch den permanenten Datenfluss und die damit gegebene Beschleunigung der Lebensvollzüge gefährdet. Diffuse Oberflächlichkeit tritt bei »Simultanten« an die Stelle von tiefer gehendem Erleben.

Allerdings ist es nicht sinnvoll, hieraus eine grundsätzliche Medien-Kritik abzuleiten und so auch die eben skizzierten Chancen zu übergehen, die die digitalen Medien bieten. Vielmehr verdienen immanente Kritiken aus dem Kreis der User selbst Beachtung. So fordert der Medienwissenschaftler William Powers einen wöchentlichen »Internet Sabbath«. Unter direktem Bezug auf Ex 35,3 – »Ihr sollt kein Feuer anzünden am Sabbattag in allen euren Wohnungen« – fordert er ein Abschalten des Screens am Sabbat. Anschaulich berichtet er von einem diesbezüglichen Selbstversuch:

»The beginning was hard. That first Saturday morning, we woke up in a place that looked just like home but seemed altered in some hard to-express way. It was as if we'd landed on another planet where the aliens had built a perfect replica of our life, but it was just a stage set and we knew it. Something wasn't right. When you've been in screenworld for a long time, you really lose touch with the third dimension. The rooms were so still and silent, everything in them frustratingly inert and noninteractive.«⁵⁸

Doch nach einigen Monaten der bisweilen unbequemen Umstellung resümiert Powers:

»We'd peeled our minds away from the screens where they'd been struck. We were really there with one another and nobody else, and we could all feel it. There was an atmospheric change in our minds, a shift to a slower, less restless, more relaxed way of thinking. We could just be in one place, doing one particular thing, and enjoy it.«⁵⁹

Hier zeigt sich, dass Kontextualisierung und Kontrakturation hinsichtlich der digitalisierten Kommunikation in ein sinnvolles Verhältnis zueinander gesetzt werden können. Dass dies von einem Medienwissenschaftler durch Rekurs auf einen biblischen Text geschieht, macht auf das Potenzial der jüdisch-christlichen Tradition angesichts der gegenwärtigen Metamorphose aufmerksam. Es liegt nicht zuletzt darin, auf die Begrenztheit der gegenwärtigen Organisationsform von christlicher Religion in Form der bestehenden Kirchen aufmerksam zu machen und den Blick für neue Aufbrüche⁶⁰ zu öffnen.

⁵⁸ W. POWERS, *Hamlet's BlackBerry. A Practical Philosophy For Building A Good Life In The Digital Age*, 2010, 227.

⁵⁹ AaO 228f.

⁶⁰ Vgl. hier weiterführend CH. GRETHLEIN, *Christsein als Lebensform. Eine Studie zur Grundlegung der Praktischen Theologie (ThLZ.F 35)*, 2018.

Summary

Digitalized communication is a phenomenon that permeates the whole of our lifeworld. It is also changing religion und religiosity. An analysis of current sociological, phenomenological, and world history diagnoses, as provided by Ulrich Beck, Hartmut Rosa and Yuval Noah Harari respectively, reveal the implications this development has for communicating the Gospel. The insights of the important internet innovators Eric Schmidt and Jared Cohen augment the study. Above all, these new forms of communication are a chance to realize the universal and common priesthood of the baptized. At the same time however, remembering biblical traditions like the Sabbath commandment could help counter the evident risks of general distractibility.

Schlagworte: Allgemeines Priestertum, Digitalisierung, Kirchentheorie, Kommunikation, Medien, Öffentlichkeit