

# Reformation im Internet

Medienspezifische kirchliche Kommunikation

Bernd-Michael Haese

Das Internet bietet eine breite Palette von Möglichkeiten religiöser Kommunikation. Deswegen reicht es nicht aus, dass sich die Kirchen grundsätzlich für die Nutzung des Internets entscheiden, sie müssen prüfen, was und wen sie erreichen möchten, und dafür geeignete Wege gehen.

Dabei darf eine grundsätzliche Einschätzung, welchen Stellenwert das Internet in der modernen Gesellschaft hat, nicht übersprungen werden. Dazu gehören technische, wirtschaftliche und sozialwissenschaftliche Informationen zum Internet genauso wie aktuelle Statistiken zum Nutzerverhalten und zur Nutzungsverteilung. Nur mit diesen Informationen können Kommunikations-Chancen im Internet realistisch eingeschätzt werden. Kommunikationspsychologische Aspekte des Internets bedürfen einer eingehenderen Betrachtung, zumal besonders an dieser Stelle durch emotionale Reaktionen und die daraus folgenden Verdikte eine vorurteilsfreie Einschätzung erschwert wird. In diesem Zusammenhang kann man dann adäquat über die Chancen von Internet-Gottesdiensten sprechen, weil an dieser Frage die unterschiedlichen Positionen besonders deutlich hervortreten.

Der abschließende Gesichtspunkt der „Reformations-Kompatibilität“ des Internets geht vor allem aus der mir gestellten thematischen Aufgabe hervor,<sup>1</sup> obwohl der Gedanke grundlegend für jede theologische Auseinandersetzung mit dem Internet ist. Kaum ein Inhalt ist geeigneter, im Internet publiziert zu werden, als die Aktualisierung des reformatorischen Gedankens. Das Internet trägt in seinen grundlegenden Strukturen und Intentionen protestantische Züge. Deswegen wäre es geradezu widersinnig, würde sich Reformation und reformatorische Existenz im 21. Jahrhundert nicht auch im Internet abspielen.

---

1 Den zugrundeliegenden Vortrag habe ich am 4. September 2002 vor dem Gottesdienstausschuss der Kirchenleitung der Nordelbischen Evangelisch-Lutherischen Kirche mit der Fragestellung gehalten, wie sinnvoll eine Handreichung zum Reformationstag als Internet-Publikation erstellt werden kann.

## 1. Grundlegende mediale Strukturen des Internets

Das Internet hat im letzten Jahrzehnt eine bahnbrechende Entwicklung mitgemacht. War es davor nur wenigen Menschen zugänglich, so hat es seitdem die Stellung des gesellschaftlichen Leitmediums gewonnen. Was wir heute als Internet bezeichnen, sind genau betrachtet hauptsächlich zwei Dienste des Internets, das *World Wide Web* (WWW) und E-Mail. Vor allem die Entwicklung des WWW hat durch das Prinzip des Hyperlinks zu einer benutzerfreundlichen grafischen Oberfläche und zu multimedialen Publikationsformen geführt, die einem breiten Publikum den Zugang zum Internet ermöglichten. „Anklicken“ konnte erst dadurch zur medialen Primärhandlung werden, dass per Hyperlink Inhalte beliebiger Art und auf beliebigen Rechnerplattformen mit einem einheitlichen Verfahren verfügbar wurden. Im gleichen Atemzug erschloss das *World Wide Web* das Internet als gigantischen Wirtschaftsraum. Das wird an zahllosen Werbebannern, die einem überall entgegenspringen, augenfällig. Sie können einerseits gewaltig nerven, andererseits garantiert Werbung das immer noch weitgehend kostenfreie Angebot an Internet-Dienstleistungen. Es etabliert sich gerade erst ein Bewusstsein dafür, dass qualitativ hochwertige Angebote im Internet auch etwas kosten.

Die Internet-Krise, die im Augenblick in ihren wirtschaftlichen Auswirkungen spürbar ist, ist lediglich die erste Verlangsamung des bis dahin exponentiellen Wachstums des Internets. Darin die Seifenblase Internet zerplatzen zu sehen, wie es manche Kritiker gerne tun, würde nicht nur den weiterhin steigenden Zahlen hinsichtlich Verbreitung und Nutzung widersprechen, sondern auch die erfolgreiche Nutzung als Grund für die schnell wachsende Verbreitung leugnen.<sup>2</sup> Wie in jeder Krise werden selbstverständlich auch jetzt überzogene ideelle und wirtschaftliche Erwartungen an das Internet offensichtlich, was ein uneingeschränkt positiver Vorgang ist.

Das Internet gilt als Realsymbol für eine sich gegenwärtig vollziehende gesellschaftliche Umwälzung, die man unterschiedlich bezeichnen kann: von der Gutenberg-Galaxie zur digitalen Noosphäre, von der Industrie- zur Wissensgesellschaft, von der Produktions- zur Dienstleistungsgesellschaft, von der Konsumgütergesellschaft zur Informations- und Kommunikationsgesellschaft. Die allgegenwärtige Rede über den Wechsel von der modernen zur postmodernen Gesellschaft ist zumeist unscharf, was die betrachteten Dimensionen des Wandels betrifft, oft ist die Summe der genannten Veränderungen gemeint.

„Postmodern“ bezeichnet sinnvollerweise einen philosophischen Ansatz, der von der Relativität der Positionen gekennzeichnet ist, ohne dass deswegen alles völlig beliebig geworden wäre. „Anything goes“ ist lediglich die Maxime einer

---

2 Siehe Stefan Münker/Alexander Roesler (Hg.), *Praxis Internet: Kulturtechniken der vernetzten Welt*, Frankfurt am Main (Suhrkamp) 2002, 7f.

völlig versimpelten pseudo-postmodernen Anschauung. Statt dessen sollte man von einer „radikalisierten Moderne“ sprechen, wie es der Magdeburger Philosoph Wolfgang Welsch tut.<sup>3</sup>

In allen diesen Gesellschaftsbeschreibungen spielt das Internet als Medium eine ähnliche Rolle wie seinerzeit der Buchdruck im ausgehenden Mittelalter. Die enge Verbindung zwischen der Reformation und der Verbreitung des Buchdrucks findet eine Parallele in der Koppelung von derzeitiger Informations- und Kommunikationstechnik und postmoderner Religionsentwicklung. Der Begriff Koppelung weist darauf hin, dass der Versuch, in den medialen Veränderungen die Ursache des gesellschaftlichen oder auch religiösen Wandels zu entdecken, notwendig zu kurz greift. Das System der kulturellen Innovation kann von allen beteiligten Komponenten angestoßen werden.<sup>4</sup>

Noch nie ist eine kulturelle Entwicklung mit einer derartigen Geschwindigkeit gewachsen, und selten zuvor ist eine mediale Veränderung so umgehend bewusst wahrgenommen und reflektiert worden. Zahlenspiele unterliegen einer hohen Unsicherheit, auch wenn man Tendenzen feststellen kann. Noch schwieriger ist es, die technische Entwicklung vorherzusagen. Ärgerlich und für eine besonnene Auseinandersetzung hinderlich sind die teilweise demagogischen qualitativen Urteile über Sinn und Unsinn des Internets. Bestenfalls zeigt sich darin, dass das Internet nicht nur ein technisches Phänomen ist, sondern seit seinen Anfängen der Ort von Sehnsüchten und Ängsten. Der Begriff „Information Superhighway“ ist mit dem amerikanischen Traum eng verbunden, durch die Weiten des Kontinents zu cruisen. Auch die Raummetapher „Cyberspace“ korreliert mit dem Bewusstsein einer zu eng und zu problematisch werdenden Welt.<sup>5</sup> In einer derartig aufgeladenen Atmosphäre kommt es zu ideologisch völlig überspannten Erwartungen an das Internet genauso wie zu ebenso übertriebenen Warnungen und Katastrophenszenarios. Das Netz als quasi-göttliche Erscheinung lässt sich theologisch leicht destruieren.<sup>6</sup> Unbestritten ist auch, dass unmäßiger Medienkonsum auch beim Internet vielfältigen

---

3 Siehe Wolfgang Welsch, *Unsere postmoderne Moderne*, Berlin (Akademie) 1997.

4 Siehe dazu die „Innovationsspirale“ bei Michael Giesecke, *Von den Mythen der Buchkultur zu den Visionen der Informationsgesellschaft*, Frankfurt am Main (Suhrkamp) 2002, 121.

5 Siehe Wolfgang Welsch, *Information Superhighway or Highway One?*, in: ders. (Hg.), *Undoing Aesthetics*, London (Sage Publications) 1997, 191-202; ebenso Achim Bühl, *Die virtuelle Gesellschaft: Ökonomie, Kultur und Politik im Zeichen des Cyberspace*, Opladen (Westdeutscher) 1997, 16-23. Dort findet sich eine Auflistung und kritische Gegenüberstellung der „Metaphern im Kontext der globalen Vernetzung“ in Kap 1.1, 15-32.

6 Siehe dazu meinen ausführlicheren Beitrag „Wie heilig ist der Cyberspace? Anmerkungen zur Spiritualität im Internet“ unter <http://www.uni-kiel.de/fak/theol/pt/haese/texte/HeiligerCyberspace.pdf>.

individuellen und sozialen Schaden verursacht. Die Warnung vor dem Verlust der wahren, weil unvermittelten Menschlichkeit ist soziologisch und kognitionswissenschaftlich jedoch unredlich. Das Internet stellt in menschlichen Gesellschaften eine neue Qualität mit großem Nutzen und mit bestimmten Gefahren dar, die von bewusst handelnden Menschen gestaltet werden muss.

