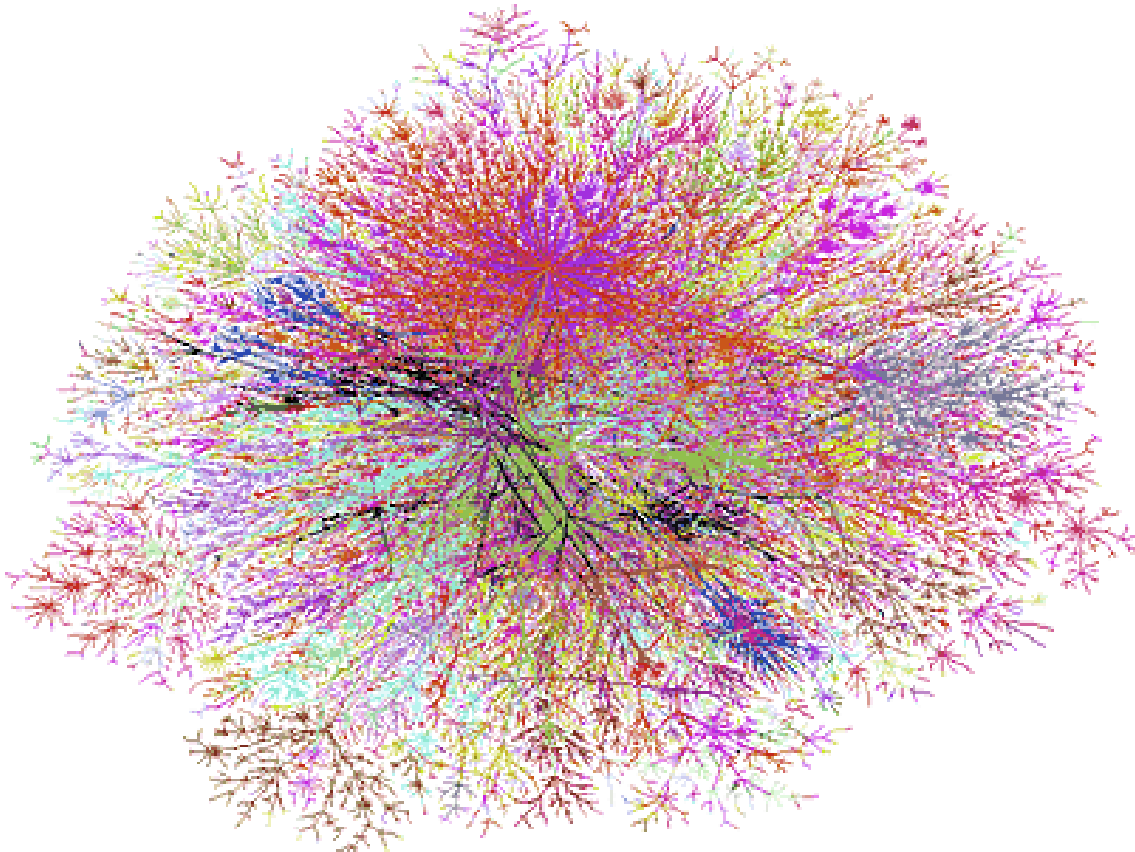


# Netzinkulturation.de

Die neue Kultur des Internets  
als pastorale Herausforderung



## Diplomarbeit im Fachbereich Pastoraltheologie

⊞ Verfasser:	Jürgen Pelzer
⊞ Betr. Professor:	Prof. Dr. M. Sievernich SJ
⊞ Hochschule:	Philosophisch Theologische Hochschule Sankt Georgen
⊞ Ort:	Frankfurt am Main
⊞ Abgabetermin:	23.12.2005

für Melanie ...

... die die seltene Gabe hat  
Sterne vom Himmel zu holen  
ohne danach greifen zu müssen

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>1. EINLEITUNG</b>	<b>3</b>
<b>2. PHÄNOMEN INTERNET</b>	<b>6</b>
<b>2.1 MEDIENSPEZIFISCHE ANALYSE</b>	<b>6</b>
2.1.1 DAS NETZ UND DAS INTERNET: BEGRIFFSKLÄRUNG	7
2.1.2 HISTORISCHER ABRISS	10
2.1.1.1 VISIONEN UND UTOPIEN	11
2.1.1.2 ENTSTEHUNG UND VERBREITUNG	12
2.1.1.3 MASSENEDIUM	13
2.1.3 MYTHOS INTERNET	13
2.1.4 TECHNISCHE CHARAKTERISTIKA	16
<b>2.2 NUTZERSPEZIFISCHE ANALYSE</b>	<b>18</b>
<b>3. DIE NEUE KULTUR DES INTERNETS</b>	<b>21</b>
<b>3.1 DER CYBERSPACE</b>	<b>22</b>
3.1.1 CROSSMEDIA	22
<b>3.2 VIRTUELLE GEMEINSCHAFTEN</b>	<b>24</b>
3.2.1 EINE ERSTE DEFINITION	25
3.2.2 DIFFERENZIERTE BETRACHTUNG	27
3.2.3 COMMUNITY KONZEPTE	29
3.2.4 PHILOSOPHISCHE IMPLIKATIONEN	31
<b>3.3 OPEN SOURCE</b>	<b>32</b>
<b>3.4 WIKIS</b>	<b>33</b>
<b>3.5 MAILINGLISTEN, NEWSGROUPS UND FOREN</b>	<b>34</b>
<b>3.6 IRC UND CHAT</b>	<b>35</b>
3.6.1 KOMMUNIKATIONSTHEORETISCHE ANNÄHERUNG	36
<b>3.7 DIE BLOGOSPHÄRE</b>	<b>38</b>
3.7.1 VOM AUFKOMMEN DER BLOGS	38
3.7.2 STATISTISCHE ERWÄGUNGEN	41
3.7.3 SPEZIFIKA	43
3.7.4 AM PULS DER ZEIT: BLOGSUCHMASCHINEN	47

	2
<b>3.8 MOBIL SOCIAL SOFTWARE</b>	<b>47</b>
<b>3.9 GESELLSCHAFTLICHE WECHSELWIRKUNGEN</b>	<b>49</b>
<b>4. KIRCHE UND INTERNET</b>	<b>53</b>
<hr/>	
<b>4.1 MEDIENTHEORETISCHE GRUNDOPTIONEN</b>	<b>53</b>
4.1.1 KIRCHLICHE DOKUMENTE	55
4.1.1.1 INTER MIRIFICA	55
4.1.1.2 COMMUNIO ET PROGRESSIO	57
4.1.1.3 DIE 90ER JAHRE	57
4.1.1.4 KIRCHE UND INTERNET	58
4.1.1.5 DIE SCHNELLE ENTWICKLUNG	60
<b>4.2 KIRCHEN ONLINE</b>	<b>62</b>
4.2.1 PORTALE UND GATEWAYS	63
4.2.2 SUCHMASCHINEN	64
4.2.3 EXPERIMENTE IM VIRTUELLEN RAUM	64
4.2.4 SEELSORGE / KOMMUNIKATION	65
4.2.5 KIRCHE UND CHATS	65
4.2.6 KIRCHE UND BLOGS	66
4.2.7 KIRCHE UND WIKIS	67
4.2.8 CYBERCHURCHES	68
<b>5. THEOLOGISCHE UND PASTORALE DISKUSSION</b>	<b>69</b>
<hr/>	
<b>5.1 DIE DIALEKTIK DER NEUEN KULTUR</b>	<b>70</b>
<b>5.2 INTERNETKOMMUNIKATION: DEGRESSION ODER AUGMENT</b>	<b>75</b>
<b>5.3 PASTORALE UMSETZUNG</b>	<b>76</b>
5.3.1 SAKRAMENTALITÄT	78
5.3.2 GRETCHENFRAGE PERSONAL UND GELDER - ODER: DIE STUNDE DER PRIVATEN	79
<b>5.4 KONKRETE OPTIONEN</b>	<b>80</b>
5.4.1 DER EINSATZ VON BLOGS	81
5.4.2 DER EINSATZ VON CHATS	82
<b>5.5 GRENZEN DES MEDIUMS</b>	<b>83</b>
<b>6. FAZIT</b>	<b>86</b>
<hr/>	
<b>LITERATURVERZEICHNIS</b>	<b>89</b>

## 1. Einleitung

„Nie vielleicht seit den ersten drei Jahrhunderten war die geistige Situation der Kirche so offen, verheißungsvoll und schwanger von Zukunft.“<sup>1</sup>

Wird diese Arbeit in 20 Jahren aufgeschlagen, also im Jahre 2025, wird die Kirche sich verändert haben: Das lang gediente Konzept der Pfarrei wurde zwar nicht vollkommen aufgegeben, jedoch um einen wichtigen Aspekt erweitert: Die Kommunikationspastoral der Seelsorgeräume. Aufgrund finanzieller und personeller Umstände war eine intensive Nahraumpastoral, wie es das Konzept der Pfarrei beinhaltet, nicht länger in diesem Umfang tragbar. Hinzu kam der Umstand, dass die Bedeutung der Medien, die in dieser Arbeit noch genauer zu untersuchen sein wird, in pastoraler Hinsicht anerkannt wurde. Besonders der intensive Kontakt der Kirche mit einem Medium, dem Internet, führte zu dieser neuen Sichtweise auf die pastoralen Aufgaben der Kirche. Dieser Kontakt initiierte zwei Prozesse, die erst Anfang des 21. Jahrhunderts absehbar wurden: Den Prozess der Inkulturation der Kirche in die neue Kultur des Internets, verbunden mit der diesem Prozess inhärenten Exkulturation einiger Elemente:

„Die Kirche ist nämlich nicht nur dazu berufen, die Medien zur Verbreitung des Evangeliums zu nutzen, sondern die heilbringende Botschaft heute mehr denn je in die ‚neue Kultur‘ zu integrieren, die die machtvollen Instrumente der Kommunikation schaffen und verbreiten. Sie ist sich bewusst, dass die Nutzung der Techniken und Technologien der Kommunikation unserer Zeit fester Bestandteil ihrer Sendung im dritten Jahrtausend ist.“ (Aetatis novae Nr.2)

Die in der vorliegenden Arbeit zugrundegelegte These, auf der die Untersuchung aufbaut, ist, dass das Internet nicht ausschließlich ein neuer Vertriebskanal für das Evangelium ist. Das ist sicherlich ein Aspekt, den es zu berücksichtigen gilt. Aber auch in den kirchlichen Dokumenten kommt zum Ausdruck: Viel entscheidender ist die Untersuchung der durch Kommunikation im Internet erstandenen neuen Kultur, wie und ob hier Inkulturation stattfinden kann. Denn diese Frage haben bisher alle Dokumente offengelassen. Was eine Kultur ausmacht, bzw. welche definitorische Grundlage dem in dieser Arbeit verwendeten Begriff der Kultur zugrunde liegt, ist bewusst offengelassen. Kultur soll hierbei in knapper Form definiert werden als „fortgesetzte Neuinterpretation des immer schon Interpretierten, aber nie endgül-

---

<sup>1</sup> BALTHASAR, H. U. v., Schleifung der Bastionen: von der Kirche in dieser Zeit, Trier <sup>5</sup>1989, S. 29.

tig Fassbaren [...]“<sup>2</sup> Denn es wird sich im Verlauf der Arbeit zeigen, dass eine phänomenologische Herangehensweise zielführender ist. Spuren werden im ersten und zweiten Teil gesammelt und erst in der Diskussion in einen Gesamtzusammenhang gestellt. Das Internet hat viele Titulierungen erhalten: Negativ konotierte, wie etwa den Begriff des Mythos oder auch positive konotierte wie eben den der neuen Kultur. Beide Aspekte werden analysiert. Der Bereich der Seelsorge ist bereits intensiv von BELZER bearbeitet worden, so dass er in der vorliegenden Arbeit unberücksichtigt bleibt.<sup>3</sup>

Wenn es sich tatsächlich um eine neue Kultur handelt, die sich im Internet und durch das Internet bildet, dann müssen sich auch eindeutige Spuren kultureller Art ausfindig machen lassen. Andersherum ist es auch möglich, dass das Internet nur ein Spiegel der kulturellen Veränderungen der postmodernen Gesellschaft darstellt. In der vorliegenden Arbeit wird eine Mischung aus beidem angenommen.

Der erste Hauptteil in Kapitel 2 nähert sich aus phänomenologischer Sicht dem Medium an. Dies ist nötig, um ein korrektes Verständnis des Internets zu erhalten. Kapitel 3, welches den Übergang zum zweiten Hauptteil markiert, arbeitet die neue Kultur des Internets heraus. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf Phänomenen (open source, Wikis und Blogs), die besonders dazu geeignet erscheinen, die neue Kultur greifbar zu machen. Dies sieht die vorliegende Arbeit als ein Hauptziel an. Aber auch der Frage nach den Rückwirkungen des Mediums Internet auf die bestehende Kultur wird nachgegangen. Kapitel 4 schließt an das dritte Kapitel an, indem es eine Bestandsaufnahme der faktisch vorhandenen Internetpräsenz der Kirchen anhand der in dieser Arbeit besonders beachteten Formate zeichnet. Gleichzeitig wird aus den relevanten Dokumenten eine Strategie herausgelesen, die dann zusammen mit den Beobachtungen aus den vorhergehenden Kapiteln im letzten Hauptteil der Arbeit, in Kapitel 5, auf ihre pastorale Umsetzbarkeit und theologischen Kern hin untersucht wird.

Dabei wird eine zukunftsfähige Pastoraltheologie die Frage beantworten müssen, wie sich die frohe Botschaft in diese neue Kultur inkulturieren lässt. Das bedeutet aber primär, dass die Pastoral einen Zugang zu dieser Kultur finden muss, was wiederum nur möglich ist, wenn sie sich der Kultur öffnet und sie mit ihrem philoso-

---

<sup>2</sup> FÜRST, W., Sakramentalität im Zeitalter der Virtualität. Entwirklichung und nötige Erneuerung des Sakramentalen, in: *Diakonia* 31 (2000), S. 393-400, hier: S. 397.

<sup>3</sup> Vgl. BELZER, M., *Internetseelsorge. Der Leitfaden für die Praxis*, Stuttgart 2004.

phischen Hintergrund versteht - so wie sie ist und nicht, wie manche Autoren in ihren in dieser Arbeit analysierten Zeitbeschreibungen sie gerne hätten.

Besonderes Augenmerk liegt dabei, wie das letzte Kapitel zeigt, auf der Konfliktfähigkeit der Kirche und der mangelnden Fähigkeit der konstruktiven Auseinandersetzung mit gegensätzlichen Positionen innerhalb der Gesellschaft, die besonders an dem Phänomen der neuen Kultur des Internets deutlich werden. Die Reduzierung auf die Wortdimension, z.B. in vielen Gemeindegottesdiensten, hat zur Folge, dass nicht mehr die Kirche sich der Macht der religiösen Symbole bedient, sondern die säkulare Gesellschaft. Diesem Umstand wird durch eine genaue Analyse der zugrundeliegenden Medienkonzepte Rechnung getragen. Die vorliegende Untersuchung bedient sich dabei als Grundlage für ihre Arbeitsweise dem Medienverständnis von MCLUHAN. Dieser Umstand wird da, wo er zum Tragen kommt, eigens ausführlich erwähnt.

## 2. Phänomen Internet

"It is impossible to understand social and cultural changes without a knowledge of the working of media."<sup>4</sup>

Im folgenden Kapitel wird es darum gehen, die Wirkungsweise des Mediums Internet, speziell des Webs herauszufiltern. Denn teilt man die m.E. grundlegende und richtungsweisende Ansicht MCLUHANS aus dem oben stehendem Zitat, so ergibt sich für eine wissenschaftliche Untersuchung zunächst die Notwendigkeit, die Eigengesetzlichkeiten und Charakteristika des Mediums näher zu bestimmen. Dazu wird im folgenden Teil ein Blick auf das Medium (Kapitel 2.1) und seine Nutzer geworfen (Kapitel 2.2).

### 2.1 Medienspezifische Analyse

Das Medium Internet ist bereits in den späten 60er Jahren entstanden. Den Durchbruch zum Massenmedium verdankt es allerdings einer Erfindung aus den 90er Jahren: Die Erfindung des Web (WWW, World Wide Web, Netz)<sup>5</sup> durch den Schweizer BERNERS-LEE. Dementsprechend wird das folgende Kapitel stark Rekurs nehmen auf die von dem Erfinder des Netzes publizierte Entstehungsgeschichte mit dem Titel „Der Web Report“.<sup>6</sup> Es finden sich unzählige Darstellungen über die Entstehung des Internet /Netzes - allerdings nehmen die wenigsten Bezug auf das oben angesprochene Buch. Dabei stammt es von dem Mann, der maßgeblich dazu beigetragen hat, dass das Internet zum Massenmedium wurde. Ein Bild bietet sich an, um die Bedeutung zu veranschaulichen: Wäre das Internet eine belebte Straße mit vielen Geschäften, so hat BERNERS LEE mit der Erfindung des Netzes die Schaufenster geschaffen. Eine Darstellung der Entstehungsgeschichte ohne Rekurs auf seine Ideen, Visionen und seine Sichtweise wäre ähnlich einer exegetischen Arbeit ohne Kenntnisse der ältesten Abschriften des Originals. Gerade vor dem Hintergrund der Fragestellung nach der neuen Kultur des Internets ist es wichtig, den Entstehungshintergrund aus Sicht des Erfinders zu analysieren, denn bereits hier wird eines deutlich werden: Es handelt sich nicht in erster Linie um eine technische, sondern um eine kul-

---

<sup>4</sup> MCLUHAN, M., FIORE, Q., The Media is the Message, New York 1967, S. 8.

<sup>5</sup> Eine Begriffsklärung erfolgt im anschließenden Kapitel.

<sup>6</sup> BERNERS-LEE, T., Der Web-Report. Der Schöpfer des World Wide Web über das grenzenlose Potential des Internets, München 1999.



turelle Revolution, die BERNERS LEE maßgeblich durch seine technische Erfindung des Mediums Netz miteingeläutet hat. Doch da im deutschen Sprachgebrauch die Begriffe Web und Internet nahezu synonym verwendet werden, erscheint es zunächst sinnvoll, sich mit den Begrifflichkeiten vertraut zu machen, um einigen Missverständnissen von Beginn an vorzubeugen. Denn da die Begrifflichkeiten, die sich um das Thema Internet ranken, nahezu vollständig aus dem angelsächsischen Raum stammen, hat sich unter anderem durch Eindeutschungen ein babylonisches Sprachengewirr entwickelt, das es zunächst zu entflechten gilt.

### **2.1.1 Das Netz und das Internet: Begriffsklärung**

Der Terminus Internet ist zunächst ein Begriff für eine Gesamtheit, ein Medium, das es in dieser Form, als ein Medium, nicht gibt. Vielmehr gibt viele einzelne - teils komplexe - Leitungen einzelner Computer zueinander. Meist führen diese über Glasfaserkabel, seit einiger Zeit aber auch über Satellit etc. Diese einzelnen Verbünde sind an manchen Stellen, den sogenannten Knoten, zu Netzen zusammengefasst. Diese Netze wiederum sind teilweise mit anderen Netzen verbunden, so dass sich ein Geflecht von untereinander verbundenen Netzen ergibt, wie die Grafik auf dem Titelblatt nahe legt. Durch eine gemeinsame Protokollsprache können in diesem Netzwerk, dem Internet, Daten ausgetauscht werden. Wie FAULSTICH nahe legt, ist eine Unterscheidung sehr wichtig: Der Terminus Internet ist ein Synonym geworden für sehr viele unterschiedliche online-Medien:

„Internet und online Medien müssen aber klar unterschieden werden. Denn das Internet selbst weist keine medien-spezifischen Eigenschaften auf: Es realisiert allein den Datenaustausch zwischen Computern und Netzen durch dafür entwickelte Datenprotokolle. Sehr wohl lassen sich dagegen spezifische Internet-Dienste wie E-Mail, Usenet, IRC (internet Relay Chat) oder WorldWideWeb (WWW)-[...] als einzelne Medien bestimmen: E-Mail wird als Medium zum Versenden von Nachrichten verwendet, [...] IRC als Medium zur Interaktion bei quasi raumzeitlicher Kopräsenz und ein WWW-Browser als Medium zur weltweiten Navigation durch verschiedene Bild-, Ton- und Textdokumente.“<sup>7</sup>

Dementsprechend ist in dieser Arbeit das Augenmerk auf das Netz, das Web, das WWW, bzw. WorldWideWeb gerichtet. Es ist von besonderem Interesse, da viele

---

<sup>7</sup> FAULSTICH, W., Grundwissen Medien, München <sup>4</sup>2000, S. 274. Anmerkung: Dass hier von einem WWW-Browser gesprochen wird, erscheint nicht einsichtig. Das WWW ist ein Medium für sich. Der Browser ist lediglich die Zugangssoftware zum Medium WWW. Analog meint man auch nicht den Fernsehapparat, wenn man über das Fernsehen spricht.

andere Dienste ganz oder zum Teil im Netz aufgegangen sind bzw. webbasiert angeboten werden. Webbasiert bedeutet, dass der Dienst über das Netz (mit einem Browser als Zugangssoftware)<sup>8</sup> genutzt und zugänglich gemacht werden kann. Nehmen wir zum Beispiel den Dienst IRC: IRC ist eine Abkürzung für Internet Relay Chat, der dazu dient, dass die Nutzer untereinander Textnachrichten in Echtzeit austauschen, sprich chatten können. Da es sich um einen gesonderten Internetdienst handelt, braucht man auch gesonderte Software um diesen Dienst nutzen zu können.<sup>9</sup> Durch die enorme Verbreitung des Netzes sind aber die meisten Dienste nun auch über das Netz mittels eines Browsers nutzbar.<sup>10</sup> Dadurch sichern sich die Anbieter der Dienste größtmögliche Verbreitung. Durch die Anbindung dieser Dienste an das Netz kam noch ein zweiter Umstand hinzu: Vorher waren diese Dienste rein textbasiert. Es gab keine grafische Benutzeroberfläche und somit war die Nutzung einigen Experten vorbehalten, die die entsprechenden Befehle in Textform kannten, während die Befehle heutzutage weitestgehend durch einen Mausklick auf die entsprechende Schaltfläche aufrufbar sind.

Entscheidend bei der Betrachtung des Internets ist, wie bereits angeklungen, die Frage des Datenübertragungsprotokolls. Dass zwei Rechner über eine Leitung miteinander verbunden sind, ist die *eine* Grundvoraussetzung für die Datenübertragung. Die *zweite* entscheidende Voraussetzung ist jedoch die Sprache, in der die Rechner miteinander kommunizieren. Sprechen sie nicht die gleiche Sprache, computer-technisch hieße das, dass sie unterschiedliche Protokolle benutzen, wäre trotz der Verbindung kein Datenaustausch zwischen den Rechnern möglich. Der größte Gesamtverbund von Netzen untereinander ist, wie bereits geschildert, das sog. Internet, in dem viele Netzwerke zu einem Gesamtverbund zusammengeschlossen sind. Hierbei sind beide angesprochenen Voraussetzungen erfüllt: Es gibt eine reale Verbindung der Rechner untereinander und eine gemeinsame Sprache zum Datenaustausch, ein gemeinsames Protokoll, das TCP/IP. Internet ist dementsprechend die Kontamination für Interconnected set of networks, also eine Anzahl untereinander

---

<sup>8</sup> Gängige Browser sind momentan der Internet Explorer und im Bereich der open source Bewegung der Mozilla Firefox.

<sup>9</sup> So chatten viele Nutzer heute noch über Programme wie telnet, mIRC, etc. und nicht über das Netz.

