

THEOLOGISCHE REVUE

116. Jahrgang

– April 2020 –

Merle, Kristin: Religion in der Öffentlichkeit. Digitalisierung als Herausforderung für kirchliche Kommunikationskulturen. – Berlin: De Gruyter 2019. (XII) 522 S. (Praktische Theologie im Wissenschaftsdiskurs, 22), geb. € 99,95 ISBN: 978-3-11-056974-2

In ihrer hier vorliegenden Habil.schrift nimmt Kristin Merle aus praktisch-theologischer Perspektive die Folgen und Möglichkeiten in den Blick, die sich im Rahmen der Digitalisierung für die Kommunikation der Kirchen ergeben. Obwohl erkennbar in der evangelischen Kirche beheimatet, beziehen sich große Teile ihrer Arbeit dabei auf die beiden großen Kirchen in Deutschland. Ein grundlegendes Interesse der Arbeit besteht zudem darin, einen theologischen Beitrag zu den Debatten über die Mediatisierung und zu dem parallel von M. beobachteten „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ zu leisten, die sich im Zusammenhang mit medialen Veränderungen ergeben. Ausgangspunkt ihrer Arbeit ist dabei, dass Kirche wesentlich eine Kommunikationsgemeinschaft ist. Daher sei Kirche mehr denn je auf die Reflexion der medialen Bedingungen von Kommunikation angewiesen, um ihrem Öffentlichkeitsauftrag nachzukommen.

M. widmet sich zunächst der Frage, auf welche Öffentlichkeit Kirche in ihrem Handeln bezogen ist. Obwohl der Begriff der „Öffentlichkeit“ auch in der theologischen Literatur eine große Rolle spielt, wird er nach ihrer Wahrnehmung nur selten tiefergehend geklärt. Sie erläutert unterschiedliche Fassungen des Öffentlichkeitsbegriffs in Forschung und Literatur, die sich zuletzt besonders mit dem Aufkommen des Internets und der Sozialen Netzwerke noch einmal erweitert haben. Immer stärker seien die alltäglichen Lebenswelten heute von Online-Kommunikation („internetmedialer Kommunikation“) durchdrungen. Dies fordere kirchliche Kommunikation heraus, unterschiedliche Kommunikationsräume miteinander zu verbinden. Denn wenn kulturelle Ausdrucksformen zunehmend in ein neues Kommunikationssystem integriert würden (eines der wesentlichen Merkmale des Internets), werde die symbolische Macht derer geschwächt, die sich außerhalb dieses Systems befinden. M. konstatiert, dass angesichts der Komplexität von Öffentlichkeit „die Notwendigkeit eines Umdenkens besteht, sofern Öffentlichkeit schlicht als Bezugspunkt – gar als ‚Handlungsfeld‘ – der Kirchen aufgerufen wird“.

Im nächsten Teil ihrer Arbeit blickt die Vf.in dann auf die „Kommunikation unter den Bedingungen der Digitalisierung“. Kommunikation erweise sich, so M., als „gesellschaftsstabilisierend angesichts von Prozessen fortschreitender Differenzierung und Dekontextualisierung“. Sie fragt nach Transformationen der Religion und des Religiösen, wie sie v. a. in der religionssoziologischen Literatur der letzten Jahre diskutiert werden: Mit den Begriffen von Individualisierung, Pluralisierung und Synkretisierung, Popularisierung und Spiritualisierung, Eventisierung und Mediatisierung benennt sie

die aus ihrer Sicht wesentlichen Phänomene. Die Digitalisierung von Kommunikation aber, so M., verstärke, beschleunige und potenziere die genannten Transformationen des Religiösen noch einmal, da diese Prozesse nicht auf den Bereich digitaler Kommunikation beschränkt seien, sondern die Kultur einer Gesellschaft als Ganze durchdringen. Außerdem führe die Digitalisierung zu einer neuen Form von „Entprivatisierung“, dem Auftauchen neuer Formen von Öffentlichkeit im Netz. Als charakteristisch für eine solche, in alltägliche Vollzüge unterschiedlicher Art eingewobene Kommunikationen identifiziert sie das „Passagere“. Als „passagere Kommunikation“ bezeichnet die Vf.in einen Kommunikationsmodus, der nicht auf dem klassischen Verständnis einer sozialen Gemeinschaft beruht, andererseits aber auch vielfach reziprok und „nicht unbedingt willkürlich“ sei.

