

ZPTh

Zeitschrift
für Pastoraltheologie

#OMG! 1ELF!

Pastoraltheologie im Zeitalter digitaler Transformation
(Kongress in Leitershofen 2017)

Fragilitätssensible Pastoralanthropologie Impulse aus Praktiken der (Selbst-)Inszenierung in Social Media

Abstract

In der deutschsprachigen Pastoraltheologie wird eine Pastoralanthropologie gegenwärtig kaum konturiert. Ansetzend in einem interdisziplinären Dialog zwischen Theologie und Humanwissenschaften (Psychologie und Soziologie) kann sie Phänomene menschlichen Handelns in der Gegenwart in die Aufmerksamkeit der Pastoral heben. Dazu gehört eine Betrachtung der mediatisierten Umwelt, insbesondere der darin gespiegelten sozialen Praktiken von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Eckpunkte einer für Social Media sensiblen Pastoralanthropologie werden im Folgenden mit Theorien aus Sozialpsychologie und Soziologie verbunden. Der medienbezogene Schwerpunkt liegt auf produktiven Strategien der (Selbst-)Inszenierung in der Social Media-Plattform Instagram. Neben eine Beschreibung der gegenwärtigen Trends werden einzelne Accounts als Beispiele vorgestellt, die bewusst gegenläufig agieren. Die Erkenntnisse werden zu Aspekten einer fragilitätssensiblen Pastoralanthropologie zusammengeführt.

Modern German-language Pastoral Theology is in dire need of a Pastoral Anthropology. By initiating an interdisciplinary dialogue between theology and the human sciences (Psychology and Sociology), Pastoral Anthropology can highlight phenomena from human behavior and apply them to pastoral practice. This means reflecting on the mediatized environment that is influencing both the social realities of adolescents and young adults and their online practices. This article relates the key features of Pastoral Anthropology to reigning social practices of (self-)staging as well as theories from Social Psychology and Sociology. The focus lies on media-related production strategies of (self-)staging on Instagram. Besides providing a description of current trends, the article also portrays several Instagram accounts that go against the mainstream trends. These findings contribute to creating a Pastoral Anthropology that is sensitive to human fragility.

1. Erkundungen zur Pastoralanthropologie

Gegenwärtig lässt sich kaum ein pastoralanthropologisches Grundverständnis des Menschen im Horizont der Pastoraltheologie konturieren. Das 1975 erschienene „Praktische Wörterbuch der Pastoral-Anthropologie“¹ knüpft nach dem II. Vatikanischen Konzil an die Tradition der Pastoralmedizin an. Doch seither hat es im deutschsprachigen Raum „keine weiteren Veröffentlichungen dezidiert unter dem Titel ‚Pastoralmedizin‘ oder ‚Pastoralanthropologie‘ mehr gegeben. Die Sache selbst allerdings ist nach wie vor von großer Bedeutung.“² Zu nennen ist Hermann Stengers ‚pastoral-

¹ Heimo Gastager (Hg.), Praktisches Wörterbuch der Pastoralanthropologie. Sorge um den Menschen, Wien u. a. 1975.

² August Laumer, Pastoraltheologie. Eine Einführung in ihre Grundlagen, Regensburg 2015, 160. Anders die Debatte im englischsprachigen Raum, die hier nicht eingeholt werden kann.

anthropologischer Entwurf³ der bei Eriksons Identitätstheorie ansetzt, und zuletzt hat Tobias Kläden unter dem Begriff „menschliche Praxis in pastoraler Hinsicht, also in ihrem Bezug auf das Volk Gottes“⁴ untersucht. Eckpunkte für die folgenden Überlegungen werden dem *Lexikon für Theologie und Kirche* entnommen. Rolf Zerfaß gründet gegenwärtige Tendenzen der Pastoraltheologie auf die Pastoralkonstitution: Die ‚Aufgabe der Kirche in der Welt von heute‘ (GS 40) ist demnach nicht von der Kirche her, sondern von der ‚integralen Berufung des Menschen‘ (GS 40–45) zu denken, vom ‚Gemeinschaftscharakter der menschlichen Berufung‘ (GS 24) und vom ‚menschlichen Schaffen in der Welt‘ (GS 33). Er merkt mit Hinweis auf *Evangelii Nuntiandi* an: „Die Wahrnehmung des dramatischen Bruchs zwischen dem Evangelium und der gegenwärtigen Kultur (Paul VI: EN 20), die Veränderung der Bewußtseinsstrukturen durch die Welt der Medien und das synkretistisch gefüllte religiöse Lebensverständnis der Postmoderne stellen schließlich die Verkündigung und die Bildungsarbeit der Kirche vor die Frage einer *kulturellen Diakonie* an der Gesellschaft.“⁵

Gottfried Griesl versteht Pastoralanthropologie als eine Verhältnisbestimmung zwischen Pastoraltheologie und den Humanwissenschaften.⁶ Er erkennt einen Bedarf für „die pastoraltheologische Analyse unseres wachsenden Wissens vom Menschen, das für die Seelsorge notwendig ist und in verschiedenen Humanwissenschaften behandelt wird, um es für die Erfüllung des Heilsauftrags systematisch zu ordnen und zu bearbeiten“ – mit der Einschränkung, dass „allen empirischen Humanwissenschaften das Formalobjekt der Praktischen Theologie [fehle], nämlich der *transzendente Heilsbezug* des Menschen und der Welt“. Die Notwendigkeit, dass die Pastoraltheologie in Auseinandersetzung und interdisziplinärer Zusammenarbeit mit den entsprechenden Humanwissenschaften ihre eigene Pastoralanthropologie entwickelt, folgt den Bestimmungen der Pastoralkonstitution (GS 62).⁷

Die Begriffe ‚*kulturelle Diakonie*‘, ‚*transzendenter Heilsbezug*‘, und ‚*Aufbau der menschlichen Gesellschaft*‘ sowie Aspekte der *Seelsorge*, *Charismen* und *Berufung* werden zu vier Eckpunkten, innerhalb derer eine fragilitätssensible Pastoralanthropologie in der Gegenwart zu entwickeln ist, die sich interdisziplinär auf humanwissenschaftliche Perspektiven bezieht.

³ Hermann Stenger, Kompetenz und Identität. Ein pastoralanthropologischer Entwurf, in: Hermann Stenger – Klaus Berkel (Hg.), Eignung für die Berufe der Kirche. Klärung – Beratung – Begleitung, Freiburg, Basel, Wien 1988, 31–134.

⁴ Tobias Kläden, Pastoraltheologie als Pastoralanthropologie im Kontext der Säkularität, in: Pastoraltheologische Informationen 35 (2015) 2, 53–58, 54.

⁵ Rolf Zerfaß, Artikel: Pastoraltheologie III. Gegenwärtige Tendenzen, in: LThK, Bd. 7, ³1997–2002, 1447–1449, hier 1448, von dort die Zitate in diesem Abschnitt (Hervorhebungen und Auflösung von Abkürzungen: V. P.).