<sup>10</sup> Beispielsweise sind Chats zum Großteil über Browser zugänglich geworden. Große Teile der Newsgroups sind über die google Groups im Netz zugänglich gemacht wurden.

verbundener Netzwerke.<sup>11</sup> Dieser Verbund begann Ende der 60er Jahre mit dem sog. APRANET. Wenn vom Internet gesprochen wird, ist also strenggenommen nur die Infrastruktur gemeint. Es ist in etwa wie mit der Autobahn: Das Internet stellt die Gesamtheit aller befahrbaren Straßen dar. Aufgrund dieser Analogie hatte sich Ende der 90er Jahre auch der Begriff der Datenautobahn für das Internet eingebürgert, der aber aus der öffentlichen Diskussion wieder verschwunden ist.<sup>12</sup> Wenn von dem Internet gesprochen wird, ist aber meistens implizit etwas anderes gemeint, nämlich das Web (engl. Netz). Das Web entstand erst Anfang der 90er Jahre und erst durch die Erfindung dieses Netzes, des Web, das auch als WWW (World-Wide-Web) oder Netz bezeichnet wird, wurde auch das Internet zum Massenmedium, in dem Sinne, das das Netz in der Lage war, nahezu alle vereinzelt vorliegenden Dienste unter einer leicht zu bedienenden Zugangssoftware (den Browsern) zugänglich zu machen. In der vorliegenden Untersuchung wird primär der deutsche Ausdruck Netz genutzt anstelle der Bezeichnungen Web, WWW bzw. World-Wide-Web. Das Internet bietet also lediglich die Infrastruktur, während das Netz einen speziellen Dienst innerhalb dieser Infrastruktur meint. Dass das Netz einen eigenen Dienst innerhalb des Internets darstellt, erkennt man bereits an der Kennung der Seiten, die üblicherweise mit dem Suffix www. (für den Dienst World Wide Web) beginnt. Dabei benutzt das Netz die bereits bestehende Infrastruktur des Internets. Auch andere Dienste, wie etwa der P2P (peer to peer) Dienst hat ein eigenes Protokoll und nutzt die Struktur des Internets. Dieser Dienst ist besser bekannt unter dem Schlagwort „Tauschbörsen“ und ist aufgrund von Urheberrechtsdebatten in die öffentliche Kritik gekommen. Es gibt noch eine Vielzahl anderer Dienste wie etwa der FTP-Dienst (File Transfer Protokoll), das dazu dient, Dateien im Internet auszutauschen. Eine passende Analogie zur Verdeutlichung des Unterschiedes Internet / Netz wäre: Das Netz ist das Schaufenster des Internets. Es gibt noch mehr Dienste, aber die meisten Anwendungen und Dienste laufen über das Netz, das WWW. Die Besucher, die entlang der Einkaufstraße flanieren, schauen sich meist nur die Schaufenster an, gehen aber nur selten in einen Laden, um sich das ganze Angebot anzusehen. Übertragen auf das Internet würde das bedeuten: Die meisten Nutzer

---

<sup>11</sup> Zum ersten mal erscheint der Begriff bei Bob Kahn und Vinton Cerf in dem 1974 publizierten Dokument "A Protocol for Packet Network Internetworking".

<sup>12</sup> Die Katholische Glaubensinformation (KGI) hatte sich zu der Zeit als der Begriff viel diskutiert wurde, den einprägsamen Namen [www.datenautobahnkirche.de](http://www.datenautobahnkirche.de) für ihre Internetpräsenz gesichert, der auch heute noch in Betrieb ist.

begnügen sich mit dem Netz ohne andere Dienste wie etwa IRC, P2P oder FTP zu nutzen. Für dieses Verhalten, sich auf den verschiedenen Angeboten des Netzes hin- und herzubewegen, hat sich der Ausdruck des Surfens eingebürgert. Deutliches Kennzeichen sind die bekannten Adressen, die mit www. beginnen und somit anzeigen, dass es sich um einen Dienst innerhalb des Internets handelt.

Der Titel der vorliegenden Arbeit lautete deshalb Netzinkulturation, weil besonders das Netz (engl. Web oder WWW) im Blick ist und die anderen Dienste des Internets in der Untersuchung ausgeblendet werden. Es wird auch anstatt wie häufiger in der Literatur zu finden, nicht von einer Webseite oder Internetseite gesprochen, wenn ein Angebot im Netz gemeint ist, sondern von einer Site oder genauer noch: einer Website. Denn mit dem Begriff Site (vom engl. Für Stelle, Raum, Platz,) ist ein gesamter Auftritt gemeint, also alle Daten, die sich beispielsweise unter der Adresse www.kath.de befinden, während hingegen eine einzelne Seite (im engl. Page) eines Auftrittes, wie z.B. www.kath.de/netzinkulturation.htm als Seite bezeichnet wird. Der irreführende und mittlerweile leider eingedeutschte Begriff der Homepage, die definitionsgemäß jene einzelne Seite (Startseite) meint, die erscheint, wenn man eine Website aufruft, wie z.B. www.kath.de, wird nicht verwendet. Der Begriff Homepage, der im angelsächsischen Sprachgebrauch lediglich die Startseite einer Website meint, wird im deutschen Sprachgebrauch leider oftmals synonym für das verwendet, was eigentlich mit dem Begriff der Website gemeint ist: Ein komplettes Informationsangebot, das aus vielen einzelnen Seiten besteht (engl. pages) besteht und unter einer Website (dt. Adresse bzw. URI oder auch URL) zu finden ist.

### **2.1.2 Historischer Abriss**

In dem nun folgenden historischen Abriss wird weniger das Augenmerk auf die technische Entwicklung gerichtet, sprich die Entstehung der Protokolle und ähnliche Aspekte, sondern auf die Entwicklung der dahinterstehenden Idee. Denn dies ist besonders für die vorliegende Aufgabenstellung interessant: Welche grundlegenden Überzeugungen waren der Auslöser zur Entwicklung des Netzes / Internets. Es wird sich nämlich zeigen, dass eine solche Analyse vor verkürzenden und dadurch falschen Darstellungen der Entstehung des Internets bewahrt.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Vgl. die Botschaft zum 36. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel mit dem Titel „Internet: Ein neues Forum zur Verkündigung des Evangeliums“, wo in Absatz 5 der Satz steht: „Gestattet

### 2.1.1.1 Visionen und Utopien

BUSH war es, der 1945 einen Essay mit dem Titel „As We May Think“ veröffentlichte.<sup>14</sup> Angesichts der immer unüberschaubarer werdenden Daten- und Informationsmenge machte er sich Gedanken darüber, wie die Wissenschaft zukünftig damit umgehen könne. Wie im folgenden in Bezugnahme auf die Medientheorie von MCLHAN noch zu erörtern sein wird, war auch BUSH davon überzeugt, dass eine lineare Verkettung von Informationen nicht der grundlegenden Arbeitsweise des menschlichen Gehirns entspricht:

„The human mind does not work that way. It operates by association. With one item in its grasp, it snaps instantly to the next that is suggested by the association of thoughts, in accordance with some intricate web of trails carried by the cells of the brain. It has other characteristics, of course; trails that are not frequently followed are prone to fade, items are not fully permanent, memory is transitory. Yet the speed of action, the intricacy of trails, the detail of mental pictures, is awe-inspiring beyond all else in nature.“<sup>15</sup>

Etwas politischer und mit Fokus auf das Spezifikum des Internets schrieb ENZENEBERGER 1970: „In ihrer heutigen Gestalt dienen Apparate wie das Fernsehen oder der Film nämlich nicht der Kommunikation, sondern ihrer Verhinderung. Sie lassen keine Wechselwirkung zwischen Sender und Empfänger zu: technisch gesprochen, reduzieren sie das Feedback auf das systemtheoretisch mögliche Minimum.“<sup>16</sup> Das Internet, ohne das ENZENBERGER es zu diesem Zeitpunkt ahnen konnte, sollte die idealen Voraussetzungen für eine solche Wechselwirkung bieten.

---

mir schließlich in dieser unruhigen Zeit die Frage, wie dieses ursprünglich für militärische Ziele entwickelte wunderbare Kommunikationsmittel [das Internet; J.P.] nun für friedliche Zwecke zu gebrauchen ist?“ Hier wird eine relative Unkenntnis der geschichtlichen Entwicklung deutlich. Denn wie im Folgenden noch zu belegen sein wird, ist zwar das Internet teilweise aus militärischen Zielen heraus entstanden. Das Netz allerdings ist aus reinen wissenschaftlichen Motiven heraus entstanden. Und, wie dargelegt, wird meistens das Netz gemeint, wenn vom Internet die Rede ist.

<sup>14</sup> BUSH, V., As We May Think, <http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush> 1945 (gesichtet am 10.09.2005).

<sup>15</sup> ebd.

<sup>16</sup> ENZENSBERGER, H. M., Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: Kursbuch 20 (1970), S.159-186, hier: S. 169.

### 2.1.1.2 Entstehung und Verbreitung

Gut vier Monate nach der Mondlandung wurden die ersten vier Großrechner in einem Verbund unter dem Namen APRANET zusammengeschaltet. Das APRANET war vom US-Verteidigungsministerium mitfinanziert. Die APRA (Advanced Research Project Agency) sollte im Auftrag der US-Regierung wissenschaftliche Projekte an Universitäten fördern, die für die Regierung interessant erschienen. Nach deren Fertigstellung sollten die Ergebnisse der Regierung dann überlassen werden. Auslöser war der Sputnik Schock 1968 gewesen, der die U.S.A. empfindlich in ihrem Gefühl der technischen Vorreiterrolle traf.

Doch während die Mondladung eine bis dahin ungeahnte weltweite Aufmerksamkeit erzeugte, wurde die Inbetriebnahme des Vorläufers des Internets, das APRANETS, kaum beachtet. Auch ist mit diesem denkwürdigen Ereignis kein Name verbunden, es war sozusagen ein gemeinsames Projekt - sicherlich auch vor dem Hintergrund, bei einem Atomangriff durch ein dezentrales Netzwerk von Rechnern weiterhin kommunikationsfähig zu bleiben und eine erhöhte Datensicherheit zu haben. Die Ausbreitung dieses Vorläufers des Internets geschah dann aufgrund einer technischen Errungenschaft: 1983 wurde ein neues Protokoll, das TCP/IP Protokoll im APRANET verwendet. Durch dieses neue Protokoll war es möglich, die Zahl an vernetzten Rechner enorm zu erhöhen. Es kam zu einem Wachstum der an diesem Netzwerk beteiligten Rechner, besonders seitens der Universitäten und wissenschaftlichen Einrichtungen. Die Regierung zog sich zusehends aus der Finanzierung zurück. Dafür stieg die NSF (National Science Foundation) in die Finanzierung dieses Netzwerkes mit ein. 1985 schließlich war es soweit, dass man von dem NSFNET sprechen konnte. Das Militär hatte mittlerweile sein eigenes Netz, das milinetz. Immer mehr private und kommerzielle Unternehmen schlossen ihre Netze an das NSFNET an. 1990 schließlich wurde das APRANET eingestellt, 1995 zog sich die NSF ganz aus der Finanzierung zurück und verkaufte ihre Anteile an private Unternehmen. Ab den beginnenden 90er Jahren sind es dann private Unternehmen (Provider wie etwa t-online) die es gegen Entgelt auch Privatpersonen ermöglichen, sich in das Internet einzuwählen und dessen Dienste zu nutzen. Es begann die kommerzielle Phase des Internets. Zugleich begann damit auch die Phase des Internets, die schließlich dazu führte, dass es zum Massenmedium wurde.

### 2.1.1.3 Massenmedium

Das Netz, kurz WWW, wurde in der folgenden Zeit zu dem Massenmedium des 21. Jahrhunderts. Kein anderes Medium hatte seit seiner Entstehung schneller eine so große Reichweite erreicht. Ausgangspunkt seiner Erfindung war das Kernforschungszentrum CERN in Genf. Dort verfolgte vor allem der Brite BERNERS LEE das Ziel, Forschungsergebnisse anderen Forschern zugänglich zu machen, indem er die Linearität durchbrach. Dieses Prinzip war später in den Links verwirklicht. 1991 ist das Jahr, in dem BERNERS LEE das Netz gleichermaßen erfand. 1993, zwei Jahre später, waren 130 Rechner angeschlossen, 1998 bereits 36,7 Millionen. Die Idee, die BERNERS LEE verfolgte war klar: „Ich wollte sicherstellen, dass das Web zu dem wurde, was ich ursprünglich beabsichtigt hatte - zu einem universellen Medium für die Freigabe der Informationen“<sup>17</sup> An anderer Stelle spricht er sogar ausdrücklich von einer Mission, die er mit dem Medium verbindet:

„Er [Thabo Mbeki, damaliger Vizepräsident von Südafrika, auf dem Gipfeltreffen der G7 Staaten im Jahre 1995; J.P.] hielt eine fundierte Rede darüber, wie die Leute die neue Technologie aufgreifen sollten, um ihre Selbstbestimmung zu erweitern, um sich über ihre wahren ökonomischen, politischen und kulturellen Umstände auf dem laufenden zu halten und um sich eine Stimme zu verleihen, welche die gesamte Welt hören konnte. Ich selbst hätte die Mission des World Wide Web nicht besser darstellen können.“<sup>18</sup>

Nach neuesten Ergebnissen der ARD/ZDF Langzeitstudie Massenkommunikation verfügen inzwischen 70 % der Haushalte über einen PC mit Internetzugang (39% verfügen sogar über einen Breitbandanschluss mit DSL).<sup>19</sup> Auch wenn die Reichweite in Deutschland noch bei 28% liegt (gegenüber Fernsehen mit 89%) ist die Bindung an das Internet sehr groß: Sie liegt bei 40% (Fernsehen 45%).

### 2.1.3 Mythos Internet

BERNERS LEE, schreibt über den Beginn des Netzes:

„Aber viele Menschen, die meisten unbekannterweise, haben wesentliche Teile beigetragen, und zwar auf dieselbe zufällige Weise, mit der ich vorgegangen bin. Eine Gruppe von Individualisten, die an einem gemeinsamen

<sup>17</sup> BERNERS-LEE 1999, S. 129.

<sup>18</sup> BERNERS-LEE 1999, S. 153.

<sup>19</sup> Vgl. VAN EIMEREN, B., RIDDER, C.-M., Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2005, in: Media Perspektiven 10 (2005), S. 490-504.

Traum festhielt und über große Distanzen zusammenarbeitete, hat einen bedeutenden Wandel bewerkstelligt.“<sup>20</sup>

Und auch die Ausführungen am Ende seines Buches zur Entstehung des Netzes lassen einen gewissen Enthusiasmus hervortreten:

„Die Erfahrung, das Web durch die Anstrengungen von Tausenden an der Basis abheben gesehen zu haben, erfüllt mich mit immenser Hoffnung, dass, wenn wir den individuellen Willen haben, wir zusammen die Welt so gestalten können, wie wir sie uns wünschen.“<sup>21</sup>

Oftmals werden mit der Etablierung des Internets als Massenmediums Hoffnungen auf eine bessere, gerechtere, demokratische und friedlichere Welt verbunden: „Ich bin fest davon überzeugt, dass die Informations- und Kommunikationsplattform Internet diese Welt möglich macht. Doch ich bin ebenso sicher, dass die alten Eliten alles tun werden, um zu verhindern, dass es dazu kommt.“<sup>22</sup> Aus diesen exemplarischen ausgewählten Beispielen lässt sich erkennen, dass mit dem Internet oftmals Hoffnungen, Visionen und Utopien verbunden werden. Es wird aber auch aus den Aussagen von BERNER-LEE deutlich, dass kein geringerer als der Erfinder des Netzes selbst davon spricht, dass es eine Vision war, welche die Entstehung des Webs forciert hat. Auch in anderen Kapiteln wird dies deutlich.<sup>23</sup> Viele Autoren verbinden darüber hinaus Hoffnungen und Idealbilder mit der Verbreitung des Internet, wie etwa MÖLLER im oben zitierten Beispiel. Es ist bedeutsam, an dieser Stelle zu differenzieren: Bei den wichtigen Akteuren des Internets (hier beispielsweise verdeutlicht an dem Erfinder BERNER-LEE und einem wichtigen Mitarbeiter der Wikipedia, MÖLLER) kommt es nicht zu einer Mythologisierung des Internets. Doch zunächst stellt sich die Frage, was überhaupt unter einer Mythologisierung des Internets zu verstehen ist. Wohl doch im allgemeinsten Sinne der Bedeutung eine kollektive Vorstellung, die Momente der Irrationalität enthält, wie z.B. in dem Buch „Mythen des Alltags“ von Roland Barthes<sup>24</sup>. Sicherlich sind einige Momente an den mit dem

---

<sup>20</sup> BERNERS-LEE 1999, S. 13.

<sup>21</sup> BERNERS-LEE 1999, S. 306.

<sup>22</sup> MÖLLER, E., Die heimliche Medienrevolution. Wie WeBlogs, Wikis und freie Software die Welt verändern, Hannover 2005, S.V.

<sup>23</sup> Besonders im 8. Kapitel, wo es um die Gründung des W3C geht. Das W3C (World Wide Web Consortium) ist ein unter Mithilfe von BERNERS-LEE entstandenes offenes Gremium für Firmen und andere an der Weiterentwicklung des Netzes beteiligte Einrichtungen, das zu technischen Entwicklungen Empfehlungen und Richtlinien herausgibt und so eine Schlüsselrolle in der Entwicklung des Netzes einnimmt. Es wäre eine sinnvolle Aufgabe einmal zu untersuchen, inwiefern die Kirche in diesem Gremium vertreten sein könnte.

<sup>24</sup> Vgl. BARTHES, Roland, Mythen des Alltags, Frankfurt <sup>3</sup>2003.



Internet verbundenen Aussagen oftmals absehbar irrational, aber das ist m.E. nicht der Kern, der in der Aussage Mythos Internet steckt. Wenn es einen Grundgedanken gibt, der hinter dem Vorwurf Mythos Internet steht, so hat ihn ROESLER genauestens in seinem Buch mit dem treffenden Titel „Mythos Internet“ dargelegt:

„Der Grundirrtum des Mythos besteht darin zu glauben, dass Öffentlichkeit ein *technisches* Problem darstellt, das sich mit einem geeigneten technologischen Instrumentarium lösen lässt. Aus diesem Grund sind es auch die technischen Möglichkeiten des Internet, auf denen der Mythos aufbaut, indem er vermeintlich nur ihre Konsequenzen zieht. Das Internet versorgt zwar bestimmte Gruppen mit einem neuen Werkzeug, Öffentlichkeit herzustellen, aber so, wie jedes Werkzeug prinzipiell von allen benutzt werden kann, aber nicht benutzt wird, so wird auch das Internet eine ideale Öffentlichkeit nicht verwirklichen, nur weil es ein anderes Werkzeug ist.“<sup>25</sup>

Dennoch bleibt festzuhalten, dass das Internet und das Web entstanden sind, nicht zuletzt weil einige Vordenker (von BUSH bis hin zu BERNERS-LEE) Visionen hatten und viele unbekannte und einige bekannte Personen die Ausdauer aufbrachten, an deren Umsetzung arbeiteten. Dies ist der Unterschied zwischen dem, was ROESLER beschreibt und dem, was viele Kritiker in Blick auf das Internet immer wieder bemängeln, wenn sie den Vorwurf von der Mythologisierung des Internets anführen oder Cybertheoretiker anführen.<sup>26</sup> Ähnlich wie der Buchdruck erst im Nachhinein in seinen Folgen für die Gesellschaft erkannt und analysiert werden konnte, ist das Internet ein so einschneidendes Ereignis, dass die Auswirkungen eventuell erst im Rückblick vieler Jahre deutlich werden, besonders da es sich um ein in Entwicklung begriffenes Feld handelt, bedenkt man etwa Themenkomplexe wie Künstliche Intelligenz und Robotik - um nur einige zu nennen. Ein Grund mit einer Analyse abzuwarten? Mitnichten. In der 10-jährigen Geschichte des Mediums Netz lassen sich schon einige Entwicklungslinien abzeichnen. Doch ehe diese auf eine Pastoral übertragen werden können, ist es wichtig, die spezifischen Charakteristika des Webs zu verstehen, denn, wie schon der Erfinder schrieb, „nur wenn die Menschen das Web auf einer grundlegenden Ebene verstehen, werden sie wirklich begreifen, welches Potential sich dahinter verbirgt.“<sup>27</sup> Und das ist das erklärte Ziel des ersten Hauptteils dieser Arbeit. Um der Tragweite dieser Aussage gerecht zu werden, ist den besonders interessanten und auf eine mögliche pastorale Anwendung hin erfolgver-

---

<sup>25</sup> MÜNKER, S., ROESLER, A., Mythos Internet, Frankfurt 1997, S. 191.

<sup>26</sup> Vgl. MÜLLER, K., Die verdoppelte Realität - virtuelle Wahrheit. Philosophische Erwägungen zu den neuen Medien, in: Die politische Meinung 344 (1998), S. 59-70.

<sup>27</sup> BERNERS LEE 1999, S. 13.

sprechenden Charakteristika das gesamte dritte Kapitel gewidmet. Die Ergebnisse fruchtbar zu machen für eine Pastoral, wird die Fragestellung des dritten Hauptteils der vorliegenden Arbeit in Kapitel 5. bilden.

#### **2.1.4 Technische Charakteristika**

FAULSTICH schreibt zum Thema der online-Medien: „Online-Medien wie die WWW-Browser lösen die Differenz zwischen Produzenten und Rezipienten in beträchtlichem Maße auf, weil die Navigation durch Hypertextdokumente den Nutzer zum Produzenten seines eigenen Medienangebotes werden lässt.“<sup>28</sup>

Dementsprechend sollte bei aller Statistischen Datenerfassung, wie sie in Kapitel 2.2 beispielhaft angesprochen wird, nicht außer Acht gelassen werden, dass das Internet anders als das Radio kein Nebenbeimedium ist, sondern die Nutzer sich gezielt ihr Programm zusammenstellen, so dass die harten Zahlen nicht ganz dazu geeignet erscheinen, die wirkliche Bedeutung des Mediums zu erfassen. Die Idee des Hypertextes, also des Prinzips, das diese Möglichkeiten der Nutzer erst eröffnet, hatte in der Geschichte schon einige Vorläufer.<sup>29</sup> Die Grundidee ist: Verlinke alles mit allem. Dadurch wird der Nutzer zum Regisseur seines Ausfluges ins Netz. Hypertext zeichnet sich dadurch aus, dass er andere Elemente einbindet (Bilder, Videos, Sounds) aber vor allem, dass er an jeder beliebigen Stelle über sich hinaus auf andere Dokumente im Netz verweisen kann. Die Bedeutung der Suchmaschinen innerhalb des Mediums Netz ist dabei immens: Vergleicht man das Netz mit der Erfindung der beweglichen Lettern, welche vor allem durch Gutenberg bekannt wurde, so sind, was Zeitungen und Zeitschriften für das Medium Schrift sind, die Suchmaschinen für das Netz. Über sie erschließen sich die meisten Nutzer das unüberschaubare Informationsangebot, den Hypertextdschungel des Netzes. Von allen Suchmaschinen ist google die beliebteste. Um neue Seiten zu finden, folgen die Suchmaschinen bestehenden Links und indizieren die Seite nach bestimmten auf der Seite vorkommenden Stichwörtern. Gibt nun jemand in der Suchmaske das Stichwort ein, so schaut die Suchmaschine in ihrem Index nach und liefert die Liste der passenden Seiten, die dieses Stichwort enthalten. Die Reihenfolge orientiert sich dabei an bestimmten Kriterien, wie z.B. der Anzahl der Links, die auf eine Sei-

---

<sup>28</sup> FAULSTICH 2000, S.275.

<sup>29</sup> Vgl. Systeme wie Xanadu und andere.

te verweisen. Je mehr Links auf eine Seite verweisen, desto angesehener scheint sie in den Augen der Suchmaschine zu sein und desto höher wird die Position in der Ausgabeliste, die der Nutzer aufgrund seiner Suchanfrage erhält. Diese sogenannte Linkpopularität stellt ein wichtiges Kriterium dar, damit die eigenen Inhalte im Netz gefunden werden. Wie wichtig die Verlinkung ist, lässt sich unter anderem grafisch durch bestimmte Tools anzeigen.<sup>30</sup> Das Phänomen der Suchmaschinen macht auf einen Umstand aufmerksam: Das Netz zeichnet sich durch ein unglaublich großes und unüberschaubares Informationsangebot aus. Bei den anderen Massenmedien war es noch so, dass an den Möglichkeiten zur Verbreitung von Informationen Knappheit bestand, etwa in dem Sinne, dass ein Programmdirektor eine Vorauswahl trifft. Woran im Netzzeitalter Knappheit herrscht, ist vielmehr Zeit und Fähigkeit der Nutzer zum Selektieren. Es gilt in der Datenflut zu selektieren zwischen dem ganzen „Informationsmüll“ und den wichtigen Informationen. Hier haben die Suchmaschinen ihre Berechtigung. Und da dieses Bedürfnis der Nutzer groß ist, verwundert es nicht, dass über 60% der Nutzer Suchmaschinen für ihre Ausflüge ins Netz verwenden. Allerdings sieht NEUBERGER hier noch eine andere Entwicklung im Gange, die sich sehr mit den Beobachtungen zum Thema Blogs in Kapitel 3.7.3 zusammenführen lassen. Er konstatiert:

„Schon aus Gründen der »Aufmerksamkeitsökonomie« (Georg Frank) sind deshalb auch in der Internet-Öffentlichkeit Vermittler notwendig; es kommt nicht zu der von manchen erwarteten völligen »Disintermediation« (Andrew L. Shapiro). Mediatoren werden im Internet aber nicht mehr als »Gatekeeper« sondern als Navigatoren und Moderatoren gebraucht.“<sup>31</sup>

Klassische Gatekeeper sind beispielsweise die Programmdirektoren beim Fernsehen oder die Chefredakteure bei der Zeitung. Dementsprechend handelt es sich um Gatekeeper-Medien. Das Netz hat aber die Tore weit offen: Jeder, der über die technischen Möglichkeiten verfügt, kann hier publizieren. Dennoch wird die Entwicklung in der Sicht NEUBERGERS nicht zu einer neuen Desintermediation führen. Eine Desintermediation würde zu einem gleichzeitigen starken Anstieg von Inhalt und Reichweite führen.

