

Ein Sein vor, hinter und in dem Bild?

Instagram in anthropologischer und theologischer Reflexion

Wolfgang Beck und Leopold Kohlbrenner

Wer sich mit Instagram und den Facetten einer theologischen Reflexion von *Social Media* beschäftigt, wird sich mit der Bedeutung des Bildes als Bestandteil menschlicher Medienpraxis auseinandersetzen und nach aktuellen Tendenzen einer digitalen Bildtheologie zu fragen haben. Die verbreitete Medienpraxis im Rahmen digitaler Medien bis hin zu den (Selbst-)Darstellungspraktiken von Influencer:innen in *Social Media* entsprechen weithin der Struktur einer singularisierten Gesellschaft, in der Menschen das eigene Selbstbild und die persönliche Identitätsstruktur durch bildliche Inszenierungen kommunizieren. Dass dabei auch problematische Effekte auf die körperliche Selbstwahrnehmung von Konsument:innen entstehen und vormodern-dichotome Geschlechterbilder wiederbelebt werden, gehört zu den problematischen Facetten von *Social Media*. Menschen stellen sich dar, wie sie sich selbst sehen möchten und verstanden werden wollen. Dieses Phänomen ist gleichwohl nicht neu, sondern durchzieht die bildlichen Herrschaftsdarstellungen von Adelshäusern (nicht erst seit der Neuzeit) und gehört zu den kommunikationstheoretischen und theologischen Strukturen der „Fernanwesenheit“¹. Dass die Selbstdarstellungspraktiken von großen Bevölkerungsanteilen übernommen werden, ist daher zunächst als ein Element des digitalen Demokratisierungseffekts einzuordnen und lässt sich in die kommunikativen und ästhetischen Strukturen einer „Emotionsgesellschaft“² einordnen. Identität erscheint

¹ U. v. Wulffen, Ereignet sich Gott in anderen Menschen auch im digitalen Raum? Der/Die Andere als analoger und digitaler Ereignisort Gottes, in: K. G. Sander (Hg.), Glaube in der digitalen Welt. Neue Perspektiven für Christsein, Kirche und Spiritualität, Berlin 2023, 53–136, hier: 129.

² A. Weber, G. Wilhelms, Kirche in der Digitalisierungsfalle? Über Emotionalisierung und religiöse Kommunikation, in: K. v. Stosch, S. Walser, A. Weber (Hg.), Theologie im Übergang. Identität – Digitalisierung – Dialog, Freiburg i. Br. 2022, 164–188, hier: 177.

hier als anhaltende „Identitätsarbeit“³ – gerade auch mithilfe bildlicher Narrative.

1 Religiöse Bilder im digitalen Kontext

Neben dieser anthropologischen Dimension der Instagram-Bilder lohnt sich der Blick auf religiöse Bilder in diesem digitalen Kontext. Die christliche Bildtradition ist von dem Bemühen geprägt, mit Bildern nicht nur Beobachtetes abzubilden, sondern mit der bildlichen Darstellung theologische Aussageabsichten zu verbinden. Das gilt insbesondere für die „mimetische Malkunst“⁴, in der z. B. mit stark vergrößerten Augen in der Darstellungstradition des ägyptischen Fayums, einer spezifischen Porträtarstellung, eine Inszenierung des Blicks und in der christlichen Ikonografie eine christologische Übersteigerung verbunden ist. Darin widerspricht sie in der Lesart Nordhofs nicht dem jüdischen (und später islamischen) Bilder- verbot, sondern steht mit dem „Motiv der Kultpersistenz“⁵ in der Tradition der *Vorenthaltung*, also einer Differenz zwischen dem Bild und dem dahinter Angedeuteten.

Erkennbar wird hier, dass menschliche Selbstdarstellungspraktiken auf Instagram und auch Darstellungspraktiken explizit religiöser Motive im Kontext digitaler Medien nicht voneinander abzugrenzen sind, weil sie als komplementäre Teile religiöser Kommunikation immer ineinander verwoben sind: Menschliche Selbstdarstellung umfasst auch den Umgang mit existenziellen Krisenerfahrungen und das religiöse Fragen der Menschen. Explizit religiöse Darstellungen⁶ verarbeiten immer auch kultur- und epochenspezifische Selbstverständnisse der beteiligten Menschen, sind also auch Selbstaussagen.

³ S. Walser, Identitätsfindung und Glaubensdynamik. Folgerungen für die systematische Theologie, in: Ders., K. v. Stosch, A. Weber (Hg.), Theologie im Übergang. Identität – Digitalisierung – Dialog, Freiburg i. Br. 2022, 89–113, hier: 96.

⁴ E. Nordhofen, Media Divina. Die Medienrevolution des Monotheismus und die Wiederkehr der Bilder, Freiburg i. Br. 2022, 115.

⁵ Ebd., 110.

⁶ Vgl. L. Kohlbrenner, Kleine Bilder, statt großer Texte, in: <https://www.feinschwarz.net/kleine-bilder-statt-grosser-texte/> [Abruf: 17.3.2023].

Die Phänomene religiöser Kommunikation auf Instagram sind mittlerweile zahlreich und vielfältig. In ihnen wird erkennbar, was auch für andere Formate der *Social Media* gilt: Sie sind ein realer Ort praktischer Lebensvollzüge von Menschen im 21. Jahrhundert und damit ein wesentlicher Bestandteil gesellschaftlicher Öffentlichkeiten und ein Ort diskursiver Aushandlungsprozesse von aktuellen gesellschaftlichen Fragen. So verweist Anna Puzio in ihrem Beitrag in diesem Band darauf, dass die Pluralität von Partner:inenschaftsmodellen und sexuellen Identitäten Sichtbarkeit erhalten. Instagram erlangt hier eine nicht zu unterschätzende Bedeutung für Fragen der gesellschaftlichen Partizipation und Gleichberechtigung. Zugleich ist es ein Ort neuer Nicht-Sichtbarkeit und Diskriminierung, die sich aus den idealisierten und optimierten Körperverständnissen, dem Verschweigen von Armut und Strukturen gesellschaftlicher Ungerechtigkeit ergeben.