### 1.1. Technische Aspekte

Ich nenne nur wenige notwendige technische Details, die zum Verständnis des Internet notwendig sind, zumal an ausführlichen Darstellungen kein Mangel herrscht.

Das Internet ist netztopologisch nicht hierarchisch aufgebaut, sondern besteht aus unbegrenzt vielen gleichberechtigten Stationen,<sup>7</sup> die sämtliche anfallenden Kommunikationsfunktionen übernehmen können. Daraus resultiert die prinzipielle Unregulierbarkeit des Internets und die Tatsache, dass der Datenverkehr im Internet nur teilweise unterbrochen werden kann. Jeder Teilnehmer im Internet kann grundsätzlich alle verfügbaren Informationen speichern, verändern und wiederum publizieren. Weiterhin ist durch die Hyperlink-Struktur die Organisation der im Internet zu findenden Informationen ebenfalls von jeder Userin bzw. jedem User zu verändern.

Ein weiterer grundsätzlicher Unterschied zu früheren Kommunikationstechniken liegt in der Digitalisierung. Die digitale Form der Signale gewährleistet eine unendlich hohe Übertragungstreue. Ein analoges Signal wird durch viele Übertragungen zunehmend schlechter, ein digitales kann ohne Verluste beliebig oft dupliziert und wiederhergestellt werden.

Der Effekt ist von herkömmlichen Tonaufnahmen bekannt: Eine analoge Musik-kassette lässt sich nur mit Verlusten überspielen, Kopien von der Kopie sind kaum noch erträglich. Techniken, diese Verluste zu begrenzen, verändern das Signal selbst. Ein digitaler Tonträger hingegen kann beliebig oft dupliziert werden, und auch die 10. Kopie wird sich wie das Original anhören. Auch eine Internet-Übertragung ist technisch nichts anderes als eine x-fache Kopie der ursprünglichen Daten, wobei X die Anzahl der beteiligten Netzknnotenpunkte ist.

Original und Fälschung sind nicht zu unterscheiden, die Kopie ist nicht minderwertiger als das Original, von Urheberrechten einmal abgesehen. Das digitale Signal benötigt daher nur technisch relativ anspruchslose Übertragungswege auf dem Weg zur Benutzerin oder zum Benutzer, z.B.

---

<sup>7</sup> Die Zahl der IP-Nummern ist derzeit (32-Bit-Adressraum) theoretisch auf etwa 4 Milliarden begrenzt, von denen allerdings durch spezielle Vergabemodi längst nicht alle nutzbar sind. Das neue Internetprotokoll (Version 6) sieht einen 128-Bit-Adressraum vor, der nicht mehr sinnvoll in Zahlen ausgedrückt werden kann. Theoretisch kann damit jeder Quadratmeter der Erdoberfläche mit 1500 IP-Adressen abgedeckt werden (siehe dazu die Erklärungen zu IPv6 unter [http://www.netbsd.org/Documentation/network/ipv6/#diff\\_ipv4](http://www.netbsd.org/Documentation/network/ipv6/#diff_ipv4)).

Telefonkabel. Allein die simple Ankopplung an schon lange vorhandene technische Übertragungswege ermöglichte eine derartig schnelle Verbreitung, wie sie in der vergangenen Zeit zu beobachten war.

### 1.2. Wirtschaftliche Aspekte

Einige der technischen Details führen unmittelbar zu wirtschaftlichen Gesichtspunkten: Die Musik- und Filmindustrie ist nach eigenen Angaben heftig betroffen von einer ausgeprägten Tausch- und Kopierkultur im Internet. Andere Untersuchungen stellen hingegen einen wachsenden Absatz der Film- und Musikbranche als Folge des freien Austauschs im Internet fest.

Wichtiger ist, dass das Internet als enorm wachsender Markt unmittelbare Auswirkungen auf die Gestalt des Internets hat. 44% der Internetnutzer in Deutschland haben im Jahr 2001 online eingekauft und dabei durchschnittlich 200 Euro ausgegeben. Die Tendenz ist trotz Wirtschaftsflaute steigend.<sup>8</sup> Die Netzpioniere der ersten Stunde sehen die Kommerzialisierung des Internets als Verlust der reinen Kommunikationskultur. Jedoch kann das gesellschaftliche Kommunikationssystem nicht abgekoppelt vom wirtschaftlichen System bestehen. Die Freude an der Kommunikation braucht durch E-Commerce nicht notwendig zu leiden, denn es gibt nach wie vor geschützte Bereiche. Das Informationssystem Internet selbst, die Vermarktung der Informationswege, stellt einen erheblichen Wirtschaftsfaktor dar. Staatliche Institutionen finanzieren das Internet schon lange nicht mehr, und das ursprüngliche Forschungsnetz ist nur noch ein sehr unbedeutender Teil des Internets. Der weitaus größte Teil der Infrastruktur des Internets liegt in den Händen der großen Telekommunikations- und Informationskonzerne. Sie unterhalten die sogenannten *backbones*, die Rückgrate des Internets, und verkaufen „Bandbreite“ an zahllose weitere *provider*, die ihrerseits die Endkunden versorgen. Wirtschaftlicher Anreiz schafft auf den gleichen Leitungen auch bessere Bedingungen für zweckfreie Kommunikation.

Eine Sensibilität für Tendenzen, die der ursprünglichen Intention unter bestimmten Umständen zuwider laufen, schadet nicht. Medienmonopole widersprechen einem freiheitlichen Informationsfluss, und der programmatische Slogan der Internet-Gemeinde heißt „*information wants to be free*“.<sup>9</sup> Dennoch haben Provider keinen Grund, Kommunikation einzuschränken, solange sie davon leben.<sup>10</sup>

---

8 Internet Index, Internet Professionell, Jan. 2002, 15.

9 Zur Herkunft des Zitats siehe Roger Clarke, Information Wants to be Free, 2000 (WWW-Dokument <http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/II/IWtbF.html>, Version vom 28.08.2001), abgerufen am 17.03.2003.

10 Politische Maßnahmen zur Einschränkung der Informationsfreiheit im Internet beschreibe ich hier nicht. Siehe dazu Jonathan Zittrain und Benjamin Edelman, Documentation of Internet Filtering in Saudi Arabia, 2002 (www-Dokument <http://cyber.law.harvard.edu/filtering/saudi Arabia/>, Version vom 19.02.2002), abgerufen am 09.08.2003.

Direkte Auswirkungen auf die Kommunikationskultur hat allerdings die gegenwärtige Vermarktung der sogenannten Breitbandanschlüsse.<sup>11</sup> In Deutschland werden sie unter dem Namen T-DSL oder ADSL (*asymmetric digital subscriber line*) vermarktet. Der zweite Begriff ist technisch korrekt, denn die bezahlbaren und daher privat genutzten Breitband-Anschlüsse sind asymmetrisch: Empfangen kann man eine etwa zehnfach höhere Bandbreite, die Sendebandbreite liegt jedoch nur unwesentlich über einem ISDN-Anschluss. Der Breitbandanschluss ist eine Daten-Einbahnstraße, denn konsumieren kann man viel, produzieren nur eingeschränkt. Dazu kommt, dass insbesondere ländliche Gebiete von dieser technischen Entwicklung abgekoppelt bleiben, weil sich der technische Aufwand für die Provider wirtschaftlich nicht lohnt. Der technisch eigentlich fortschrittliche Weg der Glasfaserverkabelung in den neuen Bundesländern bietet keine kostengünstige Möglichkeit für die DSL-Technik, daher wird es in Ländstrichen mit Glasfaser-Kommunikationsnetz vorerst kaum private Breitbandzugänge geben. Der alternativ angebotene Zugang über Satellitenempfang ist zu teuer, für den Benutzer technisch zu aufwendig und in der Performance erheblich schlechter. Damit werden Menschen auf der Datenautobahn ausgebremst, die bei der Internetnutzung sowieso schon benachteiligt sind: Gegenden mit dünner Besiedlung sowie in Deutschland auch die neuen Bundesländer.

### 1.3. Soziale Aspekte des Internets

Trotz aller Programme und Bemühungen, Bürger, Schulen und sonstige Menschen ans Netz zu bringen, gibt es Bevölkerungsschichten, die sich keinen Zugang zum Internet leisten können oder leisten wollen. Zwar ist inzwischen etwa die Hälfte der Bundesbürger, die älter als 14 Jahre sind, im Netz, von der anderen Hälfte geben allerdings nur noch etwa 8% an, einen Anschluss in der nächsten Zeit zu planen.<sup>12</sup> Der Zuwachs stockt also deutlich, dass er grundsätzlich langsamer werden würde, war anzunehmen. Eine neue Zwei-Klassen-Gesellschaft droht: Der so genannte *digital divide* zieht sich als Grenze zwischen den Nutzern, die Vorteile aus dem Netz ziehen, und den sogenannten *internots*, die keinen Zugang haben.<sup>13</sup> Der

11 Aus den USA liegt inzwischen eine erste Untersuchung zu den Veränderungen durch Breitband-Internet vor. Siehe Pew Internet & American Life Project, John B. Horrigan/Lee Rainie, *The Broadband Difference: How online American's behaviour changes with high-speed Internet connections at home*, 2002 (PDF-Dokument [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Broadband\\_Report.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Broadband_Report.pdf)).

12 Die Zahlen der Umfragen sind hier nicht eindeutig. Während forsa mit der aktuellen Untersuchung @facts von ungebrochenem Wachstum ausgeht (19% planen Nutzung in den nächsten 6 Monaten), meldet eMind@emnid nur noch 8,2 Prozent geplante Zugänge (Zahlen von 2002).

13 Insbesondere das Internet-Verhalten Jugendlicher habe ich dargelegt in Bernd-Michael Haese, „Und sie surfen nur einen Sommer“. Die jugendliche ‚Internetflucht‘ und ihre gemeindepädagogischen Folgen, in: *Pastoraltheologie* 91 (2002), 45-64, hier: 47-53.

Effekt, in der Wissensgesellschaft vom digitalen Leitmedium ausgesperrt zu sein, ähnelt dem Analphabetentum in der literalen Gesellschaft. Je mehr das Internet auch für grundlegende private Verwaltungsvorgänge (Onlinebanking, Meldewesen, Steuererklärung etc.) verwendet wird, desto größer wird die Benachteiligung. In Deutschland verläuft der digitale Graben entlang der alten Grenze zwischen West und Ost, entlang von Einkommensgrenzen, zwischen jüngeren und alten Menschen und zwischen Männern und Frauen. „Offliner sind weiblich, Geringverdiener und kommen aus dem Osten“<sup>14</sup> oder anders herum: „Der typische Internetnutzer ist männlich, etwa 30 Jahre alt, hat mindestens Abitur und lebt bei gutem Einkommen in der Großstadt.“<sup>15</sup> Diesen Aspekt muss kirchliche Internetarbeit berücksichtigen, sowohl in der medialen Streuung ihrer Angebote als auch in ihrer Bildungsarbeit.<sup>16</sup> Die Reformation hat darauf gedrungen, dass möglichst viele Menschen zumindest lesen können, in der globalen Gesellschaft des 21. Jahrhunderts muss „digitale Lesefähigkeit“ wiederum kirchliches Interesse sein.

Eine gerechte Medienordnung muss weltweit gelten. Gerade in dieser Perspektive fällt auf, dass das *global village*, das durch die neue Kommunikationskultur entstehen sollte, ausgesprochen hohe Dorfmauern hat. Sie liegen exakt dort, wo auch die bisherigen Grenzen zwischen erster und dritter Welt auf dem Globus liegen. Die Weltverlierer der Produktionsökonomie sind bisher auch vom globalen Informationsstrom abgekoppelt.<sup>17</sup> Sah Marshall McLuhan die große Weltgemeinschaft in den neuen Medien erwachsen, in der es geradezu unmöglich ist, an der Lebenswelt auch der entferntesten Bewohner der Erdkugel *nicht* teilzuhaben, sagen dagegen die Kritiker: „Der Cyberspace ist kein global village, sondern ein von lautstarken weißen Männern bevölkerter Vorstadtclub der weltweiten amerikanisierten Mittelklasse.“<sup>18</sup>

14 Martin Fiutak, Studie: Offliner sind weiblich, Geringverdiener und kommen aus dem Osten, 2002 (WWW-Dokument <http://zdnet.de/news/thomm/0,39023151,2111314,00.htm>).

15 wissenschaft-online, Nur jeder zweite nutzt das Internet, 2002 (WWW-Dokument <http://www.wissenschaft-online.de/artikel/593562>), abgerufen am 06.06.2002. Hier dokumentiert sich die oben angesprochene weitere Benachteiligung bestimmter Bevölkerungsgruppen durch die derzeitige Breitbandtechnik.

16 Unter dem Stichwort „Gemeinschaftsverträglichkeit“ hat Christoph Bruns diese gesamtgesellschaftliche Kommunikationsverantwortung der Kirche betont und dabei auf offizielle programmatische Texte der Kirchen zurückgegriffen. Siehe Christoph Bruns, Wie werden Medien „menschen-verträglich“? Die Herausforderung der Kirche durch die Digitalisierung, in: Wolfgang Nethöfel/Matthias Schnell (Hg.), *Cyberchurch? Kirche im Internet*, Frankfurt am Main (Gemeinschaftswerk der Evang. Publizistik) 1998, 29-39, hier: 33f.

17 Im „Atlas of Cyberspace“ gibt es Visualisierungen der globalen Datenströme, die unmittelbar diesen globalen digital divide verdeutlichen (<http://www.cybergeography.org/atlas/geographic.html>, oder in der Buchausgabe: Martin Dodge/Rob Kitchin, *Atlas of cyberspace*, Harlow [Addison-Wesley] 2001).

18 Die Herkunft des mehrfach zu findenden Zitats ist nicht eindeutig zu klären, ich zitiere es nach Bühl (Anm. 5), 28.

## 2. Kommunikationspsychologische Aspekte des Internets

Fast alle Kommunikationsformen im Internet sind derzeit textbasiert. Bevor man also die Vernichtung der Sprache durch den Cyberspace beklagt, muss man zur Kenntnis nehmen, dass der weit überwiegende Teil dieses Kommunikationsraumes durch das geschriebene und gelesene Wort geschaffen wird.

Kommunikationsformen lassen sich einerseits nach dem Kriterium der *Zeitgleichheit* oder *Zeitverschiebung* kategorisieren. Eine briefliche Kommunikation ist zeitversetzt, ein Telefongespräch ist zeitgleich. Sie lassen sich weiter nach der *Zahl* der beteiligten Kommunikationspartner einteilen. Eine Parteiversammlung hat eine Masse an Kommunikationsteilnehmern, ein Beichtgespräch nur zwei. Eine dritte Unterscheidungsmöglichkeit ist das Kriterium der *Kommunikationsrichtung*: Fernsehsendungen erreichen Millionen, diese Millionen können aber nur über Umwege wiederum die Quelle der Information erreichen. Ein schwarzes Brett hingegen ist genau dafür gedacht, dass auf alle ausgehenden Nachrichten von allen Empfängerinnen und Empfängern unmittelbar reagiert werden kann.

Betrachtet man die möglichen Interaktionsformen im Internet mit diesem Schema, dann erweisen sie sich als erstaunlich vielfältig und umfassend. Kein anderes Medium ist in der Lage, alle verschiedenen Kommunikationsformen – bei Bedarf auch gleichzeitig – zu ermöglichen. Weiterhin kann durch die Hypertextualität im Internet die *Informationsstruktur* durch die Benutzer verändert werden. Auch wenn der Inhalt einer Webseite nur vom Autor verändert werden darf, kann sie durch einen Link mit beliebig vielen anderen Webseiten verbunden werden. Jeder, der eine Webseite im Internet veröffentlicht, schafft selbst inhaltliche Verbindungen, indem er dort Links auf andere Seiten legt, und auch seine eigene Webseite wird zum Ziel von anderen Links. Hyperlinks sind so etwas wie Trampelpfade durch den Dschungel der möglichen Informationen, die von den Urwaldbewohnern selbst gelegt werden. Darin liegt eine erhebliche Veränderung gegenüber Kommunikationsstrukturen in der Buchgesellschaft, deren „Links“ eher von Informationseliten oder Funktionshierarchien bestimmt wurden.<sup>19</sup>

Kommunikationsformen im Internet sind:

- E-Mail als zeitversetzte Kommunikation zwischen zwei Beteiligten mit Kommunikationsfluss in beiden Richtungen (bilateral);<sup>20</sup>
- E-Mail-Listen als zeitversetzte Kommunikation von einem zu beliebig vielen Kommunikationspartnern, u.U. mit eingeschränkter gegen-

19 Diese „Informations-Trampelpfade“ sind zum Beispiel mit Rezensionen innerhalb des Literatursystems zu vergleichen. Siehe dazu die Rolle der „Kritiker“ im typographischen Informationssystem bei Giesecke (Anm. 4), 76.

20 Die in Klammern gesetzten Begriffe habe ich übernommen von Hans Geser, Die Zukunft der Kirchen im Kräftefeld sozio-kultureller Entwicklungen, 1997 (WWW-Dokument [http://socio.ch/relsoc/t\\_hgeser1.htm](http://socio.ch/relsoc/t_hgeser1.htm)), abgerufen am 01.09.2002.

- seitiger Kommunikationsmöglichkeit (radial-zentrifugal), aber in der Regel ausgeprägter Möglichkeit der Rückmeldung (radial-zentripetal);
- Webseiten als zeitversetzte Kommunikation zwischen einzelnen und Gruppen unbeschränkter Größe bis hin zur Massenkommunikation ohne Möglichkeit der reversiblen Kommunikation (radial-zentrifugal), sofern keine solchen Kommunikationsformen wie E-Mail-Link, Forum oder Chatroom integriert werden;
  - elektronische Pinnwände, die ein Statement ermöglichen, aber keine Diskussion (zeitversetzt, einmalig multilateral);
  - Diskussionsforen oder Newsgroups, die zeitversetzte Kommunikation zwischen allen Beteiligten in allen Richtungen (multilateral evtl. zusätzlich bilateral) bieten und dementsprechend zeitaufwendig zu verfolgen sind;
  - Chatrooms, in denen zeitgleiche Kommunikation zwischen medial Anwesenden stattfindet mit der Möglichkeit, in so genannten Privaträumen alternativ oder zusätzlich auf wenige Personen eingeschränkte Kommunikationen zu führen (multilateral und bilateral). Zwischen dauernd geöffneten Chatrooms, in denen man sich zufällig oder verabredet trifft, und geplanten Online-Konferenzen, die lediglich zu einer bestimmten Zeit, unter Umständen auch nur einer ausgewählten Gruppe offenstehen, ist noch einmal zu unterscheiden.

