Burke/Hiepel/Niggemeier
Zimmermann (Hrsg.)

Theologiestudium im digitalen Zeitalter

Kohlhammer

Kohlhammer

Andree Burke, Ludger Hiepel, Volker Niggemeier,
Barbara Zimmermann (Hrsg.)

Theologiestudium im digitalen Zeitalter

Verlag W. Kohlhammer

Die Drucklegung dieses Bandes wurde gefördert durch die
Stiftung zur Ausbildung katholischer Geistlicher im Bistum Münster.

Zu diesem Band gibt es Zusatzmaterial zum Download unter
<https://dl.kohlhammer.de/978-3-17-038893-2>.

1. Auflage 2021

Alle Rechte vorbehalten

© W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart

Gesamtherstellung: W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart

Print:

ISBN 978-3-17-038893-2

E-Book-Format:

pdf: ISBN 978-3-17-038894-9

Für den Inhalt abgedruckter oder verlinkter Websites ist ausschließlich der jeweilige Betreiber verantwortlich. Die W. Kohlhammer GmbH hat keinen Einfluss auf die verknüpften Seiten und übernimmt hierfür keinerlei Haftung.

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	9
------------------	---

Eingabe

<i>Sven Bartnick, Rebecca Kelm und Elisabeth Wedeking</i> Analog, digital – normal. Eine studentische Perspektive	15
---	----

<i>Andree Burke und Ludger Hiepel</i> Digitale Transformation in der Wissenschaft – Beobachtungen aus Forschung und Lehre	19
---	----

<i>Katharina Klaholz und Anne Schmidt</i> Unsere Wahrnehmung von „Kirche“ im Netz. Eine Synopse von Selbstbeobachtungen	25
---	----

<i>Christian Wode</i> Lebenswelt Social Media	31
--	----

<i>Thimo Zirpel</i> Religion in und um Computerspiele(n)	37
---	----

<i>Marcus Hoffmann</i> Umsetzung und Herausforderung von Digitalisierung in der Schulpraxis	45
---	----

Verarbeitung

<i>Barbara Zimmermann</i> Lehren und Lernen im digitalen Zeitalter – Orientierung in einem weiten Feld	57
--	----

<i>Oliver Reis</i> Transformationen des hochschuldidaktischen Dreiecks im Kontext der Digitalisierung	67
<i>Simon Harrich und Ludger Hiepel</i> <i>Computational Thinking</i> – ein Ansatz für die Theologie?	87
<i>Guido Hunze</i> Technisches Upgrade oder soziokulturelle Transformation? Warum Digitalisierung mehr als der Einsatz digitaler Medien in der Lehre ist	97
<i>Peter G. Kirchschräger</i> Digitaler Wandel – theologisch-ethische Perspektiven	121
<i>Simone Adams und Wolfgang Weirer</i> Theologiestudium – berufsbegleitend und digitalisiert. Erste Erfahrungen an der Universität Graz	139
<i>Ulrich Feeser-Lichterfeld</i> Theologie aus der Ferne? Erfahrungen mit dem Blended Learning-Studium der Religionspädagogik bzw. Angewandten Theologie	153
<i>Nicole Donath, Hannah Hewing und Ludger Hiepel</i> Webquest Theologie und Religionswissenschaften – Kooperation zur Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten zwischen der Universitäts- und Landesbibliothek Münster und der Katholisch-Theologischen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster	165
<i>Christian Henkel</i> Wissensarchitekturen im digitalen Zeitalter. Zwischen Aufbau und Abbruch	187

Ausgabe

Ludger Hiepel und Volker Niggemeier

Nicht auf Sand gebaut –

Bibelwissenschaftliche Lehre im digitalen Zeitalter 201

Thomas Brockmann, Matthias Daufratshofer und Michael Pfister

Digitale Lehr- und Lernformate in der Kirchengeschichte –

Chancen, Grenzen, Desiderate 215

Josef Becker

Sozialethische Visionen für die Gestaltung theologischer

Forschung und Lehre im digitalen Zeitalter 233

Thomas Hanke und Anna Puzio

Lebendiges Argumentieren:

Philosophische Medien und digitale Lehre 247

Rudolf B. Hein

Digitalisierungskompetenzen in der Theologischen Ethik 257

Markus Weißer

Dogmatik im digitalen Zeitalter 277

Andree Burke und Simon Harrich

Pastoraltheologische Lehre im digitalen Zeitalter –

einige Vorschläge 289

Martin Lüstraeten

Sinnenfällig und schwerfällig.

Liturgie und Liturgiewissenschaft und die Herausforderungen

der Digitalität 303

Thomas Neumann

Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung für die Kanonistik 319

Marc Heidkamp
Theologische Subjektwerdung digital –
sich reflektiert in Ambivalenz-Verhältnisse verstricken 331

Lisa-Marie Mansfeld und Andreas Schoch
Zwischen „Know-How“ und „Know-Why“.
Digitalisierung im Religionsunterricht – Relevanzen und Visionen
für die universitäre Lehrer*innenbildung anhand explorativ-qualitativer
Interviews 343

Autor*innen 361

Einleitung

Der vorliegende Band geht inhaltlich zurück auf das Tagungsformat „Münsteraner Fachgespräche zur Zukunft des Theologiestudiums“ dessen Ausgangspunkt die Kooperation zweier innovativer Stellen an der Katholisch-Theologischen Fakultät der WWU Münster war: der Koordinationsstelle Hochschuldidaktik (*Barbara Zimmermann*) und dem Netzwerkbüro Theologie & Beruf (*Andree Burke*).¹ In der Zusammenschau der Anliegen beider Stellen – der Konzeption hochschuldidaktisch anschlussfähiger Curriculumsentwicklung einerseits und der Gestaltung des Theologiestudiums als individueller beruflicher Qualifikation andererseits – bilden sich die Ziele des Tagungsformats ab.

Im Jahr 2019 fand selbiges zum zweiten Mal unter der Perspektive des Theologiestudiums im digitalen Zeitalter unter Beteiligung von Wissenschaftler*innen, Praxisvertreter*innen und Hochschuldidaktiker*innen statt.

Das Digitale in den Blick zu nehmen, schien dabei im Jahr 2018, als die Planungen begannen, vielleicht noch etwas visionärer und ambitionierter als heute, im Sommer 2020, mitten in der globalen Corona-Pandemie, in der das Sommersemester vielerorts als rein digitales Semester gestaltet werden musste.

Dennoch oder vielmehr deswegen scheinen Reflexionen über das Theologiestudium im digitalen Zeitalter höchste Brisanz erhalten zu haben. Das Digitale curricular zu integrieren, ist plötzlich vom Trend zur Notwendigkeit geworden. Schon die Schlussdiskussion der Münsteraner Fachgespräche 2019 hatte dies angedeutet: Die Transformationsprozesse, die ein „digitales Zeitalter“ mit sich bringen, sind kultureller Art – und nicht lediglich methodischer. Diese Diskussion hat sich im Anschluss an die Tagung zwischen den Herausgebenden fortgesetzt, zuerst im kollegialen Austausch, dann in der Idee, diesen Band zu realisieren.

Dessen Anliegen ist es, Lehrende, Studierende, theologiedidaktische Professionals, Verantwortliche für theologische Curricula und alle, die mit dem Fach „Katholische Theologie“ verbunden sind, darin zu bestärken, digitalen Transformationen mit offenem Visier zu begegnen. Auch für Arbeitgeber*innen ist der Band interessant, um zu sehen, welches Rüstzeug Absolvent*innen eines theologischen Studiums für unterschiedliche Berufsfelder mitbringen. Der Band greift das Gespräch hierüber, das im Rahmen der Fachtagung angestoßen wurde, in einem weitläufigeren Sinne wieder auf und führt es reflektierend weiter.

Hierzu wurde die inhaltliche Grundstruktur der Münsteraner Fachgespräche schriftsprachlich adaptiert, indem das aus der Datenverarbeitung bekannte

¹ Inzwischen haben sich die Stellen bzw. ihre Inhaber*innen beruflich verändert.

EVA-Prinzip (Eingabe – Verarbeitung – Ausgabe) zum strukturbildenden Moment des Bandes wurde. Die Aufnahme des EVA-Prinzips erinnert dabei nicht zufällig an den Dreischritt Sehen – Urteilen – Handeln.

Denn beide Dreischritte setzen zunächst bei Wirklichem an; im Falle des vorliegenden Bandes bei denjenigen Transformationsprozessen, die im Zusammenhang mit zunehmender Digitalisierung stehen und die in den jeweiligen exemplarischen Lebenswelten konkret vernehmbar sind. Den Ausgangspunkt bildet dabei eine studentische Perspektive (*Sven Bartnick/Rebecca Kelm/Elisabeth Wedeking*), gefolgt von Beobachtungen aus der akademischen Forschung und Lehre (*Andree Burke/Ludger Hiepel*). *Katharina Klaholz/Anne Schmidt* teilen ihre Wahrnehmung von „Kirche“ im Netz. Sodann erfolgen Einblicke in die Lebenswelten Social Media aus Sicht eines Bistumsmitarbeiters (*Christian Wode*) und Computerspiele aus Sicht eines Lehrers (*Thimo Zirpel*). *Marcus Hoffmann* thematisiert in einem letzten Beitrag innerhalb dieses Teils die Umsetzung und Herausforderung von Digitalisierung in der Schulpraxis.