⁶ Gottfried Griesl, Artikel: Anthropologie IV. In der Pastoraltheologie, in: LThK, Bd. 1, ³1997–2002, 734, von dort die Zitate in diesem Abschnitt (Hervorhebungen: V. P.).

⁷ Vgl. Viera Pirker, fluide und fragil. Identität als Grundoption zeitsensibler Pastoralpsychologie (Zeitzeichen 31), Ostfildern 2013, 265–270.

Diese Gegenwart als Erfahrungsraum der Menschen hat sich durch Mediatisierung und Digitalität umfassend verändert.⁸ Besondere Dimensionen menschlichen Daseins heute werden in den *Social Media*-Praktiken auch für die Entwicklung einer Pastoralanthropologie relevant.⁹ Sie lassen sich als Zeichen menschlicher Selbst- und Fremdwahrnehmung in der heutigen Zeit analysieren. Diesbezüglich können verschiedene Dimensionen betrachtet werden, insbesondere die Produktion, Rezeption, Interaktion und Zirkulation von Inhalten und Beziehungen.¹⁰ Der medienbezogene Schwerpunkt der vorliegenden Analyse nimmt eine Altersgruppe in den Blick, die für kirchliche Praxis bedeutsam ist, aber von pastoralen Strukturen kaum erreicht wird. Für die humanwissenschaftliche Einordnung werden sozialpsychologische und soziologische Theorien zur Konstruktion der Identität herangezogen.

2. (Selbst-)Inszenierung und Identitätskonstruktion

Für die allermeisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist das Smartphone ‚ganz nah am Leben dran‘ in Kommunikation, Medienkonsum, Spiel, Lernen und Information. Whatsapp als Messenger-Dienst ist für 87% der Jugendlichen die wichtigste App auf dem Smartphone, gefolgt vom stetig wachsenden Instagram, das für 60% der Mädchen und 37% der Jungen als zweite wichtigste App gilt;¹¹ die Jungen sind nur stärker an YouTube interessiert (48%). Zwei Drittel der Instagram-Nutzer_innen kehren mehrmals pro Woche auf die Plattform zurück, 51% täglich. Facebook spielt für Jugendliche so gut wie keine Rolle mehr.

2.1 Mediatisierte Lebenswelt: Am Beispiel Instagram

Am 6. Oktober 2010 in den iPhone App-Store gestellt und im April 2012 an Facebook verkauft, hat sich die bildorientierte Smartphone-App Instagram inzwischen zu einem

⁸ Vgl. Viera Pirker, Das Geheimnis im Digitalen. Anthropologie und Ekklesiologie im Zeitalter von Big Data und Künstlicher Intelligenz, in: Stimmen der Zeit 144 (2019) 2, 133–141.

⁹ Dieser Text folgt dem Vortrag „inst@nt identity? Aspekte einer fragilitätssensiblen Pastoralanthropologie“, den die Autorin am 17.09.2017 bei der Tagung „#OMG!1elf!! Oh mein Gott: Pastoraltheologie im Zeitalter digitaler Transformation“ der Konferenz für Pastoraltheologie gehalten hat. Die genannten Zahlen (z.B. Mediennutzung) wurden im Dezember 2018 aktualisiert. Auf der in diesem Beitrag besprochenen Plattform Instagram sind weitreichende Neuerungen (Live-Videos, Dialogschaltungen, InstagramTV, Sharing) implementiert worden, die damit eintretenden Veränderungen wurden nicht berücksichtigt.

¹⁰ Vgl. Gillian Rose, Visual Methodologies. An Introduction to Researching with Visual Materials, Los Angeles u. a. ⁴2016.

¹¹ Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Süd-West, JIM-Studie 2018. Jugend – Information – Medien. Basisinformationen zum Medieumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart 2018: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf (abgerufen am 25.1.2019).

der wichtigsten Player im *Social Media*-Bereich entwickelt. Die App fokussiert auf Kommunikation durch Bilder und Kurzvideos, welche durch Hashtags vernetzt und mit Texten und Kommentaren begleitet werden. Aus der instanten Schnappschuss-Plattform, die auf Fotofilter zur Verbesserung von verwackelten Smartphone-Bildern spezialisiert war, ist längst eine perfekt kuratierte, schöne neue Welt geworden.¹² Es ist leicht, sich in Instagram Relevanz- und Resonanzräume zu schaffen und eine eigene Community zu finden. Welche Informationen zu sehen sind, bestimmen Algorithmen, die sich am individuellen Nutzungsverhalten und Werbeinteressen orientieren. Jede Instagram-Oberfläche ist durch das eigene Nutzungsverhalten individualisiert. Die ab 13 Jahren erlaubte Plattform hat im Sommer 2018 eine Milliarde Nutzer_innen weltweit erreicht; in Deutschland sind etwa 15 Millionen monatlich aktiv.¹³ Die meisten interessieren sich kaum für die Frage, welche Daten die Plattform sammelt und wie sie diese einsetzt – denn darin besteht ihr eigentliches Geschäftsmodell. Ab etwa 10.000 Follower_innen werden Nutzer_innen für Sponsoring-Partnerschaften angesprochen, und es gibt viele, die mehrere Hunderttausend und Millionen Follower_innen haben.¹⁴

Instagram gilt als ‚happy place‘¹⁵ unter den Social Media-Plattformen, da hier vorrangig positive Kommunikation stattfindet. Motive aus dem Bereich Natur, Fitness, Liebe, Reisen, Mode und Tiere sind äußerst beliebt. Intensive Mediennutzung hat weitreichende Folgen für die Lebensgestaltung.¹⁶ Die Suggestionskraft von Bildern ist immens, auch für Menschen, die über medienkritisches Bewusstsein um Bildbearbeitungssoftware, Werbeteams und professionelle Fotografie verfügen. Die Plattform gilt daher auch als riskant¹⁷: Denn die ‚hautnahe‘ Begegnung und Interaktion mit unerreichbaren Vorbildern, die im intimen Raum des Smartphones ein oberflächlich schönes, erfolgreiches und strahlendes Leben in einem perfekten Körper präsentieren,

¹² Vgl. Katja Gunkel, *Der Instagram-Effekt* (Image 139), Bielefeld 2018, 308.

¹³ <https://allfacebook.de/instagram/instagram-nutzer-deutschland> (abgerufen am 13.11.2018).

¹⁴ Unter den Top Ten in Deutschland sind die Zwillinge @lisaandlena auf Instagram mit fast 14 Millionen Follower_innen vertreten, Youtube-Beauty-Star @Dagibee hat bei Instagram 5,5 Millionen Follower_innen, @BibisBeautyPalace, ebenfalls stark auf Youtube, zählt auf Instagram über 6,3 Millionen Abonent_innen. Neben diesen Beautybloggerinnen waren sieben Fußballer reichweitenstark. Die ungekrönte Königin von Instagram @SelenaGomez erreicht 144 Millionen Follower_innen (Abruf der Zahlen am 04.12.2018).