Nach diesen theoretischen Vorüberlegungen fügt M. ihrer Arbeit einen empirischen Teil hinzu, in dem sie verschiedenartige Online-Kommunikationen mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse untersucht. Basis ihrer Untersuchung sind Online-Diskussionen, die durch religiöse Blogs sowie online gestellte Artikel reichweitenstarker Medien induziert sind. Die Studie möchte dadurch nach ihren Worten auch dazu beitragen, Methoden der Online-Forschung in das Methodenensemble theologisch-empirischer Religionsforschung zu integrieren. Ihre Fragestellung in diesem empirischen Teil lautet, wie sich in Online-Kommunikationen Dimensionen der Religion und des Religiösen beschreiben lassen, an welchen „Orten“ im Netz sich diese Dimensionen unter welchen Bedingungen vorfinden lassen und welche Gestalten diese Kommunikationen annehmen. Das Ergebnis besteht in einer „Typologie und Topologie religiöser Kommunikation in ‚der‘ (Netz-) Öffentlichkeit“. Daraus sollen sich schließlich Konsequenzen für die Kommunikationskulturen der Kirchen formulieren lassen. Thematisch nimmt M. dabei eine Fokussierung vor, indem sie Kommunikationen im Zusammenhang mit der Debatte um die gesetzliche Neuregelung der Sterbehilfe in Deutschland in den Jahren 2014 und 2015 analysiert. In ihrer Untersuchung zeigt sie, dass auch (oder: vor allem!) internetmediale Kommunikation das Potenzial einer resonanzsensiblen Kommunikation hat – jedenfalls unter der einschränkenden Bedingung des Blicks „nur“ auf das exemplarische Themenfeld Sterbehilfe.

Im letzten Kap. der Arbeit werden die bisherigen Ergebnisse und Ausführungen auf die Frage der Konsequenzen der medialen Transformationsprozesse für kirchliche Kommunikationskulturen bezogen. Einen größeren Teil nimmt dabei die Beschreibung einer für die Kirchen relevanten Implementierung von Public Relations ein. Zudem plädiert M. deutlich für eine Einbeziehung der Perspektivierung des „Netzwerks“ in das Bild von Kirche, denn „erst diese Perspektivierung kann auch die passageren religionsproduktiven Interaktionen ‚sehen‘ und in ihrer Bedeutung für die alltägliche Sinnarbeit der Subjekte wertschätzen, die strukturell vor institutionalisierten Formen liegen“.

Am Ende von M.s Arbeit stehen eine Reihe von Konkretionen, die sie der Kirche bzw. den Kirchen mit auf den Weg gibt. So mahnt sie die Gefahr an, die entsteht, wenn Positionen nur publiziert und nicht im Austausch mit konkreten Anderen plausibilisiert werden. Die Gestaltung dialogischer Kommunikationsbeziehungen sei eine der größten Herausforderungen internetmedialer Kommunikation für die Kirchen. V. a. sei ein Community-Management, wenn es erfolgreich sein soll, auf Moderation angewiesen. Nur eine solche Moderation kann ihrer Auffassung nach eine Antwort auf das Problem der Hass-Kommentare sein. Basis auch dafür sei ein Online-Monitoring, wenn Kirche die Kommunikationsdynamiken im Blick behalten und an der Aushandlung von gesellschaftsrelevanten Themen partizipieren wolle.

M. kommt zu der Erkenntnis, dass das Verhältnis zwischen religiösen Akteuren und Öffentlichkeit weder auf der reflexiven noch auf der praktischen Ebene kontrastiv, sondern komplementär und solidarisch zu verstehen und auszugestalten sei. Deshalb müsse die Kirche es schaffen, „in einen Modus der partizipativen und interaktiven Kommunikationen einzutreten, zu hören und zu antworten, mit je eigener Stimme zu sprechen, aber auch ‚die Anderen‘ mit eigener Stimme sprechen und zur Geltung kommen zu lassen, Subjekte in ihrer eigenen Sinnätigkeit zu fördern“.

Die Arbeit von M. ist als wichtiger Beitrag für das theologische Durchdringen kommunikativer Realität unter den Bedingungen gegenwärtiger digitaler Transformationen zu bewerten. Ihr Ansatz, den vielfach zu wenig reflektierten Begriff der „Öffentlichkeit“ einer Anpassung an die digitale Wirklichkeit zu unterziehen, stellt dabei eine solide theoretische Grundlage dar, die im empirischen Teil den Lackmustest besteht. Ihren Charakter als praktisch-theologische macht die Arbeit durch die abschließend formulierten Konkretionen und Empfehlungen deutlich, durch die sie ihren Wert nochmals steigert.

Über den Autor:

Michael Hertl, Dr., Leiter des Referats Kommunikation der Erzdiözese Freiburg
(michael.hertl@ordinariat-freiburg.de)