Alle Autor*innen dieses Teils beschreiben für die jeweilige Lebenswelt, wie und in welcher Form Digitalisierung und Digitalität virulent bzw. relevant sind und ein Theologiestudium auf selbige reagieren muss. Die Bedarfe werden dabei direkt ausgehend von den jeweiligen Lebenswelten sowie typischen theologischen Berufsfeldern abgeleitet.

In der *Verarbeitung* stellen sich Autor*innen der Herausforderung, den Umgang mit Transformationsprozessen vorzustellen, zu systematisieren und aktuelle Bewältigungsversuche des digitalen Wandels zu reflektieren. Dies erfolgt entweder auf einer inhaltlichen- oder auf curricularer bzw. theologiedidaktischer Ebene.

Barbara Zimmermann bietet zunächst systematisierende Orientierung im weiten Feld des Lehrens und Lernens im digitalen Zeitalter. *Oliver Reis* entwirft in seinem Beitrag auf Basis der Akteur-Netzwerk-Theorie ein mehrdimensionales hochschuldidaktisches Dreieck, das digitale Praktiken Lernender im Lehr-Lern-Prozess berücksichtigt. *Simon Harrich/Ludger Hiepel* fragen, ob der Ansatz des Computational Thinking ein Ansatz für die Theologie sein kann. *Guido Hunze* zeigt auf, warum Digitalisierung mehr als der Einsatz digitaler Medien in der Lehre ist und reflektiert über das Lernen von, über und mit Digitalisierung. *Peter G. Kirchschräger* verarbeitet den Stand ethischer Forschung zum digitalen Wandel und formuliert Desiderate zur Auseinandersetzung mit theologischer Ethik für das Theologiestudium. Während *Simone Adams/Wolfgang Weirer* erste Erfahrungen mit einem berufsbegleitenden und digitalisierten Theologiestudium an der Universität Graz beschreiben, schildert *Ulrich Feeser-Lichterfeld* solche mit dem Blended Learning-Studium der Religionspädagogik bzw. Angewandten Theologie im Fernkurs. Als ein Good-Practice-Beispiel stellen *Nicole Donath/Hannah Hewing/Ludger Hiepel* den in Kooperation von Universität- und Landesbibliothek und Katholisch-Theologischer Fakultät in Münster entwickelten Webquest zur

Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten vor. *Christian Henkel* setzt den digitalen Kulturwandel ins Verhältnis zu längerfristigen historischen Entwicklungen und überlegt, was es durch digitale Transformationen aktuell zu gewinnen und zu verlieren gibt.

Im letzten Teil, der Ausgabe, entwickeln überwiegend Nachwuchswissenschaftler*innen ihre Visionen für die Gestaltung theologischer Lehre und Forschung in Form digitaler Fachkonzepte. Der experimentelle Charakter dieses Abschnitts zielt darauf, Kreativität freizusetzen und Ideen Raum zu geben. Dieser Teil des Bandes ist insofern auch kollaborativ angelegt, als dass den Autor*innen hier die meisten Manuskripte aus den ersten Teilen des Bandes vorlagen. Im Einzelnen, den Sektionen der Theologie folgend, präsentieren *Ludger Hiepel/Volker Niggemeier* zunächst bibeldidaktische Optionen, dann folgt ein Beitrag von *Thomas Brockmann/Matthias Daufratshofer/Michael Pfister* zu digitalen Lehr- und Lernformaten in der Kirchengeschichte. Innerhalb der systematischen Theologie formulieren die Beiträge von *Josef Becker, Thomas Hanke/Anna Puzio, Rudolf B. Hein* und *Markus Weißer* aus Sozialethik, den philosophischen Grundfragen der Theologie, Moralthologie und Dogmatik ihre jeweiligen Visionen. Der Beitrag von *Andree Burke/Simon Harrich* bildet den Auftakt der Beiträge aus der Praktischen Theologie. Dem pastoraltheologischen Beitrag folgen eine liturgiewissenschaftliche (*Martin Lüstraeten*), eine kirchenrechtliche (*Thomas Neumann*), eine religionspädagogische (*Marc Heidkamp*) und eine religionsdidaktische Perspektive (*Lisa-Marie Mansfeld/Andreas Schoch*).

Unser herzlicher *Dank* gilt allen, die an der Realisierung des vorliegenden Bandes beigetragen haben, angefangen bei allen Autor*innen, die durch ihre Beiträge das breite Spektrum des Bandes ermöglichen.

Wir danken der „Stiftung zur Ausbildung katholischer Geistlicher im Bistum Münster“ herzlich für die Finanzierung des Sammelband-Projekts.

Den studentischen Hilfskräften *Johannes Frenz* und *Johannes Feimann* danken wir für die Unterstützung beim Setzen der Beiträge, sodass der Band zügig erscheinen konnte.

Schließlich sind wir *Sebastian Weigert* und *Janina Schüle* aus dem Lektorat vom Verlag für die freundliche Beratung und kompetente Betreuung sehr dankbar.

Münster im August 2020

Andree Burke, Ludger Hiepel, Volker Niggemeier und Barbara Zimmermann

Eingabe

Analog, digital – normal.

Eine studentische Perspektive

Sven Bartnick, Rebecca Kelm und Elisabeth Wedeking

Stellen Sie sich vor, im Rahmen einer Lehrveranstaltung mit einer Gruppe Student*innen eine Exkursion zu unternehmen – sagen wir einmal: nach Rom. Sie sind froh, dass bereits nach einer kurzen Anmeldephase alle Plätze vergeben sind. Das heißt aber auch, dass leider nicht alle Student*innen, die an Ihrer Exkursion teilnehmen möchten, dabei sein können – aus welchen Gründen auch immer. In Rom angekommen, finden Sie sich mit der Gruppe in einem der vaticanischen Museen ein, um mit der ersten inhaltlichen Einheit zu beginnen. Während ein Student und Sie selbst referieren und Input in die Thematik geben, filmt eine Studentin mit der Kamera ihres Smartphones einen Livestream, den die daheimgebliebenen Interessent*innen auf einer Streaming- und Lernplattform verfolgen. Über eine Chatfunktion können sie mit Ihnen und den in Rom anwesenden Kommiliton*innen kommunizieren und so ebenfalls aktiv teilnehmen.

Ein weiteres Szenario: Ihre Institution plant für das kommende Semester eine Ringvorlesung. Während Sie einige Referent*innen für Ihre Veranstaltung gewinnen können, müssen Ihnen andere Kolleg*innen leider absagen. Eine Lösung des Problems ist schnell gefunden: Einige Ihrer Kolleg*innen, denen eine Anreise unmöglich ist, willigen ein, sich per Livestream in das Geschehen einzuschalten. Auch Student*innen, die die Veranstaltung nicht hätten besuchen können, haben dank des Streamings die Möglichkeit, von zuhause oder unterwegs aus dabei zu sein. In der auf die Vorlesung folgenden Fragerunde kommen sowohl Beiträge aus dem Hörsaal als auch aus den Reihen derjenigen, die den Vortrag online verfolgt haben.

Es mag sein, dass Sie diese beiden Szenarien im ersten Moment für abwegig halten. Für Student*innen, die aktuell an den Universitäten lernen, und diejenigen, die in den kommenden Semestern folgen werden, ist die Einbindung solcher Technologien jedoch Teil ihrer Realität.¹ Student*innen unterscheiden nicht

¹ Der vorliegende Artikel ist vor der Corona-Pandemie entstanden. Die durch diese bedingte, für alle überraschend schnelle Umstellung auf die rein digitale Lehre hat gezeigt, dass ganz grundsätzlich eine Digitalisierung der Lehre möglich ist. Dass dabei häufig zunächst lediglich die Formate der Präsenzlehre digitalisiert wurden, ist zum Teil der Kurzfristigkeit gesundheitspolitischer Maßnahmen geschuldet. Der Wunsch nach einer inhaltlich wie didaktisch angemessenen Digitalisierung der Lehre, dem gewinnbringenden Nutzen ihrer Formate und einer damit einhergehenden Reflexion des Digitalen in der Theologie bleibt aus unserer Sicht nicht nur bestehen, sondern verdrängt sich vielmehr.

zwischen analog und digital: Für sie stellt sich vielmehr die Frage, was sie benötigen und in welcher Form sie es am einfachsten nutzen können, um ihr Lernen effektiver zu gestalten. Digital und analog sind somit zwei Formen einer Realität, die sich für Student*innen nicht voneinander abgrenzen lassen. Sie leben in einer Gleichzeitigkeit von Möglichkeiten. Dieser Umstand kann herausfordernd sein – er birgt aber auch große Vorteile: So ist quasi jede Information auf dieser Welt immer und fast überall unmittelbar zugänglich und verfügbar. Sobald ein Mangel festgestellt wird – etwa bei einer Informationslücke – kann dieser ausgeräumt und das Bedürfnis nach Information gestillt werden. Obwohl es für Hochschullehrer*innen mitunter den Anschein eindimensionaler Suche nach Ablenkung vom Lehrgeschehen haben mag, sind Student*innen auch im universitären Lernen weitaus mehr als auf ihre jeweiligen Endgeräte starrende Wesen. Sie sind im wahrsten Sinne des Wortes *vernetzt* – in einem komplexen Informationssystem, das unzählige Möglichkeiten bietet und sich in den unterschiedlichsten Formen, als Text, Audio-, Videostream oder Weiterem, darstellt. In jedem Augenblick neu und in jedem Augenblick anders. Aber immer im Jetzt.