Auf einen Sachverhalt, der im Zusammenhang mit der vorliegenden Arbeit von Relevanz ist, sei noch hingewiesen: Suchmaschinen, ja das Netz generell, stellen le-

<sup>30</sup> So etwa auf der Seite [www.touchgraph.com](http://www.touchgraph.com).

<sup>31</sup> LEHMANN, K., SCHETSCHKE, M. (Hg.), Die Google Gesellschaft, Vom digitalen Wandel des Wissens, Bielefeld 2005, S. 207.

diglich Wissen zur Verfügung. Abgesehen von den Kommunikationsmöglichkeiten des Netzes liefert eine Abfrage einer Suchmaschine lediglich Informationen. RÖLL drückt das Problem folgendermaßen aus: „Informationen - und nur diese kann eine Suchmaschine liefern - sind nützlich und erforderlich, aber nicht hinreichend. Benötigt wird nicht Information, sondern Wissen. Da dieses zwingend an Personen gebunden ist, bedeutet das oft: ‚Finde jemanden, der weiß, wie das Problem zu lösen ist.‘“<sup>32</sup> Zu Recht verweisen deshalb die neuesten kirchlichen Schreiben zum Thema Internet immer wieder eindringlich auf die Vermittlung von Medienkompetenz für und durch die kirchlichen Mitarbeiter und Mitglieder hin. Ausdrücklich beschreiben diese Dokumente auch die notwendige Integration solcher Kompetenzen in die Ausbildung, wie Kapitel 4.1.1 noch genauer analysieren wird. Doch zuvor sei nun ein Wechsel der Sichtweise erlaubt, um eine Panorama-Aufnahme des zu erläuternden Themengebietes zu gewinnen. Stand bisher die Seite hinter dem Bildschirm, also die Technik, das Medium, im Vordergrund, wechselt nun der Fokus der vorliegenden Untersuchung zu dem Bereich vor dem Bildschirm und damit zum Nutzer.

## **2.2 Nutzerspezifische Analyse**

Im Jahre 2004 hatten schon 52,7 % der deutschen Bevölkerung (über 14 Jahren) einen Zugang zum Internet.<sup>33</sup> Einen Umstand darf man jedoch bei allen statistischen Erhebungen nicht aus den Augen verlieren: Das Internet ist ein Medium, zu dem nur ca. 10% der Weltbevölkerung Zugang haben. Bekannt und diskutiert wird dieser Umstand unter dem Stichwort des digital divide, der digitalen Kluft: „Bisher wird das Internet weltweit von einer selektiven Gruppe der Gesamtbevölkerung genutzt. Die digitale Kluft infolge von Bildung, Geschlecht, Alter, Einkommen und technischer Fertigkeit betrifft in unterschiedlicher Ausprägung alle Staaten dieser Welt.“<sup>34</sup> Die Arbeitsgruppe Multimedia der Fernsehanstalten ARD/ZDF stellten erstmals 1997 repräsentative Daten zur online Nutzung zur Verfügung. Innerhalb der ARD/ZDF online Studie erscheinen dort jährlich die neuesten Zahlen zur Nutzung des Internets:

---

<sup>32</sup> LEHMANN 2005, 89.

<sup>33</sup> Vgl. VAN EIMEREN 2005.

<sup>34</sup> LEHMANN 2005, 333.

„Vor diesem Hintergrund wurde in diesem Jahr [2004; J.P.] auf Basis der Daten der ARD/ZDF-Online-Studie 2004 eine Nutzertypologie entwickelt, um eine angemessene und zugleich möglichst plastische Abbildung unterschiedlicher Onlinenutzungsmuster zu erreichen.“<sup>35</sup>

Dabei haben sich sechs Nutzertypen herauskristallisiert, die sich nach zwei Basishabitus unterscheiden lassen:<sup>36</sup> Zum einen gibt es die aktiv-dynamische und die selektiv-zurückhaltende Gruppe. Erstere Gruppe

Basishabitus	Anteile in %		OnlineNutzerTypen	Anteile in %	
	2004	2005		2004	2005
aktiv-dynamisch	47,5	51,3	Junge Hyperaktive	7,0	6,9
			Junge Flaneure	9,8	11,5
			E-Consumer	13,4	15,7
			Routinierte Infonutzer	17,3	17,2
selektiv-zurückhaltend	52,5	48,7	Selektivnutzer	20,3	19,1
			Randnutzer	23,2	29,6

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studien 2004 und 2005.

zeichnet sich dadurch aus, dass das Internet in den Alltag integriert ist und nahezu

Abb. 2.2: Die sechs Nutzertypen der OnlineNutzer-Typologie

alle Möglichkeiten genutzt werden. Selektiv zurückhaltende Nutzer dagegen haben nur bestimmte Funktionen in ihren Alltag integriert, vor allem den Dienst email. Unter den 14-19-jährigen überwiegt im Vergleich zu der nebenstehenden Übersicht der aktiv-dynamische Habitus mit 64,9%. Unter den aktivisch dynamischen Gruppen sind zwei von besonderem Interesse:

„Das Internet wird für Junge Hyperaktive sowie für E-Consumer immer mehr zum Leitmedium. Die Nutzungsmotivie und die Nutzungspraxis dieser beiden Gruppen definieren sich erkennbar nicht mehr nur in Relation zur Offlinewelt, sondern setzen an den ureigenen Möglichkeiten des Web an.“<sup>37</sup>

Für 41% der Internetnutzer der jungen Zielgruppe (14-29 Jahre) steht das Internet im Mittelpunkt der Mediennutzung. Es wird täglich genutzt. 65% bestätigen zumindest eine teilweise hohe Relevanz. 30% dieser Nutzergruppe nimmt wenigstens einmal pro Woche an einem Chat teil.<sup>38</sup>

Unter der Gesamtheit der Onlinenutzer geben immerhin 47 Prozent an, dass Ihnen das Angebot ihres Providers (mit T-Online als dem mit Abstand führendem Provider

<sup>35</sup> OEHMICHEN, E., SCHRÖTER, C., Die OnlineNutzerTypologie (ONT), in: Media Perspektiven 8 (2004), S. 386-393, hier: S. 386.

<sup>36</sup> Vgl zum Folgenden: OEHMICHEN 2004 und VAN EIMEREN 2005, S. 397.

<sup>37</sup> OEHMICHEN 2004, S. 393.

<sup>38</sup> VAN EIMEREN 2005, S. 401.

in Deutschland) genügt.<sup>39</sup> Dieser Umstand muss ebenfalls bei pastoralen Internetstrategien berücksichtigt werden. Kommt die Kirche nicht in dem Repertoire dieser Anbieter vor, existiert sie für viele Nutzer nicht. Durch die Einteilung der Nutzer nach der OnlineNutzerTypologie wird es möglich, Webprojekte sehr zielgruppenspezifisch auszuarbeiten besonders im Hinblick auf den Einsatz von Applikationen und Interaktivität.

---

<sup>39</sup> VAN EIMEREN 2005, S. 402.

### 3. Die neue Kultur des Internets

Die Beschreibung der technischen Charakteristika in Kapitel 2.1.4 ist bewusst kurz ausgefallen. Zum einen legt die vorliegende Untersuchung den Schwerpunkt auf kulturelle Implikationen (die natürlich nicht ohne ein Wissen um die Funktionsweise des Internets möglich sind) zum anderen sind die philosophischen und praktischen Charakteristika wesentlich prägender für die Zukunft des Internets. Besonders den neueren Entwicklungen wie dem Aufkommen der Blogs, der open source Bewegung und Entwicklungen wie wikis wird hier viel Raum eingeräumt. Ob das Internet als neuer Kulturraum begriffen werden kann, wie es bereits der Titel dieser Arbeit suggeriert, ist natürlich wiederum eine These, die in Ihren Prämissen nicht unumstritten ist. Allerdings werden diese Prämissen in der vorliegenden Arbeit als gesetzt angenommen und selbst nicht zur Diskussion gestellt. Zu dieser Debatte sei verwiesen auf die Arbeiten vieler Autoren.<sup>40</sup> Nicht zuletzt zeugt die Bildung einer eigenen Abteilung mit dem Titel „Kulturraum Internet“ am Wissenschaftszentrum für Sozialforschung in Berlin von der Bedeutung der neuen Sichtweise auf das Internet.<sup>41</sup> Auch WEBER betont in seinem Standardwerk *Evangelisierung und Internet* die besondere Bedeutung dieser Sichtweise auf das Internet:

„Das Internet hat aufgrund seiner besonderen Kommunikationsformen ein »Eigenleben« entwickelt. Ohne den stofflosen, globalen, Raum-Zeit-Gleichheit ermöglichenden Interaktionsraum Internet, wäre es nicht zu den vielfältigen Foren und Kommunikationsformen gekommen, innerhalb derer Tausende täglich ihre Gedanken austauschen, Kontakte knüpfen, miteinander arbeiten und voneinander lernen. Damit entstehen auch neue Organisations- und Sozialformen sowie spezifische Verhaltensmuster.“<sup>42</sup>

Im Folgenden wird es darum gehen, diese neuen Organisationsformen (Wikipedia, open source Bewegung), die neuen Sozialformen (virtuelle Gemeinschaften) und die spezifischen Verhaltensmuster (Blogger) genauer zu untersuchen.

---

<sup>40</sup> Vor allem NEUKIRCH (NEUKIRCH, J., *Religion im Internet*, in: *Lutherische Monatshefte* 2 (1996), S. 22-26) führt an, dass das Internet ein Kulturraum ist, unter anderem, da es immer mehr in Spielfilmen berücksichtigt wird. Andere Autoren wären beispielsweise: DEUTSCH, P., *Perserving and Promoting the »Internet Culture«* unter: [www.geology.utoronto.ca/eegtti/eeg\\_268.htm#SEC269](http://www.geology.utoronto.ca/eegtti/eeg_268.htm#SEC269).1993 (gesehen am 12.05.2005).

<sup>41</sup> Vgl. [www.duplox.wz-berlin.de](http://www.duplox.wz-berlin.de) (gesehen am 12.05.2005).

<sup>42</sup> WEBER, W., *Evangelisierung und Internet. Theologische Sicht auf ein neues Medium* (Europäische Hochschulschriften: Reihe 23, Bd 661), Frankfurt u.a. 1999, S. 255.

### 3.1 Der Cyberspace

Dass der Begriff Cyberspace wie aus einem Science Fiction Roman entliehen klingt, liegt daran, dass der Begriff tatsächlich aus der Erzählung „Chrom brennt“ des Science Fiction Autors William Gibson stammt. Wörtlich übersetzt bedeutet er soviel wie im Raum navigieren (von gr. cyber für navigieren und engl. space für Raum). Im Folgenden wird hier der Begriff des virtuellen Raumes (VR) benutzt, da eine Abgrenzung zu der sehr prosaisch klingenden Vokabel des Cyberspace gewollt ist. Zum anderen lenkt das Adjektiv virtuell die Aufmerksamkeit auf die Beschaffenheit dieses Raumes, während der Begriff Cyberspace eher die Möglichkeiten (navigieren) dieses Raumes betrifft. Die Abkürzung VR letztendlich schlägt dann auch die Brücke zu der englischen Sprachwelt, wo anstelle des Begriffes Cyberspace auch der Begriff der Virtual Reality in Gebrauch ist, der auch öfters in der deutschsprachigen Literatur als virtuelle Realität begegnet.

Entscheidend ist, dass an der Schwelle zu diesem virtuellen Raum hinter dem Bildschirm, eines vom Nutzer verlangt wird: Er muss seine Leiblichkeit und Sinnlichkeit (jedenfalls größtenteils) ablegen. Er muss seinen Körper zurücklassen: „Das Medium in dem wir kommunizieren, ändert die Art und Weise, wie wir unsere Gedanken formen. Wir programmieren Computer, aber diese programmieren auch uns.“<sup>43</sup> So lautet das Fazit des ehemaligen Internetpioniers STOLL, der sehr früh zum Kritiker des Internets wurde. Sicherlich gäbe es in diesem Feld Raum für eingehendere Untersuchungen, die aber in dieser Arbeit nicht vorgenommen werden.

#### 3.1.1 Crossmedia

Eines der Hauptmerkmale des Netzes ist es, dass hier verschiedene Medien in einem Verbundsystem vereinigt werden können. Waren TV-Sendungen von den Produktionskosten her vor einigen Jahren noch unerschwinglich für Privatleute, verfügen neue Handygenerationen bereits über Kameras die eine einigermaßen passable Bildqualität liefern. Im Bereich des Rundfunks wird das Netz in Form von Podcasts schon lange stark genutzt. Sogenannte Podcasts sind nichts anderes als private Radiostationen von Privatleuten auf ihrer Website. Auch die noch zu erwähnenden

---

<sup>43</sup> STOLL, C., Die Wüste Internet. Geisterfahrten auf der Datenautobahn, Frankfurt 1996, S. 77.



vblogs (vgl. Kapitel 3.7.1) bieten jedem die Möglichkeit eigene audiovisuelle Formate zu erproben. Die Katholische Fernseharbeit in Frankfurt erprobte auf dem Weltjugendtag intensiv die Möglichkeiten des crossmedia publishing über das Internet. Unter der Adresse [www.weltjugentag.tv](http://www.weltjugentag.tv) lieferte sie während des Events 12 Stunden am Tag Fernsehen via Internet. Das Besondere daran war, dass sowohl das Programm als auch die Formate von Jugendlichen selbst gestaltet und befüllt wurden. Die Zielgruppe die über die Website und durch das Medium Netz erreicht werden konnte, entsprach so in etwa der produzierenden Gruppe. Die technische Ausrüstung für dieses Mammutprojekt lies sich dabei mit einem vergleichsweise sehr kleinen Budget realisieren, was zum einen von der DBK zum anderen vom ORF zur Verfügung gestellt wurde. Ohne das Netz als Vertriebskanal und seine crossmedia-Qualität wäre ein solches Projekt nicht denkbar gewesen. Eine der Grundthesen der vorliegenden Untersuchung lautet, dass in den Medien die Macht des Bildes im Sinne von MCLUHANS Medientheorie zurückkehrt (dazu später mehr). Überträgt man dies auf die Zukunftsmöglichkeiten des Mediums Netz, ergibt sich auch hier eine neue Möglichkeit der Berichterstattung, gerade auch im Bereich audiovisueller Medien, die das Geschehen nicht aus einer redaktionell ausgewählten Sicht darstellt. Am Beispiel des bereits herangezogenen Irakkrieges stellt PRYOR fest:

„Als das Fernsehen zeigte, wie die Statue von Saddam Hussein in Bagdad umgerissen wurde, sah es wegen der Nahaufnahmen so aus, als sei das eine riesige Menschenmenge gewesen, die die Statue umriss. Aber wenn die Fernseh-Zuschauer sich [...] sozusagen hätten umdrehen können, hätten sie gesehen, dass es tatsächlich eine sehr kleine Gruppe war, die von allen Seiten durch amerikanische Panzer geschützt war. Das wäre also eine andere Perspektive gewesen und sie hätte eine völlig andere Geschichte erzählt.“<sup>44</sup>

Wie das Projekt [www.weltjugentag.tv](http://www.weltjugentag.tv) gezeigt hat, kann ein solcher Perspektivenwechsel sehr fruchtbar sein auch für die kirchliche Öffentlichkeitsarbeit. Entscheidender jedoch sind die virtuellen Gemeinschaften als der entscheidenden neuen Sozialform in der Kultur des Internets.

---

<sup>44</sup> WATLEY, E. F., Online Satire and Journalism: An Interview with Larry Pryor, <http://www.checkplease.humorfeed.com/issues/0101/2004JuneOJR.php> (gesehen am 12.05.2005).

### 3.2 Virtuelle Gemeinschaften

Es ist zunächst sehr hilfreich, einen weiten Bogen zurück in die Geschichte zu schlagen, um das Phänomen der virtuellen Gemeinschaften von Beginn an in einer Entwicklungslinie zu erkennen. Gestützt wird diese Aussage auf die Ergebnisse von STONE.<sup>45</sup> Für STONE ist das entscheidende Kriterium bei der Entstehung virtueller Kulturen die fehlende unmittelbare körperliche Präsenz. Sie unterscheidet vier Epochen. Den Beginn sieht sie im 17. Jahrhundert bei dem Mathematiker BOYLE: „Er [Boyle; J.P.] rief eine von ihm sogenannte >Gemeinschaft von ähnlich denkenden Herren< ins Leben, um seine wissenschaftlichen Experimente zu validieren.“ Diese Genese virtueller Gemeinschaften kann für die spätere Verortung des Phänomens von großer Hilfe sein. Die Anfänge virtueller Gemeinschaften finden sich schon sehr früh. Bereits im Jahr 1968 beschreibt LICKLIDER eine erste Version von virtuellen Gemeinschaften. Ab 1972 etablierte sich dann der Emailverkehr zwischen den Rechnern des damaligen APRANET. 1975 begannen dann die ersten Diskussionsforen (MsgGroup) und 1978 tauchten die ersten MUDs<sup>46</sup> auf. Ebenfalls zu dieser Zeit entwickelte sich das Usenet und andere dezentrale Systeme. Es gab noch viele verschiedene Dienste wie etwa newsgroups und mailinglisten, aber durch den Durchbruch des Netzes haben den meisten Zulauf schnell die webbasierten Dienste erhalten. Heute dominieren deshalb die unterschiedlichsten webbasierten Community-Plattformen, die in Kapitel 3.2.3 noch genauer analysiert werden.

Dienste, die sich als besonders interessant für die in dieser Arbeit zu erörternde Fragestellung erweisen, werden innerhalb einzelner Kapitel nochmals genauer analysiert werden. Der entscheidende Punkt ist, dass mit dem Durchbruch des Netzes die verschiedenen Dienste nun unter einer Adresse (URL; Website) zusammengeführt und nutzbar gemacht werden können.

Die sich darauf gründenden Web-Communitys integrieren in unterschiedlicher Intensität nahezu alle vorher nur einzeln nutzbaren Dienste. Der neueste Trend der sich abzeichnet ist die Entwicklung hin zu mobilen sozialen Diensten, die unter dem Stichwort mobil social software in Kapitel 3.8 abgehandelt werden und mobile End-

---

<sup>45</sup> Vgl. STONE, A. R., Würde der wirkliche Körper sich bitte erheben. Grenzgeschichten über virtuelle Kulturen, in: Kunstforum 133 (1996), S. 68-83.

<sup>46</sup> MUDs existieren auch heute noch, sowohl über den Dienst telnet, als auch über den Dienst Netz, so z.B. die Taverne zum Wanderer unter <http://www.tavernezumwanderer.de>.

geräte wie mobiles (umgangssprachlich als Handys bezeichnet), PDA's und MDA's einschließen.

### 3.2.1 Eine erste Definition

Das Phänomen der virtuellen Gemeinschaften hat zumindest ein Charakteristikum: Die Diffusität der Begrifflichkeit innerhalb der Literatur: Dort wird unter dem Sammelbegriff der Virtuellen Gemeinschaft so ziemlich alles subsummiert, was irgendwie mit Internet und Nutzern zu tun hat, vom gemeinsamen Einkaufen über das Netz<sup>47</sup>, über E-Market Plätze<sup>48</sup> bis hin zu allgemeinen Vergemeinschaftungsprozessen<sup>49</sup>. Deshalb empfiehlt es sich, zunächst eine begriffliche Annäherung zu unternehmen: Unter einer virtuellen Gemeinschaft versteht RHEINGOLD, dessen 1993 erschienenes Werk immer noch als Standard in der Diskussion um virtuelle Gemeinschaften gelten kann, Folgendes:

"Virtuelle Gemeinschaften (VG) sind soziale Zusammenschlüsse, die dann im Netz entstehen, wenn genug Leute diese öffentlichen Diskussionen (Kommunikation) lange genug führen und dabei ihre Gefühle einbringen, so daß im Cyberspace ein Geflecht persönlicher Beziehungen entsteht."<sup>50</sup>

Natürlich existiert noch eine ganze Bandbreite möglicher Definitionen von Virtuellen Gemeinschaften innerhalb der Literatur. Neben der eher sozialwissenschaftlichen Beschreibung von RHEINGOLD ist beispielsweise auch die eher kommunikationstheoretische Beschreibung von HÖFLICH hilfreich:

„Elektronische Gemeinschaften als »soziale Welten« zeichnen sich durch je eigene Bedeutungswelten mit einem eigenem Symbolbestand, Perspektiven und Identitäten aus. Dies manifestiert sich in der Entwicklung einer eigenen Gruppensprache, die mitunter durch eine distinkte elektronische Parasprache zum Ausdruck kommt und letztlich mit einer Selbstbestätigung der Gruppenmitglieder durch Intalk respektive durch eine Abgrenzung gegenüber Außenstehenden verbunden ist.“<sup>51</sup>

---

<sup>47</sup> BRUNOLD, J., MERZ, H., WAGNER, J., [www.cyber-communities.de](http://www.cyber-communities.de) : Virtual Communities: Strategie, Umsetzung, Erfolgsfaktoren, Landsberg/Lech 2000, S. 32.

<sup>48</sup> Vgl. HAGEL, J. I., ARMSTRONG, A.G., Net Gain - Expanding Markets through Virtual Communities, Boston 1997.

<sup>49</sup> Vgl. WELLMAN, B., GULIA, M., Virtual communities as communities - Net surfers don't ride alone, in: SMITH, M. A., KOLLOCK, P. (Hg.), Communities in Cyperspace, London 1999, S. 167-194.

<sup>50</sup> RHEINGOLD, H., Virtuelle Gemeinschaften: Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers, Bonn u.a. 1994, S.16.

<sup>51</sup> HÖFLICH, J. R., Das Handy als "persönliches Medium" - Zur Aneignung des Short Message Services (SMS) durch Jugendliche, in: kommunikation@gesellschaft, 2. Jg. (2001), S. 297, auch online unter: [http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1\\_2001\\_Hoeflich.pdf](http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2001_Hoeflich.pdf) (gesichtet am 20.10.2005).

Von Definitionsversuchen, die bereits dann ein Vorliegen einer virtuellen Gemeinschaft konstatieren, wenn, wie etwa bei dem Anbieter amazon.de, ein kollaboratives Filtersystem vorliegt, das es ermöglicht, Userwertungen zu hinterlassen und diese in Beziehung zueinander zu setzen, wird in dieser Arbeit Abstand genommen.<sup>52</sup> Was RHEINGOLDS Ausführungen sicherlich zu einem immer noch bedenkenswerten Werk macht, ist neben der Prämisse, das zum Vorhandensein einer virtuellen Gemeinschaft persönliche Beziehungen nötig sind, sein Fazit am Ende seiner Ausführungen:

„Große Institutionen halten CMC [computer mediated communication; J.P.] oft für eine Art Datenbank, für ein Mittel, Informationen an viele Menschen weiterzugeben, die dann ihre Zeit damit verbringen, mit diesen Informationen zu arbeiten. Diese Menschen jedoch nutzen CMC fast immer dazu, in einer neuen, von den Entwicklern des Systems nicht vorgesehenen Weise mit anderen Menschen zu kommunizieren. Überall scheinen die Menschen Kommunikation mit anderen Menschen interessanter zu finden als die Kommunikation mit Datenbanken.“<sup>53</sup>

Hier zeigt sich bereits, wie gefährlich die Annahme für die Kirche wäre, das Internet lediglich als einen neuen Vertriebskanal für das Evangelium anzusehen und nicht den kommunikativen und kulturellen Charakter zu berücksichtigen. Die Ursachen für das Phänomen der naturgemäßen Entwicklung von Virtuellen Gemeinschaften aus computerbasierter Kommunikation sieht RHEINGOLD zum darin, dass in der wirklichen Welt die Räume für soziale Kontakte zusehends schwinden. Diese Ursachenanalyse erklärt m.E. auch den enormen Zuwachs von Partnerbörsen im Internet. Wieder andere Autoren sehen den Grund für die Bildung solcher virtuellen Gemeinschaften im Verlust eines gemeinsamen Gefühls für soziale Zusammengehörigkeit. Die Stärke liege nämlich gerade darin, dass sich virtuelle Gemeinschaften aufgrund von Interessen bilden und nicht aufgrund von sozialen Gemeinsamkeiten wie etwa Verwandtschaft oder räumlicher Nähe.

Soziale Beziehungen können sich aus sozialpsychologischer Sicht aus Freundschaften oder aus sozialer Identifikation entwickeln.<sup>54</sup> Bei Freundschaften beruht das

---

<sup>52</sup> Vgl. zu solchen Definitionsansätzen etwa: BRUNOLD, J., MERZ, H., WAGNER, J.: [www.cybercommunities.de](http://www.cybercommunities.de) : Virtual Communities: Strategie, Umsetzung, Erfolgsfaktoren, Landsberg/Lech 2000, S.31. und VON CAMPHAUSEN, C., "Lang lebe der Angelclub Traunstein" - Das Community Konzept: Zielgruppenspezifischer Absatz im Internet, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung 2001, S. 366-378, hier: S.368.