¹⁵ So Ines Hansla beim Barcamp Nordkirche #bcnordkirche, 24.01.2018.

¹⁶ Vgl. Jean M. Twenge, *iGen. Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy – and completely unprepared for adulthood (and what this means for the rest of us)*, New York 2017; Viera Pirker, *Social Media und psychische Gesundheit. Am Beispiel der Identitätskonstruktion auf Instagram*, in: *Communicatio Socialis* 51 (2018) 4, 467–480, DOI: 10.5771/0010-3497-2018-4-467.

¹⁷ Vgl. RSHP, *Status of Mind: Social media and young people's mental health*, London 2017; Yvonne Kelly – Asfhin Zilanawala – Cara Booker – Amanda Sacker, *Social Media Use and Adolescent Mental Health: Findings from the UK Millenium Cohort Study*, in: *The Lancet EClinicalMedicine* (2019) 1–10; Pirker, *Social Media* (s. Anm. 16).

scheint dem psychischen Wohlbefinden und dem Selbstwertgefühl von Kindern und Jugendlichen Schaden zuzufügen und negative psychische Dispositionen (Angst, Depression) wenn nicht zu induzieren, so doch vorhandene zu verstärken. So legt eine Studie von 2010 nahe, dass junge Erwachsene mit geringerer Selbstwertschätzung mehr Zeit online verbringen und mehr „selbst-promotenden“ Inhalt in den sozialen Plattformen einstellen¹⁸; eine Studie unter 750 kanadischen Schüler_innen erkennt einen Zusammenhang zwischen der täglich online verbrachten Zeit und psychischem Wohlbefinden,¹⁹ und die longitudinale UK Millennial Study belegt erneut die Korrelation (nicht aber Kausalität!) von Depressionsraten und Social Media-Nutzung bei 14-jährigen Jugendlichen, insbesondere bei Mädchen.²⁰

2.2 Identitätsarbeit

Wie tangiert Instagram den individuellen Prozess der Identitätskonstruktion? Heiner Keupp hat den „Prozess der Identitätsarbeit“²¹ sozialpsychologisch analysiert. Dieser ist geprägt von äußeren Rahmenbedingungen wie Kommunikation, Sprache, Körper, Gesundheit, Zeit, Ressourcen, historische, kulturelle, mediale und religiöse Umgebung. Menschen sehnen sich besonders nach lebensgeschichtlicher ‚Stimmigkeit‘ und Kontinuität und nach einer Übereinstimmung von Urteil und Handeln. Der Prozess der Identitätskonstruktion ist auf Ziele hingelenkt, die außerhalb einer sicheren Herstellbarkeit liegen. Je freier ein Individuum handeln, denken, agieren, fühlen kann, desto stärker wird es Identität kreativ konstruieren und artikulieren, her- und darstellen können.²² Die erste Grundprämisse des Identitätsprozesses besteht in ihrer *chronologischen und interaktionalen Relationalität*. Als lebensgeschichtliche Verknüpfungsarbeit ist Identität sowohl retrospektiv als auch prospektiv auf Kontinuität ausgerichtet. In ihrem Zentrum steht ein Prozess der Selbstwahrnehmung, der in verschiedenen Erfahrungsmodi stattfindet: emotional – körperlich – sozial – kognitiv – produktorientiert. In diesen Erfahrungsmodi werden Erlebnisse und Handlungen retrospektiv unbewusst und bewusst reflektiert und bewertet. Prospektiv erfolgt eine Auseinandersetzung mit Identitätsentwürfen und Identitätsidealen, die teilweise realitätsfern und utopisch, teilweise konkret erreichbar sind. Mit der interaktionalen Einbettung der Identitätsarbeit ist diese untrennbar mit dem gesellschaftlichen, sozialen und kulturellen Umfeld verbunden, hier liegt auch die Fähigkeit zur Konfliktaushandlung. Das Ziel

¹⁸ Vgl. Soraya Mehdizadeh, Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook, in: *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 18 (2010) 4, 357–364.

¹⁹ Vgl. Hugues Sampasa-Kanyinga & Rosamund F. Lewis, Frequent Use of Social Networking Sites Is Associated with Poor Psychological Functioning Among Children and Adolescents, in: *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 18 (2015) 7, 380–385.

²⁰ Vgl. Kelly u. a., *Social Media Use* (s. Anm. 17).

²¹ Heiner Keupp u. a., *Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*, Reinbek bei Hamburg ³2006.

²² Zum Folgenden vgl. Keupp, *Identitätskonstruktionen* (s. Anm. 21) 189–217.

ist keine spannungsfreie Balance, sondern eine subjektiv empfundene Stimmigkeit²³ in einem ständigen Aushandeln zwischen dem eigenen Standpunkt und dem Standpunkt signifikanter Anderer, in dem das aktuelle und das ideale Selbst sowie die Wünsche und Erwartungen von außen ausgehandelt werden.

Die zweite Grundprämisse erklärt die Herstellung von Identität in einem *Passungsprozess zwischen innen und außen*. Dafür benötigt das Subjekt verschiedene ökonomische, kulturelle und soziale Ressourcen. Sie sind nicht ein objektives Reservoir, „sondern das, was ein Subjekt an Ressourcen wahrnimmt – oder eben nicht wahrnimmt –, jene Ressourcen, die es sich erschließen und die es damit nutzen kann – oder eben nicht erschließen und nutzen kann“²⁴. Die Frage der Ressourcenverteilung gewinnt für die Möglichkeit einer subjektiv als positiv empfundenen Identitätsarbeit an Bedeutung. Narrationsarbeit bildet das zentrale Konstruktionsmittel und gilt zugleich als ein wichtiges Ziel im Identitätsprozess. Als „strategische Wahl einer Selbstdarstellung“²⁵ haben kreative Selbsterzählungen, in die biografisches Erleben, das soziale Umfeld und gesellschaftliche Machtverhältnisse eingewoben werden, stabilisierenden Charakter. Sie sind grundsätzlich im sozialen Kontext verankert und von diesem beeinflusst: Sowohl ihre Genese als auch ihre Veränderung sind in einen komplexen Prozess der Konstruktion sozialer Wirklichkeit eingebettet.

