

Kirchenkommunikation online

Was reicht? Was reformieren wir?
Von Susanna Wolf und Thomas Zeilinger

Abstract Als Hybridsphäre zwischen privatem und öffentlichem Raum verlangt persönliche Öffentlichkeit User_innen im Social Web strategisches Agieren ab, wollen sie ihre Online-Performance selbstbestimmt gestalten. Möchte die EKD ihre Mitglieder hier einerseits erreichen und sie andererseits im souveränen Gestalten von Social-Media-Kommunikation unterstützen, reicht es nicht aus, sich online als Institution mit Sendungsbewusstsein zu präsentieren. Auch wenn ihre interne Haltung zur Digitalisierung ambivalent ist, lassen sich aus dem Diskursprozess zu Luthers Zeiten die reformatorischen Wurzeln ihrer aktuellen Verantwortung herleiten. Wie diese während einer Summer School in Wittenberg definiert und diskutiert wurde, zeichnet der Beitrag nach.

Reformationsgedenkjahr 2017: 800 (Promotions-)Studierende diskutieren in Wittenberg. Übergeordnete Thematik bildet ein genügsames oder – je nach Perspektive – auch forderndes Motto: „Es reicht. Was mich angeht.“ Für die fordernde Variante entscheidet sich die Abteilung Christliche Publizistik der FAU Erlangen-Nürnberg: „Kommunikationsrechte in der digitalisierten Weltgesellschaft. Genug gewartet: Für eine Reformation auf der intransparenten Datenachterbahn!“ nennt sie ihre sechstägige Seminareinheit. Mit Blick auf das revolutionäre Potential medialer Transformationsprozesse – sowohl im 21. Jahrhundert als auch vor 500 Jahren – untersucht sie am zentralen Ort der lutherischen Reformation in Kooperation mit WACC (World Association of Christian Communication) Parallelen zwischen Reformation und Digitalisierung. Im DAAD-geförderten Seminar setzen sich Master-

Susanna Wolf, M. A., setzt sich als Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Abteilung Christliche Publizistik der FAU Erlangen-Nürnberg mit Privatheit, Datenschutz und deliberativen Prozessen im Kontext der digitalen Demokratie auseinander.

Dr. Thomas Zeilinger ist Kirchenrat, Landeskirchlicher Beauftragter für Ethik im Dialog mit Technologie und Naturwissenschaft der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern, sowie Privatdozent an der Abteilung Christliche Publizistik der FAU Erlangen-Nürnberg.

studierende und Doktorand_innen aus sieben Ländern¹ mit internationalen Dozierenden² unterschiedlicher Disziplinen mit den Impulsen auseinander, die von Wittenberg aus um die Welt gingen. Am direkten Bogen der Reformationszeit zur evangelischen Kirche heute knüpfen die Überlegungen zu aktuellen Möglichkeiten kirchlicher Kommunikation an. Kirche bedient sich immer schon zeitgemäßer medialer Ausdrucksformen zur Verkündigung ihrer Botschaft, sind es nun Flugblätter zur Reformationszeit oder Tonbandaufnahmen von Predigten im 20. Jahrhundert. Medialer Wandel konfrontiert sie jedoch auch mit anspruchsvollen Veränderungen, die es zu gestalten gilt. Dabei rückt aktuell in den Fokus, welche konkreten Anforderungen die Digitalisierung an die Kommunikationsleistung der evangelischen Kirche stellt.

War es in der Reformationszeit die durch den Buchdruck ermöglichte höhere Reichweite von Botschaften eines *einfachen Mönchs* wie Martin Luther (vgl. Burkhardt 2002, S. 57), so ist es aktuell der Wegfall von privilegierten Senderpositionen, der Kirche im Zeitalter von *User-Generated Content* herausfordert (vgl. EKD 2014). Das mediale Produktionsmonopol in den Händen der Wenigen hat ausgedient; publizieren kann über Onlinekanäle nun prinzipiell jede und jeder. Für die Institution Kirche zeichnen sich hierdurch weitreichende Transformationen ihrer Organisation ab. Dieser Prozess impliziert, dass sich kirchliche Kommunikation grundlegend verlagert: von einem ehemals senderzentrierten hin zu einem benutzerorientierten Akt (vgl. Radde-Antweiler 2016, S. 148).