Die Bedeutung bildbasierter Formate der *Social Media* sind für die Entwicklung spätmoderner Gesellschaften dabei nicht nur als Ort diskursiver Aushandlungsprozesse von Bedeutung, sondern auch als Impulsgeber für andere Felder gesellschaftlicher Öffentlichkeiten, wie dies insbesondere mit dem medienanalytischen Ansatz der „Mediatisierung“⁷ von Friedrich Krotz aufgezeigt werden kann. Zudem ereignen sich in den digitalen Communities markante Prozesse der Kirchenbildung, die als „vernetzte Religion“⁸ spezifische Formen der Partizipation aufweisen und als „innovative christliche Sozialform“⁹ gewürdigt werden. Aus theologischer Perspektive genügt es nicht – so die These dieses Beitrags –, die Potenziale von Instagram für Fragen von kirchlicher Verkündigung oder religionspädagogischen Arbeitsfeldern zu identifizieren, so wichtig

⁷ F. Krotz, Mediatisierung: Konzept für eine Analyse von Religion im Wandel der Medien, in: K. Merle, I. Nord (Hg.), *Mediatisierung religiöser Kultur. Praktisch-theologische Standortbestimmungen im interdisziplinären Kontext*, Leipzig 2022, 21–36, hier: 24.

⁸ H. A. Campbell, S. Garner, *Vernetzte Religion – Glauben in einer vernetzten Gesellschaft*, in: G. Ulshöfer, P. G. Kirchschräger, M. Huppenbauer (Hg.), *Digitalisierung aus theologischer und ethischer Perspektive. Konzeptionen – Anfragen – Impulse*, Baden-Baden 2021, 63–89, hier: 70.

⁹ D. Hörsch, *Einsichten – Fragehorizonte – Ausblick*, in: Ders. (Hg.), *Digitale Communities. Eine Pilotstudie zur Followerschaft von christlichen Influencer*innen auf Instagram*, Berlin 2022, 47–56, hier: 51.

diese Arbeiten mit dem *Social Media*-Format für zeitgemäße Formen kirchlicher und christlicher Praxis zweifellos sind. Gerade die Ambivalenzen der *Social Media* können über bloße Methodenfragen hinaus in religionspädagogischen Kontexten als „didaktischer Zugang zu anthropologischen, ethischen und theologischen Themen“¹⁰ fungieren. Es bedarf darüber hinaus der theologischen und anthropologischen Reflexion „digitaler Bildkulturen“¹¹, um – aufbauend auf Melchior Cano und seiner Rezeption bei Marie-Dominique Chenu und Hans-Joachim Sander¹² – dem Anspruch dieses Formates der *Social Media* als „locus theologicus alienus“¹³ gerecht zu werden. Theologie findet damit nicht nur in der Unübersichtlichkeit digitaler Medien jene „loci alieni“ mit einer spezifischen Autorität als Erkenntnisorte, sondern kann mit ihrer Einordnung in den Kontext einer topologischen Theologie an diesen Orten und ihren gesellschaftlichen Diskursen eigene Relevanz entwickeln.¹⁴

2 Die katholische Konfrontation mit den Strukturen der Moderne

Gerade für das 21. Jahrhundert gilt insbesondere für die katholische Kirche, dass sie sich mit einer breiten Rezeption digitaler Medien schwertut. Gelang gerade in der konfessionalistisch übersteigerten Kirchenkonzeption des 19. Jahrhunderts eine Integration zeitgemäßer Printmedien in die kirchliche Arbeit, scheint dies schon mit den bildgestützten Medien von Film und Fernsehen im 20. Jahrhundert

¹⁰ T. Gojny, Selbstdarstellung und Selbstverbergung. Selfies als Arbeit an der eigenen Identität – religionspädagogische Chancen und Herausforderungen, in: *Praktische Theologie* 55 (2020) 3, 148–154, hier: 153.

¹¹ V. Pirker, Zur Macht der Bilder. Theologische Anthropologie im Kontext digitaler Bildkulturen, in: W. Beck, I. Nord, J. Valentin (Hg.), *Theologie und Digitalität. Ein Kompendium*, Freiburg i.Br. 2021, 155–179, hier: 157.

¹² H.-J. Sander, Das Außen des Glaubens – eine Autorität der Theologie. Das Differenzprinzip in den Loci Theologici des Melchior Cano, in: Ders., H. Keul (Hg.), *Das Volk Gottes. Ein Ort der Befreiung* (FS für Elmar Klinger), Würzburg 1998, 240–258, hier: 245.

¹³ B. Körner, *Orte des Glaubens – loci theologici. Studien zur theologischen Erkenntnislehre*, Würzburg 2014, 221.

¹⁴ Vgl. G.-M. Hoff, *Topologische Fundamentaltheologie 1. Glaubensräume*, Ostfildern 2021, 462.