Keupp beschreibt „Identitätsziele“²⁶ in vier Dimensionen, die an die Erfahrungsmodi der Selbstwahrnehmung anschließen und sich sämtlich auch in der sozialen Praxis medialer Kommunikation abbilden. *Soziale Identitätsziele* beinhalten die zentrale Thematik der Anerkennung. Ihre einfachste Form ist die „Aufmerksamkeit von außen“, dann eine positive Wertschätzung von außen. Erst daran anschließend kann dies in Selbst-Anerkennung umgemünzt werden kann. Dazu gehört auch Integration als ein subjektives Gefühl der Zugehörigkeit zu gewählten Gruppen. Als *kognitive Identitätsziele* gelten das Commitment, d. h. die subjektive Entschiedenheit für eine Sache, eine Person, ein Projekt und die Treue zu dieser eigenen Wahl, sowie das Bedürfnis nach Autonomie, in spannungsvoller Antipode zur Anerkennung. *Emotionale Identitätsziele* beinhalten die Selbstachtung, die noch weit über eine Selbstanerkennung hinausgeht und in der die innere, positive Übereinstimmung mit bestimmten Werten und Idealen zum Ausdruck kommt, sowie das Gefühl der Selbstwirksamkeit. *Produktorientierte Identitätsziele* umfassen ein Gefühl der Originalität, das im Maßstab der Einzigartigkeit und Unverwechselbarkeit zugleich die Individualität zum Ausdruck bringt und zudem

²³ Vgl. dazu auch Edward T. Higgins – Ruth L. Klein – Timothy J. Strauman, Self-discrepancies. Distinguishing among self-states, self-state conflicts, and emotional vulnerabilities, in: Krysia Yardley – Terry Honess (Hg.), *Self and identity: perspectives across the lifespan*, London 1987.

²⁴ Keupp, *Identitätskonstruktionen* (s. Anm. 21) 198.

²⁵ Keupp, *Identitätskonstruktionen* (s. Anm. 21) 209.

²⁶ Vgl. Keupp, *Identitätskonstruktionen* (s. Anm. 21) 261f.; vgl. Pirker, *fluide und fragil* (s. Anm. 7) 136–140.

die Fähigkeit zur Selbstobjektivierung, in der das Selbst zum Gegenstand für Reflexion und Analyse wird.

2.3 Standbild und Lebensfilm

Mit der soziologischen Identitätsanalyse von Jean-Claude Kaufmann²⁷ lässt sich erhel- len, was Individuen auf Instagram identitätstheoretisch und anthropologisch verhand- len. Er unterscheidet die ‚Identität‘ in zwei Modalitäten mit unterschiedlicher Funk- tionslogik: Die *biografische Identität* ist bemüht um Kontinuität, Kohärenz sowie einen übergreifenden Sinnzusammenhang. Diese Modalität von Identität stellt sich retro- spektiv her und hat als Medium die ‚Selbsterzählung‘, also die „Narration“. Diese zweite, als „UKO-Identität“ bezeichnete Modalität ist dagegen unmittelbar, kontext- bezogen und operativ (handlungsbezogen).²⁸ Sie bringt spontan und immer wieder neu die Vorläufigkeit und Teilhaftigkeit des Sich-Identifizierens mit etwas, mit jeman- dem, mit einer Gruppe, einer Überzeugung, einem Wert, einem Trend zum Aus- druck.²⁹ Diese Modalität ist viel stärker präsentisch und prospektiv auf die nahe Zu- kunft hin angelegt, häufig orientiert sie sich an einem aktuellen Handlungs- oder Entscheidungsproblem. Unter dieser bislang erst wenig berücksichtigten Perspektive ist der Identitätsprozess nicht als „Zusammenschluss in sich selbst, sondern im Gegen- teil [als] ein Herausgehen aus dem gewohnten Selbst“³⁰ zu verstehen. Während die biografische Identität auf Einheit bedacht ist und in einem ‚Lebensfilm‘ zum Ausdruck kommt, ist die unmittelbare Identität immer nur im Fragment verfügbar und besser mit einem ‚Standbild‘ oder einer Momentaufnahme zu fassen, welche auf ganz kleiner Ebene, im ganz kleinen Moment eine Geschichte fokussiert und einen Aspekt extrapo- liert. Kaufmann ordnet dieser unmittelbaren und flüchtig-fließenden Identitätsmodali- tät die weitaus wichtigere Position zu. Angesichts der kontinuierlich sich neu entfal- tenden Identitätsangebote in sozialen Netzwerken wie Instagram gewinnt seine Analyse eine prophetische Qualität.

²⁷ Vgl. Jean-Claude Kaufmann, *Die Erfindung des Ich. Eine Theorie der Identität*, Konstanz 2005, 166–183; Pirker, *fluide und fragil* (s. Anm. 7) 148f.

²⁸ Im Modell von Keupp, *Identitätskonstruktionen* (s. Anm. 21) 217f. liegt die Aushandlungslogik der UKO-Identität auf der Ebene der ‚situativen Selbstthematizierungen‘.

²⁹ Kaufmann, *Die Erfindung des Ich* (s. Anm. 27) 171 geht dabei auf die Grenzen des Sich-Identifizierens ein: „Das Ego bleibt sich dessen bewusst, dass es nicht der andere ist, mit dem es sich identifiziert. Die Identifizierung liegt ganz in der Bewegung auf ein Ziel hin, ohne dass dieses Ziel jemals erreicht werden könnte.“

³⁰ Kaufmann, *Die Erfindung des Ich* (s. Anm. 27) 170.

3. Praktiken der Inszenierung auf Instagram

Die bisherigen Ausführungen lassen erahnen, wie sehr Social Media-Plattformen in Identitätskonstruktionsprozesse eingreifen können. Sie sind hochgradig interaktiv und relational angelegt und wirken darin als regelrechte Anerkennungsgeneratoren. Hier werden an einer medial strukturierten Schnittstelle individuelle Innenseite und interaktionale Außenseite auf eigentümliche Weise miteinander verbunden: Beides findet auf der Oberfläche des Smartphones und zugleich im Kopf der Nutzer_in, nicht aber in direkten ‚face to face‘-Begegnungen statt. Dennoch können sie Zugehörigkeitsgefühle erzeugen und ermöglichen zugleich Abgrenzung. Sie wirken als ‚Produktpräsentationsplattformen‘: Teenager kreieren sich auf den Online-Plattformen zu regelrechten ‚Marken‘, und unterscheiden kaum mehr zwischen Online- und Offline-Identität.³¹

3.1 Oberfläche und Wohlfühlzonen

Instagram nimmt Einfluss darauf, wie die Umgebungsrealität wahrgenommen, betrachtet und verarbeitet wird. Die Welt wird mediatisiert: Bilder werden eigens für Instagram produziert, die Wahrnehmung und Verarbeitung von Außenreizen nimmt das instagram-typische quadratische Format an. Angesagte Farbschemata und Bildkompositionen werden angewendet und erprobt, und Orte, die auf Instagram starke Resonanz versprechen („Instagrammability“), werden eigens aufgesucht. Der eigene Alltag wird für die Plattform inszeniert: Die „Produktionsästhetik der Software ist infolge ihrer Omnipräsenz innerhalb zeitgenössischer Social Media mittlerweile selbst ikonisch, d. h. als ‚Instagram-Look‘ bzw. instagramesk identifizierbar und zitierfähig geworden.“³²

Unter den wichtigsten Hashtags bei Instagram waren 2016 #love, #selfie, #ootd, #fashion, #foodporn und #catsofinstagram; in der Übersetzung: Objekt- und Selbstbeziehung, Kleidung, Essen, Erinnerung und Katzen. Sie transportieren Interesse, Aktualität und Beziehung. #love steht für alles, was man positiv affirmiert. #selfie und #ootd stehen nahe beieinander: Die Ich-Beziehung durch die Innenkamera, durch gute Fotofilter noch verschönert, und das *Outfit of the Day* als die gewählte äußere Hülle, die das Self umhüllt. Vom hier liegt nur ein Schritt zum Riesen-Thema #fashion und #foodporn steht für die kulinarischen Höhen eines Menüs, das oft besser aussieht als es schmeckt.

