



Kristin Merle: *Religion in der Öffentlichkeit. Digitalisierung als Herausforderung für kirchliche Kommunikationsstrukturen*. Berlin/Boston: De Gruyter 2019, 522 Seiten, 99,95 Euro.

Das Thema Digitalisierung ist mittlerweile in Kirche und Theologie angekommen – und damit wird es zunehmend Gegenstand theologischer Diskurse, insfern Theologie einen Beitrag zur Reflexion und Gestaltung von Digitalisierung leisten will. In ihrer Habilitationsschrift untersucht Kristin Merle den Wandel kirchlicher Kommunikationskulturen im Zeitalter der Digitalität (vgl. Stalder 2016): Wenn Kirche „wesenhaft eine Kommunikationsgemeinschaft“ (S. 2) ist, da Religion – zumindest im Fall der großen monotheistischen Offenbarungsreligionen – „kommunikativ verfasst“ (S. 1) ist, welche Auswirkungen hat dann die unter dem Narrativ Digitalisierung verhandelte Veränderung von Kommunikation in der Öffentlichkeit? Wie kann Kirche unter veränderten Bedingungen – und in einer weitgehend kommerzialisierten Infrastruktur – nach innen wie nach außen kommunikativ wirksam werden?

Ausgehend von einer Rekonstruktion des Begriffs der (bürgerlichen) Öffentlichkeit und ihrer Krise beschreibt die Autorin die Entstehung digitaler Öffentlichkeiten. Ihr Verständnis von Öffentlichkeit als Prozess der Konstruktion der Wirklichkeit sozialer Räume leitet die Frage nach dem öffentlichkeitsgenerierenden Potential digitaler Medien: Gerade mit Social Media können Menschen interaktiv partizipieren und so soziale Räume gestalten (*doing space*, S. 87). Dabei entstehen „persönliche Öffentlichkeiten“ (S. 122). Ergebnis der Digitalisierung von Kommunikation ist einerseits die neue Dimension der Kommunikation mit interaktiven Systemen, zum anderen eine (weitergehende) Entgrenzung und Integration (S. 140). Neben dem damit einhergehenden kulturgeschichtlichen Wandel, den Merle anhand von Stalder in einem eigenen Kapitel (S. 150-162) nachzeichnet, sind die Prozesse von Individualisierung, Säkularisierung und Deinstitutionalisierung prägend für die gegenwärtige Transformation von Religion und Religiosität.

Eine kritische Aufnahme des Resonanz-Konzepts von Hartmut Rosa (S. 204-209) leitet über zur Analyse religiöser Online-Kommunikation, die den empirischen Kern der Arbeit bildet. Der thematische Fokus liegt auf der Debatte um die Neuregelung der Sterbehilfe in den Jahren 2014 und 2015, die potentiell „religionsproduktiv“ (S. 221) ist. Mittels qualitativer Inhaltsanalyse

untersucht Merle „Diskursfragmente“ (S. 249) von Onlinekommunikation, wobei sowohl Inhalt als auch Form der Kommunikation transzendentenoffen sein müssen, um als „religiös dimensioniert“ (S. 256) zu gelten. Ergebnis der Untersuchung sind u. a. verschiedene Akteurstypen und die grundsätzliche Erkenntnis der Bedeutung der Selbstbestimmung für die Diskursteilnehmenden. Althergebrachte kirchliche Publizistik, die massenmedial die christliche Botschaft verbreiten will, läuft ins Leere, wenn sie „Positionen publiziert und nicht im Austausch mit konkreten Anderen plausibilisiert“ (S. 386). Dementsprechend muss sich kirchliche PR – und nicht „Öffentlichkeitsarbeit“! – weiterentwickeln und netzwerk- sowie dialogorientiert online arbeiten (S. 392). Gerade in der Pluralität der Volkskirche liegt die Chance, Filterblasen in Sozialen Netzwerken aufzubrechen und „die religiös-weltanschauliche Selbstbestimmung der Subjekte“ (S. 431) produktiv einzubringen.

Die Autorin leistet eine Einordnung der bisherigen Beiträge aus Soziologie, Kommunikationswissenschaft und (evangelischer) Theologie. Auch ohne das spezifisch reformatorische Verständnis von Volkskirche sind die Fragen nach dem Verhältnis von Kirche und Öffentlichkeit relevant. Nicht von ungefähr wird Stalders These von der Diversität als zwangsläufige Implikation einer Kultur der Digitalität auch in katholischer (praktischer) Theologie derzeit breit rezipiert.

Kritik im Detail muss angesichts der klug aufbereiteten Materialfülle beckmesserisch wirken. Allerdings kommt an keiner Stelle in den Blick, welche individuellen Voraussetzungen auf Seite der beteiligten Subjekte am öffentlichen Diskurs notwendig wären. Diese unter den Chiffren „digitale Kompetenzen“ oder (klassisch) Medienkompetenz verhandelten Ermöglichungsbedingungen von Öffentlichkeit sind nicht Gegenstand des Buches, wären aber aufgrund der zahlreichen dysfunktionalen Phänomene in der internetmediaLEN Kommunikation einen Verweis wert gewesen.

Ob Digitalität sich für Kirche als Chance erweist oder „nur“ Herausforderung bleibt, wird sich anhand ihrer Fähigkeit erweisen, in plurale Öffentlichkeiten hinein zu wirken und Diskurse in Netzwerken aufzugreifen. Ansonsten bleibt nur noch der Rückzug in sektenförmige Nischen.

Andreas Büsch, Mainz

Literatur:

Stalder, Felix (2016): Kultur der Digitalität. Frankfurt am Main.