Interne Ambivalenzen: Von Netzgemeinden und WLAN-Skeptizismus

Einer der wesentlichen Impulse für Luthers Kirchenlehre war sein Verständnis vom *Priestertum aller Getauften*, wie er es vor allem 1520 in seinen beiden reformatorischen Programmschriften „An den christlichen Adel Deutscher Nation“ und „Von der Freiheit eines Christenmenschen“ entfaltet hat: Die Bezeichnung „Priester“ gilt nicht einem höheren Stand, sondern meint die mit der Taufe gegebene Berufung eines jeden Christen (vgl. Luther 1520a, Luther 1520b). Deshalb mag man vielleicht davon

1 Vertreten sind: die Bahamas, Deutschland, Indien, Schottland, Südkorea, Ukraine und die USA.

2 Die Dozierenden kommen aus: Deutschland, England, Indien und den USA.

ausgehen, der evangelischen Kirche würde es leichter fallen, sich einem demokratisierenden Medienwandel zu öffnen, als dem von einem hierarchischeren Verständnis geleiteten römischen Katholizismus. Doch das Potential der Provokation lässt sich durchaus vergleichen: Während in den Kirchen klare Ordnungen bestehen, gehen digitale Räume idealiter von der prinzipiellen Gleichheit aller Kommunikationsteilnehmer_innen aus, die im Online-kontext zur Sprache kommen.³ Dieser Umstand fordert die Bildung kirchlicher Lehre letztlich genauso heraus, wie die Bildung kirchlicher Sozialformen.

Gemeindliches Leben und gottesdienstliche Feier in digitalen Räumen: Für die einen liegt darin die Zukunft von Kirche, was Projekte wie sublan.tv zeigen. Während interaktiver Gottesdienstübertragungen kommentiert eine Netzgemeinde zwei Thesen, die ihr anstelle einer Predigt vorgestellt werden. In einem moderierten Liveformat ordnet ein theologisches Team diese Kommentare ein oder reagiert auf Fragen (vgl. Mawick 2015, S. 34f.). Das Projekt gleicht damit fast einer Neuauflage von Luthers Anregungen zu einer mündigen Gemeinde, wie er sie beispielsweise in der Leisniger Kastenordnung ausführt (vgl. Luther 1907).

Für andere bleibt trotz unzähliger digitaler Möglichkeiten zur Gottesdienstgestaltung raumzeitliche Kopräsenz essentiell (vgl. Raschzok 2010, S. 19). Um von Gemeinde und Gottesdienst im Vollsinn sprechen zu können, zeigt sich als wesentliches Element „gemeinschaftliche Praxis. Es gibt ihn [den Gottesdienst] nur, wenn eine Gemeinde da ist [...] Gemeinsam in einem Raum, gemeinsam hörend, singend, betend und bekennend“ (Deeg 2015, S. 27). Davon abgesehen weisen Kritiker_innen digitaler Kommunikation wiederholt auf Risiken hin, zu denen sich Kir-

*Für einige liegt die Zukunft von Kirche
in gemeindlichem Leben und
gottesdienstlicher Feier
in digitalen Räumen.*

3 Klar ist, dass öffentliche Kommunikation durch digitale Dienstleister einer Monopolbildung ausgesetzt ist, die die Plattformen betrifft. Die Hürden jedoch, sich über solche Plattformen generell zu äußern, können in der Hinsicht als gering betrachtet werden, dass bspw. weder spezifische IT-Kenntnisse erforderlich sind (Stichwort: Content-Management-Systeme) noch eine erwiesene redaktionelle Kompetenz, wie sie für die professionelle Anstellung bei einem Medienunternehmen erforderlich wäre. Selbstverständlich sind für einen selbstbestimmten Umgang mit digitalen Plattformen dennoch Kompetenzen erforderlich, um sie souverän zu nutzen, worauf der Beitrag an späterer Stelle eingeht.

che im Rahmen des digitalen Wandels positionieren muss. Deren Bandbreite reicht von der Informationssicherheit im Bereich Online-Seelsorge (Waske 2015) bis zu grundlegenden gesundheitlichen Fragen im Zusammenhang mit WLAN-Strahlung, wie sie für den sogenannten Godspot zum Einsatz kommt (vgl. Thiede 2016).