<sup>53</sup> RHEINGOLD 1994, S.271.

<sup>54</sup> Vgl. zum Folgenden: UTZ, Sonja, Verbalisierung sozioemotionaler Inhalte und der Aufbau von Freundschaften in virtuellen Gemeinschaften,

Zustandekommen auf gleichen Eigenschaften, während bei der sozialen Identifikation die Bindung an eine Gruppe im Vordergrund steht. Der auslösende Faktor kann eine personale oder eine soziale Identität sein. Für virtuelle Gemeinschaften ist die soziale Identifikation wichtiger als die personale. Der Wechsel einer Gemeinschaft ist mit einem Mausklick zu realisieren. Festzuhalten bleibt, dass der Themenbezug die soziale Identifikation fördert. Die Identifikation mit virtuellen Gemeinschaften jedenfalls hat generell positive Auswirkungen auf den Nutzer. In einer Studie in Bezug auf Randgruppen haben MCKENNA und BARGH<sup>55</sup> festgestellt, dass die Selbstakzeptanz steigt, während die Entfremdung von der Gesellschaft bei aktiver Teilnahme an virtuellen Gemeinschaften abnimmt. Als besonders wichtig für den Aufbau virtueller Gemeinschaften hat sich eine Einstiegsphase mit einer niedrigen Hemmschwelle herausgestellt. Dabei muss die Gemeinschaft so aufgebaut sein, dass sie vor allem soziale Identifikation ermöglicht. In Zukunft müssen verschiedene Partizipations- und Interaktionsmöglichkeiten geboten werden nach dem einem Stufenprinzip: Gastzugang, fester Nickname, Profil mit Interesse, Profil mit Kontaktinteresse, um ein mögliches Beispiel zu konstruieren.

### 3.2.2 Differenzierte Betrachtung

Was sich auch im Hinblick auf eine Begriffsklärung von virtueller Gemeinschaft als tragfähig erweist ist das Drei-Ebenen Modell zur Erklärung virtueller Gemeinschaften, wie es REICHWALD zu virtuellen und mobilen communitys vorschlägt (vgl. Abb. 3.2.2.).<sup>56</sup> Auf der untersten Ebene begegnen virtuelle Gemeinschaften zunächst als Produkt, das heißt, als meist webbasiertes Angebot, das verschiedene Formate wie z.B. Instant-Messaging, Chatmöglichkeiten, Newsgroups und Foren enthält. Durch diese Angebote, die der Begriff virtuelle Gemeinschaften im engeren Sinne bezeichnet, entstehen Kommunikationsräume, in denen sich die Besucher austau-

---

<http://www.psych.uni-goettingen.de/congress/gor-2001/contrib/utz-sonja> (gesichtet am 05.05.2005).

<sup>55</sup> MCKENNA, K. Y. A., BARGH, J. A., Coming out in the age of the Internet: Identity "demarginalization" through virtual group participation in: *Journal of Personality and Social Psychology* 75 (3) (1998), S. 681-694.

<sup>56</sup> Vgl. REICHWALD, R., (Hg.), *Virtuelle und mobile communities. Begriffsklärungen und Implikationen für Geschäftsmodelle* (Arbeitsbericht Nr.35 des Lehrstuhls für allgemeine und industrielle Betriebswirtschaftslehre der technischen Universität München), München 2002, <http://www.cosmos-community.org/downloadFiles/WP035.pdf> (gesichtet am 10.09.2005), S. 18.

schen können. Das Gesamt der hier agierenden Nutzer wird dabei auch als Gemeinschaft bezeichnet, also als community. Auf dieser Ebene schließlich bilden sich gewissen Gruppen von Nutzern, die über einen längeren Zeitraum hinweg miteinander kommunizieren und eine eigene Gemeinschaft bilden. Kennzeichen ist die kontinuierliche Nutzung der Kommunikationsmöglichkeiten und stabile Beziehungen. Oftmals treffen sich diese Gruppen dann auch real und stehen in telefonischem Kontakt.

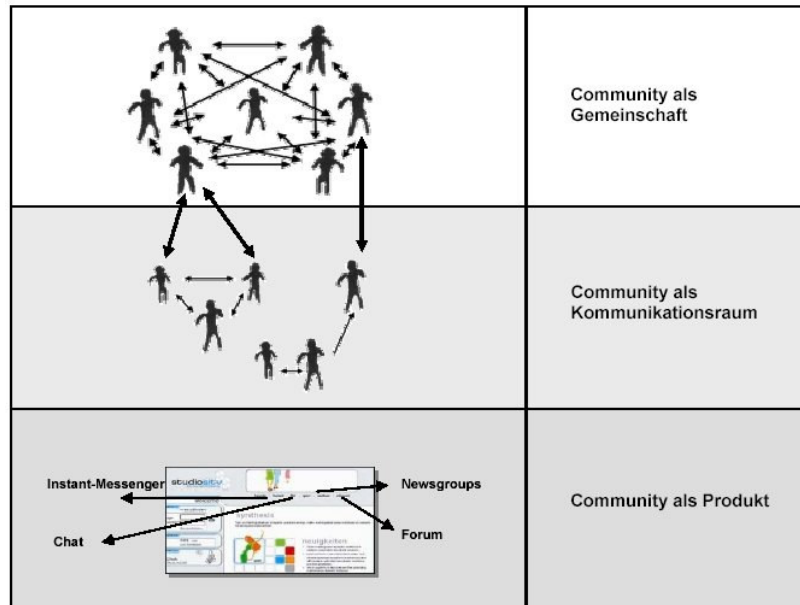


Abb. 3.2.2. Das sog. Drei-Ebenen-Modell virtueller Communitys.<sup>57</sup>

Das vorgestellte Drei-Ebenen Modell ermöglicht eine definitorische Unterscheidung von virtuellen Gemeinschaften. Des weiteren kann man unterscheiden zwischen den verschiedenen Gründungsimpulsen und Zielsetzungen von Communitys. Es ergibt sich aber trotzdem ein sehr diffuses Bild. Deshalb kann als ein Fazit die Aussage gemacht werden, dass sich über virtuelle Gemeinschaften keine pauschalen Aussagen machen lassen. Vor allem das Drei-Klassen Modell hat m.E. wenig Aussagekraft: In ihrem Werk Netgain, das ein Grundlagenwerk zur kommerziellen Nutzung von online-Communitys darstellt, erörtern die Autoren drei verschiedene Klassen von virtuellen Gemeinschaften:<sup>58</sup> Eine erste Klasse wird stark durch räumliche Bezüge geprägt, also durch eine Stadt oder eine Region. Die zweite Klasse bestimmt

<sup>57</sup> REICHWALD 2002.

<sup>58</sup> Vgl. HAGEL 1997, 132f.

sich durch Teilnehmer, die sich durch demographische Merkmale bestimmen lassen, wie etwa Alter, Geschlecht. Die letzte Klasse schließlich ist durch gemeinsame Interessen geleitet. Natürlich sind diese Unterscheidungen nicht vollkommen trennscharf.

Vielmehr bietet es sich zunächst an, anhand des in diesem Kapitel geschilderten Selektionsmusters, vorhandene oder zu entwerfende virtuelle Gemeinschaften erst einmal zu kategorisieren und dann eigene Bewertungsmaßstäbe für die jeweils spezielle Form anzulegen, denn ansonsten hat eine Einschätzung von virtuellen Gemeinschaften aufgrund der Diffusität des Begriffes wenig Sinn.

### 3.2.3 Community Konzepte

Communitys zeichnen sich jedenfalls dadurch aus, dass sie ein Konglomerat von verschiedenen Formaten benutzen, die im Folgenden Kapitel noch näher darzustellen sein werden, bis hin zu einem Multimediamix, wie das Beispiel powderhausen.com zeigt:



Abb. 3.2.3: Beispiel eines medienübergreifenden Konzeptes<sup>59</sup>

<sup>59</sup> <http://sunschlichter3.informatik.tu-muenchen.de:8080/downloadFiles/presentation20010620.pdf>

Interessant an diesem Beispiel ist auch die Einbindung von sog. Scouts, die in den großen Winterskiorten vor Ort sind, um von dort zu berichten. Sie haben sich neben ihrer aktuellen und gleichzeitig kostengünstigen Berichterstattung als gemeinschaftsförderndes Element herausgestellt, da sie glaubwürdig und unterhaltsam auf die Nutzer wirken.

Auf Gefahren dieser virtuellen Gemeinschaften muss allerdings auch hingewiesen werden. Dies kann jedoch nur schemenhaft in der vorliegenden Arbeit geschehen. Außerdem liegt die Gefahr darin, diese über zu bewerten und dadurch keinen unverstellten Blick mehr auf die Möglichkeiten zu haben. Dennoch seien einige Bereiche kurz angerissen: So ist trotz allen erhöhten Ausdrucksmöglichkeiten die Gefahr des Individualitätsverlust sehr hoch, da sich der Austausch auf ein bestimmtes Arsenal an Zeichen und Symbolen beschränkt, das aber wie noch zu zeigen sein wird, beständig und dynamisch weiterentwickelt wird. Jedoch fallen Unterschiede wie Kleidung, Gesichtsausdruck, Akzent etc. weg. PASSEK konstatiert denn auch, dass „[d]ie internetbasierte Kommunikation [...] soziokulturelle Strömungen [erzeugt], die zunächst nur innerhalb des Netzes bedeutsam werden.“<sup>60</sup> Doch die Autoren müssen konstatieren: „Trotzdem ist in den global zugänglichen Nischenmärkten des Internet zu erkennen, wie Individuen sich zunehmend ihre Identitäten aus Optionen multimedialer Zeichenwelten zusammenstellen.“<sup>61</sup> Diese Zeichenwelten wiederum, die sich im Internet finden sind Indikatoren für soziokulturelle Strömungen, welche „Veränderungen im Denken, Fühlen und Handeln, Veränderungen der Lebensziele und Werte [bezeichnen], sie [artikulieren] [...] neue Bedürfnisse, Wünsche nach Veränderung oder sind Ausdruck von Anpassungsleistungen an veränderte Rahmenbedingungen.“<sup>62</sup> Wie diese Überlegungen sich philosophisch in eine Beschreibung der veränderten Rahmenbedingungen integrieren lassen können, soll das folgende Unterkapitel erörtern.

---

<sup>60</sup> LEHMANN 2005, 332.

<sup>61</sup> LEHMANN 2005, 312.

<sup>62</sup> APPEL, C., Die 3SC Trendforschung, Ein kontinuierliches Programm zur Beobachtung des soziokulturellen Wandels von Sinus Sociovision, in: Berufsverband Deutscher Soziologinnen und Soziologen (Hg.), Sozialwissenschaften und Berufspraxis, Jg 26, Nr.4(2003), 393-400, S.393.



### 3.2.4 Philosophische Implikationen

Um die virtuellen Gemeinschaften besser in ihrer Phänomenologie verstehen zu können, bietet sich m.E. ein Modell an, welches WITTGENSTEIN mit dem Begriff des Sprachspiels und der Familienähnlichkeit eingeführt hat: „Das Wort ‚Sprachspiel‘ soll hier hervorheben, dass das Sprechen der Sprache ein Teil ist einer Tätigkeit, oder einer Lebensform.“<sup>63</sup> Im Schachspiel werden die Figuren durch Regeln festgelegt, in der Sprache die Wörter. Die Frage nach dem Wesen eines Wortes ist deshalb genauso wie die Frage nach dem Wesen einer Schachfigur. Eine Beantwortung ergibt sich jeweils nur aus dem bestehenden Regelsystem. WÜST fasst den Sprachspielbegriff wie folgt zusammen :

„Nach Wittgenstein ist die Sprache eine Pluralität von Sprachspielen, die autonom und gleichberechtigt nebeneinander stehen. Kein Sprachspiel kann kritisiert oder gerechtfertigt werden, weil dieser Vorgang bereits ein Sprachspiel voraussetzt. Ein Sprachspiel ist eine Praxis, eine Institution ; es setzt immer eine Gemeinschaft von Menschen voraus, die durch gewisse Weisen zu handeln und zu reagieren verbunden sind.“<sup>64</sup>

Man kann diese Aussagen m.E. auch auf virtuelle Gemeinschaften anwenden. Besonders vor dem Hintergrund des Gedankens der Familienähnlichkeit von Sprachspielen, ist WITTGENSTEINS Grundmodell interessant:

„Daß man diese breite Vielfalt von Aktivitäten, von Fußball bis Schach und von dem einzelnen Kind, das mit seiner Puppe spielt, bis zu den Olympischen Spielen als <Spiele> bezeichnet, liegt daran, daß jede dieser Aktivitäten in wichtigen Elementen anderen in ihrer Familie ähnelt, wenn auch nicht in allen Elementen einer bestimmten anderen oder in irgendeinem Element allen anderen. Statt einer Gruppe definierter Merkmale gibt es hier ein Netz von Ähnlichkeiten, die sich übergreifen und kreuzen wie die Ähnlichkeiten und Unterschiede des Wuchses, der Gesichtszüge, der Augenfarbe, des Gangs, des Temperaments und so weiter bei den Angehörigen einer natürlichen Familie. [...] Es gibt keine Merkmale, die jedes Mitglied haben muß, aber es gibt Merkmale, die sporadisch und in unterschiedlichem Maße auftreten und in deren Gesamtheit sich diese Familie von einer anderen unterscheidet.“<sup>65</sup>

Diese Definition der Familienähnlichkeit bildet m.E. eine gute Grundlage zur Beschreibung von virtuellen Gemeinschaften. Besonders der Ausdruck „Netz von Ähnlichkeiten“ erinnert schon sprachlich sehr an das Netz, das in der vorliegenden

<sup>63</sup> WITTGENSTEIN, L., Philosophische Untersuchungen, Frankfurt 1977, Nr. 23.

<sup>64</sup> WÜST, E., Wittgenstein, Kant und der synthetische Character mathematischer Sätze. In: Proceedings of the 4. Wittgenstein Symposium. Wien 1980, S. 199.

<sup>65</sup> HICK, J., Religion. Die menschlichen Antworten auf die Frage nach dem Leben und Tod, München 1996, S. 18.

Arbeit behandelt wird. Dementsprechend ist eine philosophische Beschreibung der virtuellen Gemeinschaften gefunden: WITTGENSTEINS Sprachspielmodell mit dem Begriff der Familienähnlichkeiten.

### 3.3 Open source

Open source bedeutet in der Übersetzung so viel wie freier Quellcode. Jedes Softwareprogramm ist in einer bestimmten Programmiersprache geschrieben. Der Programmcode bzw. Quellcode ist dabei wie bei einem Sternekoch das Firmengeheimnis. Die open source Bewegung hingegen tritt dafür ein, den Programmcode öffentlich und frei zugänglich zu machen. Dies hat zwei Konsequenzen: Zum einen kann die Software meist kostenlos, sprich ohne Lizenzgebühren benutzt werden, zum anderen wird die Software ständig weiterentwickelt, da jeder an ihr arbeiten kann, der in der Lage ist, den Quellcode zu verstehen. Im Jahr 1984 erfand Richard Stallman das GNU Projekt. Daraus entstand die bis heute bekannteste open source Software, das Betriebssystem Linux.<sup>66</sup> Hinter dem Ausdruck open source steht dabei eine Philosophie, die aus vier „Freiheiten“ besteht:

„Die Freiheit, das Programm zu jedem Zwecke auszuführen. Die Freiheit, Kopien des Programms anzufertigen und zu verbreiten, sowohl kostenpflichtige als auch kostenlos. Die Freiheit, die Funktionsweise des Programms zu studieren - Voraussetzung dafür ist der Zugang zum Quellcode. Und zum Schluss: Die Freiheit, das Programm an eigene Bedürfnisse anzupassen oder zu verbessern - inklusive der Freiheit, das veränderte Programm zu verbreiten.“<sup>67</sup>

Wie auch bei der Wikipedia-Idee ist der Hintergrund folgender: Als Rohstoff der Informationsgesellschaft wird Wissen angesehen. Und ein zentrales Anliegen ist es, einen freien Zugang zu diesem Wissen zu gewähren, sei es in Form des Quellcodes - wie in der open source Bewegung oder im Bereich der Information - wie bei Wikipedia und anderen Wikis. Ein weiteres bekanntes Projekt der open source Szene ist das Pendant zu MS Office, nämlich open office. In der Erklärung der Initiative Luki

---

<sup>66</sup> Im Netz hat sich bereits eine eigene Initiative von Kirchenmitgliedern entwickelt, die für die Benutzung von Linux und opensource software in der Kirche eintreten: „Wir sind Linux-User im Bereich der Kirchen und setzen uns dafür ein, dass Linux als Betriebssystem und Open Source als Arbeitsumgebung in der noch vielfach vorhandenen Software-Monokultur der Kirchen mehr Beachtung geschenkt wird.“ - so lautete das Selbstverständnis. Vgl. <http://www.luki.org>.

<sup>67</sup> LEHMANN 2005, S. 152.

heisst es dazu, dass „die Kirchen die Ideen von Linux und freier Software in besonderer Weise unterstützen sollten.“<sup>68</sup> Im Zusammenhang mit dem Thema der open source Software findet sich auch immer wieder die Abkürzung FOSS. Sie steht für free and open source software, also sowohl für den Bereich der open source software als auch für den Bereich der kostenfreien Software. Diese Zusammensetzung ist nötig, da open source Software nicht zwangsläufig kostenfrei ist.

Ein weiteres Projekt, hinter dem eine große Idee steht, ist die Wikipedia, die weit mehr als viele wissenschaftlichen Untersuchungen die Wirklichkeit und den soziologischen sowie philosophischen Hintergrund des Netzes beleuchtet. Sie basiert auf einem Format, dem der Wikis.

### **3.4 Wikis**

Die Wikipedia ist so aufgebaut wie das Netz von Anfang an gedacht war. Denn bereits als BERNERS LEE den Browser erfand, also die Zugangssoftware zum Netz, war es geplant, dass er nicht nur zur Ansicht von Seiten, sondern auch zu deren Bearbeitung benutzt werden sollte. Doch diese Bearbeitungsfunktion wurde nicht in die gängigen Browser integriert und fehlt bis heute. Deshalb war die Gründung der Wikipedia so gesehen der Startschuss zum Web, wie es von Anfang an geplant war. Da bei der Wikipedia jeder Nutzer Beiträge anlegen und ändern kann, ist das Prinzip sehr umstritten. Online ging die Wikipedia im Jahre 2001. Sie ist das größte Projekt, das auf der Basis des Wiki-Formates im Netz existiert. Wiki ist hawaiianisch und bedeutet soviel wie schnell. Wikis sind so aufgebaut, dass jeder Nutzer sein Wissen auf den Websites, die diese Technik benutzen, schnell und unkompliziert hinterlassen können, ohne Spezialsoftware. Es genügen oftmals zwei Mausklicks - ganz wiki eben. Die deutschsprachige Ausgabe der Wikipedia umfasst mittlerweile 328980 Artikel (Stand Ende 2005).

Die Wikipedia Philosophie beruht darauf, dass ein Artikel niemals fertig, sondern immer nur in der vorläufig letzten Version online ist und dabei von vielen Autoren bearbeitet wurde. Dementsprechend wandelt sich die Bewertung eines Textes weg von der Frage nach dem Autor oder den Quellen hin zu dem Kriterium der Wandel-

---

<sup>68</sup> Vgl. [http://www.luki.org/mod.php?mod=userpage&menu=800&page\\_id=4](http://www.luki.org/mod.php?mod=userpage&menu=800&page_id=4).

barkeit des Textes, also die Frage nach der Angemessenheit des Textes an die Zeit(umstände).

Wikis allerdings sind deshalb vor allem soziale, kulturelle Phänomene, denn: „Wissensbeschaffung im Web ist daher immer auch ein sozialer Prozess. Dahinter stehen Menschen, die sich in eine kooperative Diskussionskultur für freies Wissen einbringen.“<sup>69</sup> Das Fazit, das LEHMANN zieht, kommt einer Aufforderung zur Nutzung dieses Formates gleich: „Projekte wie Wikipedia verdeutlichen, dass Wissen nicht mehr nur von Experten kommt, sondern viele Väter und Mütter haben kann. Sie ermuntern dazu, diese neue Form der Wissensschöpfung zu erproben und zu erlernen.“<sup>70</sup>

Im Zusammenhang mit der in dieser Arbeit gestellten Frage nach der neuen Kultur bleibt auch im Bereich der Wikis festzuhalten, dass eine bestimmte Philosophie hinter dem Projekt steht. Auch eine Art Umgangsform verbirgt sich hinter diesem Format. Aus der soziokulturellen Ebene ist die Wiki-Idee geprägt von einem Stichwort: Der Wikilove. Dahinter steht die Überzeugung des Wikipedia-Gründers WALES, dass nur durch gegenseitigen Respekt und Liebe für das gemeinsam erschaffene Werk eine Zukunft eröffnet. Analog zu der Nettiquette in Chats gibt es eine Wiki-quette in Wikis. Daraus ergibt sich natürlich die Anforderung, die auch im Kapitel 3.7 über die Blogs noch deutlich werden wird: Nämlich einen möglichst neutralen Standpunkt einzunehmen. Ganz im Sinne der Radiotheorie BRECHTS<sup>71</sup> ist die Unterscheidung zwischen Sender und Empfänger hier zumindest prinzipiell aufgehoben.

### **3.5 Mailinglisten, Newsgroups und Foren**

Diese drei Formate können m.E. in einem gemeinsamen Kapitel relativ zügig abgehandelt werden - gemeinsam, da alle drei Formen schon sehr lange existieren und keine großartigen Entwicklungen mehr durchlaufen - zügig, weil ihre Spezifika sehr begrenzt sind im Vergleich zu den Möglichkeiten anderer Formate, was nicht zuletzt mit ihren beschränkten Interaktionsmöglichkeiten zusammenhängt.

Bei den Mailinglisten handelt es sich um ein Verteilersystem, das eine gesendete Email an alle in der Liste eingetragenen Empfänger versendet. Dabei handelt es

---

<sup>69</sup> LEHMANN 2005, S. 258.

<sup>70</sup> ebd.

<sup>71</sup> Vgl. BRECHT, B., Der Rundfunk als Kommunikationsapparat, Rede über die Funktion des Rundfunks (Radiotheorie), in: BRECHT, B., Ausgewählte Werke in sechs Bänden (Band 6), Frankfurt 1997, S. 146f.

sich um asynchrone Kommunikation, da die Antworten auf die Beiträge entsprechend vorbereitet werden können. Bei Newsgroups, die schon sehr lange Bestandteil der Internetkultur sind, handelt es sich um eine Austauschmöglichkeit über das NNTP Protokoll. Der Datenverkehr läuft also nicht wie im Netz über das HTTP Protokoll, welches ja erst Anfang der 90er Jahre erfunden wurde. Bei Newsgroups werden neue Artikel an einen zentralen Server gesandt, der den Nutzern dann diesen Artikel zur Verfügung stellt. Da die ursprüngliche Software, die besagtes NNTP Protokoll unterstützte den meisten Usern nicht mehr bekannt ist, sind viele Newsgroups mittlerweile auch webbasiert. Die google groups Suche u.a. bietet eine Möglichkeit, solche Gruppen zu finden.

Auch für Foren, bzw. Webforen, ist die asynchrone Kommunikation kennzeichnend: Hier können Nutzer Nachrichten zu bestimmten Themengebieten veröffentlichen. Dabei können Sie auch auf Beiträge anderer Nutzer antworten. Diese Antworten werden dann meistens eingerückt dargestellt und dadurch ergibt sich dann ein sog. Thread (Faden) anhand dessen man den Diskussionsverlauf zu einem Thema verfolgen kann. Die Struktur solcher Foren ergibt sich aus der Anordnung der Themen (Topics.) Der große Vorteil solcher Foren, Newsgroups und auch Mailinglisten ist die themenspezifische Informationsmöglichkeit und besonders bei Foren und Newsgroups die Archivierung von Informationen in einer logischen, frei festlegbaren Reihenfolge und Tiefe.

### **3.6 IRC und Chat**

Ein Chat zeichnet sich durch seine Synchronität aus. Die Unterhaltung wird in Echtzeit geführt. Den TeilnehmerInnen steht in der Regel nur das Mittel des geschriebenen Wortes sowie eine Liste an Emoticons zur Verfügung. Der Ausdruck Chat kommt vom engl. to chat für plaudern. Man kann von der Technik her drei Arten unterscheiden: Die älteste Art des Chat ist der IRC (internet Relay Chat), welcher noch spezielle Software benötigte. Die verbreitetste Form ist der webbasierte Chat, der sich auf vielen Websites findet. Man spricht dann von sog. Chaträumen, innerhalb derer sich die TeilnehmerInnen Nachrichten austauschen. Die Teilnehmerzahl ist dabei entweder durch den Besitzer des Chats geregelt oder generell offen. Auch sind private Chaträume Standard, in denen sich zwei Teilnehmer parallel zur öffentlichen Diskussion unterhalten können.

Eine neuere „Form“ des Chats ist das sog. Instant messaging. Hierbei senden sich Personen mittels spezieller Software (ICQ, yahoo messenger, etc.) Nachrichten in Echtzeit über den Bildschirm zu. Es handelt sich dabei um eine Kommunikation zwischen zwei Personen. Prinzipiell ist das Instant Messaging eine wesentlich schnellere Form der email. Im Zusammenhang der vorliegenden Arbeit erscheint der web-basierte Chat die interessanteste Form, nicht zuletzt weil er eine hohe Verbreitung hat. Aber auch das Instant Messaging ist in vielen virtuellen Communitys integriert.

### **3.6.1 Kommunikationstheoretische Annäherung**

Da sich im Medium Chat die möglichen Ausdrucksformen auf den geschriebenen bzw. getippten Buchstaben beschränken, fallen viele Aspekte zum Verständnis des Ausgedrückten weg, wie z.B. Gestik, Mimik und Intonation. SCHULZ VON THUN macht in seinem bekannten Modell des Kommunikationsquadrates darauf aufmerksam, dass jede gesendete Nachricht auf vier unterschiedlichen Ebenen verstanden werden kann:<sup>72</sup> Zum einen auf der Sachebene, zum anderen auf der Ebene der Selbstkundgabe, der Beziehungsebene und schließlich auf der Appellebene.

Bei der Kommunikation über einen Chat werden dem Empfänger einer Botschaft besonders auf der Ebene der Beziehung und des Appells viele Möglichkeiten zur korrekten Interpretation der Nachricht genommen: Die Mimik, die Gestik, der Tonfall. Interessanterweise zeigt sich, dass sich eine Kompensation entwickelt hat, um diesen Verlust auszugleichen: Die sogenannten Emoticons und Akronyme. Emoticons stellen eine eigene chatspezifische Form des auf der Beziehungs- und Appellebene Gemeinten dar. Die grundlegendste Codierung in dieser Chat-Sprache ist Freude oder Trauer, codiert durch :- ) bzw. :-(. Auch Mimik wird durch diese „Sprache“ ersetzt: ;- ) z.B. steht für ein Augenzwinkern und liefert dem Empfänger einer Chatnachricht gleich den passenden Kontext auf der Beziehungs- bzw. Appellebene, um den geschriebenen Sachverhalt einordnen zu können. Im Internet<sup>73</sup> und in Buchform<sup>74</sup> existieren mittlerweile ganze Lexika mit der sich ständig in Weiterentwick

---

<sup>72</sup> Vgl. zum Folgenden: SCHULZ VON THUN, F., *Miteinander reden 2, Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung*, Reinbek 1989, S. 19ff. und SCHULZ VON THUN, F. u.a., *Miteinander reden für Führungskräfte*. Reinbek 2000, S. 33ff.

<sup>73</sup> beispielsweise sei hier auf die von Pfarrer Jörg Sieger angelegte Liste verweisen unter: <http://www.joerg-sieger.de/mensch/chat/smileys.htm>.

<sup>74</sup> ROSENBAUM, O., *Chat-Slang*, München 32000.

lung befindlichen Chatsprache. Dieses Phänomen der Kompensation fehlender Ausdrucksmöglichkeiten durch schöpferisches Arbeiten an einer neuen Sprachform zeugt von einer kulturellen Handlung.

Legt man das Modell des Kommunikationsquadrates nach SCHULZ VON THUN zugrunde, so fällt noch eines auf: In einem gleichschenkeligen Quadrat ergeben sich 4 Winkel mit je 90 Grad. So wie in einem Rechteck die Summe der Winkel immer 180 Grad ergibt, lässt sich übertragen auf das Kommunikationsquadrat sagen, dass die Summe der Winkel im Kommunikationsquadrat immer 360 Grad ergibt. Als Winkel sei die Bedeutung definiert, die der entsprechenden der vier Ebenen vom Nachrichtensender eingeräumt wird. Die Aussage „Bitte einsteigen, der Zug fährt ab“ hat sicherlich auch eine Informationsebene, allerdings liegt unzweideutig das Hauptanliegen dieser Aussage auf der Appellebene. Und je wichtiger eine Ebene wird, desto unwichtiger werden die anderen. Dies soll die Anlehnung an den Vergleich mit dem proportionalen Verhalten der Winkel eines Dreiecks verdeutlichen.

Wendet man nun dieses Modell auf das Medium des Chat an, so ergibt sich folgendes Bild: Auf der Beziehungsebene wird die fehlende Möglichkeit der Gestik und Mimik kompensiert durch die Chatsprache, speziell Emoticons. Trotzdem bleibt diese Ebene wohl die am meisten durch das Medium beeinträchtigte. Auch auf der Appellebene ergeben sich gegenüber der Face-to-face Kommunikation Abstriche aufgrund der fehlenden Betonungsmöglichkeiten. Auf der Sachebene ist eine leichte Degression gegenüber der face-to-face Kommunikation festzustellen, da Mehrdeutigkeiten entstehen können, besonders da das Gegenüber in Chaträumen oftmals nicht bekannt ist und somit auch nicht bekannt ist, welches Sprachspiel es verwendet, so dass die Bedeutungsbelegung mancher Worte zwischen Sender und Empfänger variieren kann.

Nun kommt die eigentlich interessanteste Ebene: die der Selbstmitteilung. Sie geschieht offenbar bei jeder Nachricht implizit, aber nirgends ist der Rahmen für eine solche Selbstmitteilung so ideal wie in einem Chat. Schon die Erfahrungen der KGI im Bereich der Internetseelsorge haben gezeigt, dass die Anonymität einen Rahmen bietet, in dem sich manche Menschen erst zu wirklich tiefgehenden Selbstmitteilungen (über ihr persönliches Schicksal oder auch ihren Glauben) hinreißen lassen:

„In der zwanglosen Atmosphäre eines Internetchats wird dieser postmodern geprägten Mentalität, möglichst gesehen zu werden entsprochen.“<sup>75</sup>

In den letzten Jahren zeigt sich ein weiteres Phänomen, ein weiteres Format, welches dieser postmodern geprägten Mentalität entspricht: Das der Blogs.

### 3.7 Die Blogosphäre

Vor allem im Bereich des Journalismus wird, wie später noch aufzuzeigen sein wird, vermehrt über dieses Format diskutiert. Zum einen findet man enthusiastische Äußerungen über die Bedeutung der Blogs, wie die folgende:

„In gewisser Weise repräsentieren Blogs das Web, wie es von Anfang an gedacht war: ein Massenmedium, kontrolliert durch die Massen, in dem jeder gehört wird, der etwas zu sagen hat und den Schneid, es zu sagen“<sup>76</sup>

Andere Autoren wiederum, wie noch zu zeigen sein wird, messen diesem Format keinerlei Bedeutung bei. Deshalb folgt an dieser Stelle eine ausführlichere Auseinandersetzung mit diesem Format. Es entspricht wie kein zweites Netzformat der postmoderne Tendenz hin zur Individualisierung und ist daher auch aus pastoraler Sicht hochgradig interessant.

#### 3.7.1 Vom Aufkommen der Blogs

Ungefähr ab 1997 kann man vom verstärkten Aufkommen der Blogs sprechen. Große Beachtung erhielt das Format dann vor allem nach den Terroranschlägen des 11. Septembers. Während des Krieges im Irak im Jahre 2003 prägte der Begriff des »embedded Journalists« die öffentliche Diskussion. Das Konzept der »embedded Journalists« besteht darin, die Journalisten während der Berichterstattung einer festen Militäreinheit zuzuteilen. Dieses Konzept löste in der öffentlichen Debatte die Frage nach der Unabhängigkeit der Berichterstattung aus. Kritiker des Konzeptes des embedded Journalists, oder kurz der embeds, befürchteten eine manipulierte Wiedergabe der Wirklichkeit. NOWOTNY drückte es folgendermaßen aus: "Der

---

<sup>75</sup> BELZER 2004, S. 155.

<sup>76</sup> Meet Joe Blog TIME Magazine, 13. Juni 2004, hier zitiert nach: <http://ourBlog.ou.funpic.de> (gesehen am 10.10.2005).



Blick des Journalisten fällt durch den Sehschlitz des Panzers. Und der ist nicht sehr groß.“<sup>77</sup>

Gerade während des Irakkrieges erlangte ein anderes Konzept der Berichterstattung große Aufmerksamkeit: Das der Blogs. NEUBERGER schreibt dazu: „Augenzeugen-Warblogs lieferten ein anderes, authentischer wirkendes Bild vom Kriegsgeschehen als die Massenmedien[...]. Der Blogger-Hype hat alte Utopien wieder belebt, die im Internet schon erledigt erschienen [...]“<sup>78</sup> Der Begriff Blog ist eine Kontamination des Wortes Weblog. Ein Weblog ist nichts anderes als ein online Tagebuch, auch bekannt unter Begriffen wie Diary oder Journal. Die Betreiber solcher Internettagebücher werden dementsprechend als Weblogger oder kurz Blogger bezeichnet. Es gibt noch weitere Differenzierungen in der Benennung: Ein Warblog beispielsweise berichtet über Kriegsthemen, ein Watchblog hat die Aufgabe, die traditionellen Medien zu beobachten und kritisch zu begleiten, wie z.B. das mit dem Grimme Preis ausgezeichnete Bild-blog<sup>79</sup>. Moblogs sind eine Weiterführung des Blog Prinzips: Der Name meint soviel wie mobile blog, kurz Moblogs, und zeichnet sich dadurch aus, dass der Blogger seinen Blog durch mobile Endgeräte von unterwegs befüllen kann. Damit entsprechen diese moblogs der Tendenz der Gesellschaft zur Individualisierung. Es gibt noch andere Weiterentwicklungen, wie z.B. vblogs, was die Abkürzung für video Blog ist. 1999 setzte sich der von dem Blogger MERHOLZ bevorzugte Begriff Blog allmählich durch, nachdem im Jahre 1997 der Begriff Weblog erstmals von BARGER verwendet wurde.<sup>80</sup> Es sind meist private Einzelpersonen, die in ihrem Blog berichten. Die Themenspanne reicht von Modelleisenbahnen bis zu Weltverschwörungstheorien oder einfach nur Privates. Während des Irakkrieges 2003 fielen zwei Blogs besonders in den Blickpunkt der Internetgemeinde: Als im März 2003 die ersten Bomben auf Bagdad fielen berichtete der irakische Blogger mit dem Pseudonym „Salam Pax“ in seinem Blog mit dem Titel „Dear Raed“<sup>81</sup> aus Bagdad. Seine Beiträge wurden später in dem Buch „Let´s get bombed“ veröffentlicht.<sup>82</sup> Zu Spitzenzeiten verzeichnete sein Blog 3 Millionen Zugriffe.

---

<sup>77</sup> Zitiert nach: [asta.hdm-stuttgart.de/referate/zustaende/material/ss05/zustaende\\_ss05.pdf](http://asta.hdm-stuttgart.de/referate/zustaende/material/ss05/zustaende_ss05.pdf) (gesehen am 10.10.2005).

<sup>78</sup> LEHMANN 2005, 209.

<sup>79</sup> [www.bildBlog.de](http://www.bildBlog.de).

<sup>80</sup> Vgl. MÖLLER 2005. S. 116f.

<sup>81</sup> Raed ist der Name eines Freundes von Salam Pax, welchen dieser nicht per email erreichen konnte, woraufhin er sich entschloss einen Blog zu erstellen.

<sup>82</sup> PAX, S., Let´s get bombed - Schöne Grüße aus Bagdad, Berlin 2003.

Zugriffe in der Höhe von 25.000 Seitenaufrufen pro Tag hatte ein anderer Blogger, der aus dem Irak über den Krieg berichtete: ALLBRITTON, ein ehemaliger Journalist, hatte in seinem Weblog „Back to Iraq“ für online-Spenden geworben. Nach seinen Angaben spendeten 320 Leser ca. 14.000 US-Dollar.<sup>83</sup> Mit diesem Geld finanzierte er seine Berichterstattung über den Krieg im Irak. Er verfolgte den Anspruch, unabhängig zu berichten, obwohl er gegen den Krieg war. Seiner Meinung nach funktioniert das System der Blogs auf selbstkorrigierende Weise: „Anstatt eines Redakteurs hatte ich Tausende. Dies war Journalismus, wie er in dieser Form noch nie zuvor praktiziert worden war.“<sup>84</sup> Dieses Konzept, welches die Blogs m.E. als neues Format der Berichterstattung erscheinen lässt, ist beispielhaft von SHIRKY umrissen worden: „Die Reihenfolge bei Broadcast-Medien ist >filtern, dann veröffentlichen<. Die Reihenfolge in Communitys ist >veröffentlichen, dann filtern< [...]“<sup>85</sup> Die Leserschaft eines Blogs bildet dabei das natürliche Korrektiv, den „Filter“. Technisch wird dies unter anderem dadurch ermöglicht, dass bei einem Blog jeder Leser die Möglichkeit hat, zu jedem Artikel des Blogs einen Kommentar auf der Seite zu hinterlassen, der von allen Lesern fortan gesehen werden kann - ähnlich dem Wikipedia Prinzip, das schon angesprochen wurde. Dadurch entsteht ein gewisser community-Charakter der Blogs, da eine Kommunikation zwischen Leser und Schreiber auf einfachste Weise ermöglicht wird. Meist sind die Blogs dergestalt, dass die Leser ohne Freischaltung anonym ihre Kommentare veröffentlichen können. Um die Gesamtheit des Phänomen der Blogs beschreiben zu können hat sich der Begriff der Blogosphäre etabliert. Mittels dieses Begriffes lässt sich verdeutlichen, dass sich um das Medium Blog herum eine Ganzheit (Sphäre) gebildet hat, in dem Sinne, dass eine eigene Medienphilosophie mit diesem Format einhergeht, dass sogar teilweise als Revolution des klassischen Journalismus gesehen wird.<sup>86</sup> Durch die Kommentarfunktion verlinken sich die Blogs untereinander, so dass sehr schnell ein beachtliches Netz im Netz entstanden ist. Große Broadcaster haben längst die Bedeutung

---

<sup>83</sup> ALLBRITTON, C., Blogging From Iraq, in: Nieman Reports Vol. 57 No. 3 (2003), online unter: <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf> (gesehen am 10.06.2005), S.82

<sup>84</sup> <http://www.back-to-iraq.com/>

<sup>85</sup> [www.shirky.com/writings/broadcast\\_and\\_community.html](http://www.shirky.com/writings/broadcast_and_community.html)

<sup>86</sup> Die Diskussion ist sehr umfangreich und reicht von der Fragestellung, ob Blogs überhaupt als eigenständige journalistische Form zu betrachten sind bis hin zu den Fragen nach den Auswirkungen auf den klassischen Journalismus. Beispielhaft sei hier auf BLOOD, R., verwiesen, die sich in ihrem Buch „WeBlogs an Journalism: Do they Connect?“ (Nieman Reports, Herbst 2003) mit dieser Frage eingehend beschäftigt.

dieses neuen Mediums erkannt. Auch in Deutschland setzen große Medienunternehmen zunehmend auf Blogs, wie etwa im Januar 2005 das ZDF mit seinem Tsunami Blog<sup>87</sup> zur Tsunami Katastrophe oder bereits zuvor im Us-Wahlkampf durch dem Gemeinschaftsblog<sup>88</sup> mit der deutschen Welle, um nur zwei bekannte Beispiele zu nennen.

Es ist jedoch gefährlich, von einzelnen Blogs auf die Blogosphäre zurückzuschließen. SIXTUS bringt einen treffenden Vergleich, der die Schwierigkeit einer generalisierenden Beschreibung von Blogs verdeutlicht: „Aus einzelnen Weblogs jedoch Rückschlüsse auf die Inhalte „der Blogs“ zu ziehen, ist ebenso zulässig, wie über das Medium Papier ein Urteil zu fällen, nachdem man einen Groschenroman und ein Telefonbuch durchgeblättert hat.“<sup>89</sup> Die kürzeste Definition, die zulässig ist, ist nach BLOOD: „Eine Website, die regelmäßig aktualisiert wird und auf der neues Material am Beginn einer Seite veröffentlicht wird.“<sup>90</sup> Interessant für die weitere Untersuchung ist es, sich mit statistischen Daten zu den Blogs zu beschäftigen. Denn eine der Prämissen dieser Arbeit ist es, dass Blogs als neues Format eine große Bedeutung für die pastoralen Zukunftsstrategien haben können. Um mit dieser Prämisse arbeiten zu können, bedarf es allerdings der Untermauerung durch statistische Werte.

### 3.7.2 Statistische Erwägungen

Jüngst hat eine Studie des Marktforschungsinstituts FITTKAU & MAAB unter 100.000 Internetnutzern aus Österreich, Deutschland und der Schweiz ein interessantes Ergebnis erbracht:<sup>91</sup> Blogs haben zwar einen hohen Bekanntheitsgrad, werden aber im Durchschnitt wenig genutzt. Zwar ist das Phänomen laut dieser Studie rund 75% der Internetnutzer bekannt, allerdings nutzen nur 20% dieses Format auch zur Informationsbeschaffung. Aktiv betreiben einen eigenen Blog nur 2-4% der Internetnutzer. Auch wenn diese Zahlen ein zunächst ernüchterndes Bild der Bedeutung von Blogs zeichnen, darf ein Faktum nicht übersehen werden: Sieht man sich die Gruppe der Internetnutzer an, welche Blogs als Informationsformate nutzen - immerhin 20% der

---

<sup>87</sup> <http://tsunami-Blog.zdf.de>.

<sup>88</sup> <http://us-Blog.zdf.de>.

<sup>89</sup> SIXTUS, M., Massenmedium, Blogosphäre: Kommunikationsgeflecht und Marketingfaktor, [http://www.sixtus.net/article/612\\_0\\_2\\_0\\_C/](http://www.sixtus.net/article/612_0_2_0_C/) (gesehen am 10.10.2005).

<sup>90</sup> hier zitiert nach: SIXTUS 2005.

Internetnutzer - ergibt sich ein sehr genaues Profil jener Gruppe. FITTKAU zeichnet in wenigen Worten ein scharfes Profil des Blognutzers: „Der typische Weblog-Besucher ist unter 30 Jahre alt, technikaffin, politisch und kulturell interessiert und zählt zu den Intensivnutzern des Internet.“<sup>92</sup> Eine erste Auswertung der Umfrage, welche unter deutschsprachigen Internetnutzern mit dem Titel "Praktiken des Bloggens, Strukturierungsprinzipien der Online-Kommunikation am Beispiel von Weblogs", bei der vor allem aktive Blogger (mehr als 80% der Befragten) teilnahmen, brachte folgende demographische Merkmale hervor (die Umfrage lief bis zum 31.10.2005):<sup>93</sup> 54,4% sind männlich; von den Bloggern insgesamt sind im Alterssegment von 20-29 Jahren 41,80% zu finden. Im Altersegment 30-39 Jahre finden sich immerhin noch 24,3%. Beim Bildungsstand bestätigt sich das Bild des kulturell und politisch Interessierten Bloggers: 42,8% verfügen über Abitur, 29,9% über einen (Fach-) Hochschulabschluss. 40% indess sind Schüler oder Studenten, 32,4% Arbeiter und 15,4% Selbstständige oder Freiberufler. Interessant ist die Alterstruktur der Blogs: Das Durchschnittsalter liegt bei 12,5 Monaten und zeugt von einer steigenden Entwicklung bei den Blogs, denn 45,2% der Blogs sind jünger als ein halbes Jahr. Es lässt sich also ein zielgruppenspezifisches Profil der Blognutzer erstellen, auf dem eine PR-Strategie ohne große Streuverluste aufgebaut werden könnte.

Das Magazin Media Ethics online hat kürzlich die Ergebnisse einer Studie veröffentlicht, die sich zwar nur auf die USA bezieht, aber auch sehr interessante Zahlen liefert. Dort ist zu lesen:

„That blogosphere is an exponentially expanding universe. An estimated 8 million American adults have created their own blogs, and nearly four times as many say they read blogs-a jump of 58 percent in less than a year (Rainie, 2005). And the numbers are likely to continue to grow as blogs become steadily more visible.“<sup>94</sup>

Diese Aussagen beziehen sich auf zwei Studien des Pew Internet & American Life Project mit dessen Direktor RAINIE an der Spitze: Das Fazit: „By the end of 2004 blogs had established themselves as a key part of online culture.“<sup>95</sup> 27% der Inter-

---

<sup>91</sup> <http://www.fittkaumaass.de>.

<sup>92</sup> <http://www.fittkaumaass.de>.

<sup>93</sup> <http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/archives/223>.

<sup>94</sup> SINGER, J.B., A Primer: Blogs and Blogging, in: Media Ethics online, <http://www.mediaethicsmagazine.com/media/paper655/news/2005/05/05/AnalysesCommentary/A.Primer.Blogs.And.Blogging-959312.shtml> (gesichtet am 10.10.2005).

<sup>95</sup> [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Blogging\\_data.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Blogging_data.pdf).

netnutzer lesen demnach Blogs. Ein weiteres Phänomen beschreibt der bereits oben zitierte Artikel des Magazins Media Ethics online über die Studie treffend:

„And the numbers are likely to continue to grow as blogs become steadily more visible. For example, information requests using popular tools such as Google, which use links as part of their search algorithms, are now likely to turn up blog entries“<sup>96</sup>

Dadurch werden die Blogs auf mittelfristige Sicht immer mehr in das Blickfeld der Internetnutzer rücken, denn google ist, wie bereits dargelegt, die Dreh- und Angelscheibe in der Informationsbeschaffung über das Internet. Vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll, sich noch etwas genauer mit den Spezifika dieses neuen Formats Blog auseinander zu setzen. Da die Diskussion um Blogs vor allem im Bereich des Journalismus geführt wird, hat sich für die mit dem Aufkommen der Blogs (und des P2P Möglichkeiten, die hier ausgeklammert werden) der Terminus des „partizipativen Journalismus“<sup>97</sup> eingebürgert.

### 3.7.3 Spezifika

Hinter dem Konzept des „partizipativen Journalismus“ steht auch eine philosophische Grundannahme: Das, was veröffentlicht wird, steht grundsätzlich in Frage. Es ist nichts fertiges, es gilt als, wie NEUBERGER schreibt, „vorläufig und unfertig, es soll in Frage gestellt und diskutiert werden.“<sup>98</sup> Ein weiteres Spezifikum ist sicherlich die Aktualität und Authentizität, die Blogs erzeugen. Besonders deutlich wurde dies bei den Terror-Anschlägen auf die Londoner U-Bahn 2005. Während viele Reporter der großen Medien vor abgesperrten Eingängen zu den Bahnstationen warten mussten, berichteten bereits die Augenzeugen in ihren Blogs von den Zwischenfällen.<sup>99</sup> Ermöglicht wurde dies durch die bereits beschriebenen Moblogs. Jedoch sollen in diesem Kapitel die generellen Spezifika des Formates Blog in den Mittelpunkt gerückt werden. Da aber immer mehr Mobiltelefone mit immer besseren Kameras ausgestattet sind, findet sich in diesem Bereich eine mögliche zukunftssträchtige Entwicklungsoption. Bei dem oben genannten Vorfall jedenfalls bestachen die von

---

<sup>96</sup> SINGER 2005.

<sup>97</sup> Vgl. LASICA, J.D., What is Participatory Journalism, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php> 2003 (gesichtet am 10.10.2005).

<sup>98</sup> LEHMANN 2005, S. 210.

<sup>99</sup> Vgl. zu den folgenden Ausführungen: moBlog.co.uk.

den Augenzeugen mittels Mobiltelefon geschossenen und über die Moblogs weltweit veröffentlichten Bilder durch ihre Authentizität.

Das zweite Spezifikum bezieht sich auf die Technik: Die Blogosphäre ist äußerst dynamisch, was nicht zuletzt darauf zurückzuführen ist, dass die Bedienung eines Blogs nicht schwerer ist als der Umgang mit einem Emailprogramm. Von technischer Seite stehen hinter den meisten Blog-Systemen serverseitige Content Management Systeme (CMS) im kleinen Format. Es gibt einige große Communitys, wie [blogger.com](http://blogger.com), hinter dem der Gigant [google](http://google.com) steht, [blog.de](http://blog.de), [myblog](http://myblog.de) oder [two-day.net](http://two-day.net), die jedem Nutzer kostenlose Blogs zur Verfügung stellen. Der entscheidende Punkt ist, dass der Nutzer keine spezielle Software benutzen muss, um einen Blog zu betreiben. Erschlossen werden die vielen Blogs durch übergreifende Verzeichnisse wie z.B. [weblogs.com](http://weblogs.com) oder dem Internetauftritt der ZEIT<sup>100</sup>. Es gibt aber auch spezielle Suchmaschinen für Blogs, wie z.B. Technorati oder Feedster. „Die BBC zählte via Technorati bereits zwei Stunden nach der Explosion der Londoner Bomben 1300 Postings zu diesem Thema. ‘Google auf Speed’ wird Technorati ob dieser Echtzeitfähigkeit gerne genannt.“<sup>101</sup> Diverse Seiten ermöglichen es zu beobachten, wie sich ein Thema innerhalb der Blogosphäre von der Aufmerksamkeit (gemessen in Verlinkungen) entwickelt.<sup>102</sup>

Ein drittes Spezifikum ist die Tatsache, dass sich Blogs untereinander verlinken oder auch auf andere Sites im Web hinweisen. Meist handelt es sich jedoch bei den Links um das Phänomen der sog. Trackback-URLs. Dadurch können Autoren bei einem Blog auf Ihren eigenen Blog zu einem Thema hinweisen, indem sie durch einen Link (in diesem Falle Trackback-URL) auf sich aufmerksam machen. Auf diese Weise entsteht ein mehr oder weniger eigenes Netz im Netz. Oder, wie RÖLL es ausdrückt: „Ein Weblog ist neben einem Informationsspeicher immer auch eine Kommunikationsplattform: Um das Weblog und seinen Autor herum gibt es ein Ökosystem von Lesern, Kommentatoren und anderen Weblog-Autoren.“<sup>103</sup>

Daraus ergibt sich ein viertes unterscheidendes Merkmal im Vergleich zu Internetforen, Mailinglisten oder Newsgroups: Zwar gibt es nicht die eine Blogosphäre, son

---

<sup>100</sup> <http://www.zeit.de/Blogs/index>.

<sup>101</sup> Sixtus 2005.

<sup>102</sup> So etwa die Seite [bolgstats.de](http://bolgstats.de).

<sup>103</sup> LEHMANN 2005, S. 90.

dern viele verschiedene Blog-Communitys, die untereinander vernetzt sind, aber die Blogosphäre zeichnet sich eben dadurch aus, dass Informationen sich in der Blogosphäre sehr schnell über Communitygrenzen hinweg ausbreiten. Blogger sind in der Regel kommunikative Nutzer (vgl. die Ergebnisse von FITTKAU & MAAS). Wozu die Blogosphäre in der Lage ist, zeigte das Beispiel des Politikers Trent Lott. Er hatte bei einer Rede einige rassistische Bemerkungen fallen lassen, welche nicht von den großen Medien in der Berichterstattung erwähnt wurden. Nur ein kleiner Kabelsender namens C-SPAN berichtete über die Ereignisse. In der Blogosphäre hingegen schlugen diese Äußerungen große Wellen. Immer mehr Blogger berichteten über diesen Vorfall, es wurden seitens der Blogger Nachforschungen angestellt und schließlich wurde die Sache zu einem Medienereignis, über das auch die großen Sender berichten mussten. Am Ende bedeutete es den Rücktritt für Lott. Seitdem sind Blogger bei Wahlveranstaltungen auch wie normale Pressevertreter akkreditiert worden. Daraus ergibt sich in PR-Strategischer Sicht ein zweiter Gesichtspunkt, den ROELL wie folgt umschreibt: „Künftig werden immer mehr Produktprobleme online entdeckt werden und Kommunikationskrisen online starten. Nur wenige Unternehmen sind darauf vorbereitet.“<sup>104</sup>

Durch die enorm hohe Verlinkung der Blogs, besonders einzelner Blogs, ergibt sich noch ein weiterer Effekt: Blogs zu bestimmten Suchwörtern kommen in der google Ergebnisliste an exponierte Stellen. Sucht man etwa nach der Firma Jamba so kommt an einer der ersten Stellen ein Bericht aus einem Blog, der die Firmenpolitik in einigen Punkten massiv kritisiert. Daraus hat sich mittlerweile ein Branche entwickelt, die im Auftrag gewisser Firmen Blogs nach deren Firmennamen durchsucht, um die Auftraggeber frühzeitig auf mögliche negative Berichterstattung mit Krisenpotential hinzuweisen. Dies zeigt, wie mächtig der einzelne Nutzer geworden ist. Konnte ein Unternehmen einen Protestbrief noch bedenkenlos ignorieren, so ist durch die Blogosphäre eine Möglichkeit gegeben, dass ein einzelner Verbraucher eine Lawine lostreten kann. Die Möglichkeiten, die sich durch Blogs bieten, fasst BITTNER, Autor des bekannten Blogs „Beruf Terrorist“ bei der ZEIT treffend wie folgt zusammen:

„Das grundsätzlich Schöne beim Weblog ist, dass man für eine - entschuldigen Sie das Neudeutsch - Community schreibt, also für eine recht übersichtliche Gemeinschaft von Interessierten. Mich erinnert das Webloggen

---

<sup>104</sup> hier zitiert nach SIXTUS 2005.

daher bisweilen an den guten, alten Lokaljournalismus: große Nähe zum Leser, Reaktionsfreudigkeit beim Publikum, Kennenlernerfekte, schnelle Dialoge - all das, was bei einer großen überregionalen Zeitung in der Regel zu kurz kommt.“<sup>105</sup>

Damit ist ein weiteres Spezifikum der Blogs benannt: Die große Nähe zum Leser. Des weiteren signalisiert der Autor dem Leser Kompetenz, durch seine beständige Bearbeitung des Themas. Außerdem signalisiert er dem Leser ein gewisses Einbeziehen in seine Privatsphäre. Blogs sind sehr auf die Person des Autors bezogen, selbst bei themenbezogenen Blogs. Persönliche Authentizität ist daher ein Spezifikum des Formates Blog.

Der Communitycharakter der Blogs wird einmal durch die Möglichkeit der Kommentierung und Verlinkung generiert, zum anderen aber auch durch die Bewertungsfunktion, wie sie z.B. die Site K5<sup>106</sup> bietet. Hier bewerten die Leser Artikel als lesenswert oder nicht lesenswert. Je nachdem wie gut ein Artikel bewertet wurde, erscheint er auf der Site oder wird nicht publiziert. Somit wird das Prinzip, dass der Nutzer den Inhalt bestimmt, radikal zuende geführt. Es gibt keine redaktionelle Auswahl mehr.

Die bereits erwähnte Studie mit der Kernaussage, dass „[d]er typische Weblog-Besucher [...] unter 30 Jahre alt, technikaffin, politisch und kulturell interessiert [ist] und [...] zu den Intensivnutzern des Internet [zählt]“<sup>107</sup> bestätigt die Vermutungen in Bezug auf den Communitycharakter und die persönliche Authentizität des Formates Blog: Auf die Frage nach den Erwartungen an einen Blog antworteten 83,5% der Beteiligten, sie erwarteten „die Möglichkeit, einzelne Beiträge zu kommentieren“, gefolgt von der Antwort „die persönliche Meinung des Autors von Beiträgen“ mit 74,5%. Da es sich bei den Befragten zumeist um aktive Blogger handelte, zeigt sich, wie zielgruppenspezifisch die Antworten ausfallen und wie sich so ein genaues Bild der Einsatzmöglichkeiten zeichnen lässt.

---

<sup>105</sup> WARTH, C., Journalistische WeBlogs „Große Nähe zum Leser“  
[http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview\\_bittner.php](http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview_bittner.php) 2004 (gesichtet am 10.10.2005).

<sup>106</sup> <http://www.kuro5hin.org>.

<sup>107</sup> <http://www.fittkaumaass.de>.



### 3.7.4 Am Puls der Zeit: Blogsuchmaschinen

Auch in der Blogosphäre sind Suchmaschinen sehr beliebt. Es ist allerdings ein Wandel festzustellen: Bei einer herkömmlichen Suchmaschine wie google gibt der Nutzer einen Terminus oder ein Thema ein, zu dem er gerne Informationen hätten. Die Suchmaschine durchsucht das Internet nach Seiten zu diesem Thema und liefert dem Nutzer eine Ergebnisliste. Bei einer Blogsuchmaschine schaut die Suchmaschine automatisch, welches Thema gerade aktuell ist. Dies erkennt die Maschine, indem sie nachsieht, wie viele Links auf einen Beitrag innerhalb eines Blogs verlinken. Es bietet sich so ein Instrumentarium, zu schauen, worüber die Internetgemeinde „spricht“, bzw. wie in der Blogosphäre ein bestimmtes Thema gesehen und bewertet wird. Da solche Suchmaschinen wie etwa Technorati und del.icio sehr beliebt sind, kann sich innerhalb kürzester Zeit ein Beitrag eines einzelnen Bloggers in der Blogosphäre verbreiten wie ein Lauffeuer.

## 3.8 mobil social software

Der Begriff social software erinnert sehr an die virtuellen Gemeinschaften - kein Zufall, wie auch DIEDRICH weiß: „Heute, nur wenige Jahre später[als 1997; J.P.] spricht kaum jemand mehr von solchen sozialen Gemeinschaften. Wir reden lieber von »Social Software«, auch wenn dieser Begriff einen anderen Aspekt in den Mittelpunkt rückt und die Angelegenheit gleichsam entmenschlicht.“<sup>108</sup> Abgesehen von dem Terminus der Entmenschlichung, scheint es angebracht, diese Kehrtwende in der Sichtweise nachzuvollziehen und auf das Phänomen das in der vorliegenden Arbeit unter dem Sammelbegriff der neuen Kultur abgehandelt wird, anzuwenden. Ein in Deutschland sehr verbreiteter Dienst, der allerdings noch nicht mobil ist, ist das Open Business Projekt<sup>109</sup>. Dort kann man ebenfalls Kontakte anlegen und sich Beziehungsnetze anzeigen lassen. Die Philosophie dahinter ist, dass jeder jeden über sechs Ecken kennt.<sup>110</sup> Ein sehr bekannter Vorläufer von social software war die

---

<sup>108</sup> LEHMANN 2005, S. 86.

<sup>109</sup> [www.openbc.de](http://www.openbc.de).

<sup>110</sup> WATTS nahm die These für das Internet auf, die zuvor schon von MILGRAM in den sechziger Jahren aufgestellt wurde. Vgl. WATTS, D.J., Six Degrees - The Science of a Connected Age. New York 2003.

Amazon Bewertungsfunktion „Kunden die dieses Buch gekauft haben, haben auch diese Bücher gekauft“.<sup>111</sup>

Bei der unter dem Begriff mobil social software zusammengefassten Kategorie handelt es sich um eine Verbindung von einem webbasierten Dienst mit mobilen Endgeräten. Die Website [www.dodgeball.com](http://www.dodgeball.com) beispielsweise bietet für 22 amerikanische Städte einen solchen Dienst an, bei dem sich die Nutzer einmal mit ihrer Handynummer registrieren. Ist nun einer der Nutzer beispielsweise in einem bestimmten Museum, so sendet er eine SMS an die Internetseite. Diese sendet eine Nachricht mit dem Aufenthaltsort des Absenders an alle seine Bekannten, die sich in einem vorher festgelegten Radius um dieses Museum herum befinden und lädt sie auf einen Besuch ein. Auch Bekannte der Bekannten können so angesprochen werden, wodurch neue Kontakte entstehen. Besonders durchgesetzt hat sich mobil social software im Bereich der Kontaktmärkte. Sie zeichnet sich aus durch „Ortsflexibilität, Personal Sphere (Endgeräte in unmittelbarer Umgebung des Nutzers), Konnektivität (ständige Verbindung zum Netz) und Kontextsensivität (Inhalte sind auf den aktuellen Kontext der Nutzer abgestimmt)“.<sup>112</sup> Wie effektiv die mobile Kommunikation aber auch abseits von Partnerbörsen genutzt wird, zeigt das Phänomen der Smartmobs.<sup>113</sup> Hier organisieren sich ganze anonyme Gruppen per SMS um beispielsweise Demonstrationen zu organisieren. Das Mobil, Smartphones und PDA´s sind sicherlich momentan die interessantesten Endgeräte, man sollte aber auch schon die Zukunft im Auge behalten, wenn Computer in anderen Geräten (Tapeten, Kleidung, etc.) vermehrt zum Einsatz kommen. Im Bereich der mobil social software sind allerdings erst erste Tendenzen zu erkennen, weshalb RHEINGOLD auch am Ende seines Buches schreibt:

„Technologien der Kooperation sind heute noch unausgereift, und das Auftreten von demokratischen, heiteren, intelligenten, neuen sozialen Formen hängt davon ab, wie die Menschen die neuen Medien annehmen, umwandeln und verändern, sobald sie aus den Händen der Ingenieure kommen.“<sup>114</sup>

In Bezug auf das in Kapitel 3.2.2 Ausgeführte kann man davon ausgehen, dass sich durch die mobil social software wohl eher Gruppen bilden werden, die persönlich

---

<sup>111</sup> Diese Nachricht erscheint bei jedem angezeigten Produkt auf [www.amazon.com](http://www.amazon.com). Touchgraph hat eine Möglichkeit geschaffen, dieses Beziehungsgeflecht auch grafisch umzusetzen: [www.touchgraph.com](http://www.touchgraph.com)

<sup>112</sup> LEHMANN 2005, S. 48.

<sup>113</sup> Vgl. RHEINGOLD, Smart mobs - the next social revolution, Cambridge 2002.

strukturiert sind. Sie werden sich eher um einzelne Personen bilden, die den Freundeskreis widerspiegeln. Die ARD/ZDF online Studie erwartet, „dass die fortschreitende Erleichterung und Vervielfältigung des Webzugangs gerade auch im mobilen Bereich die Veralltäglicung der Internetnutzung weiter vorantreiben wird. Der Plattformcharakter des Internets wird deutlicher erkennbar werden.“<sup>115</sup> In Verbindung mit den Beobachtungen aus Kapitel 2.2, dass immer mehr jüngere Nutzer aktiv mit dem Medium umgehen, ergibt sich hier eines der vielversprechendsten Studienfelder für weitere Untersuchungen.

### 3.9 Gesellschaftliche Wechselwirkungen

Eine entscheidende Frage soll in diesem abschließenden Kapitel des ersten Hauptteils den Übergang zum zweiten Hauptteil markieren: Wie neutral ist das Medium - bzw. mit anderen Worten: Hat das Internet an sich schon eine Eigenbotschaft, die immer schon bei der Benutzung des Mediums mitschwingt? Wenn diese Frage zu bejahen ist, stellt sich die Folgefrage, ob die Eigenbotschaft als gut oder negativ für pastorale Aufgaben zu bewerten ist. Sollte die Frage jedoch zu verneinen sein, stellt sich die Frage, warum nicht offensiver mit dem Medium seitens der Kirche experimentiert wird. Diese Frage stellt sich im Übrigen auch, falls sich eine aus pastoraler Sicht positive Eigenbotschaft beim Medium Internet feststellen lassen sollte. Eine mögliche Position wäre es, die Medien neutral zu sehen:

„Wir neigen nur leicht dazu, die technischen Mittel zum Sündenbock jener zu machen, die sie handhaben. Die Schöpfungen der modernen Wissenschaft sind an sich weder gut noch schlecht; die Art und Weise aber, wie sie verwendet werden, bestimmt ihren Wert.“<sup>116</sup>

McLUHAN hingegen wendet sich entschieden gegen diese Sichtweise, tituliert sie sogar als die „übliche Nachtwandlermentalität“<sup>117</sup>, was m.E. zutrifft. Auch ein anderer bekannter Medienkritiker, POSTMAN, sieht bei den Medien eine enorme Eigenbotschaft mitschwingen. Er bezeichnet die Technik sogar als Ideologie:

„Ich fürchte, unsere Philosophen lassen uns hier im Stich. Ihre Warnungen richten sich gewöhnlich gegen bewußt formulierte Ideologien. [...] Sie tritt

---

<sup>114</sup> RHEINGOLD 2002, S. 125.

<sup>115</sup> OEHMICHEN 2004, S. 395.

<sup>116</sup> BALTES, u.a., Medien verstehen. Der McLuhan-Reader, Köln 1997, S. 14.

<sup>117</sup> BALTES 1997, S. 95.

als ungewollte Konsequenz eines dramatischen Wandels in den Formen unseres öffentlichen Austauschs auf. Und doch handelt es sich um eine Ideologie; denn sie drängt uns eine bestimmte Lebensweise und ein ganz bestimmtes Verhältnis zwischen Menschen und Ideen auf. Ohne Konsensus, ohne Diskussion und ohne daß Einwände erhoben würden. Es bedurfte nur unserer Nachgiebigkeit. Das öffentliche Bewußtsein will noch nicht wahrhaben, daß Technik Ideologie ist.“<sup>118</sup>

Auch wenn man nicht soweit gehen muss, Technik als Ideologie zu bezeichnen, wird doch deutlich, dass Technik die Wahrnehmung der Welt, die Kommunikationsformen der Menschen und deren Zusammenleben ändert. Eindringlich erhebt der 2003 verstorbene POSTMANN seine Stimme:

„Aber die Zeit ist weitergegangen, und nicht zu wissen, was auf dem Spiele steht, ist heute unentschuldig. Wer verkennt, daß eine neue Technik ein ganzes Programm des sozialen Wandels in sich birgt, wer behauptet, die Technik sei "neutral", wer annimmt, die Technik sei stets ein Freund der Kultur, der ist zu dieser vorgerückten Stunde nichts als töricht.“<sup>119</sup>

Die Antwort MCLUHANS auf die Frage nach der Eigenbotschaft des Mediums wird schon aus dem Titel eines seiner Hauptwerke deutlich: Das Medium ist die Botschaft.<sup>120</sup> Eine weitere wichtige Annahme von MCLUHAN ist, dass die Gutenberg-Galaxis im Auflösen begriffen ist. Mit dem Begriff Gutenberg-Galaxis meint MCLUHAN die schriftliche, auf Buchstaben und Linearität aufbauende Kultur. Die neuen Medien, allen voran das Netz, erzeugen eine neue Sinnlichkeit, indem sie die Linearität des Buchdruckes und damit einhergehend die darauf aufbauende Kultur durch die Dekonstruktion der Linearität zersetzen. Kausalität wird zugunsten des Modells der verschränkten Wechselwirkungen aufgegeben. MCLUHAN, der vor allem das Medium Fernsehen im Blick hatte, konnte nicht ahnen, wie seine Aussagen auf das Netz zutreffen sollten. Allerdings hatte MCLUHAN, wie beschrieben, das Leitmedium Fernsehen im Blick, als er einen seiner bekanntesten Sätze schrieb: "We return to the inclusive form of the icon."<sup>121</sup> Dahinter verbirgt sich die Hoffnung eine „Kultur der Benutzeroberflächen“ wird für mehr Leute zugänglich sein als eine Schriftkultur:

„Die Vergangenheit liegt dort hinten. Stehen wir einer uns völlig neuen Situation gegenüber, dann neigen wir dazu, uns an die Gegenstände, die Atmosphäre der jüngsten Vergangenheit zu klammern. Wir betrachten die

---

<sup>118</sup> POSTMAN, N., Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie, Frankfurt 1988, S. 191.

<sup>119</sup> POSTMAN 1988, S. 192.

<sup>120</sup> MCLUHAN, M., FIORE, Q., The Media is the Message, New York 1967.

<sup>121</sup> Zitiert nach: BALTES 1997, S.105.

Gegenwart im Rückspiegel. Wir schreiten rückwärts in die Zukunft. Der amerikanische Vorstädter lebt in seiner Phantasie noch im Wilden Westen.“<sup>122</sup>

Der Blick in den Rückspiegel würde in Bezug auf MCLUHAN an dieser Stelle der vorliegenden Arbeit bedeuten, nicht den fundamentalen Wechsel zu beachten, der durch die modernen Medien entstanden ist - weg von der Linearität des Alphabets: „Der Gebrauch des Alphabets förderte und begünstigte die Gewohnheit, jede Umwelt in visuellen und räumlichen Kategorien wahrzunehmen - insonderheit [sic!] in Raum- und Zeitkategorien; sie sind gleichförmig, stetig und zusammenhängend. Das Gerade, das Kontinuum - dieser Satz ist ein vorzügliches Beispiel.“<sup>123</sup> Wichtig ist zu sehen, dass nach MCLUHAN die Medien dazu dienen "to translate experience into new form". Das ist denn auch der Schlüssel für die Beschreibung des Vorganges der Inkulturation: Die Glaubenserfahrung in die neue Form des Mediums Netz zu inkulturieren.

Der Einfluss der neuen Kultur des Internets auf die Gesellschaft kann allerdings m.E. nicht hoch genug eingeschätzt werden: „Im Hinblick auf die traditionelle Medienethik erscheint das „Netz“ nicht nach dem Muster der instrumentellen und austauschbaren Zeichensysteme zu funktionieren, sondern konstituiert zunehmend alle Formen von gesellschaftlicher Kommunikation.“<sup>124</sup> Hier wird sogar von einer konstituierenden Funktion des Netzes gesprochen. Im Hinblick auf die Beobachtungen im Kapitel 3.8 über die mobil social software und die Auswertung der Online Nutzertypologie in Kapitel 2.2 kann diese These nur bejaht werden. MERTIN macht des weiteren darauf aufmerksam, dass die neuen Medien prinzipiell Erweiterungen darstellen. Ähnlich wie MCLUHAN<sup>125</sup> sieht auch er die neuen Medien als eine Erweiterung an:

„Für den Gebrauch eines emphatischen Wahrheitsbegriffs sind die Subjekte auf die Alltagswelt verwiesen. Daran ändern die neuen Medien nichts. Ihre Domäne ist die Erweiterung. Durch neue Verbindungen von Mensch und Maschine können die neuen Technologien in einem bisher ungewohnten Aus-

---

<sup>122</sup> MCLUHAN 1976, 74f.

<sup>123</sup> MCLUHAN 1976, 79f.

<sup>124</sup> BORGMAN, E., VAN ERP, S., HAKER, H., Cyber Space - Cyber Ethics - Cyber Theology, in: Concilium 1 (2005), 1-5, hier: S. 1.

<sup>125</sup> Vgl. MCLUHAN, M., Das Medium ist Massage, Frankfurt, Berlin, Wien 1984, S. 41f.: „Die elektrische Schaltung ist eine Erweiterung des Zentralnervensystems. [...] Die Erweiterung irgendeines Sinnes verändert die Art und Weise, wie wir denken und handeln - die Art und Weise, wie wir die Welt wahrnehmen.“

maß Erfahrungen simulativ vermitteln, den Körper erweitern, seine Begrenzungen überwinden.“<sup>126</sup>

Diese Erweiterung äußert sich in vielfältiger Weise: Menschen probieren andere Identitäten aus, testen Verhaltensweisen, die sie im realen Leben nicht anwenden würden, gehen andere Interaktionsmuster ein.<sup>127</sup> Interessant allerdings ist dabei die Aussage, dass die Subjekte, wie es in dem Zitat heißt, für den Gebrauch eines emphatischen Wahrheitsbegriffes weiterhin auf die Alltagswelt angewiesen sind. Gerade im Hinblick auf die Auseinandersetzung der Kirche mit dem Internet wird dieser Gedanke noch eine Schlüsselrolle spielen bei der Widerlegung einiger Grundbedenken seitens der kirchlichen Dokumente.

---

<sup>126</sup> MERTIN, A., Virtuelle Welten und ihre Folgen, in: *Diakonia*, 31 (2000), S. 89-97, hier: S. 93.

<sup>127</sup> Hier liegt natürlich ein Gefährdungspotential. Z.B. durch gewaltverherrlichende Computerspiele, etc. Dies zu untersuchen bedarf allerdings einer differenzierte Betrachtung, die in der vorliegenden Arbeit ausgeklammert wird.

## 4. Kirche und Internet

„Wer also die Verkündigung durch moderne technische Massenmedien wegen einer angeblichen oder tatsächlichen qualitativen Veränderungen des Wortes durch seine Medialisierung ablehnt, der sollte die Konsequenzen bedenken, die sich für die gleiche Frage gegenüber der Bibel als Buch ergeben.“<sup>128</sup>

Das vierte Kapitel leitet den zweiten Hauptteil der vorliegenden Arbeit ein. Es wird zunächst untersucht, wie sich die Kirche in ihren offiziellen Verlautbarungen speziell zum Internet äußert. Dabei wird der Bogen gespannt, der gleichsam das Raster liefert, anhand dessen die Aussagen der einzelnen Dokumente eingeordnet werden können. In Kapitel 4.1 über die medientheoretischen Grundoptionen wird anhand zweier extremer Positionen, bzw. Modellen, der Rahmen abgesteckt, innerhalb dessen das Raster dann angewendet werden kann. Es wäre wichtig, einen möglichst umfassenden Einblick zu geben, der konsequenterweise mit den Konzilsdokumenten zu den sozialen Kommunikationsmitteln beginnen müsste. Dies wird in beschränktem Umfang auch geleistet, während allerdings das Hauptaugenmerk auf den neueren Dokumenten liegt, die speziell zum Thema Internet Stellung beziehen.

### 4.1 Medientheoretische Grundoptionen

Im Jahre 1949 veröffentlichte der Mathematiker SHANNON und die Wissenschaftlerin WEAVER das bahnbrechende Werk „The Mathematical Theory of Communication“<sup>129</sup>. Das darin vorgestellte kommunikationstheoretische Modell ist unter dem Namen „Shannon-Weaver Modell“ bzw. dem Stichwort Informationstheorie bekannt geworden. Eigentlich handelt es sich um ein mathematisches Modell, um eine technisch störungsfreie Kommunikation zu gewährleisten, was besonders für das Militär von Interesse war. Das Modell wurde jedoch auch im Bereich der geistes- und sozialwissenschaftlichen Erklärungsmuster menschlicher Kommunikation adaptiert. Ein möglicher Grund mag in der Einfachheit des Modells liegen: Im dem Modell von SHANNON/WEAVER gibt es einen Sender (T) der ein Signal über einen Kanal an einen Empfänger (R) sendet. Dabei kann es durch sog. Rauschen zu Übertragungsverlusten kommen. Überträgt man dieses Modell auf den Bereich der Medien, so ergibt sich

---

<sup>128</sup> BERNHARD, K., Messenmedien im Dienst der Kirche, Berlin 1970, S.81.

<sup>129</sup> WEAVER, W., SHANNON, C. E., The Mathematical Theory of Communication. Urbana/Illinois 1949.

schnell eine Gleichsetzung des Kanals mit dem Medium selbst. Das bedeutet, dass auf dieser Grundlage Medien als neutrale Leitungen oder Kanäle beschrieben werden können (vgl. die Ausführungen in Kap 4.1). Die Konsequenz daraus ist, dass das Medium als Übertragungskanal auf die übertragene Information keinen bedeutenden Einfluss ausübt. Lediglich die Außeneinwirkungen, die im Modell als Rauschen gekennzeichnet werden, können die Übertragung stören.

Die Kirche hat sich von diesem technisch-mathematischen Medienverständnis, so wird der Fortgang der Untersuchung anhand der Untersuchung einzelner ausgewählter kirchlicher Dokumente im Folgenden zeigen, noch nicht vollends verabschiedet. Die neueren Dokumente deuten auf ein verändertes Medienverständnis seitens der Kirche hin, was auch aufgrund der Nutzung des Begriffes der neuen Kultur in den jüngsten Dokumenten deutlich wird. Grundlage dieses neuen Medienverständnisses finden sich in den Arbeiten eines „gehorsamen Kirchenmitglieds“<sup>130</sup>, das 1973 sogar als Berater des Päpstlichen Rates für die Sozialen Kommunikationsmittel agierte: Der bereits mehrfach erwähnte MCLUHAN. Er vertrat eine radikal andere Auffassung von der Bedeutung der Medien, die bereits in Kapitel 4.1 anklang, hier aber nochmals erläutert werden soll: "The new media are not bridges between man and nature: they are nature"<sup>131</sup> Die kopernikanische Wende, die MCLUHAN einläutete war, dass er den Fokus der Betrachtung von dem Inhalt der Botschaft auf das Medium selbst lenkte, mit der berühmten Schlussfolgerung: "The medium is the message"<sup>132</sup>.

Seiner Medientheorie entsprechend hat das Medium eine kulturverändernde Wirkung, die es zu beachten gilt: "Denn die "Botschaft" jedes Mediums oder jeder Technik ist die Veränderung des Maßstabs, Tempos oder Schemas, die es der Situation des Menschen bringt."<sup>133</sup> Dementsprechend sind die Medien keine Kanäle, sondern stellen vielmehr selbst kulturelle Räume dar, welche die menschliche Wahrnehmung und Umgebung verändern. Was MCLUHAN in aller Radikalität in seiner Theorie gezeigt hat, ist, dass Medien die Wirklichkeit nicht wiedergeben, sondern sie erst inszenieren. Sicherlich wäre gerade in Bezug auf MCLUHAN der Medienbegriff genauer zu analysieren. Denn MCLUHAN muss seinen Medienbegriff bewusst sehr weit

---

<sup>130</sup> BISSELL, C., Marshall McLuhan, in: SANDERSON, G., MACDONALD, F. (Hg.), Marshall McLuhan. The man and His Message, Colorado 1989, S. 5.

<sup>131</sup> MCLUHAN, M., PARKER, H. Counterblast, New York 1969, S. 14.

<sup>132</sup> MCLUHAN 1969, S. 23.

<sup>133</sup> MCLUHAN, M., Die magischen Kanäle. Understanding Media, Düsseldorf u.a. 1992, S. 18.



fassen, so dass sogar die Eisenbahn in seiner Theorie ein Medium darstellt. Allerdings wird diese Analyse in der vorliegenden Untersuchung nicht vorgenommen. Es sei nur angemerkt, dass auch die vorliegende Untersuchung mit einem weitgefassten Medien- und Kulturbegriff operiert. Die beiden besprochenen Modelle zeigen, als Extrempositionen, den Spannungsbogen von dem aus nun die wichtigsten kirchlichen Dokumente untersucht werden sollen.

#### **4.1.1 Kirchliche Dokumente**

Die kirchlichen Schreiben bilden den unerlässlichen Hintergrund, auf dem im Folgenden genauestens die kirchliche Einstellung zum Internet herausgefiltert werden soll. Dabei geht die Untersuchung chronologisch anhand der Dokumente vor und versucht so, Linien und langfristige Tendenzen herauszustellen. Besonderes Augenmerk gilt dabei natürlich den jüngsten Schreiben, die in besondere Weise auf die Veränderungen der letzten Zeit eingehen und so am meisten zu der Beantwortung der in dieser Untersuchung aufgestellten Fragen beitragen können. Gerade die Konzilsdokumente und Enzykliken, welche sich mit den Massenmedien, bzw. in ihrer Sprache den sozialen Kommunikationsmitteln, befassen, sind im Zusammenhang mit der vorliegenden Untersuchung ambivalent zu bewerten: Zum einen entstammen sie einer Zeit, in der sich das Phänomen der Massenmedien anders darstellte als heute, bzw. ein Phänomen namens Internet noch nicht berücksichtigt wurde. Deshalb können die aus diesen Dokumenten gewonnenen Implikationen nicht ohne weiteres auf das Phänomen des Internets übertragen werden. Andererseits finden sich in diesen Dokumenten entscheidende medientheoretische Grundoptionen, die auch für die späteren Schreiben und die spätere Praxis von Bedeutung sind. Dies gilt es bei den einzelnen Dokumenten zu beachten

##### **4.1.1.1 Inter mirifica**

Am 04.12.1963 verabschiedete das II. Vatikanische Konzil mit 160 Ja zu 164 Nein-Stimmen das Dekret über die sozialen Kommunikationsmittel *Inter mirifica*. Aber auch nach seiner Verkündigung hat es „ebenso heftige Kontroversen hervorgerufen

wie während seiner Beratung.“<sup>134</sup> Es wurde sogar in der Literatur als „irreparable Panne“<sup>135</sup> bezeichnet. Ein Grund wird von dem Urheber dieser Formulierung darin gesehen, dass das Dekret hinter die Lehre des Konzils zurückkehrt.

In Nummer 3 des Dekretes heißt es beispielweise, dass die Kirche „ein ursprüngliches Recht darauf [habe; J.P.], jedes dieser sozialen Kommunikationsmittel zu benutzen und zu besitzen, soweit es für die christliche Erziehung und ihr Wirken am Heile der Seelen notwendig und nützlich ist.“ In Bezug auf die Wirkung der Medien stellt das Dokument fest: „Ihre Information und Einwirkung können dem Menschen Segen oder Fluch bringen“ (Nr.11). Die Beurteilung der Massenmedien wird somit von ihrer Wirkung abhängig gemacht. Dies stellt eine logische Konsequenz aus dem in Kapitel 4.1 vorgestellten SHANNON/WEAVER Modell dar: Eine vom Sender über den Kanal geschickte Information löst beim Empfänger eine Reaktion aus. Dabei hat der Rezipient keinerlei Einfluss auf die Nachricht. Auf einen Reiz folgt eine Reaktion bzw. Antwort seitens des Rezipienten. Diese Modell ist auch bekannt unter dem Namen „Stimulus-Response“ Theorie. Erstmals wurde dieser Ausdruck bei dem Politik- und Medienwissenschaftler LASSWELL bei der Untersuchung von Propaganda erwähnt:

„The strategy of propaganda (...) can readily be described in the language of stimulus-response. The propagandist may be said to be concerned with the multiplication of those stimuli which are best calculated to evoke the desired response, and with the nullification of those stimuli which are likely to instigate the undesired response.“<sup>136</sup>

Berühmt wurde LASSWELL allerdings durch seine bekannte Definition der Massenkommunikation: "Who says what in which channel to whom with what effect?"<sup>137</sup>

Deutlich wird jedoch aus den Betrachtungen, dass diesem Dokument eindeutig das SHANNON-WEAVER Modell zugrunde liegt und dass das Phänomen der Massenmedien auf die Rezipienten und die Botschaft reduziert wird, ohne dass die Medien selbst genauer analysiert werden. Sieht man sie als Kanal, so ist die beschriebene Vorgehensweise konsequent. KAMPMANN betitelt das in *Inter mirifica* zugrunde liegende Kommunikationsmodell sogar als vertikales Kommunikationsmodell, dem auf seiten

---

<sup>134</sup> RAHNER, K., VORGRIMLER, H., Kleines Konzilskompandium, Freiburg/Basel/Wien 1966, S. 91.

<sup>135</sup> VON GALLI, M., Das Konzil. Chronik der zweiten Session, Mainz 1964, S. 150.

<sup>136</sup> LASSWELL, H. D., Propaganda Technique in the World War, New York 1927, S. 14.

<sup>137</sup> LASSWELL, H.-D., zitiert nach: MARSHALL, D., Biographies of Harold D. Lasswell, <http://www.ipsonet.org/index.php?go=awards-lasswell> (gesichtet am 10.10.2005).

der Dogmatik eine „einseitig vertikale Ekklesiologie“ entspricht.<sup>138</sup> Wesentlich fortschrittlicher stellt sich dagegen das Dokument *Communio et progressio* dar.

#### **4.1.1.2 *Communio et progressio***

Das Dokument *Inter mirifica* schloss in Nr. 23 mit der Forderung: „Um alle Grundsätze und Weisungen dieses Konzils über die sozialen Kommunikationsmittel zum Erfolg zu führen, soll im ausdrücklichen Auftrag des Konzils ein Pastoral Schreiben herausgegeben werden.“ Diese Forderung war am 03.07.1971 durch die Veröffentlichung des Pastoral Schreibens *Communio et progressio* erfüllt. In ihm wurde gesehen, dass Kirche im Dialog mit der Welt begriffen ist. Christus selbst wird in dem Schreiben als „Meister der Kommunikation“ bezeichnet. Laut WÖRTHER ergibt sich daraus „eine Pastoral der Medien, in der ‚Anpassung‘ und ‚Zeitgemäßheit‘ positive Begriffe sind, weil sie inkarnatorisch zu verstehen sind: Das Wort wird Fleisch in einer bestimmten Zeit und in einer bestimmten Kultur und tut es in den Ausdrucksformen dieser Zeit und dieser Kultur.“<sup>139</sup> Auch die freie Meinungsäußerung innerhalb der Kirche wird eigens betont: „Als lebendiger Organismus bedarf die Kirche der öffentlichen Meinung, die aus dem Gespräch ihrer Glieder erwächst. Nur dann ist in ihrem Denken und Handeln Fortschritt möglich“ (Nr. 15). Im Gegensatz zu *Inter mirifica* wird der Informationsaustausch nicht mehr als eingleisige Kommunikation gesehen: „Bleiben sie stumm [die Rezipienten; J.P.] wird Kommunikation zur Einbahnstraße, auch wenn die Kommunikatoren sich noch so sehr um einen Dialog bemühen“ (Nr. 81). In einem dritten Schritt sollen nun nach der Behandlung zweier musterhafter Dokumente mit einer großen Wirkungsgeschichte die jüngsten Dokumente zum Thema analysiert werden.

#### **4.1.1.3 Die 90er Jahre**

In den 90er Jahren erschienen einige wichtige Schriften, die hier aus Mangel an Bearbeitungsraum nicht gesondert behandelt werden können. Besonders interessant

---

<sup>138</sup> KAMPMANN, S., Abschied von einem horizontal-dialogischen Medienbild? Zum Wandel kirchlicher Mediendeutung und seinen ekklesiologischen Bedingungen, in: *Communicatio Socialis* 26 (1993), S. 284-301, S. 289.

<sup>139</sup> WÖRTHER, M. Vom Reichtum der Medien. Theologische Überlegungen, praktische Folgerungen, Würzburg 1993, S. 61.

war die im deutschsprachigen Raum erschienene „Instruktion über die kirchliche Berufung des Theologen“ (1990). EICHENBERGER sieht darin einen Rückschritt im Vergleich zu *Communio et progressio*.<sup>140</sup> SEEBER erkennt aus dem Dokument sogar ein „Medienmonopol des Lehramts“<sup>141</sup>. Zwei Jahre später erscheinen zwei Dokumente, die ebenfalls in dieselbe Richtung deuten: Zum einen die „Instruktion über einige Aspekte des Gebrauchs der sozialen Kommunikationsmittel bei der Förderung der Glaubenslehre“<sup>142</sup> und die Pastoralinstruktion *Aetatis novae*. Gerade letztere macht deutlich, dass „die Manipulation durch Medien und das Überhandnehmen der sekundären Wirklichkeiten die eigentliche Charakteristik der Medienwirklichkeit ausmacht.“<sup>143</sup> Wie in der vorliegenden Arbeit bereits mehrfach erwähnt, wird dagegen davon ausgegangen, dass es sich nicht um Sekundärwirklichkeiten handelt, sondern um Primärwirklichkeiten, die in der Alltagswelt der Internetnutzer verankert sind. Beide Schreiben fordern jedoch ein proaktives Vorgehen der Kirche. So fordert die Instruktion, die „Erarbeitung einer Anthropologie und einer Theologie der Kommunikation, damit die Theologie selbst kommunikativer und damit fähiger wird, die Werte des Evangeliums zu offenbaren“ (Nr. 8). Auch die Enzyklika *aetatis novae* fordert, dass „die Auseinandersetzung mit den Medien von kirchlicher Seite auf allen Ebenen intensiviert werden muß, will man in der heutigen Zeit und Welt dem Verkündigungsauftrag gerecht werden.“<sup>144</sup> Diese beiden Forderungen zeigen, dass sich die Autoren bewusst sind, dass die mediale Kommunikation konstitutiv für die gesellschaftliche Meinungsbildung ist.

#### 4.1.1.4 Kirche und Internet

Am 22. Februar 2002 veröffentlichte der Päpstliche Rat für die sozialen Kommunikationsmittel das Dokument, das sich grundlegend mit dem Internet auseinandersetzt und den Titel „Kirche und Internet“ trägt. Es ist sehr beeinflusst von der Pastoralkonstitution *Communio et progressio* und auch von der Enzyklika *Aetatis novae*. Das Dokument ruft am Ende wieder eindringlich in Bezugnahme auf *Communio*

<sup>140</sup> Vgl. KARRER, L., Die Medien haben die Welt verändert, in: *Diakonia* 5 (1991), S. 289-298., 295f.

<sup>141</sup> SEEBER, D., Erfahrungsfremd? Wie die Glaubenskongregation den Öffentlichkeitsbezug von Theologen sieht, in: *Herder-Korrespondenz* 44 (1990), S.355f., S. 356.

<sup>142</sup> Vgl. dazu: SCHMOLKE, M., Kirchliche Kommunikation in der entwickelten Kommunikationsgesellschaft, in: *Communicatio Socialis* 26 (1993), S. 26-39, hier: S. 31f.

<sup>143</sup> WÖRTHER 1993, S. 71.

<sup>144</sup> WÖRTHER 1993, S. 72.

et progressio Christus als Meister der Kommunikation ins Bewusstsein. Die neuen Medien werden generell als Geschenk Gottes gewertet, dass dazu dient, die Menschen in brüderlicher Weise zu verbinden „damit diese am Heilswerk Gottes mitwirken können“ (Nr. 1). Die Bedeutung des Internets wird auch für die menschliche Kultur sehr weiträumende Bedeutung eingeräumt, das es sich um „revolutionäre“ (Nr. 2) Veränderungen handelt, die durch es ausgelöst werden, „Veränderungen, die nicht nur die Art der Kommunikation betreffen, sondern die ganze Lebensauffassung“ (Nr. 2). Die Aufgabe der Kirche gegenüber diesem Medium wird charakterisiert als Aufbau der Gesellschaft „im Licht des Gemeinwohls und im Geist der Solidarität“ (Nr. 3). Dementsprechend ergeht sich das Schreiben im dritten Teil in einer ganzen Liste an Empfehlungen, spezifiziert nach den Zielgruppen der mit Leitungsaufgaben Betrauten, der pastoralen Mitarbeiter, der Erzieher und Katecheten, der Eltern, der Kinder und schließlich an „alle Personen mit gutem Willen“ (Nr. 10-12).

Ganz im Sinne von *Communio et progressio* stellt das Dokument fest, dass Kommunikation zum Wesen der Kirche gehört. Daraus folgert es für die kirchliche Kommunikation als solche, dass sie „beispielhaft sein und höchste Wertmaßstäbe hinsichtlich Wahrhaftigkeit, Verantwortlichkeit und Sensibilität für die Menschenrechte sowie andere wichtige Prinzipien und Normen widerspiegeln sollte“ (Nr. 3). Direkt darauf folgt der entscheidende Grundgedanke, der bereits in *Redemptoris missio* (Nr.36) zugrundegelegt ist, und der Pate stand, zum einen für den Titel der Arbeit, aber auch für die damit verknüpfte These: „[D]ie Botschaft selbst muss in diese, von der modernen Kommunikation geschaffene „neue Kultur“ integriert werden“ (Nr. 4). Die Unterschiede zwischen einer Integration und einer Inkulturation werden in Kapitel 5.1 zu erörtern sein. Es wurde auch von der medientheoretischen Grundoption her eingesehen, dass die Medien nicht über Realität berichten, sondern sie konstruieren. Auch berücksichtigt das Dokument, dass die Unterscheidung zwischen Sender und Empfänger zumindest potentiell aufgehoben ist. Unter Bezugnahme auf *Aetatis novae* wertet das Dokument diese „zweigleisige Kommunikation“ als eine Möglichkeit „den Gemeinschaftscharakter der Kirche konkret zu verwirklichen“ (Nr.5) Das Dokument fordert auch von den kirchlichen Mitarbeitern, dass sie das Internet verstehen müssen, da die Menschen von heute, besonders die jüngere Generation, durch die Medienkultur geprägt sind. Als eine der Kernkompetenzen des Internets wird gesehen, dass es Distanzen und Isolation überwinden kann. Ausdrücklich spricht das Dokument von „virtuellen

drücklich spricht das Dokument von „virtuellen Glaubensgemeinschaften“ (Nr.5) Erwähnenswert scheint die Tatsache, dass das Dokument davon spricht, dass das Internet ein Instrument ist, um eine Vision zu verwirklichen: Die des „wechselseitigen Flusses von Information“, die „Freiheit der Meinungsäußerung“ sowie das „Grundrecht auf Dialog und auf Information innerhalb der Kirche“ (Nr.5).

Das Dokument geht im achten Abschnitt dann noch auf einige Gefahren des Internets ein: Zum einen die mögliche Aufweichung des Wahrheitsbegriffes durch die Medienkultur<sup>145</sup>, zum anderen auf den ganzen Bereich von Gewalt und Pornographie. Ein dritter Bereich ist das Problem der Frage nach der Authentizität katholischer Websites. Es wird die Einführung einer Art Gütesiegel propagiert.

In Bezug auf die Sakramente macht das Dokument deutlich, dass keine Sakramentalität im Cyberspace möglich ist. Die religiöse Erfahrung, welche im Internet möglich ist, wird als ungenügend bezeichnet, da es ihr an Beziehung zu anderen Gläubigen fehlt.<sup>146</sup> Dem Begleitdokument „Internet und Ethik“ wird in der vorliegenden Arbeit kein besonders großer Stellenwert eingeräumt, da der Bereich der Ethik hier ausgeklammert wurde. Aber auch das mathematisch technische Medienverständnis kommt hier wieder zum Ausdruck, wenn es in dem Schreiben heißt, dass das Internet ein Instrument ist „das für verschiedene Aspekte von Verwaltung und Leitung genutzt werden kann“ (Nr. 6) und das zur „Erziehung“ der Öffentlichkeit eingesetzt werden kann.

#### **4.1.1.5 Die schnelle Entwicklung**

Das im Jahr 2005 erschienene Apostolische Schreiben Die schnelle Entwicklung nimmt eindeutig Rückbezug auf das Konzilsdokument Inter mirifica und sagt, es sei von „noch größerer Aktualität“ (Nr. 1). Sehr treffend analysiert das Dokument den Kontext, innerhalb dessen Netzinkulturation stattfinden muss:

„Die sozialen Kommunikationsmittel haben eine solche Wichtigkeit erreicht, dass sie für viele zum Hauptinstrument der Orientierung und Ges-

---

<sup>145</sup> In Nr. 9 heißt es hierzu : „Die Daten lassen vermuten, dass einige Besucher auf den religiösen Seiten im Internet in einer Art Einkaufsbummel aus verbrauchergerichten religiösen Paketen Einzelteile auswählen und aufnehmen um sie ihrem persönlichen Geschmack anzupassen.“

<sup>146</sup> Vgl Nr. 9. Inwieweit religiöse Erfahrung im Internet subsidiär zu „realer“ Erfahrung ist, bedarf dringend einer eingehenden Untersuchung. Die in dem Nebensatz „es fehlt die Beziehung zu anderen Gläubigen in der wirklichen Welt“ gelieferte Begründung ist entweder missverständlich formuliert oder aber falsch. Denn das Internet dient gerade dazu Beziehungen zwischen Menschen in der realen Welt herzustellen.

taltung des individuellen, familiären und sozialen Verhaltens geworden sind. Es handelt sich um ein komplexes Problem, denn diese Kultur entsteht in erster Linie nicht aus Inhalten, sondern allein schon aus der Tatsache, dass es neue Weisen gibt, in bisher nicht gekannten Sprachen und Techniken zu kommunizieren.“ (Nr.3)

An derer Stelle heißt es:

„Evangelisierung ist in der heutigen kirchlichen Theorie und Praxis ein Schlüsselwort geworden. Gemeint ist die Dynamik, die Frohbotschaft in alle Bereiche der Menschheit zu tragen und sie durch deren Einfluss von innen her umzuwandeln.“ (Nr. 1)

Trotz aller Zutreffendheit dieser Aussagen bleibt die spannende Frage, warum hier von einem „komplexen Problem“ die Rede ist. Komplex ist das Phänomen der sozialen Kommunikationsmittel mit Sicherheit, aber von einem Problem zu sprechen anstelle einer Herausforderung erscheint doch etwas im Widerspruch zu den Aussagen anderer Dokumente, die den Grundtenor des Geschenkcharakters der neuen Kommunikationsmittel, allen voran des Internets, betonen.<sup>147</sup> Die Funktion der sozialen Kommunikationsmittel sieht das Dokument wie folgt:

„In einer organisatorischen und korrekten Sicht des menschlichen Fortschritts können und müssen die Medien die Gerechtigkeit und Solidarität fördern, indem sie Ereignisse exakt und wahrheitsgetreu wiedergeben, Probleme und Situationen umfassend analysieren und unterschiedliche Meinungen zu Wort kommen lassen.“ (Nr. 3)

Das Dokument spricht davon, dass die Ereignisse durch die Medien exakt und wahrheitsgemäß wiedergegeben sind. Hier liegt vielleicht einer der wichtigsten Problempunkte einer Netzkulturation: Während die Kapitel über Blogs (Kapitel 3.7) und Wikis (Kapitel 3.4) gezeigt haben, dass es in der Internetkultur darum geht ein Ereignis aus möglichst vielen Blickwinkeln wiedergeben, legt die Kirche Wert auf eine exakte Wiedergabe. Ein Konflikt ist vorprogrammiert. Das Dokument geht sogar noch einen Schritt weiter: „Diese Aufgabe ist sicher nicht leicht in unseren Tagen, in denen sich die Überzeugung breit macht, die Zeit der Gewissheiten sei hoffnungslos vorbei; nunmehr müsse der Mensch lernen, vor einem Horizont völliger Sinnferne im Zeichen des Vorläufigen und Vergänglichen zu leben“ (Nr. 7). Ob diese Zeit sich tatsächlich dadurch auszeichnet, dass sich die Überzeugung ausbreitet, es gäbe einen „Horizont völliger Sinnferne“ darf stark bezweifelt werden. Eine Theo-

---

<sup>147</sup> So z.B. in Nr. 5, wo die Medien als „Gelegenheit der Vorsehung bezeichnet werden.“ Oder in Nr. 6: „in Ihnen [den Medien; J.P.] sieht sie Wege, die Gottes Vorsehung unserer Zeit geschenkt hat [...]“.

logie mit Zeitindex, wie von dem Konzilsdokument *Gaudium et spes* propagiert, macht bei einer solch pessimistischen Zeitanalyse wenig Sinn. Andererseits wiederum betont das Dokument die Wichtigkeit der sozialen Kommunikationsmittel, wenn es schreibt, dass diese die Kirche antreiben „zu einer Art pastoraler und kultureller Erneuerung [...], um so in der Lage zu sein, den Zeitenwandel, in dem wir leben, in entsprechender Weise bewältigen zu können“ (Nr. 8). In Bezug auf das Internet wird gefordert, dass „[d]ie Kultur der Mitverantwortung [wachsen] muss“ (Nr. 11). In der darauf folgenden Nummer kommt ein Passus über die Bedeutung der öffentlichen Meinungsäußerung in der Kirche. Dort heißt es: „[D]er Kodex des kanonischen Rechts erkennt unter bestimmten Voraussetzungen das Recht auf Meinungsäußerung an“ (Nr. 12). Wie ein solcher Satz wohl auf einen Mitarbeiter von Wikipedia oder der open source Bewegung wirken muss, ist evident: Er wird Ablehnung erfahren. Andererseits gibt es in dem Dokument Passagen, die auch aus den Statuten der open source Bewegung stammen könnten, wenn es etwa heißt: „Für die Gläubigen und die Menschen guten Willens ist die große Herausforderung in dieser unserer Zeit, eine wahrheitsgemäße und freie Kommunikation zu unterhalten, die dazu beiträgt, den ganzheitlichen Fortschritt der Welt zu festigen“ (Nr. 13).

## 4.2 Kirchen online

Das Angebot an religiösen Websites im Internet ist unüberschaubar. Nicht zuletzt deshalb spielen Suchmaschinen die entscheidende Rolle bei der Informationsbeschaffung im Internet. Um einen sinnvollen und für die zu erörternde Frage sinnvollen Einblick zu gewähren, ist es dienlich, die folgende Darstellung mit dem Titel „Religion online“ nach gewissen Kriterien zu ordnen: Im Vordergrund steht die Frage: Was bietet die Website dem Nutzer. Dabei ist die Strukturierung anhand der Formatfrage vorgenommen. Gute Überblicke nach Themengebieten und Religionen bietet das Werk „Religion online“ von EISELE, das in den Webkatalog und Suchmaschine [www.crossbot.de](http://www.crossbot.de) aufgegangen ist.<sup>148</sup> Die Übersicht in der vorliegenden Arbeit wird bewusst knapp gehalten und auf die Frage beschränkt, wie und in welchem Umfang und von wem die verschiedenen Formate des Mediums Netz genutzt

---

<sup>148</sup> EISELE, M., *Internet-Guide Religion*. Gütersloh 2001.



werden.<sup>149</sup> Andere Religionen konnten dabei leider nicht berücksichtigt werden. Besonders für den Islam empfiehlt sich der hervorragende Aufsatz von BUNT.<sup>150</sup>

#### 4.2.1 Portale und Gateways

Die Hauptseite der katholischen Kirche in Deutschland ist von Ihrem Wesen her eine Portalseite. Sie zeichnet sich dadurch aus, dass die Angebote unter einer gemeinsamen Site, [www.katholisch.de](http://www.katholisch.de), gesammelt sind. Daneben gibt es noch einige Portale, die von der Reichweite an das offizielle Portal heranreichen, z.B. [www.kath.de](http://www.kath.de), eine privat betriebene Seite und [www.kath.net](http://www.kath.net), ebenfalls eine privat betriebene Seite aus Österreich. Gerade hieran wird deutlich, dass es im Internet keine Ländergrenzen mehr gibt, sondern dass dort lediglich Sprachräume die großen Grenzen darstellen. [www.katholisch.de](http://www.katholisch.de) zeichnet sich durch sein reichhaltiges Angebot an Unterkategorien aus, die thematisch sortiert sind. Interaktive Angebote wie Chats o.ä. sind verlinkt. Filme und online Streams können auf der Seite abgerufen werden. Eigene Angebote daran gibt es keine, aber es wird weiterverlinkt. Die Evangelische Kirche präsentiert sich unter dem Auftritt [www.ekd.de](http://www.ekd.de). Interessant ist der Ansatz der Schweizerischen Kirche: Zum einen gibt es einen Auftritt der katholischen Kirche in der Schweiz unter [www.kath.ch](http://www.kath.ch), aber auch ein gemeinsames ökumenisches Portal unter [www.kirchen.ch](http://www.kirchen.ch).

Diese Struktur dekliniert sich dann auch hinunter bis auf die Pfarreiebene. Fast jedes Bistum hat einen eigenen Internetauftritt, der sich an einer Portalstruktur orientiert. Besonders erwähnenswert erscheint hier noch eine Seite: [www.partenia.org](http://www.partenia.org). Dabei handelt es sich um die Website des Bischofs Jacques Gaillot. Er nennt seine Website dementsprechend Diözese ohne Grenzen. Er gründete, nachdem er zum Bischof einer real nicht mehr existierenden Diözese, Partenia, ernannt wurde, die Website [www.partenia.org](http://www.partenia.org) und formierte die Diözese praktisch neu im Internet.

Eine weitere Website verdient noch besondere Erwähnung: Es ist die Seite des Pfarrers SIEGER unter [www.joergsieger.de](http://www.joergsieger.de). Es handelt sich um die private Seite des Pfarrers, auf der er über sich und über seine Arbeit informiert. Des Weiteren finden sich die Auftritte der von ihm betreuten Gemeinden unter diesem gemeinsamen

---

<sup>149</sup> Auf die entscheidende Fragestellung von LASSWELL aus Kap. 4.1.1.1 ist hier bewusst angespielt.

<sup>150</sup> BUNT, G. R., Islam und Muslime im Cyberspace, in: Concilium 1 (2005), 52-62.

Dach. Besonders erwähnenswert ist diese Seite, da sie eine der ersten Auftritte war, als das Netz öffentlich zugänglich wurde. Zum anderen stellt sie aber schon aufgrund der Adresse, die mit dem Namen des Pfarrers identisch ist, eine Besonderheit dar. Zwar haben die betreuten Gemeinden auch eine eigene Adresse, aber es wird auf diese Weise eine besondere Verknüpfung der Person des Pfarrers mit der Gemeinde hergestellt. Es ist also praktisch nicht mehr die Institution, die hier präsentiert wird, sondern die Person, über die der Zugang geschieht. Diese Beobachtung wird bei der späteren Diskussion noch von besonderem Interesse sein.

Auch der Vatikan selbst verfügt über eine Seite, die unter [vatican.va](http://vatican.va) abzurufen ist. Dort ist jedoch festzustellen, dass es sich lediglich um eine Informationsseite handelt: Interaktive Möglichkeiten werden dem Nutzer kaum geboten. Die Seite ist sehr aufwendig grafisch gestaltet, was eine erhöhte Ladezeit zur Folge hat und sich auf die Nutzer von Modemverbindungen auswirkt. Allerdings ist die Website sehr verschlossen, denn es gibt so gut wie keine Links, die aus dem Angebot weiter ins Netz führen. Sie dient der Information und folgt dem Prinzip, dass das Internet ein neuer Vertriebskanal für das Evangelium ist.

#### **4.2.2 Suchmaschinen**

Die wohl größte christliche Suchmaschine mit angegliedertem Katalog ist [crossbot.de](http://crossbot.de), betrieben von der evangelischen Kirche in Deutschland. Dabei stand bei der Gründung von crossbot die Frage im Raum, ob es sinnvoll ist, eine eigene Suchmaschine zu machen anstatt sich auf große Suchmaschinen wie [google.de](http://google.de) zu konzentrieren. Es hat sich aber gezeigt, dass eine eigene Suchmaschine wie crossbot mit einem eigenen Verzeichnis dazu beiträgt, die Linkpopularität zu erhöhen. Auch andere Dienste wie [meineStadt.de](http://meineStadt.de) greifen auf diese Kataloge zurück. Dadurch werden religiöse Inhalte besser platziert. Auf katholischer Seite gibt es dazu kein Pendant. Es gibt einige private Projekte, wie etwa der Webkatalog von WEIMER.<sup>151</sup>

#### **4.2.3 Experimente im virtuellen Raum**

Die EKD hat unter der Adresse [www.frankfurtevang.lich.de](http://www.frankfurtevang.lich.de) einen virtuellen Andachtsraum eingerichtet, der sehr ästhetisch und anmutig und dem Zeitgeist der

Internetanwendungen angepasst erscheint. Hier wird versucht, mittels grafischen und akustischen Elementen lebensweltliche Phänomene (Die Atmosphäre eines Andachtsraumes) in die virtuelle Realität zu übertragen. Ob das allerdings dazu geeignet ist, die religiöse Dimension abzubilden, ist zumindest fraglich. Ein ähnliches Projekt wurde von der KGI betrieben.<sup>152</sup> Der Seelengarten ist ein Projekt, welches ebenfalls mehrere Multimediaelemente umfasst und den Nutzer zum Ausprobieren einlädt.

#### **4.2.4 Seelsorge / Kommunikation**

www.seelsorge.net war eines der ersten Angebote in diesem Segment. Es handelt sich um ein ökumenisches Angebot von SeelsorgerInnen, das auf email-Basis Seelsorge leistet. Ebenfalls Seelsorge im Internet betreibt die Katholische Glaubensinformation KGI, die z.B. die Adresse www.autobahnkirche.de unterhält. Hier finden sich Informationen, Impulse und ein Beratungsangebot. Eine Verbindung aus experimenteller, virtueller Gemeinde und einem Seelsorgeangebot bietet die virtuelle Kirche in der funcity.<sup>153</sup> Hier werden ein Chatraum, ein virtuelles Fürbittenbuch und Zweierchaträume mit einzelnen Seelsorgern angeboten. Es wird regelmäßig ein Chat mit einem Pfarrer angeboten. Die Seite www.kummernetz.de arbeitet vor allem über Personen. Hier sind genaue Profile jedes Seelsorgers hinterlegt. Ein ratsuchender Nutzer kann sich seinen Seelsorger also vorher ansehen und dann mit ihm über email oder in einem Chatraum Kontakt aufnehmen. Durch einige integrierte Foren können die Anliegen auch öffentlich dargestellt werden, so dass andere Nutzer direkt darauf antworten und eingehen können. Auch eine langzeitige Begleitung über Chat und email ist möglich. Besondere Angebote für Kinder stehen bereit.

#### **4.2.5 Kirche und Chats**

Auf der Ebene von www.katholisch.de wird kein Chat angeboten. Chats finden sich vor allem auf den bereits in Kapitel 4.2.4 geschilderten seelsorglich ausgelegten Websites. Aber auch auf Verbandseiten wie oder auf Pfarreiseiten finden sich Chat-

---

<sup>151</sup> Vgl. <http://www.glaube-und-kirche.de/glaubens.htm>.

<sup>152</sup> Vgl. <http://www.autobahnkirche.de/spirit-container/impulse/hortulus/hortulus.html>.

<sup>153</sup> <http://funcity.de>.

Angebote. Dazu kommen temporal bedingte Chats, wie etwa der im Projekt von VERST<sup>154</sup> beschriebene.

#### 4.2.6 Kirche und Blogs

Die katholische Bischofskonferenz der Philippinen bedient sich auf Ihrer Website<sup>155</sup> als erste offizielle katholische Website dem Format des Blogs unter der Überschrift „Bishops on the blog“: Dabei sind die Blogger allesamt Bischöfe: Erzbischof Oscar Cruz von Lingyen-Dgupan betreut den Blog „Viewpoints“; Bischof Leonardo Pedroso von Borongan betreut den Blog „Tidbits“ und Bischof José Manguiran´s Blog trägt den Titel „the Meaning“. Dabei handelt es sich um eine gezielte Kampagne der Philipinischen Bischofskonferenz und nicht etwa um eine Initiative einzelner Bischöfe. Mark Inigo Tallara, der Pressesprecher der CBCP, erklärt den Sinn dieser Aktion wie folgt: "our aim is to make every bishop accessible to the faithful, particularly to the youth that's why we want each of them to have their own blog."<sup>156</sup> Eine zukunftssträchtige Aussage. In Deutschland fehlt eine offizielle Nutzung des Formates blog seitens der Kirche noch. Zum Weltjugendtag hatte beispielsweise die offizielle Website zum Weltjugendtag keinen Blog, sondern vielmehr der WDR in Kooperation mit DW-WORLD.de. Dementsprechend beschränkt sich die katholische Bloggerszene in Deutschland auf einige Privatpersonen.<sup>157</sup> Wo liegen die Ursachen, dass die Kirche sich noch nicht des Phänomens der Blogs näher zugewandt haben? Nun zum einen ist Deutschland im internationalen Vergleich noch deutlich unterrepräsentiert, was Bloggs angeht. Allein der Nachbar Frankreich weist eine dreifach höhere Blogdichte auf. Allerdings liegt die Verdopplungsrate der Blogs, die in den letzten drei Jahren international bei 5 Monaten lag, in Deutschland nicht weit unter dem internationalen Durchschnitt. Würde dieser Trend anhalten, wären im Jahre 2009 alle derzeit 6,7 Milliarden Menschen Blogger. Ein gewichtiger Grund dürfte in der ambivalenten öffentlichen Meinung zu Blogs liegen: Die FAZ warnt gar vor einer ´frei flotierenden Gerüchteküche´ und die Süddeutsche malt mit Hilfe einer

---

<sup>154</sup> Vgl. Kapitel 5.4.2.

<sup>155</sup> <http://www.cbcponline.net>.

<sup>156</sup> [http://www.sunstar.com.ph/static/man/2005/10/13/news\\_bishops.to.have.individual.online.journals.html](http://www.sunstar.com.ph/static/man/2005/10/13/news_bishops.to.have.individual.online.journals.html).

<sup>157</sup> So beispielsweise: <http://catholica.Blogspot.com/> von RECKE, M., <http://intelligam.Blogspot.com/> von STAAB, M. oder <http://netzinkulturation.Blogspot.com/> von

selbsternannten Fachfrau für „online-Abhängigkeit“ das Bild vom Blogger als einsamem Internet-Süchtigen“<sup>158</sup>. In der öffentlichen Meinung ist das Potential von blogs sicherlich zugunsten ihrer negativen Einflüsse auf die Publizistik ausgeschlagen. Freilich fehlen genauere Untersuchungen, um diese Aussage zu untermauern. So bewertet etwa SADRONZINSKI, ehemaliger Redaktionsleiter bei tagesschau.de, blogs als „nettes Experiment von/für ein paar Intellektuelle.“<sup>159</sup> In diesem Klima möchte die kirchliche Öffentlichkeitsarbeit sicherlich nicht genau in diesem umstrittenen Segment den Schritt nach vorne wagen. Andererseits nutzen viele Medien wie etwa die ZEIT oder der Tagesspiegel erfolgreich dieses neue Format. So erzählt etwa ein Redakteur der Zeit im Interview: „Ich war sogar überrascht über die enorme „Klick-Rate“ der Weblogs, denn wir hatten keinerlei Werbung dafür gemacht. Doch von Anfang an war ich davon überzeugt, dass es mehr als ein „Experiment“ ist.“<sup>160</sup>

#### 4.2.7 Kirche und Wikis

In der größten auf der Wiki Software aufbauenden Plattform, [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de), arbeiten private Personen auf freiwilliger Basis. Es gibt auch ein Projekt, eine christliches Wikipedia aufzubauen. Unter [www.christwiki.de](http://www.christwiki.de) versucht MÜHLICHEN ein Schwesterprojekt der Wikipedia zu initiieren, aber mit der Absicht, vor allem einen christlich gefärbten Standpunkt einzunehmen. Man darf gespannt sein, ob es funktioniert, ein Format wie die Wikipedia christlich zu kopieren. Interessant ist dabei vor allem die Frage, ob die kritische Masse erreicht wird. Erfolgreiche Formate wie etwa ebay, die christlich kopiert werden<sup>161</sup>, haben meist nicht die ausreichende kritische Masse an Besuchern, um einen dauerhafte Community zu generieren, die beständig an dem Projekt arbeitet.

---

PELZER, J. Das größte religiöse deutschsprachige Internetverzeichnis der EKD, [crossbot.de](http://crossbot.de), listet 10 Einträge in der Kategorie Blogs (gesehen am 20.12.2005).

<sup>158</sup> SIXTUS 2005.

<sup>159</sup> KRÄMER, M., WARTH, C., Journalistische WeBlogs „... generell messe ich dieser Form keine große Bedeutung bei“, [http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview\\_sadrozinski.php](http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview_sadrozinski.php) 2004 (gesehen am 10.10.2005).

<sup>160</sup> DORNER, A., Journalistische WeBlogs „Mehr als ein Experiment“, 2004, [http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview\\_richter.php](http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview_richter.php) (gesehen am 10.10.2005).

<sup>161</sup> Vgl. <http://www.vivat.de/cgi-bin/marktplatz/main.pl>.

#### 4.2.8 Cyberchurches

Die Frage, die hinter dem Phänomen der Cyberchurches steht, ja eigentlich hinter der gesamten Thematik des Cyberspace, ist aus theologischer Sicht die Frage, wie sich der Glaube durch das neue Medium Internet verändern wird. Cyberchurches zeigen eine mögliche eindeutige Antwort: Glaube wird digital, entleiblicht. Ob nun Taufen oder Hochzeiten vor dem PC - als Extrembeispiele - oder der gemeinsame Gottesdienst vor der Tastatur, allen diese Elemente fehlt das personal körperliche Element. Die Grenze zu dem, was den Glauben ausmacht scheint überschritten. Dennoch ist m.E. eine differenzierte Betrachtungsweise zielführender: Gottesdienste im Internet haben in subsidiärer Weise sicherlich eine Berechtigung. Kritisch wird der Einsatz da, wo das Ziel des Einsatzes nicht mehr das Reale ist, sondern ein Ersatz, bzw. Verdrängung des Realen durch das Virtuelle erfolgt. Cyberchurches, wie etwa die „First Church of Cyberspace“ haben ein großes Defizit: Ihnen fehlt die Atmosphäre eines Kirchenraumes, ganz abgesehen von anderen Aspekte religiöser Erfahrung. „Das Auge - es hat keine Wahl, als zu sehen; wir können das Ohr nicht bitten taub zu sein; unsere Körper fühlen, wo immer sie sind, gegen und mit unseren Willen.“<sup>162</sup>

---

<sup>162</sup> WORDSWORTH, W., hier zitiert nach : MCLUHAN <sup>2</sup>1984, S. 44.

## 5. Theologische und pastorale Diskussion

„Das Netz ist eine alte Metapher der christlichen Überlieferung. Am Anfang der Geschichte der Ausbreitung des christlichen Glaubens standen ein Wanderprojekt und Fischer, die Gruppe wurde zu Menschenfischern, Kommunikation unterwegs zum Prinzip einer Vernetzung, die auf Bildung einer Gemeinschaft in der Gesellschaft zielte.“<sup>163</sup>

Im abschließenden dritten Hauptteil der Arbeit, den das fünfte Kapitel darstellt, wird es darum gehen, die Ergebnisse der vorhergehenden Kapitel zusammenzuführen. Vor allem interessiert dabei die Frage, wo die Stärken des Netzes liegen. Einige mögliche Konfliktpunkte wurden bereits bei der Besprechung der kirchlichen Dokumente in Kapitel 4.1.1 angeführt. Woran es vor allem mangelt, ist eine klare Grundoption, die sich gleichsam wie eine Kernbotschaft auf die einzelnen pastoralen Implikationen ableiten lässt. Die kirchlichen Dokumente jedenfalls zeichnen ein teilweise widersprüchliches Bild in Bezug auf die Umgangsweise mit dem neuen Medium Netz. Die Stärken des Netzes liegen in seiner Funktion als Informationsmedium, Kommunikationsmedium, Präsentationsmedium und als Simulationsmedium.<sup>164</sup> BOBERT-STÜTZEL betont besonders den Charakter des Simulationsmediums, der die Postmoderne Kultur widerspiegelt: „Computer verkörpern die Theorie der Postmoderne und holen sie auf den Boden der Wirklichkeit.“<sup>165</sup> Diese Eigenart des Internets wurde bereits herausgearbeitet, als auf das Prinzip des partizipativen Journalismus verwiesen wurde. Die Wirklichkeit wird spielerisch, simultativ, erschlossen, ganz im Sinne von Wittgensteins Grundannahmen des Sprachspieles in Kapitel 3.2.4. Dementsprechend muss diese Grundfrage nach der Wirklichkeit des Mediums Netz bei der pastoralen Diskussion immer im Blick bleiben. FÜRST hat sie vortrefflich auf den Punkt gebracht, wenn er schreibt, dass die medialen Herausforderungen die Kirche vor eine grundsätzlich theologische Frage stellen, die lautet:

---

<sup>163</sup> JANOWSKI, N., zitiert nach: GROTE, A., Deus ex internet, Die deutschen Kirchen drängen ins internet, c't 14 (1998), S. 75.

<sup>164</sup> Vgl. BOBERT-STÜTZEL, S. „The medium is the message“? Zum medialen Wandel der Predigt im Internet, in: Magazin für Theologie und Ästhetik, <http://www.theomag.de/07/sbs1.htm> (gesichtet am 10.10.2005).

<sup>165</sup> TURKLE, S., Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet, Reinbek 1999, S.24.

„Wie verhält sich eine künftig multimedial agierende Kirche zu der vom Evangelium intendierten religiös-christlichen und kirchlichen Praxis? Dies ist der eigentlich neuralgische Punkt.“<sup>166</sup>

Deshalb werden die folgenden Ausführungen vor allem im Rückbezug auf die Gesamtheit der kirchlichen Praxis zu verstehen sein. Eine Verortung einer internetgestützten Pastoral innerhalb eines Gesamtkonzeptes kirchlicher Pastoral ist ebenso wichtig wie die genaue Ausformulierung einer solchen.

### **5.1 Die Dialektik der neuen Kultur**

Wie bereits die Ausführungen in Kapitel 3.1 und Kapitel 3.2.2 zeigten, kann es Fehlformen im Umgang mit dem Netz geben. Sie wurden in der vorliegenden Arbeit nur kurz und unvollständig erwähnt. Das Kapitel 2.1.3 Mythos Internet widmete sich etwas ausführlicher dem Thema der oftmals mit dem Internet verbundenen Kritikpunkte. Es erscheint aber sinnvoll, an dieser Stelle der Ausführungen nochmals auf einen wichtigen Punkt zurückzukommen, um ihn theologisch zu diskutieren: Jenen von dem Verhältnis von Virtualität und Realität. Denn diese Frage erscheint m.E. neben der Metafrage, die im vorhergehenden Kapitel unter dem Stichwort des Verhältnisses zur kirchlichen Praxis abgehandelt wurde, als eine der zentralen Fragen. Es ist die Frage, ob das Medium unbewusst eine Eigenbotschaft transportiert, die der eigentlichen christlichen Botschaft abträglich ist. MÜLLER etwa, der vorsichtig skeptisch auf das Internet blickt, schreibt:

„Cyber-Freaks berichten übereinstimmend, dass sie medial besuchten Welten notorisch binnen kurzem realer empfinden als die Welt, aus der sie dorthin gestartet sind, das heißt, der Virtualitätsindex verschiebt sich von der einen zur anderen.“<sup>167</sup>

Es stellt sich natürlich die Frage, ob der Rückschluss von einigen „Freaks“ auf das Medium an sich, bzw. auf die Auswirkungen des Mediums auf die Masse der Nutzer gerechtfertigt ist. Aber MÜLLER geht noch weiter und sieht einen „Deus ex machina“<sup>168</sup> heraufkommen, womit er eine Entwicklung anmahnt, durch die die Virtualität selbst in den Status von etwas Göttlichem gehoben wird. Er zitiert den Net-Propheten BARLOW mit den Worten „Heute wird das Fleisch so gewissermaßen

---

<sup>166</sup> FÜRST 2000, S. 396.

<sup>167</sup> MÜLLER 1998, S. 60.

<sup>168</sup> MÜLLER 1998, S. 68.



Wort“<sup>169</sup> - um dann auf die Gefahren dieser Entwicklung für das Christentum hinzuweisen. Allerdings darf der Einfluss solcher Net-Propheten, Cyber-Theologen und ihrer Theorien m.E. nicht überschätzt werden.

Einen weiteren Umstand gilt es zu bedenken: Lässt sich die Grenze zwischen offline und online, zwischen Realität und Virtualität immer so leicht ziehen, wie das oftmals nahegelegt wird? FