

Wie von Gott reden in postmodernen Städten? Social Web als Medium der Kommunikation mit postmodernen Milieus¹

Martina Bär

If the Church is able to use new media to enter into dialogue with postmodern town persons, who aren't interested in Churches anymore, and if the Church create simultaneously urban spaces to meet them face to face and celebrate with them, then the Church fulfilled the ambition to communicate the gospel via new media and its virtual reality in cities. The content of the propagation by means of social web must be that in the person of Jesus Christ God revealed himself and showed his will to care and love each person unconditional – and that is significant until now.

Martina Bär is Research assistant, senior teaching and academic advisor for students in distance learning Theology at the University of Lucerne.

Papst Franziskus hat im Herbst 2013 die Mitglieder des päpstlichen Medienrates dazu aufgefordert, die Neuen Medien und die sozialen Netzwerke für die Verkündigung des Evangeliums stärker zu nutzen. Dieser Aufruf steht in thematischer Verbindung zu seinem programmatischen Schreiben *Die Freude des Evangeliums*,² das in selbigem Herbst erschien und in dem er die katholischen Christen zur Evangelisierung der heutigen Welt aufruft. Die Evangelisierung, oder anders ausgedrückt: die Verkündigung der Freude des Evangeliums in der Welt von heute bringt der Papst explizit mit dem missionarischen Auftrag der Kirche in Verbindung. Denn nur wenn der missionarische Imperativ Jesu, in die Welt zu gehen, den Menschen die Inhalte seiner Lehre nahezubringen und ihnen zu ermöglichen, an seiner neu gestifteten Gemeinschaft, die den Anbruch des Reiches Gottes auf Erden manifestiert, zu partizipieren (Mt 28, 18–20) auch heute ernst genommen wird, kann seine Freudenbotschaft jenen zugänglich gemacht werden, die nach einem „Mehr“ in ihrem Leben suchen. In Anbetracht der sinkenden Kirchenmitgliederzahlen bei gleichzeitiger Zunahme der Kirchendistanzierten wird der Papst mit diesem Aufruf den religiösen Transformations-

1 Folgender Beitrag beruht auf den Ergebnissen eines durch den Schweizer Nationalfonds geförderten Internationalen Forschungsaufenthaltes in Mexico-City zum Thema *Großstadtpastoral und Neue Medien* an der Universidad Lumen Gentium im August 2014. Die dortige Universität verfügt über eine Forschungsstelle und einen Masterstudiengang zur Theologie der Großstadtpastoral (Equipo de Pastoral Urbana).

2 Evangelii gaudium 2013.

prozessen in der westlichen Welt vollauf gerecht. Und nicht nur der westlichen Welt: Auch in Schwellenländer wird dieser religiöse Transformationsprozess bemerkbar, weil auch sie sich unter dem Einfluss der wirtschaftlichen und kulturellen Globalisierung zunehmend entwickeln. Wirtschaftlicher Aufschwung generiert Werte, die individuelle Interessen als Maßgabe ins Zentrum rücken. Das hat zur Folge, dass eine Ich-Gesellschaft entsteht, in der Freizeitaktivitäten eine immer größere Rolle spielen, die früher oder später in Konkurrenz zum institutionalisierten religiösen Leben der Kirchen stehen. So jedenfalls die These des Schweizer Religionssoziologen Jörg Stolz, der jüngst eine Studie über die religiöse Situation in der Schweiz veröffentlichte.³ Er belegt mit empirischem Datenmaterial das enorme gesellschaftliche Gewicht der Kirchendistanzierten und beziffert sie auf 66 % bei den Katholiken, 70 % bei den Reformierten und 68 % bei den Konfessionslosen.⁴ Die schweizerischen Bevölkerungsgruppen, die aktiv in den institutionalisierten Kirchen beheimatet sind, machen gerade noch 23 % der Katholiken und 15 % der Reformierten aus.⁵ In den anderen deutschsprachigen Ländern dürften die Ergebnisse ähnlich hoch bzw. niedrig ausfallen. Papst Franziskus hat also Recht, wenn er in seinem Apostolischen Schreiben deutlich macht, dass für die Realisierung des missionarischen Auftrages unter heutigen gesellschaftlichen und religiösen Bedingungen eine kirchliche und pastorale Neuausrichtung vonnöten ist, die Expansion wagt und die die im pastoralen Dienst Tätigen in eine Haltung des „ständigen (...) Aufbruchs“⁶ bringt. Verkündigung des Evangeliums meint hier also gerade das Gegenteil von christlich bzw. kirchlich introvertierter Glaubenskommunikation. Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, wenn er die Bedeutung der Neuen Medien darin sieht, ein Mittel der Verkündigung zu sein. Die Nutzung des Social Web erfordert seiner Ansicht nach aber die Fähigkeit der Kirche, mit Menschen in Dialog zu treten, die kirchenfern und sinnsuchend sind, und sie „zur Begegnung mit Christus zu führen“.⁷ Der Kirche müsse es auch mittels Neuer Medien gelingen, „Wärme zu bringen und die Herzen zu entflammen“.⁸ Unter Verkündigung und Mission im Internet versteht der Papst demnach ein dialogisches in-Kontakt-Treten mit Kirchendistanzierten. Der Dialog soll in erster Linie darauf abzielen, einen Bezug zur Person Jesus Christus herzustellen, sodass Lebenssinn und bedingungslose Liebe für den Suchenden konkret werden können. Eine wirksame Verkündigung mithilfe der Neuen Medien hängt für den Papst nicht an dem Umstand, ob die Kirche im Besitz der neuesten Technologien ist, sondern daran, ob es ihr gelingt, durch die Neuen Medien das Gesicht einer Kirche zu vermitteln, „die für alle ein

3 Stolz 2014.

4 Ebd., S. 75 ff.

5 Ebd., S. 69 ff.

6 *Evangelii gaudium* 2013, S. 70.

7 Papst Franziskus 2013.

8 Ebd.

Zuhause ist“.⁹ Darin liegt für die Katholische Kirche zur Zeit – da es ihr an Glaubwürdigkeit mangelt – in der Tat eine große Herausforderung. Denn wenn man die Nutzerinnen und Nutzer des Internets, insbesondere der sozialen Netzwerke, unter milieuspezifischen Gesichtspunkten betrachtet, stellt sich heraus, dass diese zu einem hohen Anteil den postmodernen Milieus angehören. Die Mehrheit der Postmodernen steht der Kirche distanziert gegenüber. Überdies haben Kirchendistanzierte meistens gar kein Bedürfnis über Glaubensfragen zu reden.¹⁰ Gerade sie aber hat der Papst wie soeben dargelegt besonders im Blick. Dass er dabei auf Jesus Christus verweist, ist für eine Verkündigung im Internet von herausragender Bedeutung, gerade weil die sozialen Netzwerke von Persönlichkeitsprofilen, vom Identitätsmanagement und von der Vernetzung einzelner Personen leben.¹¹ Von daher könnte die forcierte Darstellung der Person Jesu Christi und die Art und Weise, wie er Gemeinschaft lebte, die Distanz zwischen kirchenfernen, postmodernen Menschen und Kirche überbrücken. Die Neuen Medien könnten so tatsächlich als Mittel fungieren, mit jenen Menschen und Milieus in Kontakt zu kommen, die über die Verkündigung im binnenkirchlichen Raum nicht mehr erreicht werden. Nach der neuesten Untersuchung des Sinus-Milieuhandbuches zur religiösen und kirchlichen Orientierung in Deutschland aus dem Jahr 2013 nehmen lediglich drei von zehn Milieus, nämlich die *Traditionellen*, die *Konservativ-Etablierten* und die *Bürgerliche Mitte*, regelmäßig am kirchlichen Leben teil.¹² Viele andere Milieus tauchen nicht in der Kirche auf, nutzen jedoch die Neuen Medien sehr, auch dann, wenn sie Antworten auf Fragen nach dem Sinn des Lebens oder Lebenshilfe suchen.¹³ Ein postmoderner Lebensstil bringt folglich mit sich, dass, weil kein Bezug zur Kirche vorhanden ist und weil die Neuen Medien generell stark genutzt werden, das Social Web auch bei Lebensfragen in Anspruch genommen wird.¹⁴ Anders ist das bei prämodernen oder modernen Milieus, die in der heutigen Zeit parallel zu den postmodernen Milieus leben.¹⁵ Bei ihnen kommt die Verkündigung des Evangeliums mittels Predigten im sonntäglichen Gottesdienst, Radio, Fernseher oder print-Medien nach wie vor an.¹⁶

9 Ebd.

10 MDG-Trendmonitor 2010, S. 114f.

11 Bleicher 2014, S. 35, S. 39f.

12 Die Einteilung der Gesellschaft in zehn Milieus entstammt der Sinus-Milieu-Studie; vgl. MDG- Milieuhandbuch 2013, S. 23.