Authentische Kommunikation – eine Chance für Kirche im Netz

Eine klare Chance, die Kirche speziell für ihre Kommunikation in Sozialen Netzwerken ergreifen kann, liegt im Fokus auf das persönliche Zeugnis jedes/r Kommunikationspartner_in. Authentizität tritt an die Stelle von Autorität, Person an die Stelle von Position. Diese Perspektive auf den Beitrag des einzelnen Teilnehmenden innerhalb eines vielstimmigen Diskurses lässt sich in die Reformationszeit zurückverfolgen. „In ‚Gesprächsbüchlein‘ diskutierten Bürger, Bauern und Handwerker untereinander oder mit Mönchen und ‚Pfaffen‘, außerdem Gelehrte und ehemalige Nonnen oder Väter und Söhne [...] in einer flugschriftentauglichen literarischen Gattung“ (Burkhardt 2002, S.

*Netzwerke spielen auch im
16. Jahrhundert eine entscheidende
Rolle für die mündliche Publikation
reformatorischer Ideen.*

59). Bezeichnend ist die Kombination mündlicher und schriftlicher Kommunikation, die jeweils aufeinander verweist und unterschiedliche mediale Möglichkeiten ausschöpft. In illustrierte Flugblätter und Flugschriften als frühmoderne Tagesmedien gehen Predigten ein, Lieder werden als Einzeldrucke, Liedhefte und Gesangbücher festgehalten und verbreitet. Vice versa bezieht sich die Face-to-Face-Kommunikation ebenso auf gedruckte Medien, indem ihre Inhalte zitiert und diskutiert werden (vgl. ebd., S. 56ff.). „So bildet die multimediale Kommunikationssituation der Reformationszeit einen vom neuen Druckmedium zusammengehaltenen Verbund“ (ebd., S. 59), wobei selbstverständlich die (Luther-)Bibel den gemeinsamen Referenzpunkt für den argumentativen Austausch liefert (vgl. ebd., S. 62f.). Netzwerke spielen auch im 16. Jahrhundert eine entscheidende Rolle für die mündliche Publikation reformatorischer Ideen „vor allem in Städten und Dörfern, die über nachbarschaftliche und verwandtschaftliche, zünftische und amtspolitische Netzwerke, soziale Verflechtungen und eine kommunikative Binnenstruktur verfügten“ (ebd., S. 58). Essentiell für einen weitreichenden Publikationsradius ist jedoch die gedruckte Form (vgl. ebd., S. 60).

Die gegenseitige Referenz von Präsenzkommunikation und einer kommentierenden oder dokumentierenden Verschriftlichung ist ebenso wie die Medienkombination auch ein Phänomen des Social Web. Es ist keine Besonderheit, dass Twitter Walls und Facebook Postings tagesaktuelle Themen oder öffentliche Events (in Echtzeitkommunikation) begleiten, im Schrift- wie (Bewegt-)Bild-Format kommunizieren und zugleich in den jeweiligen Präsenzdiskurs aufgenommen werden können. In moderner soziologischer Perspektive lassen sich drei klassische Organisationstypen mit Relevanz für die Rolle der Person in der gegenwärtigen Social-Media-Kommunikation nennen:

Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement. Diese Trias schlägt Jan-Hinrik Schmidt als Analyserahmen vor, um miteinander verschränkte Elemente persönlicher Kommunikationsakte im Social Web berücksichtigen zu können (vgl. Schmidt 2012, S. 138). Beim Identitätsmanagement konfrontiere sich eine Person mit der „Kernfrage

der Selbstauseinandersetzung“ (ebd.), wenn sie durch ihr Profil selektiert aufzeigt, was sie darstellen möchte, auch in ihrer (kritischen) Haltung gegenüber (vermeintlichen) kulturellen Vorgaben. Der aktuelle Trend zur Individualisierung provoziere dieses Verhalten. Dem Beziehungsmanagement eigen sei, „soziale Beziehungen explizit zu machen“ (ebd.) und zwar durch den tatsächlichen Akt des Kontakt-Aufnehmens oder -Abweisens. Das ehemals rein professionelle Networking dehne sich damit auf den privaten Bereich aus und trage zur bewussten Positionierung oder zumindest nachträglichen Reflexion eben dieser Aktion bei. Dies mache gerade die Herausforderung notwendig, mit einem heterogenen Geflecht persönlicher Kontakte umgehen zu können. Das Informationsmanagement referiere letztlich auf das Verhalten eines Nutzers gegenüber digitalen Inhalten und umfasse u. a. deren Recherche, Selektion, Modifikation oder Publikation. Ein Überangebot an Informationen, dem der/die Nutzer_in online ausgesetzt sei, mache individuelle Filterungsprozesse notwendig, um Inhalte von persönlicher Relevanz fokussieren zu können (vgl. ebd., S. 138f.). Eine Person zeige damit innerhalb ihrer Präsenz im Social Web eine gezielte Selektion ihrer Eigenschaften, interagiere mit konkret ausgewählten Kreisen und favorisiere Information(sweitergabe) von für sie persönlicher Relevanz. Dadurch entstehe im Social Web eine sogenannte *persönliche Öffentlichkeit* (vgl. ebd., S. 140).

Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement sind die drei klassischen Organisationstypen der Social-Media-Kommunikation.

Wo Menschen für das biblische Wort einstehen, webt sich das Netz des Glaubens inmitten der Transformationen medialen Wandels neu.

Diese Erkenntnisse warten im Zusammenhang mit kirchlicher Kommunikation an vielen Stellen noch immer auf ihre Umsetzung. Zwar informiert und präsentiert die Institution Kirche sich inzwischen vielfältig auf (fast) allen medialen Kanälen. Mit Blick auf die beiden anderen *Management-Optionen* sind die Chancen aber noch keineswegs ausgeschöpft. Dabei unterstreichen die Wirkungen der Reformation, dass gerade dort genuine Stärken des Christentums verborgen liegen, wo man Kirche nicht in erster Linie als Institution, sondern als Netzwerk von Personen denkt: Soziale Netzwerke ermöglichen den Austausch in reziproken Beziehungen und stiften so Verbindung. Dass Persönlichkeit und *Gesicht* für die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft

einer Botschaft an Bedeutung gewinnen, stärkt zwar nicht unbedingt etablierte Ordnungsformen von Kirche, muss deshalb aber keineswegs den christlichen Glauben schwächen. Wo Menschen im Sinne des christlichen Zeugnisses mit O-Ton und Person für das biblische Wort einstehen, webt sich das Netz des Glaubens inmitten der Transformationen medialen Wandels neu. Für Kirche ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung getan, wo sich auch ihre Repräsentant_innen durch Gesicht und Stimme ebenso wie ihre Perspektive auf Glaube und Leben im Social Web erkennbar machen – und den Diskurs bereichern (vgl. Zeilinger 2012).

Persönliche Öffentlichkeit: Verantwortbare Haltung & Hybridphänomen

Bei allen Vorteilen, die personalisierte Kommunikationsprozesse im Social Web für Kirche bergen, muss sie sich gleichzeitig ihrer Verantwortung stellen, in einem begleitenden Metadiskurs deren Risiken zu benennen und zu reflektieren. Wenn Kompetenz auf die Fähigkeit referiert, Lösungsstrategien zu entwickeln und verantwortungsvoll anzuwenden, befindet sich Kirche wohl derzeit im experimentierenden Selbstversuch um die Frage: Wie lässt sich Selbstpositionierung und -präsentation in Sozialen Netzwerken für jeden Menschen selbstbewusst gestalten? Denn eine *persönliche Öffentlichkeit* liegt gerade zwischen öffentlicher und privater Sphäre verortet. Dabei gilt es zu vermeiden, dass sie unter dem Deckmantel einer Synthese unbemerkt in ein Extrem abgleitet: Privatheit extrem als Selbstvervielfältigung ins Leere oder – ganz gegenteilig – Öffentlichkeit extrem als Selbstentleerung.