³¹ Chandra Johnston, Growing up digital. How the Internet affects teen identity 2014, <http://go.wvu.de/pkou4> (abgerufen am 13.11.2018).

³² Gunkel, Der Instagram-Effekt (s. Anm. 12) (Hervorhebungen: im Original).

3.2 Narrationsarbeit an der Grenze

Sich selbst im Erzählen zu entwerfen geschieht im biografischen Blick in die Vergangenheit. Mehr noch aber geht es um den Entwurf nach vorne: Das, was ich heute von mir erzähle, soll meine Zukunft prägen. Wie erzählt man bei Instagram in kurzen Bildern und kleinen Momenten eine authentische Geschichte? Und wie erzählt man fragile Geschichten, die nicht von #glamour, #lifestyle und #sport handeln, sondern mit Brüchen und Scheitern, vor allem in der Zeit, in der noch kein Ende in Sicht ist, auf einen guten Ausgang allenfalls gehofft werden kann?³³

Die Wiener Bloggerin Minusgold hat schon als Schülerin begonnen, Texte und Bilder online zu stellen, und sie teilt ihr emotional und poetisch durchdrungenes Leben inzwischen vorrangig auf Instagram, eine Praxis, die als Microblogging bezeichnet werden kann. Sie verwendet nicht nur den Bilder-Feed, sondern von Anfang an auch die seit Sommer 2016 angebotenen „Instagram Stories“, die einen unmittelbaren Kontakt zu den Follower_innen ermöglichen – am 12. September 2016 sind es 4.300.³⁴ Eine große Liebe findet im August 2016 durch einen unvorhersehbaren Todesfall ihr abruptes Ende. Die junge Frau entscheidet sich am kommenden Tag, diesen Schicksalsschlag öffentlich zu machen, und seither ist vieles passiert. Trauer, Depression, Angst und Panikattacken füllen über Monate hinweg ihre Story. Sie erzählt auch von der Unterstützung, die sie durch Familie und Freund_innen – die treuesten hat sie über Instagram kennengelernt –, in Therapie, mit ihrem Hund und in einer Trauergruppe erfährt. In der steten Begleitung haben ihre Follower_innen peer-to-peer mit offenem Ausgang erfahren, wie ein Trauerprozess erlebt und überlebt werden kann, wie der Alltag gelingt, was guttut, welche Rückschläge geschehen und was auch alles nicht erzählt werden muss. Nach fast zwei Jahren, mit dem abgeschlossenen Studium in der Tasche und dem Einstieg in den Beruf, kommen bei Minusgold die eigene Kreativität, Wohnung, Alltag, Politik, und die grundsätzliche Frage, wie man leben soll, wieder intensiver aufs Tableau. Sie thematisiert, reflektiert und erklärt, warum sie all dies öffentlich verhandelt. Sie erhält damit, dass sie die Krise und den Bruch in ihre Online-Existenz mit hineingenommen hat, mediale Öffentlichkeit. Auch auf Instagram ist ihre Reichweite stark auf inzwischen über 21.000 Personen angestiegen. Sie wirkt als Role Model auf dem Weg zu einer eigenen Identität, in der auch Schicksalsschläge, Brüche und unbeantwortete Fragen vorkommen dürfen. Ihre Selbstdarstellung lautet im Herbst 2018: „time heals nothing but itself. Feminism – body neutrality – grief – mental health – social worker – music enthusiast – dog mum – writer.“³⁵

³³ Zu den Fallbeispielen vgl. auch Viera Pirker, Identität und Inszenierung auf Instagram, in: *KatBl* 143 (2018) 3, 179–183.

³⁴ <https://socialblade.com/instagram/user/minusgold/legacy> (abgerufen am 08.01.2019).

³⁵ www.instagram.com/minusgold (abgerufen am 20.11.2018).

3.3 Der Körper als Austragungsort

In seiner buchstäblichen ‚Oberflächlichkeit‘ ist der Körper und seine Ästhetisierung zum zentralen Austragungsort der Individualität auf Social Media geworden. Sich selbst spiegeln und dabei doch immer grundsätzlich in die Irre gehen können – das Lacan’sche Spiegelstadium im Hintergrund jeder Selbsterkenntnis kann als kritische Folie herangezogen werden: Der Blick des zweijährigen Kindes in den Spiegel, in dem es sich zum ersten Mal selbst erkennt, ist immer schon ein getäuschtes, da gespiegeltes Bild. Das ‚Outfit of the Day‘ in Instagram zeigt häufig das Foto des eigenen Spiegelbildes, mit dem Telefon in der Hand, die dieses Bild aufnimmt. Welches ist hier der Blick, die Perspektive, wer schaut auf wen? Das Abbild – #selfie und #me – in Instagram ist schon dabei, das reale Ich-Bild zu verdrängen. Die Körperbezogenheit ist immens, ebenso die Einordnung und Unterordnung in bestimmte Stereotype äußerer Anpasstheit und Geschlechtskonstruktionen. Menschen sind dazu übergegangen, sich die Individualität mittels der Tätowierung direkt in die Körper einzuschreiben – #firsttattoo zählt aktuell 708.799 Beiträge – der Körper wird zum Beziehungs- und Erfahrungstagebuch.

Instagram eignet sich als Plattform für Körper-Transformationen aller Art. Der Hashtag #fitness wird über 302 Milliarden(!) mal verwendet, #workout 124 Milliarden, #challenge über 12 Millionen; #weightloss über 49 Millionen, #weightgain hingegen 745.571, #genderfluid 3.813.360 Beiträge, der Trend #bodypositive 7,6 Millionen (Stand: 14.11.2018). Solche Trends sind keineswegs kurzlebig, und sie werden von unzähligen Menschen täglich gepflegt, nicht zuletzt, da sie Anerkennung, Sicherheit, Unterstützung und Aufmerksamkeit versprechen. Die Rückbesinnung auf den Körper ist ein Phänomen, mit dem Menschen auf die Unsicherheiten in der Welt und im eigenen Blick auf die Zukunft reagieren: Wenn keine Gestaltungsmöglichkeiten da sind, wenn Zukunftsoptionen nur schwer ergriffen werden können, wenn die Gesellschaft eben doch die Teilhabe erschwert, gestaltet man das, was möglich ist – den eigenen Körper. Die #challenge, die #journey bleibt ein individuelles Unterfangen, die Vergleichsfolien sind immens.