13 Das sind Moderne Performer, Experimentalisten und Hedonisten; vgl. MDG-Trendmonitor 2010, S. 132.

14 Hempelmann 2013, S. 29.

15 Ebd., S. 14. Hempelmann legt dar, dass die drei Gruppierungen teilweise auch miteinander oder auch gegeneinander leben. Die Übergänge können also fließend sein oder die Gruppierungen grenzen sich ausdrücklich ab.

16 MDG-Trendmonitor 2010, S. 132.

Papst Franziskus geht es also in seinem Aufruf nicht darum, das Internet als weiteres binnenkirchliches Medium der Verkündigung neben anderen wie Schrift, Bild oder linear ausgerichteter *One-to-Many*-Kommunikation der Massenmedien zu nutzen,¹⁷ sondern darum, die Neuen Medien als Kommunikationsmittel zu betrachten, die es ermöglichen, Menschen *außerhalb* des christlichen Kommunikationsraumes zu erreichen. Wenn die Katholische Kirche aber ihre „Milieuverengung“ (Michael N. Ebertz) mithilfe der Neuen Medien aufbrechen möchte und für Kirchenferne ein Dialogpartner sein will, muss sie sich tatsächlich auch intensiver Gedanken darüber machen, wie sie im Internet adäquate und sinnvolle Verkündigung für postmoderne Milieus betreiben kann. Dafür müsste sie ihre Sprache, ihre Bilder und ihre Kommunikationskultur ändern,¹⁸ worauf im Folgenden eingegangen werden soll. Doch damit nicht genug. Aufgezeigt werden soll außerdem, dass die Verkündigung im Internet nicht in der virtuellen Welt stehen bleiben darf. Bei genauerer Betrachtung der Zielgruppen, des Social Web als Medium der Verkündigung und des Inhalts der Verkündigung stellen sich nämlich drei relevante Fakten für die Verkündigungsform heraus. Postmoderne Milieus sind zum großen Teil Stadtmenschen (1). Das kann man aus dem Verstädterungsgrad ableiten, der in Deutschland und in der Schweiz bei über 70 % liegt. Diesem (weltweiten) Phänomen der zunehmenden Verstädterung und dem Fakt, dass die Mehrheit der postmodernen Menschen in städtischen Kontexten leben, versucht dieser Beitrag Rechnung zu tragen. Postmoderne (Stadt-)Menschen haben durchaus Interesse an physischen Begegnungen, also an Face-to-Face-Kommunikation,¹⁹ sodass die Verkündigung im Internet mit konkreten Begegnungsmöglichkeiten in der Stadt verknüpft werden kann (2). Das City-Pastoralprojekt „safranblau“ in St. Gallen (Schweiz) ist ein erfolgreiches Beispiel für die Realisierung eines solchen milieuspezifischen Angebots.²⁰ Auch die lateinamerikanische Großstadtpastoral bringt diesbezüglich einige interessante Impulse. Doch dazu später mehr. Und schließlich sollte die Kirche sich gerade deswegen nicht auf eine Evangelisierung Kirchen-distanzierter im Internet beschränken, weil die Gefahr besteht, dass der in der bloß virtuellen Welt verkündigte Jesus als der reale geglaubt wird, denn in einem kritischen Umgang mit der virtuellen Realität der Neuen Medien geht es um die Frage, was wirklich und was wahr ist (3).²¹ Es steht hier also nichts Geringeres als der Wahrheitsgehalt der Botschaft Jesu auf dem Spiel – und somit die existentielle Relevanz der Person Jesu und dessen Lehre, die mittels Neuer Medien ins Gespräch gebracht werden sollen. Der Wahrheitsanspruch der christlichen Botschaft und die Gotteserkenntnis stehen demnach bei einer Verkündigung in den Neuen Medien

17 Vgl. zur religiösen Kommunikation im Internet, die religiöse Erfahrung voraussetzt: Seibert 2014, S. 77–97.

18 Vgl. dazu Kopjar 2011; Meyer-Edoloeyi 2013; Meyer-Edoloeyi 2012.

19 Blume 2012, S. 261.

20 Vgl. dazu Mann 2013, S. 195–218.

21 Müller 2014, 93–95.

vor neuen Herausforderungen. Es darf zu keiner Verwechslung oder Verwischung zwischen dem lebendigen, realen Gott und einem Gott, den man nur als virtuellen Gott glaubt, kommen. Ein bloß virtuell geglaubter Gott ist als eine Gefahr bei der Verkündigung im Internet ernst zu nehmen, wenn man an gottähnliche fiktionale Gestalten in Computerspielen denkt, welche die Macht haben, Tote aufzuerwecken, wie zum Beispiel die Figuren des Priesters und des Druiden in dem Computerspiel *World of Warcraft*, das in diesem Bereich marktführend ist. Die Katholische Kirche tut gut daran, wenn sie beim Ausbau ihrer bisherigen webbasierten Verkündigungsprojekte die Gefahr der Fiktion und ihrer diffusen Wirklichkeit im Auge behält²² und zugleich konkrete milieuspezifische Begegnungsmöglichkeiten in den Städten schafft. Die Inkarnation Gottes im Menschen Jesus von Nazareth spricht nun eben genau dafür. Auch wenn wir heutzutage in einer zunehmend medialisierten Kultur leben, in der Virtualität und Realität im Sinne der virtuellen Realität oder realen Virtualität wechselseitig verschränkt sind, unterstreicht doch die Tatsache, dass sich Gott in der Person Jesu Christi konkret und in physischer Gestalt offenbarte, die Relevanz einer physisch erlebten Begegnung, und zwar ganz im Sinne Martin Bubers sozialphilosophischen Ausspruches „Alles wirkliche Leben ist Begegnung“, der hier bezogen sei auf leibhaft-sinnlich erlebte Begegnungen und Erfahrungen.

1. Die Zielgruppen: Digital Natives und Digital Immigrants

Dass die Kirche unter einer Milieuverengung leidet, hat der Religionssoziologe Michael N. Ebertz²³ schon Ende der 90er Jahre nachgewiesen und mit seiner Forschungsarbeit kirchlicherseits viel Beachtung erfahren. Nach der Erstauflage des Milieu-Handbuches über religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus im Jahr 2005 fing die Kirche an, eine milieusensible Pastoral zu betreiben. Die Verkündigung im Internet²⁴ kann man diesem Bereich der milieusensiblen Pastoral zuordnen. Denn die Nutzerinnen und Nutzer des Internets sind vor allem *Digital Natives* sowie *Digital Immigrants* und gehören, wie bereits erwähnt, den kirchenfernen Milieus an. Die Digital Natives finden sich in den durch die Sinus-Milieu-Studie²⁵ vorgegebenen Milieugruppen der *Unbeküm-*

22 Vgl. dazu: Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz 2011. Einige Diözesen und Bistümer sind neben dem üblichen Internetauftritt auch gezielt für Jugendliche oder junge Erwachsene bei Facebook u. ä. präsent. Inzwischen sind auch Studien über Internetprojekte entstanden: Trocholepczy 2012; Evangelischerseits: Kopjar 2011, insbes. S. 100–165; Nord / Swantje 2014, insbes. S. 303–429; Nord 2012, insbes. S. 95–98.

23 Ebertz 1997.

24 Kronawetter 2009, insbes. S. 420–423.

25 Die Milieu-Studie des Deutschen Institutes für Vertrauen und Sicherheit im Internet von 2012 (kurz: DIVSI Milieu-Studie) ordnet die Internet-Nutzer dem Gesell-

merten *Hedonisten*, der *effizienzorientierten Performer* sowie der *Digital Souveränen*. Sie sind mehrheitlich zwischen 14 und 35 Jahre alt, stammen aus allen gesellschaftlichen Schichten und finden sich aber hauptsächlich in der Mittel- und Oberschicht wider.²⁶ „Für sie stellt die digitale Welt ein[en] wesentliche[n] Teil des Lebens dar. Sie bewegen sich im Internet wie ein Fisch im Wasser – mit dem Lebensmotto ‚ich surfe, also bin ich‘. Sie stehen dem Internet sehr positiv gegenüber und sehen die fortschreitende Digitalisierung als persönliche Chance.“²⁷ Die modernen Technologien sind für sie „Lebensgefühl, Lebensausdruck und lebensnotwendiges Mittel, um sich mitzuteilen“; „Handy und Internet sind für sie selbstverständliche Fortbewegungs- und Kommunikationsmittel – ohne sie fühlen sie sich – wörtlich – behindert“.²⁸ Das interaktive Netz ist zu einem Teil ihrer Identitätsbildung geworden, ihre „verlängerte Körperlichkeit“²⁹ – was den medientheoretischen Merksatz von Marshall McLuhan, nach welchem das Medium die Botschaft ist, untermauert. McLuhan meinte damit, dass die Medien per se, also noch vor jeder Informationsvermittlung, auf den Benutzer einwirken, indem sie sein Bewusstsein und die Lebenssituation verändern.³⁰

Dass die Digitalisierung die Gesellschaft verändert, kann man besonders an den Digital Natives ablesen. Durch sie tritt klar zutage, dass das Internet mit seinen sozialen Netzwerken großer Bestandteil der kulturellen Praxis weltweit geworden ist. Das Internet ist ein Kennzeichen des postmodernen Epochenwandels. Daran partizipieren aber auch ältere Generationen: Auch sie sind online; die meisten von ihnen gehören der Gruppe der *Digital Immigrants* an. *Digital Immigrants* stammen aus den Milieugruppen der *verantwortungsbedachten Etablierten* und *postmateriellen Skeptiker*. Sie machen 20 Prozent der deutschen Bevölkerung aus und gehören der Mittel- und Oberschicht an.³¹ Sie nutzen das Internet regelmäßig. Sie sind im Unterschied zu den Digital Natives aber nicht in der digitalen Welt aufgewachsen. Viele stehen daher dem kulturellen Siegeszug des Internets skeptisch gegenüber. Gerade das Thema Sicherheit im Internet problematisieren sie. Sie sind daher selektive und zielorientierte Internet-Nutzer.³²

Ist von einer Verkündung im Internet die Rede, müsste man also folgerichtig von einer *milieusensiblen* und *milieuspezifischen Verkündung* sprechen, was bislang so explizit nicht geschieht. Das Internet ist ein virtueller Raum, der als Ort

schaftsmodell der Sinus-Milieus zu und leitet daraus Internet-Milieus ab; vgl. Milieu-Studie des Deutschen Institutes für Vertrauen und Sicherheit im Internet 2012.

26 Ebd., S. 33.

27 Ebd., S. 34.

28 Wippermann / Calmbach 2007, S. 319.

29 Ebd., S. 29.

30 McLuhan 1970.

31 DIVSI Milieu-Studie 2012, S. 30, S. 33.

32 Ebd., S. 34.

für eine milieuspezifische Kommunikation des Evangeliums intensiver erschlossen werden müsste. Der evangelische Theologe Heinzpeter Hempelmann hat darauf hingewiesen, dass es eine missionstheologische Aufgabe darstellt, das Evangelium in postmodernen Kulturen zu kontextualisieren.³³ Das Wesen des Evangeliums ist ja das sich mitteilen wollende Wort-Sein, das sich in eine bestimmte Kultur inkarniert und somit eine soziale Gestalt hat und haben will. „Um in einer Kultur zu wirken, muss es Teil dieser Kultur werden. Um die Kultur zu verändern, muss es soweit in sie eingehen, dass Kommunikation möglich ist, ‚auf Augenhöhe‘, in den gegebenen Relationen.“³⁴ Nur so kann die Frohe Botschaft vom Reich Gottes Fuß fassen und persönliche als auch gesellschaftliche Lebenszusammenhänge verändern. Folglich stellt die Kommunikation des Evangeliums im Internet eine missionstheologische Aufgabe dar. Wie das geschehen kann und was es für den Alltag eines Seelsorgers oder einer Seelsorgerin bedeutet, veranschaulicht der jüngst publizierte Band *Social Media, christliche Religiosität und Kirche* eindrücklich in einigen Beiträgen aus religionspädagogischer, pfarramtlicher und publizistischer Perspektive.³⁵ Die Bedeutung einer ansprechenden, milieuspezifischen Verkündigung mittels Neuer Medien verdeutlicht sich auch dann, wenn man die Zahlen betrachtet, welche die DIVSI-Milieu-Studie³⁶ vorlegte: 41 % der deutschen Bevölkerung zählen inzwischen zu den Digital Natives.³⁷ Ähnliche Zahlen wären sicherlich aus entsprechenden Umfragen in Österreich und in der Schweiz zu erwarten.

Die Relevanz einer Verkündigung im Internet belegen auch die absoluten Zahlen der Internet-Nutzung: 2012 hatten vier Fünftel der Deutschen ab 14 Jahren Zugang zum World Wide Web; diese Zahl der Nutzer hat sich seit 2002 verdoppelt.³⁸ 80 Prozent der deutschen Bevölkerung sind inzwischen online, bei den unter 30jährigen sind es sogar 98 %.³⁹ Die Mentalitätsunterschiede zwischen den drei Gruppen von Internetnutzern, nämlich den Digital Natives, den Digital Immigrants und den Digital Outsiders⁴⁰ werden heute bereits als gravierender wahrgenommen als der digitale Graben zwischen Internet-Nutzern und Nicht-Nutzern. Das versteht sich von selbst, da die Zahl derjenigen, die offline sind, ja inzwischen verschwindend gering ist.

33 Hempelmann 2013, S. 40f.

34 Hempelmann 2013, S. 40.

35 Vgl. beispielsweise Reiman 2014, S. 397–429; Schrupp 2014, S. 431–440.

36 DIVSI Milieu-Studie 2012.

37 Ebd., S. 33.

38 Ebd., S. 9.

39 Ebd., S. 15.

40 Digital Outsiders machen 39 % der deutschen Bevölkerung aus. Sie finden sich vor allem in der Mittel- und Unterschicht Deutschlands: „Sie sind entweder offline oder verunsichert im Umgang mit dem Internet“; Ebd., S. 34.

2. Digital Natives und Digital Immigrants sind vorrangig Stadtmenschen

Gerade in den großen Städten zeigt sich anschaulich, dass die Neuen Medien Teil des alltäglichen Lebens von Stadtmenschen geworden sind. Wir leben in einem Jahrtausend der Verstädterung. Es gibt kaum ein Land mehr, das nicht vom globalen Phänomen der Verstädterung betroffen ist. Von Verstädterung ist dann die Rede, wenn ein hoher Anteil der Gesamtbevölkerung in Städten lebt: Dieser Anteil lag in Deutschland im Jahr 2013 bei 74,89 %, in Österreich bei 65,88 %⁴¹ und in der Schweiz im Jahr 2010 bei 73 %⁴² der Gesamtbevölkerung. Weltweit liegt der Verstädterungsgrad derzeit bei über 50 %. Aus diesen Zahlen lässt sich folgern, dass die meisten Menschen in Städten leben und deswegen die Wahrscheinlichkeit, postmoderne Milieus in Städten vorzufinden, weitaus höher ist als auf dem Land. Wenn hier von Städten und dem Phänomen der Verstädterung die Rede ist, dann ist dem neuen Typus von Stadt, nämlich der sogenannten postmodernen Stadt, die durch die Globalisierung entstanden ist, Rechnung getragen.⁴³ In stadtsoziologischen Konzepten des postmodernen Urbanismus werden klassische räumliche Dualismen wie Zentrum und Peripherie oder Stadt und Land verabschiedet. Dies deswegen, weil einerseits in der Moderne eine dezentrale Transformation in der Städteentwicklung stattfand, die periphere Orte einer Stadt zu eigenen Zentren machte und weil andererseits die Globalisierungsprozesse seit den 90er Jahren in den ursprünglichen Stadtzentren neue Peripherien haben entstehen lassen. Darüber hinaus hat die zunehmende Verstädterung ländliche Gebiete in Stadtagglomerationen transformiert. Der stadtsoziologische Ansatz des postmodernen Urbanismus darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass trotz Verstädterung und Überlappung von städtischen und ländlichen Räumen traditionelles Landleben mit dörflichen Strukturen und einer geringen Bevölkerungsdichte weiterhin existent ist.

Mir geht es im Folgenden um die Bedeutung des Internets für das alltägliche Leben von Stadtmenschen, die gerade in Megastädten besonders deutlich zum Vorschein kommt. Denn wie die mexikanische Sozialanthropologin Rosalía Wincour der Universidad Autónoma Metropolitana in Mexico-City – einer der größten Städte der Erde mit über 20 Millionen Einwohnern – herausgearbeitet hat, ist gerade für Jugendliche und junge Erwachsene ein Leben ohne Anbindung an das Internet kaum mehr vorstellbar. Nicht vernetzt zu sein, bedeutet heute isoliert zu sein. Das Internet hat somit existenzielle Bedeutung. Auch wenn inzwischen die Schattenseiten bekannter werden, wie etwa Abhängigkeit, Mobbing, Datenmissbrauch, Gewalt, unkontrollierte Preisgabe von persönlichen Informationen oder (Nackt-)Fotos bzw. Videos, abnehmende soziale Kompetenz in

41 Statistik der Urbanisierung in den Ländern Europas 2013.

42 Urbanisierung in der Schweiz 2010.

43 Basten 2005, S. 59f.

Face-to-Face-Beziehungen oder Umgang mit problematischen Inhalten wie Rechtsextremismus. Auch Konflikte zwischen den Generationen ändern nichts an der Bedeutung des Internets für junge Erwachsene.⁴⁴ Von daher ist es auch zu verstehen, dass die Diskussion im deutschsprachigen Raum um die Vermittlung von Medienkompetenz und Medienethik in der Schule, auch im Religionsunterricht, im Sinne eines verantwortungsvollen Umgangs mit den Neuen Medien voll im Gange ist.⁴⁵ Die Jugendlichen sollen zum kritischen Umgang mit den Neuen Medien befähigt werden und problematische Konsequenzen des Internets kennen lernen. Andererseits sollen die Jugendlichen auch in ihrer Identitätsbildung, zu der die digitale Welt heute unwiderruflich dazu gehört, unterstützt werden.

Wincour ist der Ansicht, dass die Unsicherheit, von der viele Jugendliche und junge Erwachsene heute betroffen sind, durch die Vernetzung für sie selbst kontrollierbar wird: Sie fühlen sich durch die beständige Möglichkeit der Vernetzung weniger ängstlich, weil sie sozial sichtbar sind und sich mit anderen auf einfache Weise verbinden und austauschen können. Das Internet neutralisiert so die Brüchigkeit heutiger Familien und hilft biographische Fragmentierung zu kitten oder sogar ganz zu vermeiden; es trägt zur gesellschaftlichen Inklusion bei. Das Festhalten an inszenierten Bildern, die in der virtuellen Welt des Netzes heraufbeschworen werden, scheint vielen in einer unübersichtlich gewordenen postmodernen Welt (und Stadt) Halt zu geben. Im Blick auf die Unterschichten gibt es zudem einen markanten Vorteil: Die soziale Herkunft spielt hier zunächst keine große Rolle und inkludiert Jugendliche aus Unterschichten, sofern sie Zugang zum Internet haben, was aber heutzutage durch die noch frequentierten Internetcafés in Entwicklungs- und Schwellenländern oder durch Internetzugänge in Cafés oder Bars mittels WLAN oder hotspots in Erster und Dritter Welt kein allzu großes Problem mehr darstellt. Darüber hinaus helfen soziale Netzwerke mit Jobbörsen, wie z. B. bei Facebook, Kontakt mit potentiellen Arbeitgebern aufzunehmen und Arbeit zu finden. Die DIVSI-Studie weist auf, dass die vier wichtigsten Gründe für die Nutzung der sozialen Netzwerke darin bestehen, Kontakt mit Freunden zu halten (90 %), zu Chatten (59 %), Wissen darüber zu generieren, was los ist (53 %) und von Events zu erfahren (42 %). Die sozialen Netzwerke sind in dieser Hinsicht von großem Nutzen. Ebenso helfen sie dabei, neue Bekanntschaften und neue Freunde über das Netz zu finden (38 %). Letzteres ist in einer von Anonymität geprägten Großstadt entscheidend. Die Hemmschwelle, jemanden neu zu kontaktieren oder über seine alltäglichen Befindlichkeiten und Probleme zu sprechen, ist durch die sozialen Netzwerke enorm gesunken. Das Internet kann daher durchaus als Mittel gegen Vereinsamung veranschlagt werden, was eben im alltäglichen Leben einer großen Stadt von unschätzbarem Wert ist. Darüber hinaus sind Handys bzw. Smartphones ein un-

44 Wincour 2010, insbes. S. 48–68, S. 120–135.

45 Pollak 2014, S. 3f.

erlässliches Mittel, in Kontakt mit den Familienmitgliedern oder Freunden zu bleiben, die in einer großen Stadt tagsüber oft kaum physisch getroffen werden können.

Die Anbindung an das Netz und das Im-ständigen-Dialog-Sein sind Merkmale eines postmodernen Stadtmenschen. Kommunikation mittels mobiler Endgeräte und Web 2.0 kann demnach als ein Hauptcharakteristikum eines heutigen postmodernen Stadtmenschen veranschlagt werden.

3. Die dialogische Kommunikationsform des Web 2.0

Das Web 2.0 hat die mediale Kommunikationskultur in eine dialogische bzw. partizipative Kommunikation gewandelt. Die Intention der Entwickler des Internets, insbesondere der technische Entwicklungssprung zum Web 2.0, ist es gewesen, die Kommunikation im Sinne einer *Interaktion* von Sendern und Empfängern zu ändern und zu intensivieren, so dass die Empfänger ihrerseits wieder zu Sendern von Botschaften werden können. Bei den klassischen Massenmedien wie Zeitung, Radio und Fernsehen sind die Empfänger bloß passive Konsumenten. Internetnutzerinnen und -nutzer werden demnach als aktive Subjekte der Kommunikation und Wissensgenerierung betrachtet. Sie sollen das Internet mitgestalten und weiterentwickeln. Interaktivität, Partizipation und direkter Kontakt zwischen den Nutzern sind die Grundprinzipien des Web 2.0.⁴⁶ Man könnte das Web 2.0 auch als „Mitmach-Internet“⁴⁷ bezeichnen. Das bedeutet aber noch nicht, dass alle, die das Internet nutzen, es auch aktiv mitgestalten oder an den sozialen Netzwerkseiten (Social Networking Sites) partizipieren. An dieser Stelle scheint vor den nachfolgenden Ausführungen eine kurze Begriffsklärung angebracht zu sein, denn oft herrscht Uneindeutigkeit bei der Verwendung der Begriffe Social Web oder Social Media.⁴⁸

Der Begriff Social Web hat den Begriff Web 2.0 abgelöst, weil er den sozialen und interaktiven Charakter des Web 2.0 passend erfasst. Der Begriff „Social Media“ oder „soziale Medien“ spielt dagegen mehr auf die *Werkzeuge und Infrastrukturen* an, mit denen Nutzerinnen und Nutzern Inhalte generieren können. Wenn vom „Neuen Netz“ oder „Neuen Medien“ die Rede ist, dann ist damit das Web 2.0 mit seinen *interaktiven Möglichkeiten* gemeint. Zu den großen Plattformen des Social Web gehören die Seiten der sozialen Netzwerke wie Facebook, das im September 2014 im Durchschnitt 864 Millionen aktive, tägliche Nutzerinnen und Nutzer zu verzeichnen hat und über 1,3 Billionen Mitglieder weltweit zählt, worunter Einzelpersonen, Gruppen, Institutionen, Firmen etc. fallen.⁴⁹ Digital

46 O'Reilly 2005.

47 Kronawetter 2009, S. 420.

48 Zur Begriffsbestimmung: Schmidt 2011, S. 24ff.

49 Art. Facebook 2015.

Natives pflegen diesen interaktiven Kommunikationsstil. Genau das aber trifft in konträrer Weise auf den traditionellen Verkündigungsstil der Kirche.

4. Dialogische Verkündigung in den Neuen Medien als Teil der Verkündigung in der Stadt

Die Kirche pflegte über Jahrhunderte hinweg vorrangig einen monologischen Kommunikationsstil im Bereich der Verkündigung. Um Digital Natives und auch Digital Immigrants zu erreichen, ist ein dialogischer Kommunikations- und Verkündigungsstil vonnöten. Die Kirche steht also in Anbetracht der Kommunikationsveränderungen, die durch die Neuen Medien ausgelöst worden sind, vor der Aufgabe, ihren Kommunikationsstil zu verändern, wenn sie alle, d.h. auch die wachsende Zahl der Digital Natives und Digital Immigrants, erreichen möchte. Das erfordert von der Kirche, dass sie den Sprach- und Ästhetikstil der postmodernen Milieus verstehen und anwenden muss, um überhaupt ansprechend zu sein.⁵⁰ Papst Franziskus hat, wie eingangs dargelegt, ausdrücklich betont, dass die Kirche diese Herausforderung annehmen soll. Denn wie er in *Evangelii gaudium* ausführlich darlegt, ist der Papst zum einen der Ansicht, dass die Freude des Evangeliums niemanden ausschließt und sie allen Menschen, an allen Orten und Gelegenheiten ohne Furcht zu verkünden ist. Zum anderen ist er davon überzeugt, dass vor allem die Menschen in den Städten⁵¹ einer besonderen Berücksichtigung bedürfen, weil hier kulturelle und religiöse Transformationsprozesse stattfinden. Und eben diese kulturellen und religiösen Transformationsprozesse haben zur Folge, dass die Mehrheit der Stadtbevölkerung kaum mehr am pfarrgemeindlichen Leben in einer Stadt teilnimmt und sich von der Kirche distanziert oder eine „Patchwork-Religiosität“⁵² lebt. Vor diesem Hintergrund wird deutlicher, weshalb die Neuen Medien für den Papst ein hervorragendes Mittel darstellen, Kirchendistanzierte, also Digital Natives und Digital Immigrants, zu erreichen. Die Kirche kann es sich nun nicht nur wegen der sinkenden Mitgliederzahlen nicht erlauben, darauf zu verzichten, sondern ist durch ihren missionarischen Auftrag sogar dazu verpflichtet, die heilbringende und hoffnungsvolle Botschaft ins Gespräch zu bringen. Dazu muss sie auch neue Wege in der Verkündigung gehen. Jesus machte deutlich, dass das Reich Gottes angebrochen ist (Mk 1,14.15), und er trug seinen Nachfolgerinnen und Nachfolger auf, der Welt genau diese Frohe Botschaft mitzuteilen (Mt 28,20). Dies stellt in der heutigen Zeit und in der heutigen Gesellschaft eine mindestens so große Herausforderung dar wie in den Anfängen des Christentums. Heute liegt

50 Vgl. dazu: Mayer-Edoloeyi 2012, S. 166ff.

51 *Evangelii gaudium* 2013, S. 113.

52 Patchwork-Religiosität meint die freie Kombination verschiedener Spiritualitätskonzepte und Weltbilder, die seitens der Theologie als synkretistisch angesehen wird. Zur Kritik an der synkretistischen Etikettierung vgl. Först 2014, S. 158ff.

darin deswegen eine Herausforderung, weil die Kirche ihre traditionelle gesellschaftliche Stellung verloren hat und aus vielfältigen Gründen nicht mehr glaubwürdig ist (man denke zum Beispiel an den sogenannten Missbrauchsskandal⁵³ oder an den ehemaligen Limburger Bischof Tebartz van Elst – beides zog in den Jahren 2010 und 2013 eine Kirchenaustrittswelle nach sich). Das Apostolische Lehrschreiben *Evangelii nuntiandi*, das über die Evangelisierung in der Welt von heute spricht,⁵⁴ hat schon damals, im Jahr 1975, eindeutig klargestellt, dass die Verkündigung des Evangeliums eine wichtige Aufgabe darstellt, dass es dafür ein Umdenken im Verkündigungsstil bedarf und dass sich die Kirche zuerst selbst evangelisieren muss, bevor sie anderen die Frohbotschaft mitteilen will⁵⁵ – sie sich also selbst als erster Adressat der Heilsbotschaft Jesu zu betrachten hat, für die der Aufruf zur Umkehr und die Orientierung an der zuvorkommenden Liebe Gottes als zentraler Inhalt der Reich-Gottes-Botschaft Jesu gilt. *Evangelii nuntiandi* hat einen *dialogischen* Kommunikationsstil für die Verkündigung *grundgelegt*⁵⁶ und dabei die Bedeutung der Mitwirkung *aller* Gläubigen betont.⁵⁷ Das Apostolische Lehrschreiben *Evangelii gaudium* von Papst Franziskus setzt diese Linie und jene der lateinamerikanischen Theologie der Großstadtpastoral fort, welche sich an den Weisungen in *Evangelii nuntiandi* orientiert.⁵⁸ Bergoglio hat als Erzbischof der Erzdiözese Buenos Aires die Theologie der Großstadtpastoral unterstützt und dort im Jahr 2011 einen Kongress zur Großstadtpastoral angeregt.⁵⁹ In *Evangelii gaudium* geht Papst Franziskus deshalb eigens auf die Verkündigung in Städten ein.⁶⁰ Parallel dazu reflektiert die Theologie der Großstadtpastoral seit 2013 intensiv das Thema der *Verkündigung* in der Stadt als Teilbereich der Großstadtpastoral.⁶¹ Darin spiegelt sich nicht nur die thematische Verbundenheit zwischen dem Papst und den lateinamerikanischen Großstadtpastoraltheologen, sondern auch die Einsicht, dass die Verstädterung enorme Veränderungen für die Gesellschaft, die Kirche und ganz grundsätzlich für den einzelnen Menschen mit sich brachte. Die Großstadtpastoral arbeitet unter der Annahme, dass die großen Städte die Orte sind, an denen der gesellschaftliche Epochenwandel hin zur Postmoderne stattfindet. Das bedeutet, dass die Stadtbevölkerung kulturelle und religiöse Transfor-

53 Milieuhandbuch 2013, S. 16.

54 *Evangelii nuntiandi* 1975.

55 Ebd., Artikel 15, S. 12.

56 *Evangelii nuntiandi* 1975, Artikel 46, S. 33f.

57 Ebd., Artikel 59–73, insbes. Artikel 73, S. 58.

58 Bravo 2013.

59 Vgl. dazu die Einleitung des Tagungsbandes: Bergoglio 2012, S. 9–22.

60 *Evangelii gaudium* 2013, S. 112–116.

61 Im September 2013 fand ein Internationaler Kongress der Pastoral Urbana über die „Neuevangelisierung der Stadt als pastorale Antwort auf die städtische Lebenswirklichkeit“ statt (Titel auf Spanisch: „La nueva evangelización: Respuesta pastoral a las realidades urbanas“).

mationsprozesse vollzieht. Der lateinamerikanische Episkopat formulierte entsprechend: „Die großen Städte sind Laboratorien der zeitgenössischen komplexen und pluralen Kultur. Die Stadt ist zu dem eigentlichen Ort geworden, wo neue Kulturen mit einer neuen Sprache und einer neuen Symbolik entstehen und sich durchsetzen.“⁶² Die Großstadtpastoral will auf diese Transformationsprozesse mit einer spezifischen Theologie und Pastoral antworten und versteht sich deswegen als eine notwendige Erneuerung von Kirche-Sein in der Stadt. Die spezielle Fokussierung auf die Verkündigung im Stadtraum ist angesichts *religiöser* Transformationsprozesse für die Kirche Lateinamerikas auch deswegen ein wichtiges Thema, weil neopentekostale Kirchen dort schon seit einigen Jahren mit großem Erfolg missionieren. Die Pfingstkirchen gelten in Lateinamerikas Gesellschaften als Motor der Modernisierung.⁶³ Die Katholische Kirche hingegen steht für Tradition und verliert deswegen zugleich ihre Monopolstellung als Volkskirche.⁶⁴ Die Theologie und Praxis der Großstadtpastoral sieht sich aber nicht im Dienst der Steigerung von Kirchenbesuchszahlen. Oberste Priorität haben die Sorgen und Nöte der Menschen von heute, wie es in der Pastoralkonstitution *Gaudium et spes* des II. Vatikanums proklamiert worden ist. Im Blick auf die Pastoral hat dies zur Folge, dass der Bereich der Diakonie als Grundvollzug der Kirche in die Pfarrei integriert ist und eine wichtige Rolle spielt. Die Verstädterung, ihre Ursachen und Wirkungen, werden als Zeichen der Zeit ernst genommen.

Eine Facette dieser postmodernen Stadtgesellschaften sind die neuen Kommunikationstechnologien, namentlich das Internet, das überall präsent ist und das in der Tat neue Sprachen und Symbole erschaffen hat. Man denke hierbei an Neologismen wie *liken*, *plusen*, *frienden*, *shitstorm*, *usf.* Der *iconic turn* kommt im Internet besonders durch Bilder, Videos oder die Verwendung der Smilies oder Emojis zum Tragen. Die Freude an ästhetischen Designs ist im Netz allgegenwärtig und dominiert es, weil es dem Lebensgefühl der Postmodernen entspricht. Das Internet und seine Kommunikationsmöglichkeiten hat die Gesellschaft also längst schon entscheidend mitverändert. Der Soziologe Manuel Castells hat diese gesellschaftliche Veränderung bereits in den 90er Jahren mit dem Begriff „Netzwerkgesellschaft“⁶⁵ treffend auf den Punkt gebracht. Theologisch weitgehend unterbelichtet ist der Zusammenhang von Verkündigung in der Stadt und Internet als Kommunikationsforum und Lebensraum postmoderner Stadtmenschen.⁶⁶ Die als Imperativ formulierte Devise der lateinamerikanischen Großstadtpastoral „*salida y encuentra*“, die man ins Deutsche übersetzen könnte mit

62 Aparecida 2007, S. 277.

63 Schäfer 2008, S. 186–198.

64 Collet 2005, S. 97.

65 Castells 2001.

66 Vgl. dazu den Appell des mexikanischen Journalisten, sich dieses Themas anzunehmen und Theologinnen und Theologen oder andere in Universitäten oder anderen Ausbildungsstätten professionell dafür auszubilden: Parada Tovar 2013, S. 84.

„Geh hinaus und triff dich!“, kann auch auf das Social Web übertragen werden. Die Realisierung dieses Imperativs setzt voraus, dass von Seiten der Kirche ein Interesse daran besteht, die Lebenswelt postmoderner Menschen verstehen zu wollen und mit ihnen ins Gespräch zu kommen. Die digitale Welt ist ein hervorragender Ort, um sich mit postmodernen Milieus zu treffen. Dort findet sich eine große Anzahl von Menschen, die sicherlich nicht alle kirchenfern bleiben wollen, sondern ansprechend gestaltete Websites und Dialogforen, die in ihrer Sprache sprechen, frequentieren würden. Die Milieu-Studie zur religiösen und kirchlichen Situation in Deutschland belegt ja, dass das Interesse an Religion und Glauben in allen Milieus vorhanden ist – nur eben nicht an Kirche, und das, obwohl es in allen Milieus nachweislich Katholiken gibt.⁶⁷ Würde sich die Kirche also in Richtung postmoderner Milieus aufmachen, sich mit ihnen treffen und sprechen, dann könnte das vieles ändern.

5. Bedingungen für eine ansprechende Verkündigung im Social Web

Die Situation und Stellung der Kirche in den neuen Medien könnte mit dem Paulus auf dem Areopag widerfahrenen Desaster verglichen werden (Apg 17,16–34). Paulus geht in Athen öffentlich predigen und stellt sich auf dem Areopag den verschiedenen dortigen Philosophen und wird wie ein „lästiger Versicherungsvertreter“ nach Hause geschickt.⁶⁸ Andrea Meyer-Edoleyi hat daher zu Recht darauf hingewiesen, dass ein kommunikativer Ansatz bei der Frage nach einer kirchlichen Präsenz im Netz unerlässlich ist.⁶⁹ Damit ist gemeint: Um in eine gelungene Kommunikation zu treten, erfordert dies, den spezifischen Kommunikationsformen der drei Internet-Gruppierungen (Digital Natives, Digital Immigrants und Digital Outsiders) möglichst zu entsprechen. Digital Natives sind in der dialogischen Kommunikationsform des Web 2.0 beheimatet, Digital Immigrants partizipieren ebenfalls an der dialogischen Kommunikation im Netz nur nicht in dem großen Maße. Digital Natives identifizieren sich damit, sowohl user als auch „produser“ zu sein. Digital Immigrants sind nur teilweise produser. Gerade im Blick auf die Digital Natives erfordert dies von Seiten der Kirche einen *dialogischen* Verkündigungsstil mit einer entsprechenden Sprache und ästhetischen Bildern. Ästhetische Designs, Bilder und Videos werden von den Digital Natives bevorzugt, denn der iconic-turn ist im Netz allgegenwärtig. Es gilt aber nicht nur die Form zu bedenken, sondern auch den in Worten und Bildern zu transportierenden Inhalt. Nicht im Sinne Jesu wäre es, subtile Macht auszuüben, Abhängigkeiten zu erzeugen oder Trugbilder zu inszenieren, die nur vermeintli-

67 Milieuhandbuch 2013, S. 12f.

68 Müller 2002, S. 30.

69 Vgl. Mayer-Edoleyi 2013, S. 125–140.

chen Halt geben. Vielmehr geht es darum, mittels Wörtern und Bildern Zeichen der sinnstiftenden Hoffnung, Liebe und Friedfertigkeit zu setzen. In ihnen sollte die andere, nämlich göttliche Dimension aufscheinen, die für Kommunikationsfähigkeit und ein echtes Interesse am einzelnen Menschen, an dessen Sorgen, Nöten und Freuden steht, und bereit ist, aufrichtig zu teilen. Nur so kann die Kirche eine Antwort auf das Bedürfnis der Postmodernen nach Sinn, Halt im Leben, tragfähigen Beziehungen, Identitätsstiftung und der Frage nach Gott geben, die gerade im Kontext größerer Städte besonders virulent werden.

6. Chancen und Gefahren der Verkündigung im Internet

Eine Gefahr der virtuellen Realität des Internets besteht darin, dass Virtualität und Realität, Schein und Sein, in Spannung stehen.⁷⁰ Der Fundamentaltheologe Klaus Müller hat die sich daraus ergebende Gefahr pointiert erläutert: Da die Neuen Medien sich durch Virtualität auszeichnen – und genau dies von deren Protagonisten insinuiert ist – und Virtualität gemäß Duns Scotus *mögliche Wirklichkeit* bedeutet, entsteht konsequenterweise die Frage, ob die mögliche Wirklichkeit wirklich oder eben nur möglich ist.⁷¹ Dies ist deswegen brisant, weil medientheoretisch betrachtet, wie oben schon erläutert, das Medium zugleich Message ist und bewusstseinsverändernd auf den Nutzer wirkt. Die Theologie muss sich des Risikos gewahr sein, dass durch die zunehmende Virtualisierung der Welt das wirkliche Dasein Gottes bald verzichtbar sein könnte. Deswegen appelliert er an die Theologietreibenden, die konkrete existentielle Bedeutung der Fleischwerdung Gottes in der Person Jesus von Nazareth zu revitalisieren und die Frage nach der Existenz Gottes wach zu halten, indem das Subjekt aufgefordert wird, dieser Thematik in der Instanz der autonomen Vernunft denkend⁷² nachzugehen. Wenn nun folglich eine Verkündigung ausschließlich mittels Neuer Medien forciert werden würde, dann würde die Kirche das Dasein Gottes lediglich in einer virtuellen Realität fortschreiben, in der zwar zumindest die webbasierte interpersonale Kommunikation realen Gehalt hätte – der Wahrheitsanspruch des Christentums aber, dass Gott existiert und in der Welt handelt, stünde so lediglich im Horizont der Spannung von Sein oder Nicht-Sein, die den ontologischen Status der virtuellen Realität des Cyberspace auszeichnet.⁷³ Hinzu käme die potentielle Gefahr, dass die Botschaft als manipuliert angesehen werden könnte, weil das Vertrauen in die wahrheitsgemäße Darstellung von Inhalten und Bildern mittels Neuer Medien und Massenmedien gesunken ist.⁷⁴ Eine bloße

70 Müller 2002, S. 31.

71 Ebd., S. 31f.

72 Dies. 2014, S. 94.

73 Dies. 2002, S. 32f.

74 Ebd., S. 33.

Verkündigung in der virtuellen Welt käme so einer Reduktion der potentiellen⁷⁵ Bedeutung gleich, die der dreieinige Gott und dessen Botschaft für einen Menschen im Blick auf die verschiedenen Ebenen seines Lebens inmitten der Welt entfalten können. Vor diesem Hintergrund wird die Brisanz der verantwortungsvollen Rede über den christlichen Wahrheitsanspruch in den Neuen Medien und die Bedeutung des Inkarnationsdogmas deutlich. Die Fleischwerdung Gottes in dem Menschen Jesus von Nazareth stellt klar, dass Gott konkret, d. h. physisch erfahrbar geworden ist und sich mit seiner zuvorkommenden Liebe den Menschen physisch zugewandt hat, so dass sie an Leib und Seele heil werden können. Die Selbstoffenbarung Gottes in Jesus bedeutet demnach, dass auch er „medium“ und „message“, also Träger der Botschaft und Botschaft zugleich ist: Er ist einer, der sich in direkten Kontakt mit den Menschen begab und jene Wahrheit, die Ursprung und Zentrum seiner Verkündigung gewesen ist, dadurch konkret erfahrbar machte: Die Existenz Gottes.⁷⁶ Hinzu kommt, dass durch seine Passion, die körperliche Deformation, der Schmerz und Tod eine Verkörperung erfahren haben, worin der Gottessohn etwas durchlebt hat, was ihn menschlich macht – so dass die Verkündigung etwas zutiefst Humanes in sich trägt.⁷⁷ Mit der Auferweckung ist ein definitives Hoffnungszeichen gesetzt, das trotz erlittenen Schmerzes die Erlösung davon verbürgt. Aus einem solchen persönlichen Zugang zum existierenden Gott kann sich der Sinn des Lebens neu oder erstmals erschließen, was beispielsweise angesichts des zunehmenden gesellschaftlichen Ästhetisierungs- und Erfolgsdruckes unermesslich wertvoll ist. Denkt man in diese Richtung weiter, kann die Verkündigung nicht auf das Internet – also auf eine virtuelle Welt – beschränkt bleiben, sondern sollte in Balance zu der nicht-virtuellen Welt stehen. Der Inhalt der Verkündigung muss früher oder später auch im Fleisch eines Menschen konkrete Gestalt annehmen können – und das heißt, dass er sich physisch auf den Weg macht und konkret an der Gemeinschaft der Glaubenden partizipiert. Der Zugang zu Jesus und dessen neutestamentarisch verankerten Lehre könnte zur tätigen Nächstenliebe motivieren, sodass ganz nach dem Vorbild Jesu Orthodoxie und Orthopraxie Hand in Hand gingen. Dies wiederum würde das Leben in einer Stadt dort menschlicher machen, wo eine helfende Hand oder ein offenes Ohr vonnöten ist – etwas, was derzeit am Beispiel der lateinamerikanischen Großstadtpastoralprojekte oder an den Erfolgen der sozialpastoralen Projekte der Pfingstbewegungen in Lateinamerika⁷⁸ und andernorts, abgelesen werden kann. Die von Ambivalenzen und Anonymisierungstendenzen gekennzeichnete Stadt könnte sich durch die Praxis der Nächstenliebe zu einem humaneren Lebensraum entwickeln.

75 Potentiell rekuriert hier auf das Faktum religiös indifferenter Menschen.

76 März 2014, S. 169–173.

77 Müller 2002, S. 43.

78 Vgl. etwa: Román-López Dollinger 2014.

Deswegen ist als wichtiges Ergebnis festzuhalten, dass die Verkündigung im Internet (oder auch Cyber-Kirchen) nicht die physische Form der kirchlichen Gemeinschaften ersetzen kann und darf. Eine Verkündigung im Internet darf die real existierende Kirchengemeinschaft nicht ausspielen, ebenso wenig die Möglichkeit zu caritativem Handeln verhindern. Im Falle der sozial-anthropologischen Situation von Großstadtmenschen wurde gerade in Mexico-City durch pastorale Angebote der Großstadtpastoral für Postmoderne deutlich, dass solche gemeinschaftsstiftenden Angebote physischer Art heilsam und caritativ sind.

Der mexikanische Pfarrer Eloy Díaz macht ein ganz simples, am Beispiel Jesu orientiertes Angebot, indem er via Internet zum gemeinsamen Essen und Feiern einlädt. Beim gemeinsamen Essen entstehen Beziehungen, Vertrauen und ggf. Interesse an Katechese.⁷⁹ Ein weiteres wichtiges Projekt ist das des argentinischen Pfarrers Sebastian Splawinski, der eine Jugendbewegung namens *Movida Joven* auslöste, indem er anfang, sich für die Lebenswelt der heutigen Jugendlichen zu interessieren und mit ihnen darüber sprach, was sie wirklich brauchen und wollen. Er baute dabei nicht nur Beziehungen auf, sondern erfuhr, dass sie in der Kirche fröhliche Gottesdienste feiern möchten, denn Gottesdienste sollten doch eine fröhliche Angelegenheit sein. Lebendige und aufbauende Gottesdienste in dem Sinne, dass Jugendliche nicht als Sünder abqualifiziert werden, konnte er leicht umsetzen. Diese Gottesdienste entwickelten sich schnell zu Massenevents – zu denen die Jugendlichen auch ihre Eltern mitbrachten.⁸⁰ Inzwischen hat die *Movida Joven* ein eigenes Radioprogramm und ist selbstverständlich in facebook gut mit seinen „followern“ verlinkt. In St. Gallen (Schweiz) wurde mit dem ökumenisch finanzierten City-Pastoralprojekt „safranblau“ ein ebenfalls erfolgreiches Projekt für junge Erwachsene lanciert.⁸¹ Bei ihren Veranstaltungen in ihren Räumen in der Innenstadt geht es um die Realisierung der drei Komponenten Ruhe, Begegnung und Event, die besonders die sogenannten Experimentalisten und die Modernen Performer⁸² ansprechen. Zum Angebot gehören Reisen, wie z. B. mit dem Fahrrad durch Israel, Mentaltrainingskurse, Theaterworkshops, Meditation und Yoga, Öffentliches Abseilen oder Feste in dortigen Räumen als Events. Die Namensgebung stammt von Designern aus der Zielgruppe selbst und soll die Gefühlsebene ansprechen.

79 Díaz Mera 2013, S. 173–187.

80 Interview mit S. Splawinski (spanisch) 2011.

81 Vgl. dazu: Mann 2013, S. 195–218.

82 Die Kategorisierung entspricht der Sinus-Milieustudie U 27 „Wie ticken Jugendliche?“. Wippermann / Calmbach 2008.

7. Fazit

Es ist unhintergebar, das Web 2.0 als Medium der Verkündigung zu nutzen, wenn die Kirche postmoderne Milieus (Digital Natives und auch Digital Immigrants) erreichen will, die „crossmedial“⁸³ leben. Es gilt, das Web 2.0 und seine interaktiven Kommunikationsmöglichkeiten als einen Ort ernst zu nehmen, der für die postmodernen Milieus ein wichtiger Bestandteil des alltäglichen Lebens geworden ist. Digital Natives und Digital Immigrants sind aufgrund der rasanten Verstädterung vor allen Dingen Stadtmenschen. Die Großstadt ist, wie die latein-amerikanische Großstadtpastoral klargestellt hat, ein pastoraler Ort, an dem die Kirche dazu aufgefordert ist, ihrem missionarischen Auftrag nachzugehen („salida y encuentra“ – Geh hinaus und triff dich!). Das Web 2.0 ist ein digitaler Ort, um Menschen einer bestimmten Stadt (aber natürlich auch andere) zu treffen. Das Web ist als Ort der Verkündigung zu nutzen, da er gerade für die Stadtmenschen von entscheidender Bedeutung geworden ist.

Der Wahrheitsgehalt der christlichen Frohbotschaft darf aber nicht unter den unklaren und manipulierbaren Realitätsbedingungen des Internets leiden. Wichtig in diesem Zusammenhang ist die Verkündigung eines Gottes, der in der Person Jesu Christi konkrete physische Gestalt angenommen hat. Daraus leitet sich auch ab, dass eine Verkündigung und Gemeinschaftsstiftung im Internet nicht gegen eine konkrete physische Begegnung und Gemeinschaftsbildung ausgespielt werden darf. Andererseits darf vor dem Hintergrund der Bedeutung, die das Social Web für die postmodernen Milieus hat, die Face-to-Face-Gemeinschaftsbildung auch nicht gegen interaktive Internetbeziehungen ausgespielt werden. Was also ermöglichen Face-to-Face-Begegnungen? Sie ermöglichen konkrete soziale Gemeinschaft oder tragfähige Beziehungen, was gerade in Notsituationen von Bedeutung ist. Sie erzeugen eine andere zwischenmenschliche Qualität und fördern soziale Kompetenz. Physisch erfahrene interpersonale Begegnungen können ein anderes Selbstverständnis und einen tieferen Sinn im Leben generieren, der in einem Stadtleben, das von Konsum und Anonymität diktiert wird, abhanden gekommen ist. Das Inkarnationsdogma, die Offenbarung Gottes in dem Menschen Jesus Christus zu unserem Heil, entfaltet vor diesem Hintergrund eine unermessliche Relevanz. Kurzum: Es geht darum, das Social Web als Medium der Verkündigung so zu nutzen, dass der Wahrheitsanspruch der Rede von der Existenz Gottes und seine Bedeutung für ein sinnvolles Leben nicht zu verwässern droht. Dies muss konsequenterweise zur Folge haben, dass für postmoderne Milieus adäquate physische Begegnungsmöglichkeiten in der Stadt angeboten werden, die den Raum für leibhaft-sinnliche (Gottes-)Erfahrungen und Kommunikation ermöglichen.

83 Kopjar 2011, S. 187.

Literaturverzeichnis

- Aparecida 2007, Schlussdokument der 5. Generalversammlung des Episkopats von Lateinamerika und der Karibik. 13.–31. Mai, hrsg. v. Deutsche Bischofskonferenz [= Stimmen der Weltkirche; 41]. Bonn 2007.
- Apostolisches Schreiben *Evangelii nuntiandi* seiner Heiligkeit Papst Pauls VI. an den Episkopat, den Klerus und allen Gläubigen der Katholischen Kirche über die Evangelisierung in der Welt von heute. Dezember 1975, hrsg. v. Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz. Bonn 1975.
- Basten, Ludger: Postmoderner Urbanismus. Gestaltung in der städtischen Peripherie. Münster 2005.
- Bergoglio, Jorge Mario: „Dios en la ciudad. Palabras iniciales en el primer congreso regional de pastoral urbana“, in: Bergoglio, Jorge Mario / Söding, Gerardo u. a. (eds.): *Dios en la ciudad. Primer congreso pastoral urbana de la región Buenos Aires*. Buenos Aires 2012, S. 9–22.
- Bleicher, Joan Kristin: „Ökonomie, Technik, Entwicklung und Angebotsschwerpunkte des Social Web als Herausforderung für die Medien- und Kommunikationswissenschaft“, in: Nord, Ilona / Luthe, Swantje (Hg.): *Social Media, christliche Religiosität und Kirche. Studien zur praktischen Theologie mit religionspädagogischem Schwerpunkt*. Jena 2014, S. 29–43.
- Blume, Michael: „Medien – Gott in wilden Netzen. Religion im Brennpunkt des Web 2.0“, in: *Herder Korrespondenz* (66/5) 2012, S. 260–264.
- Bravo, Benjamin (ed.): *Cómo hacer Pastoral Urbana*. Mexico-City 2013.
- Castells, Manuel: Das Informationszeitalter. 3 Bde., Bd. 1: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Opladen 2001 (engl: *The Information Age Economy, Society, and Culture*. Vol. 1: *The Rise of the Network Society*. Oxford – Malden 1996).
- Collet, Giancarlo: „Pentekostaler Frühling im Katholischen Winter. Zum Pfingstkirchlichen Aufbruch in Lateinamerika“, in: Heuser, Andreas / Weisse, Wolfram (Hg.): *Neuere religiöse Bewegungen in internationaler Perspektive. FS Erhard Kamphausen*. Aachen 2005, S. 95–107.
- Díaz Mera, Eloy: „El Método Alpha en la Nueva Misión Urbana“, in: Bravo, Benjamin (ed.): *Cómo hacer Pastoral Urbana*. Mexico-City 2013, S. 173–187.
- Ebertz, Michael N.: *Kirche im Gegenwind*. Freiburg – Basel – Wien 1997.
- Först, Johannes: „Was ist der Mensch? Pastoraltheologische Perspektiven zur ‚synkretistischen‘ Sinnsuche in der späten Moderne“, in: Bär, Martina / Paulin, Maximilian (Hg.): *Macht Glück Sinn? Theologische und philosophische Erkundungen*. Ostfildern 2014, S. 150–165.
- Hempelmann, Heinzpeter: „Das Kriterium der Milieusensibilität in Prozessen postmoderner Glaubenskommunikation. Religionsphilosophische, ekklesiologische und institutionelle Gesichtspunkte“, in: Sellmann, Matthias / Wolanski, Caroline (Hg.): *Milieusensible Pastoral. Praxiserfahrungen aus kirchlichen Organisationen*. Würzburg 2013, S. 13–52.
- Kopjar, Karsten: *Kommunikation des Evangeliums für die Web-2.0-Generation: Virtuelle Realität als Reale Virtualität*. Münster 2011.
- Kronawetter, Karl-Heinz: „Verkündigung im Internet. Kommunikation des Evangeliums im Web 2.0“, in: Gruber, Franz / Niemand, Christoph / Reisinger, Ferdinand

- (Hg.): *Geistes-Gegenwart. Vom Lesen, Denken und Sagen des Glaubens (FS für Peter Hofer, Franz Hubmann, Hanjo Sauer)*. Frankfurt am Main 2009, S. 411–425.
- März, Claus-Peter: „Sinn durch Gott“. Neutestamentliche Reflexionen“, in: Bär, Martina / Paulin, Maximilian (Hg.): *Macht Glück Sinn? Theologische und philosophische Erkundungen*. Ostfildern 2014, S. 166–180.
- Mann, Michael A.: „safranblau“. Praxisbericht und theoretischer Rahmen des Projektes“, in: Sellmann, Matthias / Wolanski, Caroline (Hg.): *Milieusensible Pastoral. Praxiserfahrungen aus kirchlichen Organisationen*. Würzburg 2013, S. 195–218.
- Mayer-Edoloeyi, Andrea: „Kommunikationsräume der Kirchen mit Digital Natives eröffnen“, in: Constanza, Christina / Ernst, Christina (Hg.): *Personen im Web 2.0*. Göttingen 2012, S. 166–187.
- McLuhan, Marshall: *Die magischen Kanäle. Understanding Media*. Frankfurt am Main – Hamburg 1970.
- MDG-Trendmonitor: *Religiöse Kommunikation 2010. Kommentarband I. Erkenntnisse zur Situation und Glaube sowie zur Nutzung medialer und personaler Informations- und Kommunikationsangebote der Kirche im Überblick*. München 2010.
- Müller, Klaus: „Laboratorium der Sinnproduktion. Gottesbeweise theologisch gesehen“, in: Bär, Martina / Paulin, Maximilian (Hg.): *Macht Glück Sinn? Theologische und philosophische Erkundungen*. Ostfildern 2014, S. 78–95.
- Ders.: „Mediale Verkündigung – möglich, wirklich, virtuell“, in: Garhammer, Erich / Hober, David (Hg.): *Vom Non-Prophet-Unternehmen zu einer visionären Kirche. Verkündigung in der Mediengesellschaft*. Würzburg 2002, S. 25–48.
- Nord, Ilona: „Religion im Internet. Herausforderungen für die Didaktik des Religionsunterrichts“, in: Rudolf Englert, u. a. (Hg.): *Gott googeln? Multimedia und Religion*. Neukirchen – Vluyn 2012, S. 94–107 (= JRP; 28).
- Nord, Ilona / Luthe, Swantje (Hg.): *Social Media, christliche Religiosität und Kirche. Studien zur praktischen Theologie mit religionspädagogischem Schwerpunkt*. Jena 2014.
- Papst Franziskus: *Die Freude des Evangeliums. Das Apostolische Schreiben „Evangelii gaudium“ über die Verkündigung des Evangeliums in der Welt von heute*. Freiburg – Basel – Wien 2013.
- Parada Tovar, José de Jesús: „Ambiente de Medios de Comunicación Social“, in: *Memorias. Seminario: Respuestas Pastorales de la Iglesia ante la ciudad*. Guadalajara 2013, S. 79–84.
- Pollak, Gertrud: „Editorial“, in: *Religionsunterricht heute. Themenheft Social Media* (2) 2014, S. 3 f.
- Reiman, Ralf P. / Jung, Matthias: „Social Media aus der Perspektive des Berufsfeldes Pfarramt: Diesseits und jenseits der Parochie“, in: Nord, Ilona / Luthe, Swantje (Hg.): *Social Media, christliche Religiosität und Kirche. Studien zur praktischen Theologie mit religionspädagogischem Schwerpunkt*. Jena 2014, S. 397–429.
- Román-López Dollinger, Angel E.: *Basisorientierte Pastoral für marginalisierte Jugendliche mit abweichendem Verhalten. Eine empirisch-qualitative Forschung über die urbane Strassenpastoral der guatemalteckischen Pfingstbewegung*. Berlin 2014.
- Schäfer, Heinrich: „Homogenität – Transformation – Polarisierung. Religiosität in Lateinamerika“, in: Bertelsmann Stiftung (Hg.): *Religionsmonitor 2008*. Gütersloh 2008, S. 186–198.

- Schmidt, Jan: Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz 2011.
- Schrupp, Antje: „Inside – aus der Perspektive einer Bloggerin und evangelischen Publizistin. Erfahrungen, Analysen, Konzepte für die Zukunft“, in: Nord, Ilona / Luthe, Swantje (Hg.): *Social Media, christliche Religiosität und Kirche. Studien zur praktischen Theologie mit religionspädagogischem Schwerpunkt*. Jena 2014, S. 431–440.
- Seibert, Christoph: „Religiöse Kommunikation unter den Bedingungen der Social Media“, in: Nord, Ilona / Luthe, Swantje (Hg.): *Social Media, christliche Religiosität und Kirche. Studien zur praktischen Theologie mit religionspädagogischem Schwerpunkt*. Jena 2014, S. 77–97.
- Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.): Virtualität und Inszenierung. Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft – Ein medienethisches Impulspapier. Bonn 2011.
- Stolz, Jörg u. a. (Hg.): Religion und Spiritualität in der Ich-Gesellschaft. Vier Gestalten des (Un-) Glaubens. Zürich 2014.
- Wincour, Rosalía: Robinson Crusoe ya tiene celular. La conexión como espacio de control de la incertidumbre. Mexico-City 2010.
- Wippermann, Carsten / Calmbach, Marc (Hg.): Wie ticken Jugendliche? Sinus-Milieu-studie U27. Düsseldorf – Aachen 2007.

Internetquellen

- Art. Facebook, verfügbar unter: <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook> [11.01.2015].
- MDG, Milieuhandbuch 2013 (Hg.): Auszug. Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2013. Heidelberg – München 2013, verfügbar unter: <http://www.ksta.de/blob/view/21544776,17575254,data,Sinus-Studie.pdf> [20.09.2014].
- Meyer-Edoloei, Andrea: euangel – Magazin für missionarische Pastoral (1) 2013, verfügbar unter: <http://www.euangel.de/ausgabe-1-2013/internetseelsorge/digital-natives-und-kirchliche-kommunikation/> [09.01.2015].
- Dies.: Digital Natives und kirchliche Kommunikation. Netzkulturation als Pastoral in einer medial vermittelten Lebenswelt (Diplomarbeit). Linz 2012, verfügbar unter: <http://andreama.at/diplomarbeit> [09.01.2015].
- Milieu-Studie des Deutschen Institutes für Vertrauen und Sicherheit im Internet von 2012, verfügbar unter: http://www.divsi.de/sites/default/files/presse/does/DIVSI-Milieu-Studie_Gesamtfassung.pdf [21.08.2014].
- O'Reilly, Tim: What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Verfügbar unter: <http://tim.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> [09.01.2015].
- Papst Franziskus: Kirche muss soziale Netzwerke stärker nutzen, 2013, verfügbar unter: <http://www.kipa-apic.ch/index.php?na=0,0,0,0,d&ki=246954> [20.09.2014].
- Splawinski-Interview (spanisch), verfügbar unter: http://www.youtube.com/watch?v=A7H4_6eAXE4&feature=youtu.be [20.08.2014].
- Statistik der Urbanisierung in den Ländern Europas im Jahr 2013, verfügbar unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/249029/umfrage/urbanisierung-in-den-eu-laendern/> [06.01.2015].

Trocholepczy, Bernd: „Verkündigung 2.0 – Kirche im Web 2.0“ an der Goethe Universität Frankfurt im Auftrag der in Kassel ansässigen Akademie Bruderhilfe-Familienfürsorge, verfügbar unter: www.kirche-im-web2.0.de [10.01.2015].

Urbanisierung in der Schweiz im Jahr 2010, verfügbar unter: <http://www.are.admin.ch/dokumentation/publikationen/.../index.html> [26.08.2014].