Ab dem Moment wenn eine Person öffentlich in Erscheinung tritt, wird sie Teil einer interaktiven Wirklichkeit: Als Individuum muss sie sich zur Frage „Wer bist du?“ verhalten. Mit Hannah Arendt ereignet sich so – durch das öffentliche Sprechen und Handeln einer Person – ihre „zweite Geburt“ (Arendt 1996, S. 215). Bewege sie sich allerdings *stets nur* im engsten Kreis des ihr Vertrauten, hinterlasse sie öffentlich keinerlei Spuren; in diesem Fall ist sie nicht am Generieren und Aktualisieren einer gemeinsamen Wahrnehmungswelt beteiligt (vgl. ebd., S. 66). Durch den fehlenden Austausch drehe sie sich – in einer Extremform von Privatheit – nur um sich selbst. Setzt sich dieses Verhalten gesamtgesellschaftlich durch, unterminiere das eine gemeinsame Wahrnehmungswelt im Sinne eines politischen Diskursraums (vgl. ebd., S. 72f.).

Übertragen auf Schmidts Management-Trias zeichnen sich derzeit Phänomene ab, die eine solche Vereinzelung in abgeschlossene, vertraute Gruppierungen begünstigen: Trägt das Social Web auch das Potential weltoffen zu sein, begünstigt es genauso die individuelle Abschottung in das vertraute Feld der Informationen und Kontakte, die rein die eigene Haltung wiedergeben. Diesen Effekt erzeugen Nutzer_innen aktiv (wenn auch ggf. nicht reflektiert), wenn sie sich in eigene Echokammern zurückziehen als „schalldichte Räume, in die von außen kaum etwas hineindringt, während im Inneren die bereits vorhandenen Stimmen um ein Vielfaches verstärkt werden“ (Lütjen 2016, S. 17). Tendenziell passiv sind Nutzer_innen hingegen dem Filter Bubble Effect ausgesetzt (vgl. Pariser 2011), wenn für sie weitgehend intransparente algorithmische Prozesse ihr Informationsmanagement beeinflussen. Sind alle Inhalte, die sie erreichen, auf sie zugeschnitten, agieren und reagieren sie (bspw. durch Kommentieren) auch hier nur im ihnen vertrauten Bereich; ein multiperspektivischer Diskurs kann nicht zustande kommen.

Die Extremform von Öffentlichkeit entzieht hingegen dem Menschen den vertrauten Kreis als Rückzugsort, wenn er sich *stets nur* öffentlich bewegen kann. Arendt geht davon aus, dass es gerade das Verbogene sei, was dem Menschen Tiefgründigkeit verleiht. Diese „jeweils verschiedene Tiefe“ (Arendt 1996, S. 87) komme nur dann im gesellschaftlichen Miteinander zum Tragen, wenn sich der Mensch dort als einer einbringen könne, der an etwas glauben darf und einen Rückzugsraum besitzt. Ein solcher Rückzugsraum kann dann dazu dienen, diesen Glauben

*Sind alle Inhalte auf
die Nutzer_innen zugeschnitten,
kann kein multiperspektivischer Diskurs
zustande kommen.*

im Vertrauen individuell zu erleben und zu festigen. Vorgegebene Optionen von Content-Management-Systemen hingegen fördern Konformitätsdruck, wenn Informationen auf Passgenauigkeit hin öffentlich publiziert und dadurch mess- wie vergleichbar sind. Ein Gegenüberstellen von ausgewerteten Datenkonglomeraten als vermeintliche Repräsentation von Personen degradiert

Ein Extrem an äußerer Öffentlichkeit kann innere Isolation evozieren, wenn Angst vor undurchsichtigen Konsequenzen vorherrscht.

Menschen zu Big-Data-Objekten, die sich für Folgen rechtfertigen müssen, welche sie nicht intendieren oder absehen konnten (vgl. Brücher 2013, S. 162). Dadurch dass sich algorithmische Auswertungsprozesse nicht einsehen lassen, sind ihre Konsequenzen nicht transparent.

Wenn diese stete Öffentlichkeit im Social Web über einen unbekannten Dritten gegeben ist, der als Dienstleister die Plattform stellt, Kommunikation speichert, auswertet und weitergibt (vgl. ebd., S. 107-113), schränkt sie freien Informationsaustausch ein. Die erwähnte Tiefgründigkeit eines Menschen ist beispielsweise dann bedroht, wenn er persönliche Themen aus Angst vor undurchsichtigen Konsequenzen nicht mehr ansprechen kann und der private Rückzugsraum fehlt, in dem er sich im Vertrauen austauschen könnte. Ein Extrem an äußerer Öffentlichkeit kann damit innere Isolation evozieren.

Reformatorische Wurzeln aktueller kirchlicher Verantwortung im digitalen Kontext

Als Kategorie des gesellschaftlichen Zusammenlebens besteht der jeweilige Inhalt von öffentlicher und privater Sphäre als Zuschreibung, die sich laufend aktualisiert und damit historischen Transformationsprozessen unterzogen ist. Die Bedeutung von Öffentlichkeit der Reformationszeit ist selbstverständlich nicht mit dem modernen Öffentlichkeitsbegriff gleichzusetzen, wie er sich im 18. Jahrhundert als der einer bürgerlichen Öffentlichkeit herausbildet, die als Korrektiv und Gegenüber eines Staates agiert (vgl. Habermas 1990, S. 111, 119). Ein aufgeklärter Vernunftbegriff existiert im 16. Jahrhundert ebenso wenig wie ein moderner Staat. Anführen lässt sich jedoch eine vielschichtige reformatorische Öffentlichkeit (vgl. Burkhardt 2002, S. 56, 63), die auf Basis des Evangeliums argumentiert: „Es war diese nicht überbietbare Legitimation einer Öffentlichkeit aus der Offenbarung Gottes, die der druckgestützten evangelischen Bewegung ihre reformatorische Dynamik gab“ und in diesem Zuge „ein noch lose gefügtes System von Rechts- und Herrschaftsträgern [...] mit unerwarteten irdischen Forderungen“ (ebd., S. 63) kon-

frontiert. Gerade diese Art der Partizipation – sich auf Basis des eigenen Glaubens und Gewissens in der Verantwortung am Nächsten in den Diskurs um die Interpretation der Bibel einzubringen –, die den geschlossenen Kreis von Edikten einer herrschenden Elite aufbricht, lässt sich heute als Verantwortung der Kirche lesen, sich für ein demokratisches, vielstimmiges Gespräch einzusetzen. Das bedeutet nun auch für den digitalen Kontext, auf Phänomene eine Antwort zu finden, die einen solchen Austausch einschränken, wie es bei Echokammer und Filter Bubble Effect der Fall ist.

In ihrem dialektischen Verhältnis zur öffentlichen ist auch die private Sphäre zur Reformationszeit ihrem konkreten Inhalt nach nicht mit einem modernen Verständnis gleichzusetzen, dessen Wurzeln in den Erfahrungen und Idealen der bourgeois Kleinfamilie des 18. Jahrhunderts gesehen werden können (vgl. Habermas 1990, S. 111, 119). Die Ansätze eines Privatheitsverständnisses nach Luther zeigen sich jedoch bereits als differenziert. Geht es um das Verhältnis des/der Einzelnen zu Gott, lehnt Luther „den privatistischen [...] Grundzug aller Mystik“ (Kaufmann 2006, S. 98) ab, den der Versuch einer stets von der Gemeinschaft abgeschotteten Glaubensannäherung einzig in der Selbstauseinandersetzung mit sich bringe. Diese Perspektive ergibt sich für ihn genuin aus dem Evangelium als Heilszuspruch, den sich niemand selbst zuteilwerden lassen könne: „Denn dieses Wort kann sich niemand selber sagen; es muss ihm gesagt werden. Dazu bedarf es der Kirche, genauer: der Gemeinde der Gläubigen, die dieses Wort hört, in deren Kreis es wirksam wird“ (ebd., S. 101f.). Im Vordergrund steht allerdings nicht der institutionelle Gedanke von Kirche, sondern der gemeinschaftliche. Somit kann auch die private Zusammenkunft eine Gemeinschaft im Sinn von Gemeinde sein, „überall da, wo es zum Glauben an das Evangelium und zu einer aus diesem Glauben fließenden Liebe kam“ (ebd., S. 104). Diese Liebe impliziert den vertrauten Austausch in geschütztem Umfeld, der die erwähnte Basis für die innere Selbstentfaltung und Sicherheit als Tiefgründigkeit bildet. Luther selbst ist zwar in der Regel stets in Gemeinschaft eingebunden, dennoch ist dieses Zusammensein als „offene Wohn- und Kostgemeinschaft“ (ebd., S. 96) für ihn ein vertrauensvolles Umfeld, das er in seiner Isolation auf der Wartburg