immer weniger zu gelingen. Mit den schwindenden Möglichkeiten, Medienarbeit in das konfessionalistische Konzept der Abgrenzung einbringen zu können, werden moderne Medien zunehmend zur Konfrontation mit den Prinzipien der Moderne. Wo sie dementsprechend als destabilisierende Bedrohung wahrgenommen werden, entsteht im Widerspruch zur Theologie des Zweiten Vatikanischen Konzils das vielleicht wirkungsvollste Instrument kirchlicher Stabilitätskonstruktion: das Ressentiment.¹⁵ Diese Formen der Abwertung finden sich in den durch Grenzregimes bestimmten konfessionalistischen Theologien des 19. und 20. Jahrhunderts auch in der theologischen Bearbeitung von bildlichen Darstellungen, beispielsweise in der Identifikation des Kitsches¹⁶ und seiner Personalisierung im Motiv des „Kitschmenschen“¹⁷. Gerade das religiöse Bild erweist sich aber jenseits entsprechender Be- und Abwertungen hinsichtlich seiner Wirkung und Beliebtheit als durchaus wirkungsvoll und findet in den digitalen Formaten der *Social Media* vielfältige Fortführungen. Derartige Traditionen des Ressentiments müssen vor dem Hintergrund symboltheoretischer und sakramententheologischer Reflexionen verwundern, steigern sich jedoch in der Spätmoderne und der theologischen und kirchlichen Rezeption digitaler Medienformate bis in eine Gleichsetzung von digital und unreal. Da z. B. im Zentrum eucharistischer Theologiegeschichte durchaus innovative Bestimmungen der „Fernanwesenheit“¹⁸ und der „Repräsentation“¹⁹ stehen, die zu den entscheidenden Entwicklungsschritten der Kirchengeschichte gezählt werden können, muss die geringe Bereitschaft zur theologischen Würdigung bildlich-digitaler Medien als Form der Traditionsvergessenheit markiert werden. Zugleich entsprechen derartige Ressentiments einer populären Ge-

¹⁵ W. Beck, *Die katholische Kirche und die Medien. Einblick in ein spannungsreiches Verhältnis*, Würzburg 2018, 53.

¹⁶ R. Egenter, *Kitsch und Christenleben*, Ettal 1950, 165.

¹⁷ U. Franke, *Jenseits von Kitsch und Kunst. Anmerkungen zur Bilderwelt christlicher (Volks-)Frömmigkeit*, in: R. Hoeps (Hg.), *Funktionen des Bildes im Christentum (Handbuch der Bildtheologie 3)*, Paderborn 2020, 433–449, hier: 434.

¹⁸ Wulffen, *Ereignet sich Gott* (s. Anm. 1), 129.

¹⁹ R. Hoeps, *Von der Darstellung der Gegenwart. Repräsentation und Präsenz in Bild und Sakrament*, in: Ders. (Hg.), *Zwischen Zeichen und Präsenz (Handbuch der Bildtheologie 3)*, Paderborn 2014, 395–418, hier: 396.

genüberstellung von Bild und Wirklichkeit, in der jedoch die mehrdimensionale Bedeutung des Bildes verloren gegangen scheint: dass „Wirklich zugleich im Zusammenhang mit sowie in Differenz zu urbildlicher Wirklichkeit zu denken“²⁰ sein müsse. Obwohl bildgestützte Formate der *Social Media* die Chance bieten, diese mehrdimensionale Bildbedeutung wiederzuentdecken und eine „Verengung des Bildbegriffs“²¹ zu überwinden, wird dieses theologische und ikonografische Potenzial bislang kaum gehoben und verbleibt als eine „Schwundstufe des Bildlichen, dem eine real vergegenwärtigende Darstellung nicht mehr zugetraut wird“²².

Moderne Medien scheinen damit als ein gesellschaftliches Feld, in dem die mangelnde Anschlussfähigkeit der katholischen Kirche gegenüber demokratischen Gesellschaften besonders deutlich sichtbar wird. Dies liegt einerseits an den visuell-ästhetischen Qualitätsdefiziten, die über weite Strecken des kirchlichen und gemeindlichen Lebens konstatiert werden müssen. Andererseits dürfte die systemische Inkompatibilität zwischen den digitalen Medien und dem katholischen Kirchenverständnis für diese gestörte Beziehung verantwortlich sein. Diese Inkompatibilität zeigt sich im Umgang mit Dezentralität und hierarchischer Struktur. Die beeindruckend entfaltete kirchliche Medienarbeit des 19. Jahrhunderts mit ihrer breiten Palette von Printprodukten ließ sich in die kirchliche Verkündigungspraxis integrieren, weil sie von hierarchisch-zentralistischen Instrumenten der kirchlichen Zensur und des Klerikalismus flankiert werden konnte, mit denen sich die kirchliche Publizistik klar von außerkirchlicher Publizistik abgrenzen ließ. Sie entsprach damit dem ekklesiologischen Muster der „halbierten Moderne“²³, konnte so zu einem integralen Bestandteil der konfessionalistischen Abgrenzung und darin zu einem wichtigen Instrument kirchlicher Pastoralmacht avancieren. Genau diese Flankierung eines breiten publizistischen Engagements durch ein lehramtliches Grenzregime ist in der dezentralen Grundstruktur der *Social Media* obsolet: Die

²⁰ Ebd., 399.

²¹ P. Stoellger, Theologie, in: S. Günzel, D. Mersch (Hg.), Bild. Ein interdisziplinäres Handbuch, Stuttgart 2014, 439–446, hier: 439.

²² Hoeps, Von der Darstellung der Gegenwart (s. Anm. 19), 405.

²³ U. Beck, Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt a. M. 1986, 118.

Ausgestaltung der *Social Media* lässt sich kaum staatlich regulieren, kirchlich gar nicht. *Social Media* überwinden durch ihre „Partizipationskultur“²⁴ klassische Sender-Empfänger-Modelle und destabilisieren aufgrund ihrer „flexibilisierten Kollektivitäten“ intransparente Hierarchie- und Autoritätsgefüge. Deshalb sind *Social Media* ein wichtiger Lernort, kirchlich-lehramtlicher Transformation, unabhängig davon, ob sie als Entmachtung oder notwendige Weiterentwicklung interpretiert werden. Sie enthalten gerade deshalb zugleich das Potenzial, kirchlichen Realitäten als kritisches Gegenüber und damit als konstitutiver Bestandteil spätmoderner Kirchenentwicklung zu fungieren.

Denn gesellschaftliche Öffentlichkeiten „als Möglichkeitsraum, in dem das Unbekannte und noch nicht Entschiedene verhandelt wird, um es auf seine Realitätstauglichkeit hin zu prüfen“²⁵, sind in spätmodernen Kontexten Orte unabgeschlossener und unabschließbarer Lernprozesse. Nur durch persönliche Exklusionsentscheidungen und durch die Struktur von Algorithmen eingeschränkt, ermöglichen sie die Konfrontation mit fremden Wahrnehmungen, Beobachtungen und Einschätzungen und damit auch mit den für Lernprozesse unabdingbaren Irritationen. Sie sind mit dieser heilsam destabilisierenden Wirkung für Theologie und Kirche *riskante Orte*, insofern sie stabile Kontinuitätskonstruktionen hinterfragen und sie in konstitutiv-offene Suchprozesse²⁶ überführen. Wenn das Zentralkomitee der deutschen Katholiken (ZdK) im Jahr 2022 in der Positionsbestimmung zwischen Kirche und gesellschaftlichen Öffentlichkeiten mit dem Titel *Aufbruch statt Rückzug* diese Funktion digitaler Medien gewürdigt hat, zeugt dies zugleich von einer intensiven Positionssuche gegenüber diesen kritischen Öffentlichkeiten:

„So bedeutsam der Beitrag von Religion und ihren Vertreter*innen für aktuelle gesellschaftliche Debatten ist, so hilfreich ist ihrerseits die Öffentlichkeit für eine dynamische Entwicklung der Religionen selbst. Deshalb hat die Kirche wertschätzend, offen und lern-

²⁴ R. Reichert, *Die Macht der Vielen. Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung*, Bielefeld 2013, 146.

²⁵ B. Stegemann, *Die Öffentlichkeit und ihre Feinde*, Stuttgart 2021, 58.

²⁶ W. Beck, *Ohne Geländer. Pastoraltheologische Fundierungen einer risikofreudigen Ekklesiogenese*, Ostfildern ²2022, 188.

bereit mit dieser kritischen Öffentlichkeit umzugehen und Formen des Austausches zu suchen.“²⁷

3 Der Verlust der Deutungshoheit

Hatte Papst Benedikt XVI. noch gegenüber der Satirezeitschrift *Titanic*, die ihn mithilfe einer Fotomontage despektierlich beschmutzt abbildete, 2012 einen Gerichtsprozess angestrengt²⁸, erscheint dies in einer spätmodernen Gesellschaft anachronistisch. Denn einerseits verstärkt es die publizistische Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit im Internet, so dass der Effekt einer juristischen Auseinandersetzung das Anliegen konterkariert (Streisand-Effekt). Andererseits wird in den Kontexten digitaler Medien deutlich, dass eine direkte Auseinandersetzung über die eigene bildliche Darstellung kaum mehr zu führen ist, denn auch die Möglichkeit, über das eigene Bild zu bestimmen, schwindet.

Der technische Fortschritt ermöglicht es inzwischen jedem:r, niedrigschwellig Bilder zu bearbeiten und zu erstellen. Hat man dafür zunächst Computer und teure Programme gebraucht, so reicht heute das eigene Smartphone. Dabei sorgen ständige Erreichbarkeit und Vernetzung über von Bildern geprägte *Social Media* dafür, dass sich Bilder und Videos immer schneller verbreiten. Auch in den *Memes* über Papst und Kirche spiegelt sich das wider: waren es zu Anfangszeiten des Aufkommens der *Social Media* Bilder, die von Presse oder Vatikan veröffentlicht wurden und amateurhaft mit Schrift bearbeitet wurden (beispielsweise „Pope Bars“, Abb. 1), können heutzutage dank Künstlicher Intelligenzen komplette Bilder erstellt werden, die zwar täuschend echt wirken, aber meistens von einem absurden Kontext gerahmt werden.

²⁷ Zentralkomitee der deutschen Katholiken, *Aufbruch statt Rückzug. Die römisch-katholische Kirche in der Öffentlichkeit heute* (herausgegeben von W. Beck, R. Heyer, D. Sattler, T. Söding, A. Wuckelt), Freiburg i. Br. 2022, 32.

²⁸ Vgl. O. Kühn, *Papst gegen Titanic*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 10.7.2012, <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/einstweilige-verfuegung-papst-gegen-titanic-11815983.html> [Abruf: 17.7.2023].

Folgen ...

His psalms are sweaty, knees weak,
 cross is heavy. There's vomit on his
 robe already, Vatican spaghetti...
 #popebars

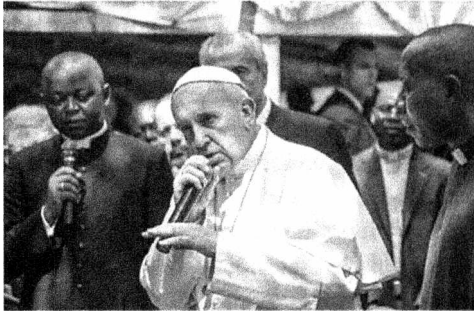


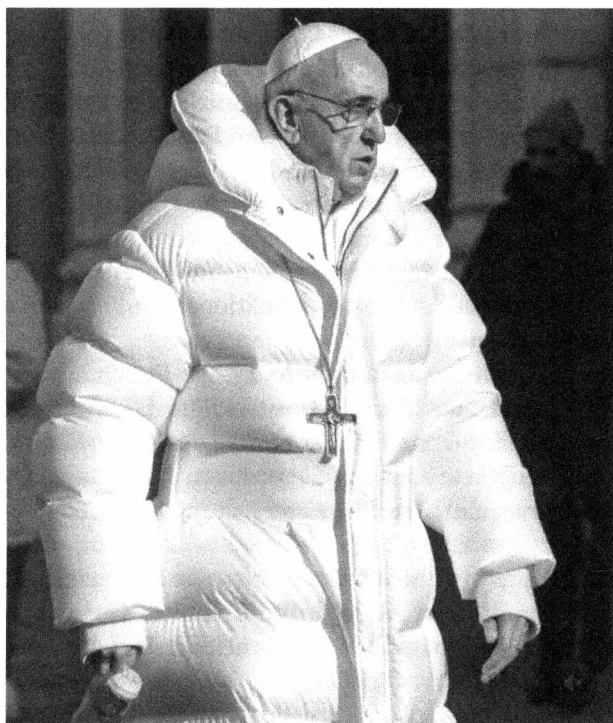
Abb. 1: Instagram Beitrag @diazmackie, März 2023
 (Screenshot: W. Beck, L. Kohlbrenner)

Das markante KI-generierte Bild von Papst Franziskus in Pufferjacke und Sonnenbrille, die sonst nur Rapper tragen, hat mittlerweile Berühmtheit erlangt und viele Nachahmer:innen gefunden.

So wundert es nicht, dass die mithilfe der KI-Software Midjourney erstellten Bilder von Papst Franziskus mit ihren grotesk-ironischen Übersteigerungen nicht einmal mehr eine ablehnende Reaktion seitens kirchlicher Behörden hervorrufen.

Der Verlust der Deutungshoheit über das eigene Bild ist zumindest bei den Personen und Ämtern mit einem öffentlichen Interesse bemerkenswert. Katholische Amtsträger, insbesondere Päpste, sind von diesem Verlust der Deutungshoheit besonders betroffen, weil das Papstamt der Pontifikate Johannes Paul II., Benedikt XVI. und Franziskus in seinem Übergang zur Spätmoderne auffällig stark durch eigene bildliche Inszenierungen bestimmt und darin auch amtstheologisch überformt wurde: ein reisender Papst, der an den Flughäfen der Welt den Boden küsst und Fotos vom eigenen Skiurlaub verbreiten lässt; ein Papst, der die klerikalen Gewänder von den roten Schuhen bis zum Hermelin-Mantel zu einem zentralen Medium seines Selbstverständnisses erhebt; ein Papst, der die eigene

...



Fehlender Kontext Die gleichen Informationen wurden bereits in einem anderen Beitrag von Faktenprüfern geprüft.



Abb. 2: Instagram Beitrag @stjilifeteen, Juni 2019
(Screenshot: W. Beck, L. Kohlbrenner)

Bescheidenheit der Lebensführung und Hinwendung zu marginalisierten und notleidenden Menschen durch symbolische Gesten und bildliche Darstellung betont. Diese Reihe der strategischen Integration von Bildern in die Ausgestaltung des jeweiligen Verständnisses des Papstamtes ist lang und sie lässt eine medientheoretische Einsicht erkennen: Keine schriftliche Enzyklika und kein päpstlicher Brief dürften für die Entwicklung der Kirche und ihres Selbstverständnisses eine den Bildern vergleichbare Wirkung entfalten. Zugleich entsteht mit der Einbindung dieser Bildwirkung in die Kir-

chenentwicklung das Risiko, ihre Entwicklung und Steuerung eben nicht zentral justieren zu können und zugleich einer intensiven digitalen Mediennutzung bei Seelsorger:innen²⁹ und Kirchenmitgliedern gegenüberzustehen. Dass KI-generierte Bilder gerade auch auf Instagram breite Diskussionen über Wahrheitsgehalte und Bedeutung bildlicher *Fake-News* auslösen, lässt sich zunächst als Indiz für gesellschaftliche Suchprozesse verstehen. Die diskursive Bewertung und Einordnung von Bildern stellt deshalb ein markantes Beispiel spätmoderner Komplexitätssteigerungen dar.³⁰

4 Sichtbarkeit von Identitätskonstruktionen

Mit Bildern, ihren Bearbeitungen und ihren Einbindungen in die Breite der dargestellten Identitätskonstruktionen entstehen „visuelle Kommunikate“³¹. Sie sind im Kontext „phatischer Kommunikationsstrukturen“³² ein zentrales Element von Beziehungsangeboten und Beziehungspflege in der Ausgestaltung von „Teilöffentlichkeiten“³³.

Identität entwickelt sich immer unter der Frage eigener Wahrnehmungen und deren Abgleich mit Fremdwahrnehmungen, sie ist anhaltende „Identitätsarbeit“³⁴. Für beide Faktoren ist die Sicht-

²⁹ Vgl. L. Cantoni, E. Rapetti, S. Tardini u. a., PICTURE: The Adoption of ICT by Catholic Priests, in: P. Hope Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, C. Ess (Hg.), *Digital Religion, Social Media and Culture. Perspectives, Practices and Futures*, New York 2012, 131–149, hier: 147.

³⁰ Vgl. L. M. Hanisch, Die digitale Sinn-Flut: Wie Digitalisieren Komplexitätsüberschüsse begünstigt und sozialen Wandel befeuert, in: E.-M. Endres, A. Puzio, C. Rutzmoser (Hg.), *Menschsein in einer technisierten Welt. Interdisziplinäre Perspektiven auf den Menschen im Zeichen der digitalen Transformation*, Wiesbaden 2022, 129–143, hier: 140.

³¹ Pirker, *Zur Macht der Bilder* (s. Anm. 11), 179.

³² R. Simanowski, *Facebook-Gesellschaft*, Berlin 2016, 69.

³³ S. Trültzsch-Wijnen, *Identität, Orientierung und Lebenswelt. Ein mehrdimensionaler Blick auf situatives Aushandeln von Privatheit im Social Web*, Baden-Baden 2018, 445.

³⁴ S. Walser, *Identitätsfindung und Glaubensdynamik. Folgerungen für die systematische Theologie*, in: Ders., K. v. Stosch, A. Weber (Hg.), *Theologie im Übergang. Identität – Digitalisierung – Dialog*, Freiburg i. Br. 2022, 89–113, hier: 96.

barkeit von zentraler Bedeutung. Sie kann im Sinne eines Spiegels der Wahrnehmung und Ausgestaltung des Selbstbildes eingeordnet werden. All dies gilt in Neuzeit und Moderne auch unabhängig von digitalen Medien (wie sich leicht in der Bedeutung des Spiegels in der Lebensphase der Adoleszenz, wie in den herausfordernden und verunsichernden Abgleichungsprozessen gegenüber der *Peergroup* oder Alterskohorte ablesen lässt). Digitale Medien bilden allerdings schon früh spezifische Instrumente aus, etwa das „Selfie“³⁵ oder Schminktutorials, die primär für Fragen der Selbst- und Fremdwahrnehmung in Dienst genommen und in die Prozesse sozialer Interaktion integriert werden. Damit entsteht ein anhaltender Prozess der Aushandlung von Identitätskonstruktionen, wie Christina Ernst³⁶ in Anlehnung an Erving Goffmann analysiert. Goffmann macht für Menschen in der Spätmoderne in der Darstellung die „Struktur unseres Selbst“³⁷ aus, wofür die Formate der *Social Media* besondere Möglichkeiten bieten. Insofern in spätmodernen Gesellschaften Menschen als „das kreative, sich selbst kuratierende Subjekt“³⁸ vor der anhaltenden Aufgabe stehen, die eigene Identitätskonstruktion zu entwickeln, bilden *Social Media* insbesondere für Jugendliche und junge Erwachsene einen „Spielraum“³⁹ zur Ausbildung unterschiedlicher Identitäten im persönlich definierten Schnittfeld von Privatheit und Öffentlichkeit. Die Bildpraxis der *Social Media*, insbesondere bei Instagram, veranschaulicht daher ein markantes Element spätmoderner Anthropologie⁴⁰, in der die

³⁵ Vgl. T. Gojny, *Mir gegenüber – vor aller Augen. Selfies als Zugang zu anthropologischen und ethischen Fragestellungen*, in: Dies., K. S. Kürzinger, S. Schwarz (Hg.), *Selfie – I like it. Anthropologische und ethische Implikationen digitaler Selbstinszenierung*, Stuttgart 2016, 15–40.

³⁶ C. Ernst, *Mein Gesicht zeig ich nicht auf Facebook. Social Media als Herausforderung theologischer Anthropologie*, Göttingen 2015, 238.

³⁷ E. Goffmann, *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*, München 2003, 230.

³⁸ Reckwitz, *Die Gesellschaft der Singularitäten*, 297.

³⁹ K. S. Kürzinger, „So bin ich – bin ich so?“ Identität und Spiegelungen des Selbst in Selfies und Selbstporträts, in: Dies., T. Gojny, S. Schwarz (Hg.), *Selfie – I like it. Anthropologische und ethische Implikationen digitaler Selbstinszenierung*, Stuttgart 2016, 117–136, hier: 121.

⁴⁰ T. Gojny, *Mir gegenüber – vor aller Augen. Selfies als Zugang zu anthropologischen und ethischen Fragestellungen*, in: Dies., K. S. Kürzinger,

Identität der Einzelnen unter Verlust zentraler Orientierungspunkte und Autoritäten zugunsten dezentraler Überwachungsmechanismen von „Selbsttechnologien“⁴¹ zu einer anhaltenden, lebenslangen Konstruktionsaufgabe⁴² geworden ist. Die problematischen Übersteigerungen zu Selbstoptimierungen, deren Struktur schon in den Filterfunktionen von Instagram ausgemacht werden kann⁴³ und zur Manifestation dichotomer Geschlechterstereotype beiträgt, wird dabei zunehmend problematisiert⁴⁴ und in der Gegenbewegung der „Body Positivity“⁴⁵ beantwortet.

5 Religiöse Kommunikation

Social Media sind als reale Lebensorte spätmoderner Gesellschaften auch zu Orten religiöser Praxis geworden (vgl. z. B. Twomplet auf Twitter, Feministisches Andachtskollektiv (FAK), Faithpwr und Yeet auf Instagram). Sie bilden damit auch Orte religiöser Kommunikation, die sich in diesem Bereich gesellschaftlicher Öffentlichkeiten konkretisiert und in einer „Nichtidentität von Erlebnisqualität, Kulturreourcen und Sprachpraxis“⁴⁶ gestaltet wird. Hier wird also erkennbar, dass religiöses Erleben nicht bloß medial vermittelt wird, sondern sich in den *Social Media* selbst auch ereignet – dabei aber durchaus einen Verweischarakter auf andere, auch analoge Erlebnisorte beinhalten kann.

S. Schwarz (Hg.), *Selfie – I like it*. Anthropologische und ethische Implikationen digitaler Selbstinszenierung, Stuttgart 2016, 15–40, hier: 23.

⁴¹ A. Bernard, *Komplizen des Erkennungsdienstes. Das Selbst in der digitalen Kultur*, Frankfurt a. M. 2017, 195; Vgl. A. Bernard, *The Triumph of Profiling. The Self in Digital Culture*, Cambridge 2019, 132.

⁴² Vgl. H. Keupp, *Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*, Reinbek 2006; V. Pirker, *Fluide und fragil. Identität als Grundoption zeitsensibler Pastoralpsychologie*, Ostfildern 2013.

⁴³ Vgl. W. Gerling, *Bilder verteilen. Fotografische Praktiken in der digitalen Kultur*, Bielefeld 2018, 50.

⁴⁴ Vgl. Kürzinger, *Identität* (s. Anm. 39), 125.

⁴⁵ Gerling, *Bilder verteilen* (s. Anm. 43), 68.

⁴⁶ C. Seibert, *Religiöse Kommunikation unter den Bedingungen der Social Media*, in: I. Nord, S. Luthe (Hg.), *Social Media, christliche Religiosität und Kirche. Studien zur Praktischen Theologie mit religionspädagogischem Schwerpunkt*, Jena 2014, 77–97, hier: 89.

Insofern sich auch spätmoderne Öffentlichkeiten dynamisch und heterogen entwickeln, ergeben sich für die Funktionsbestimmung von Theologie in diesen Kontexten weitreichende Effekte, für die auf die Arbeiten von Jonas Bedford-Strohm⁴⁷ verwiesen sei. Dass sich dabei auch Form und Ausrichtung religiöser Kommunikation als Teil dieser „fragmentierten Öffentlichkeiten“⁴⁸ mit spezifischen Prozessen sozialer Abgrenzung wandeln, liegt nahe. Umso erstaunlicher ist nach Kristin Merle, dass sich diese religiöse Kommunikation auf wenige Akteur:innen beschränkt und nur in geringem Umfang explizite Formen annimmt.⁴⁹ Dieser Umstand verwundert gerade auch deshalb, weil sich in *Social Media* durchaus vitale Prozesse der Kirchenentwicklung und Netzwerkbildung⁵⁰ beobachten lassen.

Diese Netzwerke bestehen oft aus *Influencer:innen*, die gerade für Jugendliche wichtiger als religiöse Autoritäten sind.⁵¹ Das liegt auch daran, dass kirchliche Autoritäten ihre *Social Media*-Auftritte vor allem als Verweis auf die analoge Welt verstehen, beispielsweise für Terminankündigungen. Sie bleiben damit weit hinter den Möglichkeiten, wie sie in *Memes*⁵², Zitaten und religiösem

⁴⁷ J. Bedford-Strohm, *Beyond the Bubble. The Digital Transformation of the Public Sphere and the Future of Public Institutions*, München/Eichstätt 2017, 117.

⁴⁸ Vgl. F. v. Oorschot, *Fragmentierte Öffentlichkeiten und geteilte Realität. Zum osmotischen Potential theologischer Modellierung*, in: J. Bedford-Strohm, F. Höhne, J. Zeyher-Quattlender (Hg.), *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Interdisziplinäre Perspektiven auf politische Partizipation im Wandel*, Baden-Baden 2019, 83–94.

⁴⁹ Vgl. K. Merle, *Religion in der Öffentlichkeit. Digitalisierung als Herausforderung für kirchliche Kommunikationskulturen*, Berlin/Boston 2019, 354.

⁵⁰ I. Nord, *Kirche als Netzwerkorganisation: Das Beispiel Kirchen und Gemeinden in Netzwerken für Nachhaltigkeit*, in: R. Rosenstock, I. Sura (Hg.), *Mediatisierung und religiöse Kommunikation. Herausforderungen für Theologie und Kirche*, Hamburg 2018, 99–115, hier: 112.

⁵¹ A. Mattes, C. Novak, *Translocal feeds of faith: How mobility and digitalisation shape the religious life of young believers*, in: *Journal of Contemporary Religion*, (2023 im Erscheinen); C. Novak, A. Mattes, M. Haselbacher, K. Limacher, *Religious „bubbles“ in a superdiverse digital landscape? Research with religious youth on Instagram*, in: *Religions* 13/3, 213 (2022) 1–12. doi: 10.3390/rel13030213

⁵² Vgl. L. Kohlbrenner, *Kleine Bilder statt großer Texte*, in: <https://www.feinschwarz.net/kleine-bilder-statt-grosser-texte/> [Abruf: 17. 3. 2023].

Lifestyle⁵³ als religiösem und spirituellem Content sichtbar werden, zurück. Ein Beispiel ist das Netzwerk rund um die konservative Laienbewegungen „Maria 1.0“⁵⁴ und „Neuer Anfang“⁵⁵. Bei derartigen Akteuren im konservativen bis traditionalistischen Spektrum lässt sich auch eine internationale Vernetzung erkennen. Liberalere Angebote finden sich beispielsweise in dem Limburger Format von „Faithpwr“⁵⁶. Die gleichwohl relativ niedrigen Zahlen der Follower bei explizit christlichen und kirchlichen Angeboten, die bislang in niedrigen vier- bis fünfstelligen Bereichen verbleiben, lassen es fragwürdig erscheinen, hier überhaupt von *Influencer:innen* und *Sinfluencer:innen* zu sprechen.

6 (Sakramenten-)theologische Sondierungen

Frederike van Oorschot fragt nach dem „osmotischen Potential“⁵⁷ unterschiedlicher theologischer Ansätze, mit denen sich die Abgeschlossenheit fragmentierter Öffentlichkeiten bearbeiten ließe und greift dabei auf Ansätze der Öffentlichen und der Ökumenischen Theologie zurück. Sie zielen auf unterschiedliche Weise auf die Integration von Multiperspektivität in die unterschiedlichen theologischen Ansätze ab. Sie überwinden also statische Wahrheitskonzeptionen und zielen auf „gemeinsame Praxis“⁵⁸ in der Ausgestaltung von Lebenswelten ab. Bei der Gestaltung religiöser Kommunikation bis hinein in eine digitale Verkündigung des christlichen Glaubens wäre also nach Möglichkeiten einer möglichst pluralen Praxis zu suchen. Es ginge also gerade nicht um die eine theologische Konzeption katholischer Theologie durch eine Zentralinstanz, sondern um die Ermöglichung von spielerischen Kommunikationsprozessen mithilfe möglichst vieler Beteiligter. Darin drückt sich das Ernstnehmen von Öffentlichkeit als „dialogische Lebensform“ aus, die als Ermöglichungsrahmen einer „dialogischen Theologie“ gelten kann:

⁵³ Vgl. Novak, Haselbacher, Mattes, Limacher, Religious „bubbles“ (s. Anm. 51), 7–8.

⁵⁴ <https://www.instagram.com/mariaeinspunktnull/> [Abruf: 2. 5. 2023].

⁵⁵ https://www.instagram.com/neueranfang_/ [Abruf: 2. 5. 2023].

⁵⁶ <https://www.instagram.com/faithpwr/> [Abruf: 12. 5. 2023].

⁵⁷ Oorschot, Fragmentierte Öffentlichkeiten (s. Anm. 48), 85.

⁵⁸ Ebd., 92.

„Eine Glaubensperspektive, die sich als *eine* Stimme unter anderen weiß und reflektiert, steht nicht in der Gefahr, eine ängstliche Deutungshoheit in Absehung von anderen Religionen und Weltanschauungen zu beanspruchen, sondern versteht sich von vornherein in einer Gemeinschaft mit anderen Religionen und Wissenschaften, ohne die ihr entscheidende, sie selbst weiterbringende Herausforderungen fehlten.“⁵⁹

In der Betrachtung von Instagram könnte dies im Sinne einer potenzierten Dialogizität bedeuten, bildliche und textliche Theologien miteinander ins Gespräch zu bringen und dabei bildtheoretische und bildtheologische Elemente aufzugreifen. Dies scheint gerade im Feld sakramententheologischer Reflexionen bedeutsam. Bilder, auch die des sakramentalen Zeigens, haben „Deutungsmacht“⁶⁰ – selbst in ihrer ikonoklastischen Ablehnung. Das Bild ist daher gerade aufgrund seiner Macht ein Konstitutivum des Sakramentalen:

„Das Bild *lässt* und *macht* sehen, indem es etwas so oder so zeigt und darin wirksam vergegenwärtigt. Das ist die Deutungsmacht des Bildes.“⁶¹

Der Verweis, dass Sakramente als liturgische Vollzüge gerade auf analoges Feiern beschränkt sein müssten, greift insofern zu kurz, als damit der ikonografisch-theologische Verweischarakter der symbolischen Handlung, der „ikonische Überschuss“⁶² als Verweis auf das Undarstellbare, unberücksichtigt bleibt. Eine Beschränkung auf dieses Argumentationsmuster bestünde also in der Übernahme einer verkürzten Bild-Theologie: Symbol und Bild weisen eben nicht nur auf eine Realität hin, sondern vergegenwärtigen diese zugleich. Sakramententheologisch ist daher von einer „sakramentalen Dialektik von Abwesenheit und Anwesenheit“⁶³ auszugehen. Wenn

⁵⁹ C. Büchner, Kontur gewinnen in Beziehung. Zum Konzept einer Theologie im Gespräch, in: Dies., G. Spallek (Hg.), Im Gespräch mit der Welt. Eine Einführung in die Theologie, Ostfildern 2016, 9–26, hier: 15.

⁶⁰ P. Stoellger, Bilder *lassen* und *machen* sehen. Zur Deutungsmacht des Bildes im religiösen Kontext, in: Visuelles Wissen (2014) 143–171, hier: 146.

⁶¹ Ebd., 155.

⁶² J. Luge-Winter, Die Ikone und das Undarstellbare. Ikonentheorien im bildtheoretischen Kontext, Bielefeld 2022, 203.

⁶³ K. Wenzel, Braucht religiöser Glaube Realität?, in: V. Pirker, K. Pišonić

Knut Wenzel auf das philosophische Desiderat einer Klärung des „ontologischen Status des Virtuellen“⁶⁴ verweist, wird damit auch eine theologische Bestimmung der Potenziale digitaler „Fernanwesenheit“⁶⁵ möglich. Gerade visuell geprägte Formate der *Social Media*, wie Instagram, lassen darin die Möglichkeit erkennen, zum theologischen Lernort zu werden:

„Die Erfahrung von Telepräsenz in computervermittelter Kommunikation ist in dieser Perspektive als eine von vielen ‚kleinen Transzendenzen‘ auszulegen, die den lebensweltlichen Alltag auf *die eine große Transzendenz* hin durchsichtig werden lassen. Die Erfahrung, dass eine abwesende Person im virtuellen Gesprächsraum anwesend wird, dass diese Präsenz aber mit bleibender Abwesenheit einhergeht, kann durchsichtig werden für die Begegnung mit Gott.“⁶⁶

Zugleich bleibt in der Vergegenwärtigung des Abwesenden eine anhaltende Entzogenheit bestehen, die „Differenz zwischen Symbolisiertem und Symbol“⁶⁷. Möglicherweise könnte gerade die theologische Würdigung der digital-bildlichen „Fernanwesenheit“⁶⁸, zu der Instagram in besonderer Weise anregt, problematische Facetten einer verselbstständigten sakramentalen Religionspraxis hinterfragen und kirchliche „Wahrnehmungsroutinen durchbrechen“⁶⁹, in denen von einer weitgehenden Verfügbarkeit des Heiligen im rituellen Vollzug ausgegangen und die Alterität des Gottesverständnis-

(Hg.), *Virtuelle Realität und Transzendenz. Theologische und didaktische Erkundungen*, Freiburg i. Br. 2022, 18–28, hier: 21.

⁶⁴ Ebd., 27.

⁶⁵ Wulffen, *Ereignet sich Gott* (s. Anm. 1), 129.

⁶⁶ C. Costanza, *Fernanwesenheit. Personsein im Social Web im Lichte der Theologie*, in: Dies., C. Ernst (Hg.), *Personen im Web 2.0. Kommunikationswissenschaftliche, ethische und anthropologische Zugänge zu einer Theologie der Social Media*, Göttingen 2012, 127–145, hier: 144.

⁶⁷ J. M. Hoff, *spüren* – Anmerkungen zu Hans-Joachim Höhns ästhetischer Sakramententheologie, in: M. Dürnberger, J. Krain, K. v. Stosch (Hg.), *Gott – Welt – Mensch. Eine Auseinandersetzung mit Hans-Joachim Höhn*, Würzburg 2023, 119–134, hier: 123.

⁶⁸ Wulffen, *Ereignet sich Gott* (s. Anm. 1), 129.

⁶⁹ Hoff, *spüren* (s. Anm. 67), 130.

ses nur noch durch dysfunktionale „Mystifizierungsprogramme“⁷⁰ inszeniert wird. Mit Instagram ist deshalb nicht nur die kirchliche und theologische Verfügungsmacht über das Bild erlebbar, sondern auch die damit verbundene, positiv zu bestimmende Schwäche.

⁷⁰ Ebd., 129.