Genau diese Realität wirkt sich natürlich auch auf das Theologiestudium aus. Ganz egal, wie weit die Digitalisierung an den einzelnen Lernorten schon fortgeschritten ist: Student*innen nehmen den digitalen Content, den sie zur Verfügung gestellt bekommen, an und arbeiten damit weiter. Dabei erhalten gerade auch Student*innen, denen ein rein analog organisiertes Studium aufgrund einer Einschränkung Schwierigkeiten bereitet oder nicht möglich ist, neue Chancen der Barrierefreiheit. An Stellen, an denen das Potential nicht ausgeschöpft wird, haben alle Student*innen Interesse an einer Verbesserung durch die vorhandenen Möglichkeiten.

Neben dem Besuch von offiziellen Lehrveranstaltungen nutzen Student*innen bereits jetzt weitere Angebote, um Inhalte zu lernen oder zu vertiefen. Ein Beispiel: Um die jeweilige sprachliche Kompetenz in Griechisch auszubauen, bieten diverse Apps die Möglichkeit, Vokabeln zu verwalten und diese *zwischen* durch zu lernen. In Videos auf Streamingplattformen werden grammatikalische Hintergründe erklärt und beim weiteren Klicken durch YouTube und Co. lassen sich skurrile Videos finden, in denen wichtige Deklinationen in Liedern verpackt sind, um sie sich spielerisch anzueignen. Diese und weitere digitale Lernangebote gehören schon jetzt zum Alltag vieler Student*innen. Jedoch erfolgt ihre Nutzung aktuell noch in kompletter Eigenregie.

An dieser Stelle stellt sich die Frage, inwiefern das Theologiestudium und inwiefern einzelne Dozent*innen auf diese Lebenswelt von Student*innen eingehen können, ja, eingehen müssen, um einen hohen Lernerfolg zu unterstützen. Könnten Dozent*innen die digitalen Angebote, die momentan außerhalb ihres Veranstaltungskonzepts genutzt werden, nicht selbst anbieten, passgenau und individualisiert für die Belange von Student*innen, aber auch für das Ziel ihrer Veranstaltung? Damit könnten Dozent*innen fördern, dass Student*innen

lernen, ihre digitalen und theologischen Kompetenzen in einer Realität, die heute grundlegend auch digital ist, weiter zu verknüpfen und theologisch ausdrucks- und handlungsfähiger zu werden. Gerade eine Theologie, die diesen Spagat versuchen will, muss somit in einer Zeit, in der der Mensch sich als gleichzeitig analoges wie digitales Wesen in der Welt bewegt, über diese Erweiterung des Menschseins nachdenken. Das schließt auch all diejenigen Fragen mit ein, die sich erst von dieser Bewegung in der digitalen Welt her ergeben, auf die die rein analog denkende Theologie jedoch noch keine ausreichenden Antworten gefunden hat. Für Student*innen von heute sind diese Fragen aber gerade auch dann, wenn sie in ihr Berufsleben starten, hoch relevant. Sie ziehen sich quer durch die Theologie: Welche analog-digitalen Gemeindemodelle lassen sich denken? Was heißt Freiheit im digitalen Raum? Und: Wie beeinflussen digitale Angebote die religiöse Entwicklung? Es geht um die Reflexion dessen, wie sich Theologie verändert, wenn sich die Lebenswirklichkeiten und die damit verbundenen Anthropologien so maßgeblich erweitern. Doch findet der Wunsch nach Berücksichtigung dieser Dimensionen bislang kaum Gehör im Theologiestudium. Dabei treffen gerade in der akademischen Lehre die nötigen Ressourcen aufeinander: die theologische Expertise der Lehrenden und die Erfahrung derer, die wissen, was es heißt, Digital Native zu sein und nicht mehr zwischen analog und digital zu unterscheiden.

Es geht also einerseits um eine Digitalisierung von Inhalten und der Didaktik in der universitären Lehre und andererseits darum, das Digitale als selbstverständliche Dimension des Menschseins zu verstehen und gerade in der Theologie zu reflektieren und diese weiterzuentwickeln. Wir möchten Sie ermutigen: Probieren Sie es doch einfach aus! Denken Sie neu! Verstehen Sie Ihre Veranstaltungen auch als Denkfabriken und Versuchsräume für die Reflexion des Digitalen in der Theologie und bedenken Sie alle Möglichkeiten bei der Aufbereitung Ihrer Lerninhalte und Veranstaltungsformate. Wir Student*innen wünschen uns theologische Reflexionen der Digitalität und ihre Umsetzung in die Praxis.

Digitale Transformation in der Wissenschaft – Beobachtungen aus Forschung und Lehre

Andree Burke und Ludger Hiepel

Man stelle sich einmal Folgendes vor: Die Corona-Pandemie greift um sich, die Unis im Präsenzbetrieb müssen schließen – und *zusätzlich* bräche das Internet dauerhaft zusammen. Was würde den Forschenden und Lehrenden fehlen?

Ein kleines Gedankenexperiment, das unmittelbar in unseren Beitrag hineinkatapultiert. Es zeigt nämlich, wie essentiell – ja geradezu unverzichtbar – das Internet für den Universitätsbetrieb geworden ist. Ohne Videokonferenzen, E-Mail, E-Learning-Plattformen, Datenbanken oder Cloud-Speicher können Wissenschaftler*innen von heute nur noch stark eingeschränkt arbeiten. Wir wollen daher beschreiben, inwiefern ein Theologiestudium auf neue Aufbrüche angesichts des digitalen Wandels in der Wissenschaft reagieren muss. Hierzu nehmen wir uns vor, die universitäre theologische Wissenschaft als Lebenswelt aus der Praxis zu markieren, in der Digitalisierung und Digitalität virulent sind. Es geht unter Rückgriff auf einige prägnante Beispielkontexte darum, die Frage zu beantworten, welche Bedarfe notwendigerweise zu erfüllen sind, um Studierende – die akademischen Lehrer*innen und Wissenschaftler*innen von Morgen – auf die Zukunft vorzubereiten. Dabei ist natürlich nicht ausgeschlossen, dass qualifizierende Kompetenzen für diese Berufsfelder nicht auch Relevanz in anderen Tätigkeitsbereichen haben können.

Wie auch die anderen Beiträge der „Eingabe“ kann auch hier die Lebenswelt nicht durch empirisch valide Forschungsergebnisse insgesamt analysiert, sondern lediglich ein partieller Eindruck davon vermittelt werden, wie digitale Transformationen im Wissenschaftsbetrieb, dargestellt an einer bestimmten konkreten Situation, wirken. Deshalb halten als orientierender Referenzrahmen für diesen Beitrag die Ergebnisse einer Versammlung von Fakultätsmitgliedern aller Statusgruppen zum Thema „Digitalität“ im Mai 2019¹ an der Katholisch-

¹ Die einmal im Semester stattfindende Fakultätsversammlung, zu der alle Mitglieder des Fachbereichs eingeladen sind, bietet ein Forum und gibt die Möglichkeit, um über Fach- und Statusgruppengrenzen hinweg ins Gespräch zu kommen. Von der Vorbereitungsgruppe – Gerhild Benölken, Monika Epping, Reinhard Hoeps, Sebastian Kiefl, Marcel Rander und Ludger Hiepel – wurden zwei Themenräume konzipiert und mit digitaler Technik ausgestattet: Der Themenraum Arbeitswelt blickte auf den digitalen Alltag in allen Statusgruppen: „Was gibt es schon? Was brauchen wir noch? Was wäre ein Gewinn und was ein Alptraum?“. Im zweiten Themenraum, dem *CyberTheoLab*, ging es um Visionen für

Theologischen Fakultät in Münster her. Darüber hinaus werden Beispiele aus dem wissenschaftlichen Nahbereich der Verfasser zur Veranschaulichung hinzugezogen.

Digitalisierung in der Forschungsarbeit

Der Einsatz digitaler Methoden und Technologien in der Hochschule nimmt zu: Die sogenannten *Digital Humanities* etablieren sich und werden immer populärer. Einige konkrete Beispiele mögen dies veranschaulichen und zugleich die Vorteile digitaler Forschungsprojekte und Technologien hervorheben.

So konstatiert Hubert Wolf, Professor für Mittlere und Neuere Kirchengeschichte, angesichts eigener digitaler Forschungs- und Datenbankprojekte²: „Ich wäre als Kirchenhistoriker im Grunde genommen gar nicht denkbar ohne die Digitalisierung.“³ So führt er vor Augen, dass mit den vorliegenden digitalen Editionen bereits Studierende in ihrem Studium mit bestimmten Schlagwortsuchen Themen in Hausarbeiten bearbeitet können, für die sonst eine lange Zeit im Archiv nötig wäre oder an denen ein*e Promovierende*r längere Zeit gearbeitet hätte: „Nehmen Sie mal an, Sie müssten einen Corpus von 25.000 Dokumenten, mal durchschnittlich vier Seiten, das sind 100.000 Seiten, durchsuchen“⁴. Mit Fertigstellung und Publikation der digitalen Edition können große Corpora nun effizient durchsucht und ausgewertet werden. Nicht jede*r Forschende fängt wieder bei der händischen Durchsicht der Archivalien an, sondern kann auf Grundlage der Digitalisierung weitergehende Fragestellungen bearbeiten und das Material tiefergehend auswerten.