Vor allem der letzte Begriff *Chatroom* regt natürlich die Phantasie an. Man kann ihn „betreten“, und von dort aus kann man Anwesende in seine privaten Räume „einladen“. Chatrooms sind trotzdem nichts anderes als Programmfenster, in denen die Äußerungen jedes Teilnehmers mit einem vorangestellten Namenskürzel zeilenweise für alle Beteiligten zu lesen sind. Zu dem eigentlichen Textfenster gehören noch ein kleiner Eingabebereich für die eigenen Beiträge, die man dort eintippt und mit der Eingabetaste abschickt, sowie eine Liste der anwesenden Chatter mit ihren Spitznamen. Am Chatmodell sind noch andere Eigenarten von Internetkommunikation erkenntlich: Die eigentliche Identität der Teilnehmenden bleibt im Dunkeln, solange der Teilnehmer oder die Teilnehmerin sie nicht selbst deutlich zu erkennen gibt. Das Spiel mit erfundenen Identitäten gehört zu den wesentlichen Eigenarten der Internetkommunikation und wird noch im Zusammenhang der *MUDs* erläutert. Man erkennt im Chat weiterhin die so genannten Emoticons, deren Verwendung die reduzierte Metakommunikation zum Teil kompensieren kann. In realer Kommunikation erkennt man an Stimmlage, Mienenspiel oder besonderer Gestik, wie eine sprachliche Äußerung tatsächlich zu verstehen ist. Das durch alphanumerische Zeichenkombinationen stilisierte Smiley-Gesicht signalisiert ebenfalls „Vorsicht, nicht ernstnehmen!“ und macht Ironie in der Internetkommunikation möglich. Ein aufwendiger geschriebener Hinweis auf einen traurigen eigenen Gemütszustand wird durch einen entsprechenden *frowny* (das Gegenteil zum *smiley*) überflüssig und animiert den Mitchatter zu einem mitfühlenden Wort oder einer mitfühlenden „Tat“, zum Beispiel durch ein getipptes

\*knuddel\*, die Onlineform der Umarmung. Durchgängige Großschrift wird als Schreien interpretiert, auch Intonations-Marker sind also per Internetkommunikation möglich. Um die Eingabezeit abzukürzen, aber auch als Erkennungsmerkmal, dass man zur Online-Szene gehört, benutzt man internet-typische lautmalerische Akronyme: „CU“ meint „See You“ – „Wir sehen uns!“ In vielen Chats spielt das festgelegte Thema eigentlich keine Rolle – sofern überhaupt eines vorgegeben ist, zum Beispiel durch den Anbieter. Auch ein Chat auf der Seite eines Computerspiels dreht sich nur teilweise um das Spiel. Kirchliche Chat-Angebote sollten also nicht erwarten, dass nur kirchlich-religiöse Themen verhandelt werden. Es geht – wie der englische Wortsinn schon andeutet – meist um belangloses Geplänkel, selten um zielgerichtete, sachorientierte Kommunikation. Chatrooms ähneln mehr der Raucherecke auf dem Pausenhof als einem Seminarraum. Völlig zu Recht verweist Nicola Döring darauf, dass auch in Gesprächen zwischen Anwesenden der Anteil an sachlich wertlosen, sozial jedoch außerordentlich effektiven Kommunikationen erheblich ist. Vorbehalte gegenüber computervermittelter Kommunikation können sich dementsprechend sowohl auf eine befürchtete Technisierung und Rationalisierung („Entmenschlichung“) als auch auf eine Verdünnung zu inhaltslosem Geplänkel beziehen.<sup>21</sup>

Eine letzte Variante sind *MUDs* (Multi-User-Dungeons oder Multi-User-Domains). Das Setting ist ähnlich wie bei den Chatrooms, nur dass in den meisten *MUDs* die spielerische Simulation von vorne herein eine bestimmende Rolle spielt. Auf *MUDs* trifft der Begriff der virtuellen Welt am ehesten zu. In dieser Welt ist es selbstverständlich, mit alternativen Persönlichkeitsmerkmalen zu experimentieren. *MUDs* oder *MUD*-ähnliche Szenarien üben vielleicht die meiste Faszination auf Internetbenutzer aus, und mit Sicherheit haben sie das größte psychodynamische Potential. Vor allem die amerikanische Anthropologin Sherry Turkle hat die vielfältigen psychologischen Effekte beschrieben, die durch das Spiel mit Identitäten in *MUDs* auftreten können.<sup>22</sup> *MUDs* sind thematisch auf eine bestimmte Epoche und ein bestimmtes Szenario festgelegte Rollenspielwelten, in denen die Mitspieler einen oder auch mehrere Charaktere über eine längere Zeit und mehrere Episoden darstellen. Wenn ich eingeloggt bin, spielt es keine Rolle, dass ich im *real life* ein schmalbrüstiger Schreibtischtäter mittleren Alters bin. Dort kann ich eine gut gebaute blonde Schwertkämpferin sein und mich auf eine Liaison mit dem Zauberer der dunklen Mächte einlassen. Es gibt kein Drehbuch, denn der Ablauf der Handlung ergibt sich aus den Aktionen der Mitspielerinnen und Mitspieler. Auch die meisten *MUDs* sind textbasiert, was eine erhebliche Phantasieleistung der Mitspielenden erfordert. Neben

---

21 Siehe Nicola Döring, Kommunikation im Internet: Neun theoretische Ansätze, in: Bernad Batinic (Hg.), Internet für Psychologen, Göttingen (Hogrefe) 2000, 345-377, hier: 372.

22 Siehe Sherry Turkle, *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, New York (Simon & Schuster), 1995.

den oft mittelalterlichen *fantasy*-MUDs (daher die Namensgebung nach „Dungeons & Dragons“, wie der Name einer ganzen Serie von Rollenspielen in einer Welt voller Drachen und Burgverliesen) gibt es Szenarien wie Funcity, eine virtuelle Stadt mit allen Details, die von virtuellen Personen belebt wird. Sie arbeiten dort, vergnügen sich, verlieben sich und gehen dort sogar in die Kirche. Funcity hat eine Kirche in Form eines Chatrooms, und sie hat reale Seelsorger, die dort online ansprechbar sind.<sup>23</sup>

### 3. Formen der kirchlichen Kommunikation im Internet

Je nachdem, wie sinnvoll man Internet-Kommunikation grundsätzlich findet, wird man sie auch für kirchliche Kommunikation einsetzen wollen. Allerdings wird man wiederholt einer medienethischen Argumentation begegnen, in der computervermittelte Kommunikation grundsätzlich als defizitär oder sogar destruktiv betrachtet wird. Auch die frühe theologische Diskussion um Nutzen oder Schaden computervermittelter Kommunikation war von diesem Paradigma geprägt.<sup>24</sup> Kanalreduktionstheorien oder Filtertheorien weisen darauf hin, dass bestimmte Anteile menschlicher Kommunikation in computergestützter Kommunikation nicht vorhanden sind bzw. ausgefiltert werden, zum Beispiel emotionale, sinnliche Anteile oder auch Informationen über den psychosozialen Hintergrund des Kommunikationspartners (Alter, Aussehen, Bildung, Status etc.). Häufig wird eingewendet, dass die zunehmende Attraktivität von Simulationen, die im Internet sehr realistisch gestaltet werden können, die Realität in den Hintergrund verdrängt. Internet fördere Fluchtendenzen vor allem aus der unbefriedigenden Realität. Diese Beobachtungen sind zum Teil richtig, müssen jedoch immer im gesamten psychosozialen Mosaik gesehen werden. So wichtig es ist, kritikfähig gegenüber einem Internet-Hype zu bleiben, so wenig führt eine pauschalisierende Abwertung vor dem Hintergrund der so genannten Erfahrungen aus erster Hand weiter. Kaum jemand behauptet, dass mediatisierte Erlebnisse einen vollständigen Ersatz für direkte Interaktion darstellen, vor allem nicht für Kommunikationssituationen, die von einem ganzen Ensemble verschiedener Kommunikationsweisen und -kanäle leben. Niemand wird ernsthaft behaupten, dass die Stimme des geliebten Menschen ohne Abstriche an Lebensqualität genauso gut auf Dauer durch den Text im Chatfenster ersetzt werden kann. Unter bestimmten Bedingungen kann jedoch genau das zur bestmöglichen Kommunikation werden. Meistens wird in der Beurteilung bestimmter Kommunikations*modi* übersehen, dass ihre Eignung in hohem Maße von der Kommunikationssituation samt ihren Anforderungen oder Limitierungen abhängt und nicht grund-

<sup>23</sup> Siehe <http://www.kirche.funama.de/>.

<sup>24</sup> So beispielsweise Barbara Mettler-Meibom, Kommunikation als schützenswertes Gut, in: *Theologia Practica* 25 (1990), 297-303.

sätzlich anhand einer vom Ideal der *face-to-face*-Kommunikation ausgehenden Qualitätsskala festgelegt werden kann. Das Fehlen bestimmter Reize, die jede Kommunikation unter Anwesenden unweigerlich bestimmt, stellt wiederum die große Chance der computergestützten Kommunikation dar, indem sie größere Freiheit und Unvoreingenommenheit möglich macht. Beides sind grundlegende Anforderungen an eine Kommunikation, die christlich-ethischen Ansprüchen genügen soll.

### 3.1. Klassische Webseiten

Kirchen bedienen sich in steigendem Maße des Mediums Internet. Studiert man die Angebote, trifft man auf fast alle eben dargestellten Formen der Internet-Kommunikation, wobei die offiziellen Seiten der Landeskirchen hauptsächlich die informationslastigen Formen benutzen und die experimentelleren Versuche wie Chatrooms etc. eher auf die Initiative von einzelnen Gemeinden oder Menschen zurückgehen. Die Kirchen nutzen das Internet also wie alle großen Firmen und Vereine für die klassische *one-to-many*-Kommunikation zum Zweck der Information, indem sie Inhalte auf mehr oder weniger interessanten Webseiten abrufbar machen. Sie bedienen sich des Internets also wie einer elektronischen Litfaßsäule und profitieren dabei von der inzwischen für die Hälfte der Bevölkerung leichten Erreichbarkeit dieser Informationen. Das ähnelt prinzipiell der klassischen Veröffentlichung in Printmedien, beispielsweise Denkschriften oder Gemeindebriefen, wobei ein wesentlich kürzerer Weg der Distribution eingeschlagen wird. Diese Art der kirchlichen Internetkommunikation ist keineswegs falsch, da sie der wachsenden Bedeutung des Internets als universales Informationsmedium Rechnung trägt. Zudem erwarten die meisten Nutzer kirchlicher Internetseiten genau diesen Service.<sup>25</sup> Allerdings verträgt diese Form nur kurze Informationen und nutzt die eigentlich internet-typischen Kommunikationsmöglichkeiten über den Rückkanal kaum. Genau diese Möglichkeiten für eine Reaktion, seien es Nachfragen oder Kommentare, müssen auf kirchlichen Internetseiten zwingend vorgesehen werden.

### 3.2. Interaktive Elemente

Mit interaktiven Elementen kann die Benutzerin oder der Benutzer in unterschiedlicher Intensität aktiv werden und die internet-typischen Kommunikationschancen nutzen:

Per *E-Mail-Link* kann der Besucher oder die Besucherin eine E-Mail an den Autor oder die Autorin der Webseite schreiben, Kritik üben, weitere Informationen anfordern oder eigene Inhalte veröffentlichen. Bei Groß-

---

<sup>25</sup> So ein Ergebnis der Studie „Kirche im Netz“ des Online-Marktforschungsinstitutes EARSandEYES aus dem Jahr 2001.

institutionen wie den Kirchen bietet sich ein aufgefächertes Angebot für Rückmeldungen an einzelne geeignete Ansprechpartner in dieser Institution an, beispielsweise den so genannten *webmaster* für Anmerkungen zur Webseite, Kirchenjuristen zu im weitesten Sinne rechtlichen Fragen oder Sektenbeauftragte zu einschlägigen Fragen bezüglich anderer weltanschaulicher Gruppierungen. An der leichten Erreichbarkeit im Internet unabhängig von der Stellung des Ansprechpartners im Unternehmen offenbart sich, wie ernst es den Verantwortlichen eines Webangebotes ist, mit ihren Adressaten oder Kunden ins Gespräch zu kommen. Auch Grußworte von Bischöfen oder Synodenpräsidentinnen müssen dringend einen E-Mail-Link tragen, denn wie in der *face-to-face-Kommunikation* wird eine entsprechende Metabotschaft über die Kontaktfreudigkeit der Institution auch über das elektronische Medium übermittelt. Dazu gehört Bedienerfreundlichkeit ohne Abstriche: Wer sich erst durch drei Menüs quälen muss oder über Insiderkenntnisse der Personalstruktur verfügen muss, um eine kirchliche E-Mail-Adresse zu recherchieren, konstatiert lediglich „nicht erreichbar“ und gibt auf.<sup>26</sup> E-Mail-Links bieten eine gezielte Nachfrage als Reaktion auf ein ungerichtetes Informationsangebot an. Damit brechen sie den Rundfunk-Charakter der Mitteilung zu Gunsten einer bilateralen Kommunikation auf.

Die Spielart der *Mailingliste* ist bedeutender, als der erste Anschein vermuten lässt, und findet sich dementsprechend auf fast allen kirchlichen Angebotsseiten im Internet. Wer sich auf die Mailingliste einträgt, möchte detailliertere Informationen haben als ein zufälliger Websurfer. Er oder sie signalisiert ein gesteigertes Interesse am Angebot Kirche und an der Institution selbst, deswegen sind E-Mail-Listen von unschätzbarem Wert. Insbesondere für Gemeinden ist die Mailingliste ein hervorragendes Instrument, die vielfältigen Aktivitäten einem interessierten Kreis zukommen zu lassen. Nebenbei ist dieses Angebot verhältnismäßig leicht zu administrieren, wird jedoch bisher nur sporadisch in Gemeinde-Websites eingebunden.

*Elektronische Pinnwände* werden häufig in Online-Andachten benutzt, beispielsweise als Gebetsbrett oder für die Verbalisierung eigener religiöser Erfahrung. Eine Spielart davon findet sich auf manchen kirchlichen Seiten unter dem Titel „Umfrage“: Hier können Nutzerinnen und Nutzer über aktuelle Streitfragen im kirchlichen Leben abstimmen. Es ergibt sich ein Meinungsbild, das jeweils aktuell eingesehen werden kann.

---

26 Was für Kirchengemeinden gilt, lässt sich auf die Landeskirchen bzw. die EKD übertragen: „Der Internetauftritt (...) zeigt – wenn auch oft unbewusst – ihr Selbstverständnis.“ (Ralf Peter Reimann, *Gemeinden im Netz. Zeige mir deine Webseite und ich sage dir, wer du bist* [WWW-Dokument [http://www.gep.de/internet/ip\\_kol002.html](http://www.gep.de/internet/ip_kol002.html)], abgerufen am 17.03.2003). Den Großinstitutionen wird man mangelnde Professionalität allerdings weniger großzügig verzeihen als einer Ortsgemeinde mit ihren geringen Ressourcen und immerhin dem Charme des ehrenamtlichen Engagements.

Relativ häufig findet man auf kirchlichen Seiten den Hinweis auf ein *Forum* oder eine *Newsgroup*. Es bietet sich insbesondere zu aktuellen Anlässen an, um ein „mutuum colloquium“ mit Hilfe des Internets zu führen. Die Chancen, auch kirchendistanzierte Meinungen zu hören, sind dabei wesentlich höher als bei einem Diskussionsabend in der Gemeinde.

Ähnliches gilt für einen *Chat*, der auf landeskirchlichen Seiten noch selten anzutreffen ist.<sup>27</sup> Allerdings scheint das Interesse daran eher gering zu sein. Meine Vermutung ist, dass die vorwiegend jugendlichen Chatter keine typischen Besucher der Kirchenseiten im Web sind. Vielversprechend sind hingegen moderierte, zeitlich begrenzte und angekündigte Chats zu bestimmten Themen und Anlässen.<sup>28</sup> Derartige Aktionen sind jedoch nur dann erfolgreich, wenn sie in andere Öffentlichkeitskonzepte eingebunden werden und dort genauso wie auf den Internetseiten lange vorher beworben werden. Die derzeit bekanntesten Kirchenchats dürften der sogenannte Konfichat sowie der Chat in der Kirche von Funcity sein.<sup>29</sup> Grundsätzlich entspricht die Art der Kommunikation in Foren und Chats am ehesten einer protestantischen Kommunikationskultur, wird aber am wenigsten mit dem öffentlichen Bild der Kirchen verbunden.

Ein kritischer Einwand muss in der Diskussion berücksichtigt werden: Nicht zu Unrecht wird darauf hingewiesen, dass sich „die Erwartungen an freiwilligen, spontanen Austausch und virtuelle Gemeinschaft nicht in hohem Maße erfüllen“. Das ist jedoch vor allem dadurch begründet, dass in vielen Fällen die Angebote nicht in die sonstigen Lebensformen der Kirche integriert sind. Man kann daraus nicht schließen, dass Online-Kommunikation prinzipiell kirchentauglich ist. Es reicht nicht, einfach ein Forum auf der Webseite zu eröffnen, um Menschen zu aktiver „Meinungsarbeit“ zu bewegen – das gilt auch außerhalb kirchlicher Bezüge. „Flankierende Maßnahmen“, wie Siemann sie fordert, sind deswegen unabdingbar.

Allerdings sollte man in den Internetangeboten auch nicht das Fangnetz für eine Gemeindegemeinschaft im klassischen Sinne sehen. Eine im Internet initiierte Beschäftigung mit Kirche und gemeindlicher Arbeit überwindet von selbst „Hemmschwellen gegenüber realen Gemeinden.“<sup>30</sup>

27 Beispiel unter <http://www.ekiba.de>, Menüpunkt „Chat“.

28 Ein Beispiel stellen die im Jahr 2002 angebotenen „Promi-Chats“ auf der Homepage der Nordelbisch-Lutherischen Kirche dar, in denen bekannte Personen des öffentlichen Lebens in einem moderierten Chat auf Fragen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer reagierten.

29 Der terminierte Konfichat von Pastor Helmut LeCoutre ist jeden ersten Mittwoch im Monat unter <http://konfi.mainchat.de> zu finden. Auf der Leitseite von <http://www.konfinormal.de> wird ebenfalls ein Chat angeboten, der jedoch unter technischen Schwierigkeiten leidet (18. März 2003). Der Kirchenchat in Funcity ist unter der schon erwähnten Startadresse zu erreichen (siehe Anm. 23). Hier ist nicht der Chat ein Teil des kirchlichen Angebotes, sondern der Kirchenchat ist ein Teil der Cyberkultur. Deswegen wird er von den Usern umstandslos akzeptiert.

30 Siehe Jutta Siemann, Chancen und Grenzen neuer Medien in der kirchlichen Praxis, in: Deutsches Pfarrblatt, 103 (2003), 8-11, Zitate auf 10f.

### 3.3. Gottesdienste in virtuellen Erlebnisräumen

Die – vielleicht für manche Zeitgenossen beruhigende – erste Beobachtung: Virtuelle Gottesdienste bleiben auf Grund der technischen Begrenzungen weit hinter dem zurück, was man an Erlebnisqualität vermutet. Das gilt vor allem deswegen, weil die meisten Online-Angebote relativ unvermittelt aus dem *real-life* in das Internet transportiert werden. Ihre befriedigende Realisation wird erst zu dem Zeitpunkt möglich sein, wo menschliche Existenz nicht mehr zwingend an ein körperliches Dasein gebunden ist. Selbst wenn die derzeitigen Experimente einer Verbindung zwischen organischen Zellen und Mikrochips erfolgreich weiterlaufen, brauche ich an dieser Stelle nicht über den Sinn einer Total-Simulation von Gottesdiensten beziehungsweise konsequenterweise von Leben überhaupt nachzudenken.

Aktuell finden Online-Gottesdienste hauptsächlich als Kombination einer *real-life*-Veranstaltung und deren zeitgleicher Publikation im Internet statt. Oft handelt es sich um Themengottesdienste, vorrangig über einschlägige Technikentwicklungen (Cyberspace, neue Informationskultur oder künstliche Intelligenz) und ihre Auswirkungen auf den Menschen. Das Netz selbst wird zum Thema von Netzgottesdiensten.<sup>31</sup> Der technische Aufwand ist erheblich, nicht nur wegen der Online-Präsenz, die einer Übertragung eines Fernsehgottesdienst ähnelt. Neu sind vor allem die zusätzlichen interaktiven Elemente im Gottesdienstablauf. Hier bieten sich besonders Gottesdienstteile an, die auch in *real-life*-Gottesdiensten dafür brauchbar sind: Gespräche vor und nach dem Gottesdienst (Chat), sowie der Fürbittenteil, teilweise Rückmeldungen auf die Predigt oder Beiträge zu einem Predigtthema.

Solche Versuche der Nachahmung bleiben abgesehen von ihrem Experimentalcharakter *als Gottesdienste* unbefriedigend, wenn man sie mit dem Original in einer realen Gemeinde vergleicht. Das Internet als spezifisches Medium kann der Erlebnisqualität nicht viel hinzufügen, sieht man von der theoretisch unbegrenzten Zahl nicht ortsgebundener Teilnehmerinnen und deren begrenzter aktiver Beteiligung ab. Das gilt vor allem unter der Voraussetzung, dass Gottesdienst als Interaktion definiert wird, das heißt als Kommunikation leibhaft anwesender Menschen.<sup>32</sup> Interaktion ermöglicht Wahrnehmung *und* Kommunikation zeitgleich und kann bisher

31 Beispiele unter <http://www.kirche-bremen-live.de/content/wer.html> oder <http://www.silberberggottesdienst.de/>.

32 Entgegen der üblichen Einordnung kann es auch problematisch sein, an einer medial unvermittelten personalen Kommunikation als Zentrum kirchlicher Identität festzuhalten (vgl. Wolfgang Nethöfel, *Christliche Orientierung in einer vernetzten Welt*, Neukirchen-Vluyn [Neukirchener] 2001, 176). Dennoch kann der Gottesdienst als Konkretion dieser personalen Kommunikation zutreffend beschrieben werden. Anstatt eine Kommunikationsform als zentral zu definieren, wäre das flexible Management eines zeitgenössischen Kommunikationsensembles für eine kirchliche Strategie erfolgversprechender.

- wie schon erwähnt – nicht vollständig medial simuliert werden. In der Interaktion findet eine extrem verdichtete Kommunikation verschiedenster Art parallel statt. Die derzeit hauptsächlich textbasierte Kommunikation im Internet, aber auch in anderen technischen Verbreitungsmedien, kann immer nur sequentiell verarbeitet werden. Deswegen kann ein Online-Gottesdienst bestimmte – bisher für den Gottesdienst maßgebliche – Eigenarten nur unvollkommen darstellen:<sup>33</sup>
- Durch die leibhafte Interaktion wird eine authentische Öffentlichkeit hergestellt, die Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der religiösen Kommunikation begründet.
- Die bewusste Nichtnutzung der Informationskomplexität in Interaktionen begünstigt eine sparsam modulierte Textinformation, klassischerweise die Predigt. Gegen den Trend der massenmedialen Vorgaben wird das Risiko der Langeweile zu Gunsten einer besonderen Betonung der Mitteilung eingegangen.
- Die Teilnahme qua Interaktion signalisiert eine Akzeptanz, die situativ kaum negierbar ist. „Negation und Rechenschaft finden ihren Platz außerhalb des Gottesdienstes“<sup>34</sup> – zum Beispiel im Internet.
- Auch die hohe Störanfälligkeit von Interaktionssystemen trägt zur Besonderheit des Gottesdienstes bei: Man wird die anderen wiedersehen und deswegen nicht mutwillig Konflikte vom Zaun brechen. Das Bild eines moderaten gesellschaftlichen Zusammenlebens, das der Gottesdienst abbildet, ist damit erheblich realitätsnäher als etwa das der Massenmedien, die hauptsächlich über Konflikte berichten.
- Der Reiz eines „Live-Events“ oder einer realen Beziehung auch mit ihren unter Umständen beschwerlichen Ambivalenzen darf nicht unterschätzt werden. Selbst negative Begegnungen in realen Gemeinden und ihren Gottesdiensten sind unter Umständen befriedigender als unproblematische, sterile Online-Events, die man jederzeit verlassen kann, wenn es einem nicht mehr passt.<sup>35</sup> Erst recht scheitert man mit Internet-Gottesdiensten, wenn man das Abendmahl zum Zentrum gottesdienstlichen Erlebens erhebt.<sup>36</sup> Sinnliches Erleben in größeren Gruppen ist nur sehr eingeschränkt möglich, die sakramentalen Elemente sind nicht digitalisierbar.<sup>37</sup> Das gilt ebenso für das in Gemeinschaft gesungene Lied, das gesprochene Bekenntnis oder das Gebet. Pastorinnen und

---

33 Siehe Christoph Dinkel, Was nützt der Gottesdienst? Eine funktionale Theorie des evangelischen Gottesdienstes, Gütersloh (Chr. Kaiser/Gütersloher) <sup>2</sup>2002, 114-167.

34 A.a.O., 132.

35 Siehe Anne Foerst, Schöne neue Cyberwelt! Online beten ist sicher, sauber und praktisch. Aber ziemlich lebensleer, in: *Chrisma* 2000/Heft 10, 36f.

36 So zum Beispiel Herms, Pannenberg u.a.; siehe Dinkel (Anm. 33), 231ff.

37 Zu religiösen Ritualen ohne physische Präsenz der Teilnehmenden und der rituellen Elemente siehe die Schilderung bei Stephen D. O’Leary, *Cyberspace as Sacred Space: Communicating Religion on Computer Networks*, in: *Journal of the American Academy of Religion* 64 (1996), 781-808, hier: 797ff.

Pastoren sind frustriert, dass ihre Veranstaltungen aus nachvollziehbaren Gründen nicht so attraktiv wie das alltägliche aufwendige multimediale Feuerwerk sein können. Das ist einerseits sowohl für den Verlust der Redekultur und damit die Wertschätzung der Predigt<sup>38</sup> als auch für den Gottesdienst insgesamt richtig. Andererseits ist demgegenüber selbstbewusst der Reiz des „echten“ Erlebnisses zu betonen, der ausschließlich in einer Gemeinde mit anderen Menschen zu haben ist. Die Predigt als bisher hervorstechende Form der protestantischen kirchlichen Kommunikation nimmt eine medientechnische Zwischenposition ein: Sie ist zwar grundsätzlich ausgesprochen medienkompatibel, kann allerdings – zumindest in ihrer klassischen Form – von der internet-typischen multiperspektivischen Kommunikation nur sehr begrenzt profitieren. Sie kann im Internet veröffentlicht werden, insofern das Internet eben auch herkömmliche schriftliche, auditive oder visuelle Medien in sich aufnehmen kann. Die spezifischen Möglichkeiten des Internets bleiben dabei jedoch ungenutzt.<sup>39</sup>

Diese Einschätzung führt also zu dem Schluss, dass Online-Gottesdienste kein *Ersatz* von Gottesdiensten einer Gemeinde von körperlich Anwesenden sind, sondern ergänzende Angebote, wie beispielsweise auch andere, längst etablierte Mediengottesdienste. Was über Radio- und Fernsehgottesdienste hinsichtlich ihrer theologischen Qualität schon gesagt worden ist, zum Beispiel ihre Bedeutung für Menschen, die aus verschiedenen Gründen keinen Gemeindegottesdienst besuchen können, kann problemlos auf Online-Gottesdienste übertragen werden. Diese sind jedoch auf Grund der interaktiven Möglichkeiten eher höher als Rundfunkmedien-Gottesdienste einzuschätzen. Es ist ohnehin realistisch, davon auszugehen, dass die Differenzierung zwischen Rundfunk- und Onlinegottesdiensten durch die technische Entwicklung mittelfristig aufgehoben wird. Der PC, der das klassische Radio, Fernsehgerät und Telefon integriert, wird als Universalmedium mehr und mehr die bisher gewohnten Einzelgeräte ablösen.

Verglichen mit einem aus dem *real-life* adaptierten Modell von Internetgottesdienst können die anderen, oben dargestellten kirchlichen Kommunikationsformen weitaus mehr vom neuen Medium Internet profitieren.

Neben diese prinzipiellen Bedenken gegen Internet-Gottesdienste sollen auch deren besondere Chancen gestellt werden:

– Das Internet sorgt durch seine Simulationsmöglichkeit bzw. die Filterung der psychosozialen Persönlichkeitsmerkmale tatsächlich für eine Versammlung aller Gläubigen *ohne Ansehen der Person*. Interaktionsrituale im *real-life* geben Sicherheit, sie können aber auch hemmend sein.

---

38 Siehe Reiner Preul, Kommunikation des Evangeliums unter den Bedingungen der Mediengesellschaft, in: ders./Reinhard Schmidt-Rost (Hg.), Kirche und Medien, Gütersloh (Chr. Kaiser/Gütersloher) 2000, 9-50, hier: 45f.

39 Siehe Geser (Anm. 20), Abschnitt 6.

– Jugendliche sind sicher als besondere Zielgruppe von Onlinegottesdienst-Experimenten hervorzuheben. Sie können auf diese Weise motiviert werden, sich mit christlichen Inhalten zu beschäftigen. In Erfahrungsberichten wird deshalb häufig auf den Wert des Experimentes hingewiesen und auf die außerordentlich hohe Zahl der Jugendlichen, die beteiligt waren.<sup>40</sup>

– Verkündigung im Internet hat viele Chancen. Sabine Bobert fordert nicht zu Unrecht eine neue „Homiletik der Simulationskultur“<sup>41</sup> und knüpft dabei vorrangig an rezeptionsästhetische Konzepte wie „Predigt als offenes Kunstwerk“ an. Jedoch ist nicht nur die Simulation, sondern die gleichberechtigte Kommunikation aller Beteiligten das Mittel, um einen Prozess von Sinnfindung und gegenseitiger Bestätigung der eigenen religiösen Erfahrung in multilateraler Kommunikation zu gestalten. In diese Richtung müsste eine Internethomiletik ausgebaut werden. Den skizzierten Problemen eines Internetgottesdienstes bei gleichzeitiger medialer Tauglichkeit der Predigt korrespondiert, dass Konzepte einer Internethomiletik näher liegen als eine Theorie des Internetgottesdienstes.

### 3.4. Internet-Andachten

„Internet-Andachten“ oder „Online-Andachten“ sind Formen religiöser Kommunikation, die inzwischen einen festen Stellenwert im Internet bekommen haben. Sie sind von den beschriebenen Beispielen am wenigsten an real existierenden religiösen Kommunikationsformen orientiert und daher am besten auf das neue Medium abgestimmt. Sie bieten kurze Momente, in denen man im Alltag innehält und einem Gedanken folgt – so etwas wie eine elektronische Andachtskarte oder ein Heiligenbild. Sie kommen den zeitlichen Bedürfnissen des überwiegenden Teils der User entgegen, die das Internet beruflich regelmäßig nutzen. Ihre Gestaltung bewegt sich auf der Grenze zwischen verschiedenen Genres.

Auf der einen Seite sind sie predigtartig, weil sie mit geschriebenem oder gesprochenem Text arbeiten. Sie können informativen, erbaulichen, tröstenden, aufrüttelnden oder meditativen Charakter haben.<sup>42</sup> Sie bedienen sich zum Teil der Multimedialität des Internets und sind manchmal unterhaltsam, oder es sind publizierte Ansprachen aus realen Andachten oder Gottesdiensten, die deswegen keine Internetandachten im eigentlichen Sinn

40 Siehe Doris Stickler, Gottesdienst einmal online, 2000 (WWW-Dokument <http://www.evangelische-kirchenzeitung.de/200048/gemrep.htm>), abgerufen am 01.09.2002; siehe zur Begründung von Online-Gottesdiensten auch die Beiträge von Sabine Hatscher und Wolfgang Konukiewitz, „Warum“, 2001 (WWW-Dokument <http://www.kirche-bremen-live.de>), abgerufen am 30.08.2002.

41 Sabine Bobert-Stützel, Verkündigung im Internet, in: *Diakonia* 31 (2000), 416-419, hier: 418.

42 Online-Andachten sind keineswegs auf einen meditativen Grundtenor festgelegt, wie Siemann meint (vgl. Siemann [Anm. 30], 11).

darstellen. Die meisten dieser Formen sind jedoch mit den typischen Internet-Kommunikationsformen wie Pinnwand oder Forum ergänzt. Auf der anderen Seite haben sie oft den Charakter eines Videoclips. Sie sind geprägt von Musiksendern wie MTV oder VIVA und ganz bewusst auf jugendliche mediale Vorlieben abgestimmt. Es gibt allerdings auch hier Beispiele, die vor lauter Seriosität und Betulichkeit in frommer Langeweile ertrinken. Andachten dieser Videoclip-Methode sind zwar multimedial, aber oft sind sie im strengen Sinne nicht internet-typisch, weil sie keinen Rückkanal bereithalten. Allerdings sind diese Online-Andachten, die meistens von Agenturen und von engagierten Einzelkämpfern erstellt werden, im Internet frei zugänglich und frei verlinkbar. Man fügt auf der eigenen Webseite einen speziellen Programmcode ein, dann wird die jeweils aktuelle Andacht für jeden verfügbar, der diese Webseite aufruft. Hier begegnet das internet-typische Element: Nicht das jeweilige Applet ist auf Internet-Kommunikation getrimmt, aber typisch ist die Art der Verbreitung per freiem – und vor allem – kostenfreiem Link für Nutzer und nicht-kommerzielle Produzenten von Webseiten.<sup>43</sup>

#### 4. „Das Internet ist protestantisch“

Reformatorische Existenz wird auch in Zukunft nicht ausschließlich im Internet stattfinden, so wenig wie Sexualität demnächst ausschließlich im Internet stattfinden wird – trotz eines gigantischen Angebots an Cybersex. Solange die *conditio humana* nicht von Leiblichkeit zu trennen ist, wird sich daran nichts ändern. Auch begeisterte Befürworter einer neuen menschlichen Existenz durch die Möglichkeiten, die der Cyberspace bietet, sind inzwischen deutlich differenzierter in ihren Einschätzungen geworden.

Dennoch ist in den neuen Kommunikationsformen des Internets eine besondere Affinität zum protestantischen Kirchen- und Glaubensverständnis zu beobachten. Wie Wolfgang Nethöfel betont, hat das Christentum Orientierungsmuster gelingenden Lebens immer in den jeweiligen medialen Konstellationen bewahrt und weiterentwickelt. Das Medium war und ist eben nicht die Botschaft, sondern die Umgebung, in der eine kirchliche Kultur stattfindet.<sup>44</sup> In der jetzigen Medienkonstellation des Internets mit seinen spezifischen Möglichkeiten „tut die Kirche gut daran, [...] die alten Grundsätze wieder auf ihre eigene Organisation anzuwenden, die ihre jüdisch-christlichen Traditionsmuster nahe legen: Richte die Aufmerksamkeit von innen nach außen (auf die Ausgeschlossenen) und lenke den Informationsstrom von unten nach oben.“<sup>45</sup>

43 Vielfältige Beispiele finden sich auf den Seiten der beiden bekanntesten Anbieter: <http://www.mehr-als-du-glaubst.de> und <http://www.webandacht.de>.

44 Siehe Nethöfel, *Orientierung* (Anm. 32), 176.

45 Wolfgang Nethöfel, *Wissen macht Glauben. Informationsmanagement revolutioniert Kirchen und Gemeinden*, in: *Wissen in Aktion. Wege des Knowledge Managements*. Frankfurt a.M. 2000, 238-249.

Noch schärfer hat der Züricher Religionssoziologe Hans Geser formuliert. Er bezieht sich auf die Vielfalt und Gleichzeitigkeit der Kommunikationsformen innerhalb des einen Mediums Internet und ihre nicht-hierarchische und prinzipiell nicht privilegierte Typik: „Damit kann das ‚katholische‘ Modell [...] mit seiner radikalen, unüberbrückbaren Segregation von aktiven Sendern und passiven Rezipienten durch ein ‚radikal-protestantisches‘ Modell ersetzt werden, in dem alle Mitwirkungen abwechselnd (und nach eigenem Wunsch) als Emittenten oder Rezipienten fungieren.“<sup>46</sup> Dieser bisher auf Sekten begrenzte „horizontal-demokratische Kommunikationsmodus“ kann eine neue christliche Kultur in der vernetzten Welt erwecken. Geser erwartet allerdings – genau wie Nethöfel – kein Wiederaufleben der alten volkskirchlichen Organisationen. Die neuen Medien, besonders das Internet, wirken auf die protestantische Kirche auch dezentralisierend und differenzierend.<sup>47</sup>

Dieser inzwischen häufig benannte protestantische Wesenszug<sup>48</sup> ist unzweifelhaft richtig, jedoch in mindesten drei Punkten korrektur- beziehungsweise ergänzungsbedürftig:

Die „protestantischen“ Kommunikationsstrukturen, die das Internet durch seinen prinzipiellen Aufbau hat, ermöglichen tatsächlich einen unhierarchischen und nicht-zentralistischen Austausch unter allen beteiligten Menschen, der dem kirchlichen Ideal des Augsburger Bekenntnisses näher liegt als dem römischen Modell. Gleichzeitig jedoch entwickelt sich im Internet und – forciert durch das Internet auch im *real-life* – ein Frömmigkeitsmuster, das durch seinen Reichtum an Bildern, Musik und Geräuschen stärker „katholische“ Ausprägungen zeigt.<sup>49</sup> Es ist also nicht berechtigt, das Internet in Gänze zum protestantischen Medium zu erheben.

