

Kirchliche Selbstfindung im Digitalen

*Zur Überwindung
kommunikativer
Blockaden werden
digitale Medien
für die katholische
Kirche zum wichtigen
Lernfeld und damit
zum Ort notwendiger
Kirchenentwicklung.*



von
Wolfgang Beck

Foto: Angelika Kamlage

In ihrem Umgang mit modernen Medien hat die katholische Kirche eine wechselvolle Geschichte. Während des Kulturkampfes avancierte sie mit einer unüberschaubaren Vielfalt an Zeitschriften zu einem der großen Medienakteure und konnte ein wichtiges Instrument in der Medienarbeit etablieren, mit dem sich die konfessionellen Abgrenzungen des katholischen Milieus stabilisieren ließen.

Außerdem konnte sie ein Konzept, das sich zum Beispiel in der kirchlichen Verwaltung oder in den kirchlichen Bildungseinrichtungen bewährt hatte, auf die eigene Medienarbeit übertragen: mit modernen Mitteln agieren, um das antimoderne Kirchenverständnis zu stabilisieren.¹ Medienarbeit wurde so zu einem wichtigen Bestandteil kirchlicher Verkündigung. Und diese Verkündigung des christlichen Glaubens in seiner katholischen Gestalt wurde auf den kirchlichen Selbsterhalt beschränkt.

Dass dies im geschichtlichen Rückblick eine massive Deformation von kirchlicher Glaubensverkündigung darstellt, scheint im 21. Jahrhundert unzweifelhaft. Zugleich prägt dieses Verständnis der Verkündigung und die enge Einbindung der Medienarbeit in das Bemühen um kirchlichen Selbsterhalt das Medienverständnis in weiten Teilen der katholischen Kirche bis in die Gegenwart. Möglich war die Nutzung des Modernen für das Antimoderne durch seine enge Bindung an das kirchliche, vor allem bischöfliche Lehramt und an die Hierarchie des Klerus. Relativ spät, im 20. Jahrhundert, entstand die Vorstellung, dass kirchliche Medien – sofern sie nicht durch diese enge Einbindung geprägt sind – auch ein unabhängiges und kritisches Korrektiv gegenüber der Kirchenleitung sein können. Der geschichtliche Blick auf diese markante Phase katholischer Medienarbeit ist hilfreich, um das Verhältnis der Kirche zu den digitalen Medien verstehen und einordnen zu können.

Denn dieses Verhältnis ist vor allem von Ressentiments und Skepsis geprägt. Die verschiedenen Formate der Social Media gelten vielen Theolog:innen, Seelsorger:innen und Bischöfen als oberflächlich und seicht. „Eigentliche“ Begegnungen und tiefgehende Kommunikation scheint ihnen nur in Präsenzform denkbar. Das seelsorgliche Gespräch bedürfe der Face-to-face-Begegnung, Gottesdienste hätten ausschließlich im Kirchraum stattzufinden,

und Sakramente als zentrale kirchliche Vollzüge erscheinen in digitaler Form nicht mal diskutabel. Diese breite und recht stabile Abwehrhaltung hat gerade in der Corona-Pandemie ihre fatale und schädliche Wirkung entfaltet. Hier warnten zu Beginn der Pandemie Bischöfe noch vor der digitalen Übertragung von Gottesdiensten und entmutigten Seelsorger:innen bei der kreativen Entwicklung neuer Formate im Digitalen. Die CONTOC1-Studie macht sichtbar, wie gering dabei die innerkirchliche Unterstützung für digitale Angebote durch Seelsorger:innen ausfiel (contoc.org).

Doch wieso kommt es zu solch einem gegensätzlichen kirchlichen Vorgehen? Während im 19. Jahrhundert moderne Medienformate aufgegriffen und intensiv genutzt wurden, gibt es im 21. Jahrhundert ein breites Unverständnis der Mechanismen aktueller Medien und deren erstaunliche Ablehnung.

Gründe für das katholisch-hierarchische Ressentiment

Digitale Medien bauen auf einer einfachen Grundstruktur auf, die Armin Nassehi als Muster des Digitalen gerade hinsichtlich des daraus erwachsenen Potenzials beschrieben hat. Denn „die Einfachheit der binären Codierung“ schafft „eine unfassbare Fülle von operativen Möglichkeiten“². Demnach ist die einfache Grundstruktur eine der Hauptfaktoren für die noch vor drei Jahrzehnten unvorstellbare Fülle an Anwendungen und Formaten.

Eine zweite, damit eng verbundene Eigenschaft ist die große und nahezu unbegrenzte Dezentralität. Sie ermöglicht eine Auflösung der klassischen Konstellation von Konsument:innen und Produzent:innen³, weil potenziell jede:r zur: journalistischen Akteur:in werden kann.

¹ Wolfgang Beck, *Die katholische Kirche und die Medien. Einblick in ein spannungsreiches Verhältnis*, Würzburg 2018, 61.

² Armin Nassehi, *Muster. Theorie der digitalen Gesellschaft*, München 2019, 174.

³ Ramón Reichert, *Die Macht der Vielen. Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung*, Bielefeld 2013, 84.

Das ermöglicht politische Umstürze genauso wie die Destabilisierungen demokratischer Institutionen. Die Diskussion um grassierende Fake-News, Manipulation und die Bildung kommunikativer „Bubbles“ lässt erkennen, dass aus der radikalen Dezentralität auch Gefährdungen der demokratischen Strukturen entstehen können. Das Kommunikationsverhalten rechtspopulistischer Politiker:innen macht diese missbräuchlichen Praktiken weltweit sichtbar. Dabei gefährdet die radikale Dezentralität nicht nur demokratische Strukturen. Sie ermöglicht eben auch breit angelegte Meinungsbildungsprozesse.

Der Ruf des Kommunikationswissenschaftlers Bernhard Pörksen nach einer „redaktionellen Gesellschaft“⁴ erscheint dabei jedoch als eher hilfloser Versuch vermisste Strukturelemente wiederzubeleben, mit denen die Unübersichtlichkeit des Digitalen in feste Formen gebracht und damit handhabbar gemacht werden könnte.

Auf der anderen Seite entspricht eben diese Dezentralität auch einer spätmodernen „Beteiligungskultur“⁵, in der Menschen die Optionalität aktiver Mitgestaltung erwarten: Kaum ein YouTube-Kanal, bei dem nicht zu Themenvorschlägen aufgerufen wird; kein Twitter- oder Instagram-Account, der nicht maßgeblich durch bloße „Gefällt-mir-Buttons“ genutzt wird.

Es sind diese niedrigschwelligen Partizipationsformen, die in ihrer Prägestraft weithin unterschätzt sind. Denn sie signalisieren den einzelnen Nutzer:innen, selbst in einer aktiven Rolle zu sein ohne Tweets formulieren und Videos aufnehmen zu müssen. Hier sind alle in der Position, Meinung ausdrücken und mitgestalten zu können. Daraus ergibt sich die für spätmoderne Gesellschaften spezifische Unübersichtlichkeit, die zu neuen – nicht nur populistischen – Formationsbildungen führt. Dass sich dabei analog zu den ökonomischen Korrekturen des Marktgeschehens kaum Mechanismen der Korrektur etablieren, gehört zu den ernüchternden Erkenntnissen digitaler Medien.⁶

Die Stärke dieser Formationen liegt indes in der „phatischen Kommunikation“⁷: In ihnen versichern sich die Teilnehmenden ihres kommunikativen Beziehungsstatus und ermöglichen sich das Inszenieren der eigenen Identitätskonstruktion. Wie das Fernsehen mit seinen großen Shows am Samstagabend die Funktion des gesellschaftlichen „Lagerfeuers“ übernahm und bis zum Gespräch auf dem Schulhof und am Arbeitsplatz am Montagmorgen eine gesellschaftliche Zugehörigkeit großer Bevölkerungsteile erzeugte, so symbolisiert die digitale Dezentralität die Option der eigenständigen Gestaltung des eigenen Selbstverständnisses. Und so ermöglichen Social Media die Gewissheit, gesehen zu sein. Die meisten Formate von Social Media lassen sich daher in ihrer Ausrichtung vor allem als Mittel zur Beziehungspflege verstehen.

Allerdings ist diese breite Partizipationskultur von Social Media eine massive Anfrage gegenüber hierarchischen Strukturen, die den Trägern von Amt und Titel herausgehobenes Rede- und Gestaltungsrecht reservieren sollen. Wenn ein YouTube-Kanal oder ein WhatsApp-Angebot lediglich als neue Gelegenheit verstanden wird, die eigenen Mitteilungen und „Hirtenworte“ zu verbreiten, bleibt die diskursive und dezentrale Logik dieser Formate unberücksichtigt.

Und weil es auch in Kulturwissenschaften und Soziologie – von Dirk Baecker bis Sascha Lobo („Die Krise des Wir“) – immer wieder die Befürchtung gibt, dass mit den digitalen Medien eine gesellschaftliche Destabilisierung demokratischer Strukturen eintreten könnte, kommt es im Ressentiment zu überraschenden Allianzen mit den skeptischen und ängstlichen Stimmen, unter anderem in der katholischen Kirche.

⁴ Bernhard Pörksen, *Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung*, München 2018, 186.

⁵ Stephanie Schwenkenbecher / Hannes Leitlein, *Generation Y. Wie wir glauben, wie wir leben. Neukirchen-Vluyn 2017, 207.*

⁶ Jaron Lanier, *Wenn Träume erwachsen werden. Ein Blick auf das digitale Zeitalter*, Hamburg 2015, 349.

⁷ Roberto Simanowski, *Facebook-Gesellschaft*, Berlin 2016, 147.

Potenziale digitaler Kirchenentwicklung

Vordergründig betrachtet beinhalten digitale Medien, mit ihren neuen Formen gesellschaftlicher Öffentlichkeiten Zumutungen für vormoderne Ansätze kirchlichen Lebens. Sie verstärken kirchliche Verlusterfahrungen. Das Zentralkomitee der deutschen Katholiken (ZdK) hat 2021 in seiner Positionsschrift „Aufbruch statt Rückzug“⁸ diesen Bedeutungszuwachs gesellschaftlicher Öffentlichkeiten als kritische Instanz gegenüber der katholischen Kirche positiv gewürdigt. Dabei zeigt sich eine neue Form von Öffentlichkeiten, die nicht dem Privaten gegenübersteht, sondern das Private und Öffentliche wechselseitig integriert.⁹

Neben einer Verstärkung der von Andreas Reckwitz beschriebenen Singularisierungstendenzen im Digitalen (Reckwitz spricht gar von „Singularisierungsmaschinen“¹⁰), gibt es in den verschiedenen Formaten von Social Media paradoxe Tendenzen zu Gemeindebildungsprozessen¹¹ (Vgl. „FaithPWR“ auf Instagram) oder zu digital-liturgischen Formen der Religionspraxis (Vgl. „Twomplet“ als Form des Stundengebets auf Twitter). Es kommt vor allem zu einer kommunikativen Prägung von Menschen, die sich auch auf die analogen Bereiche des Lebens auswirkt. Wer in den Social Media Partizipationsofferten als Selbstverständlichkeit gewöhnt ist, akzeptiert kaum, dass ihm diese Möglichkeiten in klassischen kirchlichen Formaten der Kommunikation vorenthalten werden.

Wer gewohnt ist, dass Kommunikation in digitalen Kontexten auch mit der Möglichkeit von eigenen „Selbstdarstellungen“¹² verbunden ist, wird kaum verstehen, dass er:sie in kirchlichen Kontexten auf ein schweigendes Zuhören beschränkt werden soll.

In diesen wenigen Beispielen zeigt sich, dass sich im weiten Feld digitaler Medien weitreichende Effekte für Fragen der Kirchenentwicklung ergeben. Die sozial- und medienethische Flankierung¹³ digitaler Medien ist dabei wichtiger Bestandteil dieser Betrachtungen. Effekte und Prägungen einer „Kultur der Digitalität“¹⁴ gehen jedoch weit darüber hinaus und erfordern fortlaufende theologische und kirchliche Reflexionsprozesse.

Wo kirchliche Akteur:innen nicht nur digitale Medien nutzen, sondern sich auf die kommunikativen Strukturen einer „Kultur der Digitalität“ einlassen, da entsteht ein prägendes Lernfeld für Kirchenentwicklungsprozesse, die Michael Ebertz als „bevormundungsfrei, vereinnahmungsfrei, ermöglichungsstark“¹⁵ skizziert. Dies ist jedoch weniger eine Bedrohung als vielmehr eine Chance, die sich für die Kirche in digitalen Lebenswelten eröffnet.

Prof. Dr. Wolfgang Beck

Lehrstuhl für Pastoraltheologie und Homiletik an der Phil.-Theol. Hochschule Sankt Georgen in Frankfurt am Main; Leiter des „Studienprogramm Medien und öffentliche Kommunikation“; Sprecher des „Wort zum Sonntag“ in der ARD; Redaktionsmitglied beim Theologischen Feuilleton „feinschwarz.net“.

⁸ Zentralkomitee der deutschen Katholiken (ZdK), *Aufbruch statt Rückzug. Die römisch-katholische Kirche in der Öffentlichkeit heute*, Freiburg i. B. 2022.

⁹ Kristin Merle, *Digitalität der Kultur: Ein Interview mit Felix Stalder*, in: Diess. / Ilona Nord (Hg.), *Mediatisierung religiöser Kultur. Praktisch-theologische Standortbestimmungen im interdisziplinären Kontext*, Leipzig 2022, 57–68, 59.

¹⁰ Zitiert nach: Bernhard Lauxmann, *Verstummt die Dogmatik angesichts boomender Digitalität? – Beobachtungen und Zwischenrufe aus praktisch-theologischer Perspektive*, in: Lukas Ohly / Roman Winter (Hg.), *Theologie angesichts des Digitalen*, Frankfurt a. M. 2023 (im Erscheinen).

¹¹ Wolfgang Beck, *Digitale Konnektivitäten als christliche Sozialform? Von brüchigen Stabilitätsversprechen zu rhizomatisch-ekklesialen Szenen*, in: Ders. / Ilona Nord / Joachim Valentin (Hg.), *Theologie und Digitalität. Ein Kompendium*, Freiburg i. B. 2021, 302–318.

¹² Christina Ernst, *Sichtbar entzogen. Medienwissenschaftliche und theologische Deutung von Selbstdarstellungspraktiken auf Facebook*, in: Diess. / Christina Costanza (Hg.), *Personen im Web 2.0. Kommunikationswissenschaftliche, ethische und anthropologische Zugänge zu einer Theologie der Social Media*, Göttingen 2012, 32–47, 46.

¹³ Vgl. Sarah Spiekermann, *Digitale Ethik. Ein Wertesystem für das 21. Jahrhundert*, München 2019.

¹⁴ Felix Stalder, *Kultur der Digitalität*, Berlin 2016.

¹⁵ Michael N. Ebertz, *Entmachtung. 4 Thesen zu Gegenwart und Zukunft der Kirche*, Ostfildern 2021, 94.