Digitale Technik steigert aber, wie hier beschrieben, nicht nur die Effizienz der Forschung sondern kann auch zu einem gesteigerten Wissenstransfer in die

eine digitale Theologie von Morgen. In der Atmosphäre eines Laboratoriums stand hier ein kreatives Ideaming im Mittelpunkt.

² Dazu zählen: „Kritische Online-Edition der Nuntiaturreportagen Eugenio Pacellis (1917–1929)“ online unter: <http://www.pacelli-edition.de/index.html> (Stand: 12.06.2020) und „Kritische Online-Edition der Tagebücher Michael Kardinal von Faulhabers (1911–1952)“ online unter: <https://www.faulhaber-edition.de/index.html> (Stand: 12.06.2020).

³ WWU Münster: Digitalisierung@WWU; ein Gespräch mit Hubert Wolf und dem Leiter der Pressestelle der WWU, Norbert Robers, vom 29.06.2018 im Rahmen der Reihe „Digitalisierung@WWU“. Das Video wurde auch auf besagter Fakultätsversammlung (vgl. Fn 1) gezeigt.

⁴ WWU Münster: Digitalisierung@WWU.

Öffentlichkeit⁵, zur Erschließung sonst unzugänglicher Räume⁶, aber auch zu neuen Zugangswegen⁷ sowie zur Öffnung von Foren wissenschaftlichen Austauschs bzw. zur Entwicklung thematischer Cluster⁸ beitragen. Dies sind keine isolierten Ziele, sondern alle genannten Projekte erzielen einige jener Effekte in unterschiedlicher Gewichtung.

Bemerkenswert dabei ist, dass diese Projekte als solche zwar auch in die Lehre eingebunden werden, die dahinterliegende Technik dagegen aber kaum thematisiert wird. Wo das geschieht, tritt ein Technikbegriff zu Tage, der primär von seiner Funktionalität und Ergebnisausgabe her verstanden wird. Das muss nicht in jedem Fall ein Problem sein, kann in Einzelfällen aber Ergebnisse verunklaren. Wenn beispielsweise eine Schlagwortsuche und eine Volltextsuche nicht voneinander unterschieden werden können, könnten verschlagwortete Ergebnisse für die Grundgesamtheit aller möglichen Ergebnisse gehalten werden. Hierzu braucht es ein informatisches bzw. technisches Basiswissen und ein Interesse an den Prämissen getroffener Vorentscheidungen.

Positive Erfahrungen mit den Effekten von Digitalisierung in der Forschungsarbeit befördern den Ausbau von Netzwerken und insofern einen Kulturwandel durch Digitalisierung, der getragen wird von Austausch, Kritik sowie Etablierung und Nachahmung von Best Practice. Dazu allerdings ist es notwendig, dass sich erstens Akteure im Wissenschaftsbetrieb vertrauensvoll auf Open-Source-Projekte einlassen können und zweitens Institutionen sich bereit zeigen, finanzielle Investitionen in Lizenzen und Programme vorzunehmen.

⁵ Vgl. z. B. www.klaus-hemmerle.de (Stand: 12.06.2020), eine Website, die einen großen Teil des Nachlasses des Theologen und Bischofs Klaus Hemmerle (1929–1994), neben Monografien und Aufsätzen auch Briefe, Bilder und Gedichte, einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich macht.

⁶ Vgl. z. B. <http://www.juedischer-friedhof-muenster.de> (Stand: 12.06.2020). Die Internetseite dokumentiert den sonst aus verschiedenen Gründen nicht öffentlich zugänglichen Ort für eine breite Öffentlichkeit, ist doch der jüdische Friedhof an der Einsteinstraße in Münster ein zentraler Ort jüdischer Geschichte und jüdischer Präsenz in der Stadt Münster sowie für die Region des Münsterlandes und weit darüber hinaus.

⁷ Vgl. z. B. die Digitalisierung der Theologischen Revue: „Die Theologische Revue erscheint seit 2020 monatlich als Open-Access-Ausgabe und alle zwei Monate als Print-Ausgabe im Verlag Aschendorff. Jede angenommene Rezension wird online veröffentlicht.“ (Theologischen Revue: Historie.)

⁸ Vgl. z. B. den Verein bildtheologie e.V. mit dem öffentlichkeitswirksam digitalen Projekt www.bildtheologie.de. Die vier Projektinitiator*innen wollen damit u. a. die internationalen Vernetzung von Wissenschaftler*innen befördern, die auf dem Gebiet der Bildtheologie – jene theologische Disziplin, die sich der bildenden Kunst als Medium der Rede von Gott und als Quelle theologischer Erkenntnis widmet – agieren. Zur Idee und den damit verbundenen Herausforderungen vgl. unter <https://bildtheologie.de/idee/> (Stand: 12.06.2020).

Das ‚mysteriöse Smartboard‘: Missverständnisse des digitalen Lehr-Lernsettings

Wie benutzt man eigentlich ein Smartboard?⁹ Man kann auf der einen Seite die staubige Kreide durch einen digitalfähigen Stift ersetzen und damit darauf verzichten dürfen, sich am Ende der Seminareinheit die Hände waschen und eine Tafel putzen zu müssen. Das ist schon etwas wert. Wenn man dabei aber zugleich verstohlenen Blickes auf jene mysteriösen Knöpfe und Tasten schießt, die da außerdem zu finden sind, mag man bereits irritiert worden sein: Das Gerät kann mehr. Denn andererseits ist es mit einem Smartboard auch möglich, einen voll ausgestatteten digitalen Klassenraum in den analogen Seminarkontext zu integrieren. Zum Beispiel können verschiedenste multimediale Elemente den Lehr-Lern-Prozess unterstützen: Anders als in einer vorgefertigten Beamer-Präsentation sind hier verschiedene Wege möglich, die prozess- und problemorientiertes Lehren und Lernen möglich machen (im Sprachunterricht können an einem projizierten Text bspw. Wörter farblich markiert oder bestimmt werden). Es können gamifizierte Elemente (wie z. B. ein aktivierendes Quiz am Board) oder Abstimmungstools zur Beteiligung der Teilnehmenden und Überprüfung des Lernstandes integriert werden.

Ob diese Elemente im Lehr-Lern-Kontext sinnvoll eingesetzt werden können, ist damit nicht entschieden. Das Beispiel der Smartboards steht aber gerade deshalb im Kleinen für eine strategische (und insofern auch finanzielle) Herausforderung durch (vermeintliche) Digitalisierungsprozesse. Wo ein Smartboard wie eine Tafel verwendet wird, steigt zwar der Stromverbrauch, aber wahrscheinlich deshalb nicht der Lerngewinn. Daher muss eine strategische Entscheidung für die Anschaffung und den Einsatz entsprechender Möglichkeiten sowohl durch eine Rückversicherung eines zielführenden Einsatzes unter Lehrenden flankiert sein, wie auch von entsprechenden Schulungs- und Fortbildungsmaßnahmen.

Ein ähnliches Phänomen zeigt sich auch in der Verwendung von Lernplattformen, wenn sich der digitale Kursraum im Wesentlichen als Handapparat für PDF-Dateien entpuppt und viele Funktionen ungenutzt und unbeachtet bleiben. Für sich genommen ist das kein Problem und es schont vielleicht sogar das Buch, das nicht mehrmals von seinen Nutzer*innen kopiert wird. Ein digitaler Kompetenzerwerb wird hier aber noch nicht initiiert. Dabei erscheint dieser wesentlich, wenn auch mit digitalen Technologien theologische Themen bearbeitet

⁹ Umgangssprachliche wird das Smartboard nach der Bezeichnung eines führenden Anbieters auch ‚ActiveBoard‘ oder interaktives Whiteboard genannt. Der Duden kennt nur das ‚Smartboard‘ als „(an einen Computer angeschlossene) elektronische Wandtafel, auf der, ähnlich wie bei einem Touchscreen, Texte und Bilder sowohl angezeigt als auch eingegeben werden können“.

werden sollen. Dazu wäre es wichtig, dass eine Einarbeitung und eine Einführung in die für theologische Forschung relevanten Technologien und Methoden bereits im Theologiestudium stattfindet. Auf Lernplattformen können diese eingebunden werden. In Moodlekursen können Lernende beispielsweise technische Grundkenntnisse und zugleich theologisches Wissen erwerben, indem sie Wikis (gebündelte, gemeinsam erstellte Sammlung verlinkter Informationen) erstellen. Wenn theologisches Wissen in Zukunft relevant bleiben soll, muss es auch in solchen Formen abrufbar sein. Der Erstzugriff auf Wissen erfolgt heute nämlich vielfach über das größte Wiki: Wikipedia. Es fragt sich nur, ob theologische Denker*innen sich hieran beteiligen wollen (bzw. können!) oder eben nicht.