Im oben skizzierten Identitätsprozess nach Keupp begegnet der Körper in der Forschung der 1990er-Jahre zwar als eine der Grunderfahrungen im Prozess der Selbstwahrnehmung, nicht aber als Identitätsziel. Die gegenwärtigen Entwicklungen der Digitalität, Virtualität und Medialität führen jedoch keineswegs zu einer Entkörperung oder einer sinkenden Relevanz des Körpers: Vielmehr muss der Körper inzwischen als verkörpertes Identitätsziel gelesen werden. Dies heißt auch: ‚hinter‘ oder ‚unter‘ den Oberflächen von Instagram. Körpertransformierungen geschehen nicht virtuell, sondern real. Wer den Bedingungen der großen Trends nicht entspricht, ist besonders herausgefordert. Doch Gegenerzählungen finden auch in Instagram statt.

- Hinter dem Account @projekt.grenzenlos steht Saskia, die schon seit ihrer Jugend mit einer schweren Darmerkrankung lebt und nach vielen Operationen einen vollkommen vernarbten Bauch und einen künstlichen Darmausgang hat. Eine schwere Situation für eine junge Frau, besonders in einer Welt, die sich extrem an spezifischen körperlichen Idealen orientiert. Mit ihrem Fotoprojekt nimmt sie andere Menschen auf dem Weg mit, mit den eigenen Wunden, Narben, Verletzungen und mit dem Ungeliebten zu leben. Sie lädt andere junge Menschen zu professionellen Fotoshootings ein, auf denen sie diese mit ihren Verletzungen und Besonderheiten ‚instagramesk‘ inszeniert. Sie wirkt damit aktiv mit im Bereich der #bodypositivity.³⁶
- @harnaamkaur wurde im Film „Embrace“ porträtiert.³⁷ Die Londonerin hat sich entschieden, ihren hormonell bedingten Bartwuchs nicht mehr zu unterdrücken und sich damit den gängigen Schönheitsidealen und Geschlechtsattributionen entgegenzustellen. Welche Geschichte des Unglücks in der Pubertät dahinter liegt, erzählt sie relativ offen, und sie nutzt ihre Andersheit als kreativen Ausgangspunkt einer neuen Selbsterzählung.
- Instagram ist auch Plattform für Gender-Transitionen – ‚life‘ und ‚persönlich‘. Aktivist_innen setzen sich auch in ihren ganz sensiblen Phasen der Öffentlichkeit aus, beispielsweise @JolinaMennen, die als Beautybloggerin bei YouTube einen großen Fankreis hat und auch auf Instagram öffentlich ihre male-to-female-Veränderung begleitet hat. Eine kreative Selbsterzählung und Selbstgestaltung, die zugleich Fragen aufwirft nach Genderstereotypen, Selbstunterwerfung und Befreiung von konstruierten Genderidealen. Muss sich die Trans-Frau notwendig als die perfektere Frau stilisieren?

Die hier beschriebenen Accounts haben eine mittlere Reichweite. Sie agieren unter der schönen, glatten Instagram-Oberfläche oder schwimmen auch darin mit. Und doch demonstrieren sie die Möglichkeit, eine Änderung herbeizuführen, eine neue Perspektive in die Welt einzuziehen, die eigene Erfahrung fruchtbar für andere zu machen. Bei ihnen bricht etwas auf von der Fragilität, der menschliche Erfahrung immer unterworfen ist.

4. Fragilitätssensible Pastoralanthropologie

Aus den Beispielen zur medialen (Selbst-)Inszenierung lassen sich Anforderungen für eine theologische Anthropologie ableiten. Dafür ist in eine gegenwartsbezogene Jus-

³⁶ Vgl. Birgit Quastenberg, Die Unperfekten – Saskia, Pia und Kevin (Menschen hautnah), gesendet am 04.04.2019, <http://go.wwu.de/gjmq6> (abgerufen am 24.04.2019).

³⁷ Vgl. Tarin Brumfitt, Embrace. Der Film 2016; vertiefend Marijke van den Berg, Transformation in Bodies: Shaving Jesus: Conchita Wurst and the Christlike Body in Trans*formation, Vortragsmanuskript, Wien, 26.08.2017.

tierung hilfreich. Medard Kehl bemerkte für die Ekklesiologie: „Eine (theoretische und praktische) Minderbewertung der menschlich-empirischen Seite [...] verstärkt nicht den theologisch-göttlichen Charakter der Kirche, sondern mindert ihn.“³⁸ – und an diese Grundlage kann sich die Pastoralanthropologie anschließen. Was tragen also die verschiedenen Blicke, Zeitansagen und Identitätsperspektiven für eine fragilitätssensible Pastoralanthropologie aus? Als begleitende Anthropologie will sie in großer Offenheit mehr vom Menschen erfahren und kann dafür auch eintreten. Der Mensch kann die kategoriale Trennung von Transzendenz und Immanenz in der eigenen Erkenntnis und im eigenen Leben nicht überwinden, doch eine theologische Anthropologie, die grundsätzlich inkarnatorisch ansetzt, lotet radikal in die Tiefe des Menschseins hinein aus. Auf der theologischen Grundlegung Karl Rahners, der sich gegen Dualitäten in der Anthropologie ausgesprochen hat, richtet sich diese nicht auf Unterscheidungen von Gott und Mensch, sondern auf existenzielle Grunderfahrungen in Wahrheit, Freiheit (und Verantwortung), Zwischenmenschlichkeit, Herkunft und Zukunft.³⁹

4.1 inst@nt identity

Eine Social-Media-Plattform wie Instagram kann Identitätsprozesse unmittelbar prägen. Sie bietet ihren Nutzer_innen eine Fläche zur Selbstdarstellung und damit für die Umsetzung von produktorientierten, aber auch von sozialen Identitätszielen. Diese Darstellung erfolgt taktisch, mit Wissen um Beziehung und Publikum und im Bewusstsein, dass das eigene Verhalten auch beobachtet wird. Die Betrachter_innen sind ihrerseits mit spezifischen Interpretationshaltungen und Erwartungen ausgestattet, die es mit der Selbstdarstellung zu treffen gilt. Wahrhaftigkeit bzw. Authentizität der präsentierten Inhalte wird zu einer Ware, die mit dem subjektiven Identitätsgefühl keineswegs übereinstimmen muss.⁴⁰ Indem Instagram die in der Regel sorgsam kuratierete Profilsseite mit den langfristig sichtbaren Bildern im Feed und daneben die bei den Nutzer_innen äußerst beliebten, sich nach 24 Stunden löschenden „Stories“ zur Verfügung stellt, bedient die Plattform unterschiedliche Identitätsmodalitäten. Die Inszenierung einer ‚biografischen Identität‘ geschieht langfristig eher im auf Dauer angelegten Profil, das inzwischen strengen ästhetischen Selbstreglementierungen untergeordnet wird,⁴¹ während die UKO-Identität den Kurz-Ästhetisierungen der sich

³⁸ Medard Kehl, *Die Kirche. Eine katholische Ekklesiologie*, Würzburg 1992, 137.

³⁹ Karl Rahner, *Grundentwurf einer theologischen Anthropologie*, in: Franz X. Arnold – Karl Rahner – Viktor Schnurr – Leonhard Weber (Hg.), *Handbuch der Pastoraltheologie. Praktische Theologie der Kirche in ihrer Gegenwart*, II/1, Freiburg, Basel, Wien 1966, 20–38.

⁴⁰ Vgl. bereits Nicola Döring, *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*, Göttingen ²2003, 335f. zu Aspekten der Selbstdarstellung in Onlinekommunikation.

⁴¹ Vgl. Gunkel, *Der Instagram-Effekt* (s. Anm. 12).

löschen Stories zugeordnet werden kann.⁴² Beide sprechen unterschiedliche Aspekte der Ästhetisierung und des Storytelling an.

4.2 fluide, fragil und fragmentarisch

Für eine gegenwärtige Anthropologie haben sich drei Identitätsmetaphern als zentral erwiesen, die eine Konzeptualisierung der Identitätskonstruktionsprozesse auf Instagram ermöglichen.⁴³ Zum einen ist Identität als ‚fluide‘ konturieren: das heißt, die Identitätskonstruktion als Passungsprozess von Innen und Außen ist ständig in Bewegung, geschieht fließend und ist immer in Entwicklung befindlich. Der Begriff trägt neben der Bedeutung ‚Fließen‘ auch den Aspekt der ‚Ausstrahlung‘ in sich. ‚Fluid‘ besetzt den ‚Zwischenraum‘, benötigt jedoch keine Entscheidung oder Übersetzung. Mehreres kann gleichzeitig existieren, unterschiedliche Commitments können zugleich greifen, und eine Verbindung zwischen verschiedenen Positionen existiert – hybrid, im Transit, beweglich, oftmals unbewusst, nicht-binär. Mehrdeutigkeit und Vielfalt finden Platz im fluiden Charakter gegenwärtiger Identitätskonstruktionen, die eine größere Offenheit für Ambiguitäten verlangen.

Identität lässt sich zugleich als ‚fragil‘ beschreiben: Menschen erleben und wissen sich und die Umwelt als verletzlich. Sie ist angewiesen auf gelingende Interaktion. Diesem riskanten Prozess sind Menschen in jeder Biografie unterworfen und in medial gespiegelten Interaktionen wird dieser mitunter verschärft. Vielen Social-Media-Nutzer_innen ist die Fragilität der eigenen Selbstinszenierung bewusst und sie thematisieren dies. Medienpädagogisch notwendig ist gerade bei Jugendlichen eine Begleitung der Reflexion des eigenen Handelns, aber auch der eigenen Abhängigkeit: Wie wirkt gewährte oder verweigerte Anerkennung, wie stark greifen individuelle Abhängigkeiten von sozialen Kontakten in die eigene Präsentationsform und Reaktionsweisen ein? Wie können Jugendliche Bullying und Hate Speech unterbrechen und sich nicht an solchen Phänomenen beteiligen?

Darin klingt die wegweisende Rede von der „fragmentarischen Identität“ nach Henning Luther an.⁴⁴ Dieser hat das Unabgeschlossene, Vorläufige, aber auch das Ruinierte und Verlorene besonders in den Vordergrund gestellt – eine Perspektive, die vorrangig auf die Modalität der biografischen Identität zugreift. Die Fragmentarität und Kontingenz jeder Erfahrung wird in den beschriebenen Praktiken der Instagram-Accounts unmittelbar ersichtlich. Insbesondere die kurzen, doch hoch aktiven Sinn-

⁴² Seit Sommer 2018 lassen sich einzelne Stories auch sichtbar archivieren und werden damit für den ‚Lebensfilm‘ verfügbar.

⁴³ Vgl. Pirker, fluide und fragil (s. Anm. 7) 362–367.

⁴⁴ Vgl. Henning Luther, Identität und Fragment. Praktisch-theologische Überlegungen zur Unabschließbarkeit von Bildungsprozessen, in: ders., Religion und Alltag. Bausteine zu einer praktischen Theologie des Subjekts, Stuttgart 1992, 160–182.

momente der UKO-Identitäten werden im ‚Fragment‘ jedoch nicht erreicht. Luther blickt nicht auf Konstruktions- und Verfertigungsprozesse, die in der Gegenwart eklatant an Bedeutung gewonnen haben, und ist letztlich damit deutlich statischer.

4.3 Theologische Dimensionen

Die vier zu Beginn konturierten theologischen Dimensionen einer in der Gegenwart und in der integralen Betrachtung des Menschseins zu verankernden Pastoralanthropologie werden abschließend erneut aufgegriffen. Wie kommen die Erkenntnisse, die aus instagram-spezifischen Beobachtungen gemacht wurden, mit diesen theologischen Dimensionen in Zusammenhang? Welche Ansatzpunkte zeigen sich, aber auch welche besonderen Problemstellungen ergeben sich?

(a) *Kulturelle Diakonie*: Auf Instagram begegnen pastoraltheologische Themen und vielfältige Beispiele, wie junge Menschen diese in sich, mit sich, mit ihren Peers und mit der Öffentlichkeit verhandeln. Sie öffnen tiefe Einblicke in existenzielle Dimensionen des Menschseins: der Umgang mit Trauer, Tod und Verlust; der Umgang mit seelischen und körperlichen Einschränkungen, aber auch das Leben mit Krankheit; die Bewältigung von Anderssein sowie gesellschaftliche Teilhabe⁴⁵. Die existenzielle Suche nach dem Selbst im Spiegel der Medien kann als ein prägendes religiöses Phänomen der Gegenwart und als pastoraltheologisches Zeichen der Zeit gewertet werden. Instagram macht Welten sichtbar und unmittelbar erlebbar, die ohne auch nur ansatzweise christliche Phänomene funktionieren. ‚Körper‘ und ‚Leiblichkeit‘ begegnen gespiegelt in Fitness, Sexualität, Sich-Zeigen-Wollen, Gender-Rollen erproben, in Befindlichkeit und Notstand. Für eine pastoraltheologisch ansetzende Anthropologie ist die Annahme dieser Pluralität in sich herausfordernd. Der weitgehende Ausfall des Körpers in der Theologie, die Ausklammerung von selbstverständlicher, klarer und gegenwärtiger Sexualität, zu der auch ein zölibatär gelebter Weg gehört, und der Frage nach Leiblichkeit verstellen die Möglichkeit, inkarnatorische Grundstruktur und Geschöpflichkeit wirksam werden zu lassen. Insbesondere durch christliche Kampagnen gegen eine ‚Genderideologie‘ wird das gesamte Thema der Sexualität und Körperlichkeit weiterhin öffentlich in die theologische Sprachlosigkeit abgedrängt und damit von vornherein Zugangswege der Nächstenliebe verstellt. Die beschriebenen Gegenpraktiken auf Instagram zeigen Möglichkeiten, an denen sich auch positive Handlungsperspektiven für die Gestaltung einer fragilitätssensiblen Pastoral für Jugendliche und junge Erwachsene eröffnen können. Menschen legen ihre Nöte und Sehnsüchte in ihren Inszenierungspraktiken auf Social Media offen, sie wollen gesehen, gelesen und wahrgenommen werden.

⁴⁵ Vgl. Deutsche Bischofskonferenz, Medienbildung und Teilhabegerechtigkeit. Impulse der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz zu den Herausforderungen der Digitalisierung (Arbeitshilfen), Bonn 2016.

(b) *Seelsorge, Charismen, Berufung*: Für eine fragilitätssensible Pastoralanthropologie steht die Dignität der Erfahrung von Individuen im Vordergrund.⁴⁶ Die exemplarisch beschriebenen Suchbewegungen und Selbstinszenierungen werden von einzelnen Personen mit ihren besonderen Charismen repräsentiert. Sie narrativieren und ästhetisieren eigene Erfahrungen in unterschiedlichsten Bereichen und tun dies mit Anspruch auf hohe Authentizität. Darin scheinen immanente, begrenzte, mitunter fragile Erlösungswege auf. Wo und wie kommunizieren Seelsorger_innen ihrerseits authentisch in Social Media? Das versuchsweise Hervorbringen von Sinn in einer ‚Inst@nt Identity‘ gestaltet sich als strategische Kommunikation, die jedoch nicht einfach schabloniert, sondern individuell und in interaktionalen Aushandlungsprozessen mit der *Community* geformt wird. Authentizität gilt als „Kriterium für eine zukunftsfähige digitale Mediengesellschaft“⁴⁷. Sie ist jedoch nicht nur in diesem Kontext eine große Herausforderung. Als Identitätsaufgabe war es immer schon schwer, innerhalb der erforderlichen relationalen Passungsprozesse ein Gefühl der Authentizität im Sinne einer subjektiven Stimmigkeit zu entwickeln. Immer mehr zeigt sich, dass Authentizität in Social Media nicht produktiv beschränkt ist, sondern aktiv von Seiten der Rezipient_innen hergestellt und eingefordert wird: Authentisch ist, was von Follower_innen als authentisch gelesen wird. Wahrheit, Wahrhaftigkeit und eben Authentizität werden somit zu einem verhandelten Gut.

(c) Die *Mitarbeit am Aufbau der menschlichen Gemeinschaft* lässt eine binnenkirchliche Beschränkung hinter sich und muss grundsätzlich als Auftrag gelesen werden, dort zu sein und zu agieren, wo die Menschen sind. So ist auch die Praxis katholischer Medienarbeit zu verstehen, zumindest in der Theorie, doch faktisch droht sich „kirchliche Kommunikation“ zu exkulturieren – „sowohl inhaltlich wie bildpolitisch wie performativ“⁴⁸. Christliche Accounts arbeiten häufig mit Text-Bild-Kombinationen, Tageslosungen oder kurzen Bibelziten. In der katholischen Instagram-Welt begegnen unzählige Heiligen- und Mariendarstellungen, Kleriker und Nonnen und natürlich der Papst @franciscus. Kirche ist zunächst *Communio*, und vollzieht sich vor allem, wo Diakonie, Verkündigung und Liturgie stattfinden. Katholische Instagrammer_innen produzieren Live-Videos beim Rosenkranzgebet oder der Eucharistischen Anbetung und laden mit Gebetsaufrufen andere Menschen zum Mitmachen ein.⁴⁹ Dies kann reale Begegnung nicht ersetzen, aber doch religiöse Teilhabe ermöglichen. Kann Social Media *Communio* im Vollsinn erzeugen? Finden Spiritualität und Gemeinschaft auf Jesus

⁴⁶ Vgl. Pirker, *fluide und fragil* (s. Anm. 7) 334.

⁴⁷ Deutsche Bischofskonferenz, *Virtualität und Inszenierung. Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft. Ein medienethisches Impulspapier* (Publizistische Kommission) Bonn 2011, 36–56.

⁴⁸ Matthias Sellmann, *Neue Medien gerne nutzen. Ein Plädoyer für kulturelles Liga-Bewusstsein*, in: *Lebendige Seelsorge* (2012) 1, 17–22, hier 19.

⁴⁹ Vgl. Viera Pirker, *Gebetsgemeinschaft heute: Katholische Praxis in den Instagram Stories*, in: *Medien + Erziehung* 63 (2019) 3, im Erscheinen.

Christus hin statt? Wo entstehen und bestehen Beziehungs- und Resonanzsysteme? Welche Formen kirchlicher Medienarbeit werden in Instagram erforderlich, und wer kann diese vollziehen – als Angebot, mit Fragen und Möglichkeiten? Lässt sich Erlösung, gar *Rettung* finden in den kontingenten Echokammern der virtuell-realen Welt? (d) Indem sich Menschen aktiv darauf beziehen, weist der *transzendente Heilsbezug* über die Kommunikationsplattformen hinaus. Die psychologischen und soziologischen Theorien der Identität stehen deskriptiv offen für das Denken eines transzendenten Heilsbezugs, doch sehen sie einen solchen weder als Voraussetzung oder Erfüllung des Menschseins. Christlich verstanden geht Kontingenzbewältigung nur durch das Nicht-Kontingente. Die in der Erzählung von Menschwerdung, Leben, Tod und Auferstehung Christi erwachsende Hoffnung überschreitet grundsätzlich die Kontingenz. Eine immanent ansetzende Christologie öffnet ein tiefes Verständnis für die Einzelnen und evoziert Respekt für ihre individuelle Lebenswelt und Frömmigkeit – die sichtbare und unsichtbare. Dies wird möglich im Vertrauen darauf, dass immanente Zeichen auf transzendente Wahrheiten verweisen und diese sakramental aktualisieren.

Dr.ⁱⁿ Viera Pirker
Institut für Praktische Theologie
Katholisch-Theologische Fakultät
Universität Wien
Schenkenstraße 8–10
A-1010 Wien
Tel.: +43 1 4277 31 309
viera.pirker@univie.ac.at
<https://pt-ktf.univie.ac.at/ueber-uns/team/pirker/>