Daraus folgt ein zweiter Gedanke: Verfolgt man die inzwischen zehnjährige Zeitspanne, in der die Kirchen sich mit dem Internet beschäftigen, erkennt man eine Tendenz von klarer Ablehnung, um nicht zu sagen: Dämonisierung, hin zur undramatischen Integration in alltägliche Abläufe. Allerdings ist nach wie vor eine abwehrende Vergatterungs-Strategie zu erkennen, die nachdrücklich auf die Unzulänglichkeit des Mediums als Frömmigkeitsraum verweist. Die Chancen, die das Internet für die Kommu-

46 Geser (Anm. 20), Abschnitt 6.

47 Siehe auch Wilhelm Gräb, *Sinn fürs Unendliche: Religion in der Mediengesellschaft*, Gütersloh (Chr. Kaiser/Gütersloher) 2002, 240: „Das Internet unterstützt gesellschaftliche Prozesse, aufgrund derer religiöse Orientierungen nicht mehr in der Zugehörigkeit zu einer Konfession, einer Kirche, einer religiösen Gemeinschaft gesucht werden.“

48 Diese These wird keineswegs nur von protestantischen Theologen vertreten. Insbesondere der von Theologinnen und Theologen häufig zitierte Mannheimer Medienanalytiker und Germanist Jochen Hörisch hat sich an mehreren Stellen dazu geäußert, siehe beispielsweise Jochen Hörisch, *Das Heilsversprechen der neuen Medien*, in: Thomas Klie (Hg.), *Darstellung und Wahrnehmung. Religion im medialen Crossover*, Münster (LIT) 2000, 39-45, hier: 43.

49 So schon O’Leary (Anm. 37), 805. Siehe zum Thema Spiritualität auch Anm. 6.

nikation von Institutionen wie den Kirchen bieten, werden erkannt und im positiven Fall in Konzepte der Öffentlichkeitsarbeit umgesetzt. Die Akzeptanz geschieht nicht selten unter dem Druck der Verhältnisse: Es kann sich keine Einrichtung leisten, *nicht* im Internet vertreten zu sein. Die Landeskirchen haben dementsprechend besondere Beauftragungen in ihren Stellenplänen vorgesehen. Obwohl ohne Ausnahme Pastoren auf dementsprechenden Stellen zu finden sind,<sup>50</sup> wird ihre Arbeit jedoch kaum als verkündigende Tätigkeit wahrgenommen, sondern als notwendige PR-Tätigkeit. Überspitzt gesagt: Das Internet wird kirchlicherseits als Organisationstool geschätzt, die Möglichkeit, es als Ort gelebter Frömmigkeit zu betrachten, wird häufig ohne nähere Prüfung fallen gelassen. Das Internet ist jedoch längst zum Feld ausgelebter spiritueller Praktiken geworden, die nicht ohne Schaden ignoriert oder leichtfertig disqualifiziert werden können.

Drittens: Der gesellschaftliche religiöse Dialog, der momentan im Argen liegt, kann von einer Belebung einer Diskussionskultur durch das Internet profitieren. Jedoch ist es ein Fehler, darauf zu hoffen, der religiöse Dialog würde sich ganz von alleine ergeben. Das Gegenteil ist der Fall: Schon die Grundannahme, dass das Internet automatisch ein erhöhtes gesamtgesellschaftliches Rede- oder Demokratiebewusstsein nach sich zieht, trifft nicht zu. Chancen müssen aktiv genutzt werden, vornehme Zurückhaltung ist vor allem medienpolitisch fatal.<sup>51</sup> Doch auch aus der praktisch-theologischen, kirchentheoretischen Perspektive ergibt sich Gestaltungsbedarf: „Nicht in der quantitativen Ausweitung der elektronischen Demokratie erweist sich das demokratische Potential des Internets, sondern in der *Verbesserung der öffentlichen Diskurse*.“<sup>52</sup> Die religiöse Kommunikation in der Gesellschaft erfordert heutzutage, dass auch im Internet ein deutlich erkennbares Angebot der Kirchen als den für den gesellschaftlichen Dialog zuständigen und bewährten religiösen Institutionen zu finden

---

50 Meines Wissens leistet sich keine Landeskirche einen ausgewiesenen Medien-Fachmann oder eine -Fachfrau als Internetbeauftragten bzw. -beauftragte. Im Kontrast dazu steht das markante Votum von Bernd Beuscher: „Weniger Pfarrer, die Homepages gestalten, mehr [...], die Webdesignern leidenschaftlich und theologisch kompetent davon erzählen, was sie gerne auf dem Bildschirm haben wollen.“ (Bernd Beuscher, Glauben und Klicken.do. Zur Eintracht von Technikgläubigkeit und Glaubenstechnik, in: Annette Mehlhorn (Hg.), Abgestürzt? Theologie und Kirche im Zeitalter elektronischer Informations- und Kommunikationstechnologien, Frankfurt am Main [Haag + Herchen] 2002, 163-179, hier: 178).

51 Siehe Johanna Haberer, Sauerteig oder Nische. Zur Zukunft von Kirche und Theologie im Zeitalter der digitalen Revolution, in: Mehlhorn (Anm. 50), 51-58. Wobei dieses aufgrund des lange allein gültigen öffentlich-rechtlichen Mediensystems ein deutsches Problem ist.

52 Dieses Zitat von Claus Leggewie kann ohne Einschränkung auf den Bereich der religiösen Kommunikation in der Gesellschaft übertragen werden. (Claus Leggewie. 2002. Remilitarisierung des Cyberspace? Erkundungen in einer turbulenten Woche, in: Munker/Roesler [Anm. 2], 25-36, hier: 34).

ist.<sup>53</sup> Unter den spezifischen Bedingungen des Internets müssen die Kirchen als verantwortliche Autorinnen auf Anhieb erkenntlich sein. Momentan gibt es zu viele religiöse Angebote, von denen unklar bleibt, wie sie mit den kirchlichen Institutionen in Verbindung stehen. Dagegen ist eine leicht erkennbare und geschützte Signatur geboten, die die Herkunft des Angebots klarstellt. Weiterhin dürfen kirchliche Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner im Gegensatz zu üblichen Gepflogenheiten im Internet nicht mit erfundenen oder wechselnden Identitäten auftreten, um dem Prinzip der personalen Kommunikation zu entsprechen.<sup>54</sup>

Die Funktion der kirchlichen Internetangebote ist dann die Interpretation und Analyse der gegenwärtigen Lebenswelt im Lichte des christlichen Wirklichkeitsverständnisses. Diese orientierende Aufgabe ist durch die Mediengesellschaft selbst zunehmend wichtiger geworden, die das Individuum vor ständig anwachsende eigene Interpretationsaufgaben stellt, die ihn oder sie tendenziell überfordern.<sup>55</sup> Daneben aber tritt als zweite notwendige kirchliche Aufgabe, die religiösen Diskurse der verschiedenen Bevölkerungsgruppen zu beheimaten und zu moderieren. Im Augenblick ist schwer zu beurteilen, ob die Kommunikation im Internet durch ihre Distanz eher die religiöse Äußerung als „Dauerreflexion“ begünstigt oder die Hemmschwellen zu subjektiver, konfessorischer Äußerung auf Grund ihres möglichen anonymen Charakters eher abbaut.<sup>56</sup> Das Zusammenspiel der beiden skizzierten Aufgaben von theologisch kompetenter Orientierung und Interpretation der Vielen macht wiederum eine typisch protestantische Eigenart religiöser Kommunikation aus, so wie es auch in der durch die *Confessio Augustana* vorgegebenen doppelten Struktur von ordiniertem Predigtamt und Priestertum aller Glaubenden verankert ist. Die ausgesprochen vielfältigen Kommunikationsarten, die dieses Kirchenmodell in ihrem Zusammenspiel auszeichnen, sind wiederum in keinem Medium besser abzubilden als im Internet mit seinen multiperspektivischen und multidirektionalen Kommunikationswegen.

Noch aus einem anderen, höchst simplen Grund sollten sich die Kirchen der religiösen Kommunikation im Internet mit Nachdruck annehmen. Sieht man auf die Zahl der niveaulosen christlichen Angebote im Internet, könnte der Eindruck entstehen, hier würde ein repräsentativer Querschnitt

---

53 Siehe Reiner Preul, Die Zukunftsfähigkeit der Kirche, in: Uta André/ Frank Miede/ Christoph Schwöbel (Hg.), *Leben und Kirche*, Marburg (Elwert) 2001, 173-185, hier: 178. Preul macht mehrfach deutlich, dass „bewährt“ nicht gleichbedeutend mit „allgemein anerkannt“ ist, sondern „bekannte und diskutabile Positionen bereitstellend“ meint.

54 Siehe Preul, *Kommunikation* (Anm. 38), 30f.

55 Siehe Reiner Preul, Das Sinnangebot der Medien und die kirchliche Verkündigung, in: Christian Dräger/ Nikolaus Schneider (Hg.), *Medienethik: Freiheit und Verantwortung* (FS Manfred Kock), Stuttgart/ Zürich 2001, 363-380, hier: 370; ders., *Kommunikation* (Anm. 38), 47.

56 Siehe Preul, *Kommunikation* (Anm. 38), 33f. Zu den Vorzügen computervermittelter Kommunikation siehe oben Abschnitt 3.

wiedergegeben. Unsinn kann – wie auch in den anderen Medien vor dem Internet – nur durch sinnvolle Angebote in seine Schranken verwiesen werden. Dafür können die kirchlichen Institutionen mit ihrem größten Fundus, der in ihren Amtsträgerinnen und Amtsträgern angesammelten theologischen Kompetenz, eintreten.

#### Abstract

Focusing on activities like online sermons and online devotions, this article argues that the internet possesses a specific communicative potential that can do much to revitalize communication processes in the Protestant church. Since the general public has, in recent years, been only marginally involved in debates regarding religious issues, the author suggests that an increased visibility of religious life on the internet, given the democratic character of online communication (which resembles Protestant traditions), might stimulate people to ponder and exchange religious thoughts and ideas. To achieve this, the Protestant church would need to provide opportunities for church-related internet activities, an endeavor that requires a fundamental knowledge of the inner workings of the new medium, including its technical and economic aspects. Moreover, and perhaps more importantly, the social and psychological effects of computer-mediated communication needs to be subjected to a critical, but unbiased, scrutiny.