Luther lehnte den Versuch einer stets von der Gemeinschaft abgeschotteten Glaubensannäherung in Form einer reinen Selbstauseinandersetzung ab.

schmerzlich misst⁴ (vgl. ebd., S. 97). Exemplarisch wird aus diesem reformatorischen Erbe deutlich, dass sich Kirche gerade im digitalen Zeitalter dafür einsetzen muss, vertraute Austauschräume jedes Menschen zu bewahren, weil er allein auf sich selbst zurückgeworfen Gefahr läuft, seinen inneren Halt zu verlieren.

Kirche im Social Web: Ein Lernprozess

*Es ist Melanchthons Erbe,
dass Bildungsarbeit in Schule
und Gemeinde wesentliches
Glaubenselement ist.*

Blickt man von der Reformationszeit aus auf das Social Web als aktuelles kirchliches Kommunikationsmedium, so ist neben dem Ergreifen der Chancen, die es für die Kirche bringen kann, zugleich der kritische Blick auf offene Fragen nötig: Welche Inhalte eignen sich für welche Plattform? Welche eignen sich einzig für das unmittelbare Gespräch? Was müssen Kommunikator_innen der Kirche wie auch ihre Mitglieder außerdem für den gemeinsamen Austausch im Social Web wissen, um sich selbstbestimmt verhalten zu können? Die Diskussion auf der Summer School wies die maßgebliche Bedeutung eines Konzepts für digitale Souveränität auf, damit die einzelne Person hinsichtlich Religion und Glauben im Netz sprachfähig wird und verantwortlich agieren kann. Auch das ist eine Spur, die aus der Reformationszeit in die Gegenwart weist, ist es doch neben Martin Luther wesentlich Philip

Melanchthon, der mit seinem Wirken den Grundstein dafür legt, dass Wissens- und Herzensbildung der/ des Einzelnen in den folgenden Jahrhunderten zu einem zentralen Element des Protestantismus wird. Es ist Melanchthons Erbe, dass Bildungsarbeit in Schule und Gemeinde wesentliches Glaubenselement und kirchliche Verpflichtung sind (vgl. Scheible 2016). Damit ist er auch heute Vorbild für eine Medienbildung, die sich nicht blind medialen Dynamiken ausliefert, sondern kritisch ans Werk geht und ihren Erkenntnisschatz stetig aktualisiert. In einer Zeit, in der – anders als in der Reformationszeit

4 Zu den oben genannten Ausführungen zur Isolation ist das nun natürlich insofern nicht analog, als dass es sich an dieser Stelle tatsächlich um äußere Isolation handelt. Befindet sich Luther allerdings generell in der Situation, dass seine Kommunikation, sobald er sich öffentlich äußert „überregionale Bedeutung und ein reichsweites Publikum [erreicht]“ (Burkhardt 2002, S. 90), lässt sich hier unabhängig davon die These aufstellen, dass gerade der zurückgezogene Austausch in der Gemeinschaft von Freunden als Basis und Rückversicherung für die souveräne öffentliche Performance fungiert, weil eben auch ein Ort des Heilszuspruchs vorhanden ist.

- Informationen (tendenziell) überall auf Abruf verfügbar sind, treten dabei drei Kompetenzen in den Vordergrund: differenzierte Quellenkritik, das Kontextualisieren singulärer Inhalte sowie die reflektierte Entscheidung zur eigenen medialen Performance.