Deshalb wäre es für die Ausbildung des theologischen Nachwuchswünschenswert, wenn auch eine weitergehende Einführung in die bereits vielfach zugrunde liegenden Technologien und Datenformate erfolgt. Für die digitale Edition zeichnet sich auf Grundlage von XML und den Vorgaben der TEI¹⁰ ein Standard ab. Wenn neben den theologischen Inhalten auch ein Verständnis dieser Zusammenhänge vermittelt wird, können sich neue Forschungsfragen und Projekte entwickeln, in denen der wissenschaftliche Nachwuchs selbst aktiv werden kann. Diesem Wunsch steht allerdings die Beobachtung gegenüber, dass zum Teil basale EDV-Kenntnisse (wie beispielsweise zum Erstellen eines automatisierten Inhaltsverzeichnisses nötig) fehlen. In solchen Fällen zeigt sich der Bedarf, zunächst ein schulisches Defizit aufzuarbeiten.

Bedarfsanzeige

Es gäbe weitere Beobachtungen, die an dieser Stelle dargestellt werden könnten, aber aus diesen lassen sich bereits einige zentrale Bedarfe bündeln:

- *Ausstattung:* Digitalisierung braucht Hardware und Software und deshalb Expertise dafür, was sinnvolle Investitionen sind. Sie muss etwas kosten dürfen und sollte auf der anderen Seite weder zu Ausgrenzungen (bspw. wenn nur auf teure private Geräte zurückgegriffen wird, deren Anschaffung sich nicht jede*r leisten kann) noch zu aktionistischen Investitionen führen.
- *Schulung und Implementierung:* Die Investitionen sind nur dann sinnvoll, wenn es eine Einführung und Schulung gibt. Nur wenn digitale Lehre und Forschungsmethoden planvoll implementiert werden, kann ein Kompetenzerwerb gelingen. Dies führt angesichts der knappen Ressource Zeit auch zu der Frage, wie das Verhältnis von Fachstunden zu nötiger technischer Schulung beschrieben wird.

¹⁰ Die Text Encoding Initiative ist eine 1987 gegründete Organisation und ein gleichnamiges Dokumentenformat zur Kodierung und zum Austausch von Texten, das diese entwickelt hat und weiterentwickelt. Siehe unter: <https://tei-c.org/> (Stand: 12.06.2020).

- *Selbstverständlichkeit*: Mit Digitalität umzugehen, muss selbstverständlich sein. Der Theologie entgeht einerseits eine alltägliche Lebenswirklichkeit, wenn sie in ausschließlich analogen Räumen zurückbleibt. Andererseits verliert sie den Anschluss in der Wissenschaftskommunikation: Wer soll sie für relevant befinden können, wenn sie nicht im Alltäglich-Digitalen auftaucht? Zum Schluss darf nicht unerwähnt bleiben, dass Digitalisierung neben manchem schon Genannten weitere positive Effekte hervorrufen kann. Gut geplant können Lehre und Forschung durch digitale Gestaltung einfacher zugänglich, besser verfügbar und anpassungsfähiger, also: inklusiver, werden. Schon für dieses Ziel lohnt es sich, theologische Lehre und Forschung angesichts digitaler Transformationen neu zu bedenken.

Literatur

THEOLOGISCHEN REVUE: Historie. Online unter: <http://www.theologische-revue.de/> (Stand: 20.04.2020).

WWU MÜNSTER: Digitalisierung@WWU: Im Gespräch mit Kirchenhistoriker Prof. Dr. Hubert Wolf. Online unter: <https://www.uni-muenster.de/news/view.php?cmdid=9678> (Stand: 20.04.2020).

Unsere Wahrnehmung von „Kirche“ im Netz. Eine Synopse von Selbstbeobachtungen

Katharina Klaholz und Anne Schmidt

Im Nachgang der Münsteraner Fachgespräche wurden wir eingeladen, eine bestimmte Perspektive auf Wahrnehmungen von „Kirche“ im Netz auszuformulieren bzw. im Sinne der Einteilung dieses Sammelbandes „einzugeben“. Dem vorliegenden Beitrag liegt die gemeinsame Gestaltung eines Expositions-Raumes im Rahmen der Fachtagung zugrunde.

Was dabei „Kirche“ und was „Netz“ bedeutet, ist im Letzten nicht klar abgrenzbar. Unsere Beobachtung zeigt zum Beispiel: Es ist gar nicht so einfach zu unterscheiden, was tatsächlich kirchliche Angebote im Netz sind und wann über Kirche berichtet wird. Ebenso zeigt sie, dass das „Netz“ eine schier unüberschaubare Vielfalt an digitalen Räumen bietet bzw. sich auf eine Vielzahl an Lebensbereichen erstreckt – und sich nicht nur im Browser zeigt. Das „Netz“ ist Teil fast aller Lebensbereiche. Eine Trennung von Digitalem und Analogem wird zunehmend schwierig.

In diesem Beitrag verstehen wir unter dem „Netz“ Angebote, die uns über digitale Endgeräte zur Verfügung stehen. Unter (katholischer) „Kirche“ verstehen wir eine „komplexe Wirklichkeit“ (LG 8), die sich in einem institutionellen Sinne als Mitgliederorganisation und in einem geistlichen Sinne als überzeitliche empfangende Gemeinschaft zeigt.

Der Ansatz zu diesem Beitrag bestand in der Ausformulierung von Selbstbeobachtungen, die wir in ihrer Synopse besprochen haben, um Muster erkennen zu können.¹ Relevanz und Wirkung jener digitalen Umfelder werden dargestellt, in denen kirchliches Handeln und Auftreten identifizierbar wird. Dies geschieht unabhängig davon, ob es um intendiertes Auftreten oder Handeln geht im (zugegebenermaßen engen) Bereich einer recht homogenen Rezipient*innengruppe. Oder um es kurz zu sagen: Wir wollen mittels eines auf Basis von je eigenständig verfassten mehrwöchigen Selbstbeobachtungen in der Form eines Self-Reports² zum Ausdruck bringen, wie Kirche im Netz auf uns wirkt – auf uns als unter-30-jährige (angehende) Theolog*innen, zu deren Alltag das Netz auf unterschiedliche Weise gehört.

¹ Um die Perspektive zu erweitern, geschah dies im Austausch mit Andree Burke.

² Ein Self-Report ist eine empirische Forschungsmethode, die sich darauf bezieht, jemanden nach seinen Gefühlen, Einstellungen und Wahrnehmungen zu fragen. Beispiele dafür sind Fragebögen oder Interviews. An dieser Methode haben wir unser Vorgehen grob orientiert. Vgl. JUPP: The Sage dictionary.

Nach der Zusammenschau der Selbstbeobachtungen lassen sich aus unserer Sicht drei Kategorien ausmachen, denen wir kirchliches Auftreten im Netz zuordnen. Wir nennen sie Information, Prosuming und Nützliche Dienste. Mit Information meinen wir solche Angebote im Netz, die wir im Sinne einseitiger Kommunikation nutzen, um über Sachverhalte in Kenntnis gesetzt zu sein. Demgegenüber beschreibt der Begriff Prosuming³ von uns beobachtete Angebote, durch die Nutzer*innen in wechselseitiger Kommunikation stehen und eine institutionell oder organisational verfasste Einrichtung unter Umständen in die direkte Kommunikation involviert ist. Nützliche Dienste erleichtern uns das Leben im Alltag, weil sie beispielsweise Zeit sparen oder Zugänge zu Inhalten erleichtern. Hierzu werden wir im weiteren Verlauf Leerstellen anzeigen. Diese Zuordnungen lassen sich nicht scharf voneinander abgrenzen, sondern stehen jeweils in Interaktion. Wir nutzen sie dennoch, um dadurch Übersichtlichkeit herzustellen.

1. Information

Wir abonnieren keine Bistumszeitung oder ähnliche kirchliche Zeitschriften. Vielmehr informieren wir uns über digital zugängliche Formen von regionalen und überregionalen Informationsportalen mobil, unkompliziert und nahezu in Echtzeit. In unserem Nutzungsverhalten kommen Plattformen wie Bistumswebsites, Pfarreihomepages und Informationsplattformen übergeordneter Organisationseinheiten wie beispielsweise der Deutschen Bischofskonferenz vor. Dort finden sich einerseits hochmoderne Homepages im benutzerfreundlichen und ansprechenden Design, die in unserer Wahrnehmung von den eher größeren Einrichtungen betrieben werden. Andererseits lösen Homepages mit nicht zeitgemäßem Webdesign und veraltetem Content bei uns Befremden aus; ein Problem, das uns vor allem bei kleineren, eher lokalen Einrichtungen und Organisationen begegnet. Nicht selten wirkt sich die mangelnde Datenpflege auch auf die konkrete Auffindbarkeit von kirchlichen Angeboten aus. Das bezieht sich nicht ausschließlich auf die auf den jeweiligen Homepages zu findenden Informationen. Denn wir nutzen primär Suchmaschinen und deren funktionales Repertoire, um Veranstaltungen und Angebote zu finden. So sind beispielsweise Gottesdienste nur in seltenen Fällen direkt über eine solche Suche zu finden. Häufig ist eine komplizierte Recherche über die Homepages von Pfarreien oder den jeweils anbietenden Einrichtungen nötig.

³ Der Prosumer ist Konsument und zugleich Produzent von kommunikativen Inhalten.

Wir informieren uns im ersten Zugriff in der Regel auf katholisch.de über kirchliche und kirchenpolitische Entwicklungen. Praktisch bündeln sich dort relevante Informationen über kirchliche Themen. Weniger milieuspezifisch wird in allgemeinen Nachrichtenportalen über die Katholische Kirche berichtet. Uns überrascht zum Beispiel (positiv), dass zu kirchlichen Hochfesten in vielen größeren Nachrichtenportalen eine den Zugang eröffnende Berichterstattung über den Charakter jener Feste erfolgt. Auch auf diese Weise wird die Kirche zum Gegenstand der Netzkommunikation erhoben und eine Wirklichkeit von Verkündigung geschaffen, die sich jenseitig einer selbst kontrollierten Kommunikation zeigt.

Es gibt in unserer Wahrnehmung zwei Seiten dieser Art von Kommunikation. Zum einen selbst gesteuerte Information und zum anderen die Information über die Kirche. Das wird mit Blick auf die Kirche besonders gut sichtbar im Entertainment-Sektor. Zu diesem zählen in unserem Alltag beispielsweise Podcasts, Videos und Filme, in denen jeweils Kirche produzierende Akteurin oder aber Gegenstand der Produktion ist. Wir nehmen eine Spannung in dieser Unterschiedlichkeit wahr. Während auf der einen Seite kirchlich organisierte Angebote wie der „Tagessegen“⁴ oder „Valerie und der Priester“⁵ stehen, die wir eher als Versuch einer Mitgliederbetreuung, -bindung oder -gewinnung im Netz betrachten, erzeugen auf der anderen Seite Netflix-Produktionen wie zum Beispiel „Die Zwei Päpste“ eine andere Resonanz. Einig sind wir Selbst-Beobachtenden uns darüber, dass das außerkirchliche Angebot größeres Interesse, größere Faszination erzeugt.

2. Prosuming und dialogische Kommunikation

Wir sind in unserem eigenen Netznutzungsverhalten eher stille Rezipientinnen. Im Gespräch darüber stellten wir fest, dass eine in unseren Augen teilweise oberflächlich geführte und milieuspezifische öffentliche Kommunikation eher hemmende Wirkung auf unsere aktive Beteiligung hat, beobachten aber, dass Debatten geführt werden.

Kanäle wie Twitter, Instagram, Facebook oder auch Blogs bieten Freiräume, in denen Sachverhalte jenseits von Konventionen und Deutungshoheiten meinungsstark, vielfältig und mitunter kontrovers diskutiert werden können. Die Plattformen ermöglichen auf diese Weise flache Hierarchien, die in gewisser Weise jeden relevanten Diskurs automatisch demokratisieren.

⁴ Vgl. KATHOLISCH.DE: Tagessegen.

⁵ Vgl. ZENTRUM FÜR BERUFUNGSPASTORAL: Valerie und der Priester.

Das bedeutet, dass die Frage nach der Relevanz an erster Stelle steht. Relevant in diesem Sinne wird etwas nicht dadurch, dass es von einem Account gepostet wird, sondern dadurch, dass es anschließend geteilt und kommentiert wird bzw. in der Timeline der jeweiligen User auftaucht.⁶

Nicht zu vergessen sind im Bereich der dialogischen Kommunikation Online-Seelsorge-Angebote. Ratsuchende finden Gehör in verschiedenen kirchlichen Angeboten einer anonymen Chat- oder Mail-Seelsorge⁷. Hier kommt eine lebensbejahende kirchliche Haltung, der Lebenswirklichkeit von Menschen nahe, zum Ausdruck. An dieser Stelle tritt die Bedeutung digitaler Beziehungsarbeit offen zu Tage. Es geht dabei weniger darum, christlichen Content zu generieren als vielmehr darum, mit Menschen ins Gespräch zu kommen.

3. Dienste

Mit dem Bereich des zuletzt Genannten bewegen wir uns schon im Bereich kirchlicher Dienste im Netz. Wir greifen selbst im Alltag auf ein breit gefächertes Spektrum an Diensten von und zur Kirche zurück. Sowohl für unser Bedürfnis nach spirituellem Leben als auch für theologische Auseinandersetzung finden wir Angebote, die wir regelmäßig nutzen.

Digitale Stundenbücher⁸ oder Impulstexte⁹ stellen ein flexibel nutzbares Angebot dar, um in einem sehr mobilen Leben den Alltag spirituell akzentuieren zu können. So können wir im Zug, in der Pause am Arbeitsplatz oder auf Reisen die Tagesliturgie integrieren und empfinden dies als anregend und unterstützend. Dass die digitale Form in Verbindung mit elektrischen Geräten dabei unser Bedürfnis nach Kontemplation ohne Ablenkung nicht immer vollständig adressiert, nehmen wir allerdings gleichzeitig wahr. Dennoch fällt uns auf, dass wir nicht abgeneigt sind, die ein- oder andere kurze Predigt im Sinne eines geistlichen Impulses im Text- wie im Videoformat zu verfolgen, auch wenn wir uns nicht direkt zur Zielgruppe von online-Übertragungen von Liturgiefeiern zählen würden.

Als theologisch Interessierte sind wir besonders für digitale Literaturangebote dankbar. Eine Plattform wie www.bibelwissenschaft.de, die von einer kirchlichen Stiftung betrieben wird, nutzen wir im Rahmen der theologischen Textarbeit regelmäßig, auch weil sie für uns Seriosität vermittelt. Dies ist ein Beispiel

⁶ Vgl. den Beitrag von WODE in diesem Band.

⁷ Vgl. z. B. KATHOLISCH.DE: Internetseelsorge.

⁸ Vgl. z. B. MARIA-LAACH: Te-Deum-heute; KATHOLISCHER PRESSEBUND E.V.: Das digitale Stundenbuch.

⁹ Wir denken hier an Messenger-Impulse, Adventskalender, Fastenimpulse, die Texte vom Tag online etc.

für eine echte Alltagserleichterung durch kirchlich verantwortete digitale Angebote.

4. Leerstellen

Schließlich fällt uns auf, dass es in unserem alltäglichen Netznutzungsverhalten Bereiche gibt, in denen wir nicht auf kirchliche Angebote stoßen, beispielsweise bei Mobilität oder Arbeitsorganisation mag dies in der Natur der Sache liegen.

Und auch im Hinblick auf *Spiele* wäre zu vermuten, hier keine explizit kirchlichen Angebote zu erwarten. Bezogen darauf halten wir fest, dass wir zwar hier und da mit dem Smartphone¹⁰ daddeln, allerdings ohne jeden explizit religiösen oder kirchlichen Bezug. Gleichzeitig wissen wir aber von Follow JC go¹¹, der vom Vatikan unterstützten Nachahmung von Pokemon go, bei der anstelle von Monstern Heilige gesucht werden. Eine Nutzung solchen Angebots käme für uns nicht in Frage, einerseits weil wir uns nicht als Zielgruppe angesprochen fühlen, andererseits aber auch, weil schon das Angebot einer solchen App wie die Gamification von Lerninhalten wirkt, die unser Interesse nicht weckt.

Eine echte Leerstelle begegnet uns dort, wo wir unsere Freizeit planen. Unser geteilter Eindruck: Nur vereinzelt kann man sich zur Teilnahme an kirchlichen Angeboten via Plattformen im Netz motivieren lassen. Was oft fehlt, sind entsprechende Einträge in öffentlich einsehbare Terminplaner oder Eventapps. Uns ist bewusst, dass viele Angebote über Pfarrei- oder Bistumshomepages auffindbar sind. Aber diese nutzen wir nicht, wenn wir uns (oftmals kurzfristig) fragen, womit wir einen freien Samstag füllen wollen. So sind Ausstellungen, Konzerte, Stadtführungen, Flohmärkte oder Diskussionsveranstaltungen schlicht präserter als Auszeit-Angebote, Gottesdienste, diakonische Mitmachaktionen oder kirchliche Begegnungsangebote. Aus dieser Beobachtung ergibt sich unmittelbar die Herausforderung, ein Wording zu erfinden, das sich nicht quer zur Sprache jener Portale verhält. Andernfalls erschiene die Kirche nicht als ernstzunehmender Player auf dem Markt der Möglichkeiten, sondern wirkte wie eine Exotin.

¹⁰ Vgl. den Beitrag von ZIRPEL in diesem Band.

¹¹ Siehe hierzu: <https://follow-jc-go.de.softonic.com/> (Stand: 28.03.2020).

5. Fazit

Kirchliche Themen sind im Netz längst auffindbar: Gott, der Glaube, Menschliches. Diese Themen und ihre Diskurse sind dynamische Narrative und auf dieser Kommunikationsebene nicht steuerbar. Am Ende unserer Beobachtungen steht die Frage, welche Rolle die kirchlichen Akteure im Netz einnehmen wollen. Es ist nicht unser Anspruch, hierauf Antworten zu finden. Es ergeben sich jedoch zwei Wahrnehmungslinien: Zum einen löst es bei uns Widerstände aus, wenn kirchliche Akteure versuchen, den Takt anzugeben, Diskurse zu lenken und sie sich quasi quer zur Netzlogik stellen oder dort lediglich die eigene Kommunikation einseitig kanalisieren. Wir erleben das Netz insgesamt als einen Freiraum, demgegenüber jegliche digitale Ghettoisierung zu einer allgemeinen Relevanzminderung führt. Die kirchliche Sendung zur Mitwirkung an der Verkündigung einer lebensbejahenden frohen Botschaft halten wir für zu wichtig, um sie lediglich in milieuspezifischen Teilbereichen der Netzcommunity ins Gespräch zu bringen. Zum anderen nehmen wir kirchliche Interaktionsformen und Dienste als attraktiv, im Alltag nützlich sowie als verlässliche Angebote wahr, von denen wir gerne Gebrauch machen. Das gelingt besonders dann, wenn kirchliche Akteure nicht primär selbst den Takt anzugeben versuchen, sondern stattdessen die Timeline der Menschen aufgreifen.

Unsere Eingabe zu diesem Sammelband kann deshalb ein Impuls zur Wahrnehmung jener Spannung sein. Damit stellt sich für uns die Frage: Wie trägt ein Theologiestudium dazu bei, Menschen dazu zu befähigen, sich souverän in der Weite des Netzes zu bewegen und sich nicht in ein verengtes Milieu zurückzuziehen?

Literatur

- JUPP, Victor: *The Sage dictionary of social research methods*. London u. a. 2006.
- KATHOLISCH.DE: Internetseelsorge. Online unter: <https://www.katholisch.de/beratung/internetseelsorge> (Stand: 28.03.2020).
- KATHOLISCH.DE: Tagessegen. Online unter: <https://fernsehen.katholisch.de/tagessegen> (Stand: 28.03.2020).
- KATHOLISCHER PRESSEBUND E.V.: *Das digitale Stundenbuch*. Online unter: <https://www.stundengebet.de> (Stand: 28.03.2020).
- MARIA-LACH: Te-Deum. Online unter: <https://www.maria-laach.de/te-deum-heute> (Stand: 28.03.2020).
- RAHNER, Karl/VORGRIMMLER, Herbert: *Kleines Konzilskompendium*. Freiburg i. Br. ³⁵2008.
- SOFTONIC: Follow JC Go APK. Online unter: <https://follow-jc-go.de.softonic.com/> (Stand: 28.03.2020).
- ZENTRUM FÜR BERUFUNGSPASTORAL: Valerie und der Priester. Online unter: <https://valerieundderpriester.de> (Stand: 28.03.2020).

Lebenswelt Social Media

Christian Wode

Zahlreiche Plattformen, nahezu unbegrenzte Möglichkeiten: Auf der ganzen Welt nutzen Millionen Menschen diverse Social-Media-Plattformen, um Informationen, Erfahrungen, Sichtweisen und Empfehlungen auszutauschen, diese zu kommentieren oder zu teilen. Texte, Videos und Fotos, sprich: Medieninhalte jeglicher Art, werden dabei von den Nutzer*innen selbst erstellt und veröffentlicht.¹

Die Nutzer- und Aktivitätszahlen sind überwältigend: Instagram hatte im Jahr 2011 bereits mehr als 100 Millionen Fotos auf der Plattform. Heute versammelt Instagram 500 Millionen aktive Nutzer, die täglich mehr als 95 Millionen neue Fotos posten. Weltweit sehen sich jeden Tag etwa 250 Millionen Menschen die Insta-Stories an. In Deutschland sind es etwa 17 Millionen aktive Nutzer. Oder Facebook: Mit mehr als 1,9 Milliarden aktiven Nutzer*innen weltweit ist es noch immer die größte Plattform.²

Facebook, Twitter und Co. beeinflussen maßgeblich die Meinungsbildungsprozesse vieler Menschen und üben damit Einfluss auf Entscheidungen aus. Laut der MedienGewichtungsStudie³ der Medienanstalten ist das Internet auf Platz eins aller Informationsquellen – noch vor dem Fernsehen. Die relevantesten Plattformen und Dienste, die täglich von den Menschen in Deutschland genutzt werden, sind WhatsApp mit 63 Prozent, Facebook mit 21 Prozent und Instagram mit 13 Prozent.⁴ Und eine weitere Zahl ist beeindruckend: Laut PWC-Studie zum Thema „Vertrauen in Medien“ informieren sich 47 Prozent der Social-Media-Nutzer über die Kanäle von Influencer*innen („Meinungsbildnern“) über aktuelle Themen.⁵ Social-Media-Plattformen sind somit als Quelle für die eigene Meinungsbildung und die Beschaffung von Informationen und aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken.

¹ Hinweis: Dieser Text gibt die Beobachtungen und persönlichen Sichtweisen des Autors wieder. Der Autor ist 35 Jahre alt, Diplomtheologe, macht „was mit Medien“ und Kommunikation für die Kirche. Genauer gesagt: Er arbeitet in der Verwaltung des Erzbistums Hamburg, das für 400.000 Katholiken im Norden zuständig ist, und verantwortet hier die Bereiche „Social Media“ sowie „Interne Kommunikation“. Das Verpacken der Frohen Botschaft in immer wieder neue Formen und Formate ist seine tägliche Herausforderung.

² Vgl. ALLFACBOOK: Social Media für Unternehmen.

³ Vgl. DIE MEDIENANSTALTEN: Mediengewichtungsstudie2019-II.

⁴ Vgl. ARD, ZDF: Onlinestudie 2019.

⁵ Vgl. PWC: Vertrauen in Medien 2018, 8.

Als weitere Entwicklung – speziell bei Facebook – ist seit einiger Zeit zu beobachten, was Fachleute als „großen digitalen Rückzug ins Private“ beschreiben. Hat man sich früher noch bei Facebook angemeldet, um vor allem eigene Informationen zu bestimmten Themen weiterzugeben, beschränkt sich die aktive Nutzung von Facebook heute immer mehr auf das Mitlesen oder Kommentieren von Beiträgen größerer Seiten von Institutionen, Marken, Promis oder Politikern. Selbstdarstellung und Selbstvermarktung finden eher bei Instagram, Snapchat oder TikTok statt. Durch den Vormarsch der Messenger wie WhatsApp und Facebook Messenger entstehen immer mehr kleine private soziale Netzwerke, die nicht mehr von außen einsehbar sind. Im Facebook-Netzwerk geht es sogar so weit, dass die von Facebook betriebenen Messaging-Dienste künftig alle miteinander kommunizieren sollen – das Ziel: eine Netzwerk-übergreifende Kommunikation.

Relevanz von Social Media für Bistümer, Gemeinden und Einrichtungen

Bischöfe und Generalvikare twittern oder posten ihre Predigten auf Facebook, der Kirchenchor organisiert seine Proben über WhatsApp, die Messdiener- oder Jugendgruppe postet Fotos und Videos von der Sommerfreizeit oder von Ausflügen auf Instagram – die Verwendung digitaler Kommunikationsmittel kommt in verschiedenen Bereichen kirchlicher Kommunikation in den vergangenen Jahren immer stärker zum Ausdruck.

Das Erzbistum Hamburg ist unter dem Slogan „Katholisch im Norden“ in den sozialen Netzwerken Facebook, Twitter und Instagram vertreten und hat einen eigenen YouTube-Kanal, für den immer wieder neue Formate entwickelt und ausprobiert werden. Hinzu kommt der Messenger-Service von Erzbischof Dr. Stefan Heße, der seine Videobotschaften und Impulse regelmäßig über Notify (für WhatsApp), Telegram, Threema und per SMS an seine Abonnenten verschickt.⁶

Die meiste Zeit fließt in die Betreuung der eigenen Facebook-Seite. Die Seite versammelt aktuell 13.418 Fans und belegt damit im bistumsweiten Vergleich einen der vorderen Plätze. In Zukunft soll der Fokus noch stärker auf Storyformate gelegt werden – vor allem bei Instagram, wo das Erzbistum aktuell 2.957 Abonnenten hat. Damit Trends und Neuheiten rechtzeitig erkannt werden, findet ein permanenter Austausch mit den Kollegen aus anderen Bistümern und in kirchlichen Facebook-Gruppen statt.

⁶ Vgl. ERZBISTUM HAMBURG: Bischofs-Nachrichten direkt aufs Smartphone.

Facebook und Instagram werden vor allem für Einblicke hinter die Kulissen genutzt. Dort gibt es immer wieder Videos und Fotos mit individuellen Eindrücken von Menschen, die im Erzbistum Hamburg unterwegs sind. Vor allem der Bewegtbildbereich wird stetig ausgebaut, da gerade Videos im Social Media sich immer größerer Beliebtheit erfreuen. Auch die Live-Funktion – Veranstaltungen live streamen – erfährt einen großen Zuspruch. So können sich Menschen, die nicht vor Ort bei einer Veranstaltung sein können, über die Kommentarfunktion einbringen und beteiligen. Um die eigenen News zu pushen, wird der Twitterkanal verwendet. Hier gibt es außerdem jeden Tag einen kurzen Impuls in 280 Zeichen.

Auf den Kanälen des Erzbistums kommen Veranstaltungshinweise, Erklärstücke zu kirchlichen Festen und Feiertagen und Verlosungsaktionen zu bestimmten Anlässen hinzu. Außerdem wird die Kategorie „Gebete und Segenswünsche“ bedient und das Augenmerk immer mehr auf Leuchtturmprojekte und Menschen gelegt, die etwas zu sagen haben. Denn: Menschen, die eine Geschichte zu erzählen haben, sind immer interessant. Ein Beispiel hierfür sind Video-Interviews, in denen Menschen verschiedener Berufs- und Berufsgruppen aus dem Erzbistum Hamburg von ihrem Berufsweg erzählen. Auf der Homepage www.erzbistum-hamburg.de/Berufung sind diese persönlichen Porträts in Texten und Videos zusammengestellt. Die Videos liefen zudem auf den Social-Media-Kanälen des Erzbistums. Dabei wurde schnell klar: Menschen und ihre Geschichten sind der beliebteste Content in sozialen Netzwerken. Weniger interessant sind dagegen Strukturen oder Strukturprozesse.

Deutlich wird dies auch am Phänomen der Influencer*innen und dem noch relativ neuen Trend zur Ausbildung eigener „Corporate Influencer“. Menschen mögen Menschen und hören gerne Geschichten. Sie erachten die Empfehlungen und Erläuterungen einer natürlichen Person für glaubwürdiger als das, was über offizielle Unternehmenskanäle verbreitet wird – und darin liegt die große Chance auch für Bistümer, Pfarreien und kirchliche Einrichtungen.

Es ist eine Herausforderung, Fachleute zu finden, die der Community die eigenen Fachthemen und komplexen Sachverhalte erklären. „Corporate Influencer“ können diese Lücke füllen. Sie sind zunächst einmal Mitarbeiter, die aber darüber hinaus als Botschafter für ihren Arbeitgeber auftreten. Im kirchlichen Kontext können sie dafür sorgen, dass die Botschaft der Kirche für die Menschen wieder an Bedeutung gewinnt und verstanden wird. Hier sind Mitarbeiter gefragt, die authentisch und freiwillig über ihre privaten Social-Media-Kanäle für ihren Dienstgeber Gesicht zeigen. Sie ziehen im positiven Sinne die Aufmerksamkeit auf sich bzw. ihre Einrichtung. Dabei können sie helfen, die Glaubwürdigkeit der Kirche zu steigern und Relevanz zu erhalten.⁷

⁷ Wie es funktionieren kann, machen andere vor: Unternehmen wie ‚Otto‘ haben bereits zum wiederholten Mal eigene Jobbotschafter ausgebildet und auf diese Weise geeignete neue Mitarbeiter akquirieren können.

Um die Nutzer*innen und Fans stärker einzubeziehen, wird Wert auf interaktive Elemente gelegt. Beispielhaft lässt sich hier die „Weihrauch-Challenge“ nennen: Alle Messdienergruppen im Erzbistum Hamburg waren aufgefordert, ein Video, das einen Messdiener zeigt, der ein Weihrauchfass schwenkt, an die Social Media Redaktion zu schicken. Das Ziel: Der Zusammenschluss eines Gesamtvideos, in dem virtuell das gesamte Erzbistum Hamburg in Weihrauch gehüllt wird. Zu gewinnen gab es ein Überraschungspaket. Mehr als 30 Videos sind eingegangen. Das Ergebnis ist in den sozialen Netzwerken unter dem Hashtag #WeihrauchChallenge zu sehen. Solche Aktionen sollen das Zusammengehörigkeitsgefühl stärken und die Kirche auf eine andere Art erlebbar gestalten. Denn das Verbreiten von Gottes Wort, das Verpacken der frohen Botschaft in ein neues Gewand, das Übersetzen von komplexen Fragen ist durch Social Media auf kreative Weise möglich.

Kirche will immer dort sein, wo die Menschen sind. Und die nutzen nun mal Social Media. Man ist somit dort aktiv, wo sich die Zielgruppe ohnehin versammelt, ermöglicht eine aktive Einbindung der Nutzer und erhält auf direktem Wege Rückmeldungen. Besonders hervorzuheben ist: Das Erzbistum Hamburg ist durch Social Media auf eine weitere Art ansprechbar. Immer häufiger werden individuelle Fragen der Nutzer*innen im eins-zu-eins Chat geklärt. Die Menschen nutzen die Möglichkeit, ihre seelsorglichen Anliegen auf diesem Weg anzusprechen. Eine zentrale Aufgabe von Kirche kann hier direkt wahrgenommen werden. Zudem sind die Möglichkeiten der Informationsverbreitung mit geringem Streuverlust nicht zu unterschätzen – gerade in einem flächenmäßig so großen Bistum wie Hamburg.

Verknüpfung von Social Media und Theologiestudium

Viele Nachwuchs-Theologen sind bereits „Digital Natives“. Sie sind mit der Technik und den Möglichkeiten digitaler Räume weitgehend vertraut. Das Digitale ist in unserer Lebenswelt allgegenwärtig. Niemand sagt mehr „Ich gehe surfen“ oder „ins Netz“ – wir alle sind permanent online und haben alle Möglichkeiten der digitalen Welt mit dem Smartphone in der Hosentasche. In vielfältiger Weise ist die Botschaft des Evangeliums bereits jetzt in der digitalen Welt zu finden. Den Blick für die Chancen der sozialen Netzwerke zu weiten und eine kritische Auseinandersetzung mit der digitalen Welt sollte im Rahmen des Theologiestudiums stattfinden. Denn: Theolog*innen kommen nach ihrem Studium – je nach Arbeitsfeld – ganz unterschiedlichen Aufgaben nach: Einsatz in der Gemeinde, Jugendseelsorge, Ehe- und Familienberatung, Schule – das Engagement ist vielfältig. In jedem dieser Arbeitsfelder muss das Digitale mitgedacht werden.

Das fällt leider vielen noch schwer. Zweifel und Vorbehalte gegenüber dem Internet und Social Media bestehen noch immer. In den Gemeinden ist der gedruckte Pfarrbrief häufig noch das Medium Nr. 1. Wir dürfen uns der Digitalisierung nicht verschließen, sondern müssen die Chancen erkennen, die sie uns bietet. Wir brauchen Digital-Profis unter den Theolog*innen: in der Verwaltung, in der Pastoral, überall und nicht nur in den Medienabteilungen und Pressestellen. Als Mindestanforderung sollte ein Grundverständnis für das Digitale vorhanden sein, damit der sichere Umgang mit dem Internet, das Bedienen von berufsrelevanter Software, Kommunikations-Tools, Tools zur Selbstorganisation und zur Wissensaneignung keine Hürde darstellen, sondern zu den digitalen Basis-Skills gehören.

Es wäre ein Erfolg, wenn es in den Bistümern mehr Social-Media-Fachleute geben würde. Denn auch in Social Media wird über uns als Kirche gesprochen – und das sollten wir mitbekommen. Von der jungen Theologengeneration muss daher erwartet werden dürfen, dass sie den digitalen Kulturwandel innerhalb der katholischen Kirche immer weiter voranbringt. Das Digitale muss wie selbstverständlich als Werkzeug zum besseren Erreichen der eigenen Ziele verstanden werden. Verkündigung sowie Mitglieder- und Glaubenskommunikation muss immer auch digital gedacht werden: „digital“ als ein Mittel der Nähe zu den Gläubigen. Denn die sind so oder in ihrer digitalen Lebenswelt unterwegs.

Das Angebot und die Aktivitäten in den sozialen Netzwerken sind vielfältig: Tagungen wie „Kirche im Web“, das ifp, Medientage in Bistümern, Blogs (Predigt, Gebet, Spiritualität), zahlreiche Social Media Aktivitäten von Bistümern, Gemeinden und Einrichtungen sowie von pastoralen Mitarbeitern und Geistlichen. Doch eine Sensibilisierung für das Thema „Social Media“ sollte eher beginnen – und zwar im Theologiestudium.

Literatur

- ALLFACEBOOK. Social Media für Unternehmen. Online unter: www.allfacebook.de (Stand 25.05.2020).
- ARD, ZDF u. a.: Onlinestudie 2019. Online unter: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2019/Ergebnispraesentation_ARD_ZDF_Onlinestudie_PUBLIKATION_extern.pdf (Stand: 25.05.2020).
- ERZBISTUM HAMBURG: Bischofs-Nachrichten direkt aufs Smartphone. Online unter: Vgl.: <http://www.erzbistum-hamburg.de/messenger> (Stand: 25.05.2020).
- DIE MEDIENANSTALTEN – ALM GbR (Hg.): Mediengewichtungsstudie 2019-II. Gewichtungsstudie zur Relevanz der Medien für die Meinungsbildung. Online unter: https://www.diemediananstalten.de/fileadmin/user_upload/die_mediananstalten/Themen/Forschung/Mediengewichtungsstudie/MedienGewichtungsstudie_2019-2_lokal.pdf (Stand: 25.05.2020).
- PWC: Vertrauen in Medien 2018. Online unter: <https://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/pwc-studie-vertrauen-in-medien-2018.pdf> (Stand: 25.05.2020).