Literatur

- Arendt, Hannah (*1996): *Vita activa oder Vom tätigen Leben*. München/Zürich.
- Brücher, Cornel (2013): *Rethink Big Data*. Heidelberg/München u.a.
- Burkhardt, Johannes (2002): *Das Reformationsjahrhundert. Deutsche Geschichte zwischen Medienrevolution und Institutionenbildung 1517-1617*. Stuttgart.
- Deeg, Alexander (2015): *Das Ich im Wir. Was evangelische Gottesdienste bei allen Unterschieden gemeinsam haben*. In: *zeitzeichen*, 16. Jg., H. 11, S. 26-28.
- EKD (2014): *Kundgebung der 11. Synode der Evangelischen Kirche in Deutschland auf ihrer 7. Tagung zur Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft. Wahrnehmungen und Folgerungen*. https://www.bayern-evangelisch.de/downloads/EKD_kundgebung_schwerpunktthe-ma_14-11-12.pdf (zuletzt aufgerufen am 28.9.2017).
- Habermas, Jürgen (1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main.
- Kaufmann, Thomas (2006): *Martin Luther*. München.
- Luther, Martin (1520a): *An den Christlichen Adel deutscher Nation: von des Christlichen Standes besserung*. Wittenberg.
- Luther, Martin (1520b): *Von der freyheytt eynes Christen menschen*. Wittenberg.
- Luther, Martin (1907): *Die Wittenberger und Leisniger Kastenordnung*. 1522-1523. Bonn.
- Lütjen, Torben (2016): *Die Politik der Echokammer. Wisconsin und die ideologische Polarisierung der USA*. Bielefeld.
- Mawick, Reinhart (2015): *Wir machen alles neu. In Frankfurt/Main wird am Gottesdienst der Zukunft gearbeitet*. In: *zeitzeichen*, 16. Jg., H. 10, S. 33-35.
- Pariser, Eli (2011): *The Filter Bubble. What the Internet Is Hiding from You*. London.
- Radde-Antweiler, Kerstin (2016): *Digitale Religion? Medienforschung aus religionswissenschaftlicher Perspektive*. In: Nord, Ilona/Zipernovsky, Hanna (Hg.): *Religionspädagogik in einer mediatisierten Welt*. Stuttgart, S. 146-158.
- Raschzok, Klaus (2010): *Die Sprache des Kirchenraums. Vortrag beim Treffen der Kirchbauvereine der Evangelischen Kirche in Mitteldeutschland am 29.5.2010 im Augustinerkloster Gotha und am 19.6.2010 in der Theologischen Fakultät Halle (Saale)*. <http://www.ekmd.de/attachment/aa234c91bdaef36adbf227d333e5305b/1df89ed0489cb2689ed11df8035b9dade78b32d>

- b32d/Raschzok_Die_Sprache_des_Kirchenraumes.pdf* (zuletzt aufgerufen am 28.9.2017).
- Scheible, Heinz (2016): *Melanchthon. Vermittler der Reformation. Eine Biografie.* München.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2012): *Persönliche Öffentlichkeiten und politische Kommunikation im Social Web.* In: Ziegler, Béatrice/Wälti, Nicole (Hg.): *Wahl-Probleme der Demokratie.* Zürich/Basel u.a., S. 137-147.
- Thiede, Werner (2016): *Godspot, Gottspot. Kostenloses WLAN in Kirchen ist ein Irrweg.* In: „zeitzeichen“, 17. Jg., H. 7, S. 23.
- Waske, Sven (2015): *Große Nähe trotz aller Ferne. Über die Möglichkeiten, Chancen und Grenzen der Seelsorge im Internet.* In: *zeitzeichen*, 16. Jg., H. 10, S. 30-32.
- Zeilinger, Thomas (2012): *Der Bischof zeigt Gesicht. Die evangelische Kirche sollte in den Sozialen Netzwerken den Dialog pflegen.* In: *zeitzeichen*, 13. Jg., H. 3, S. 31-33.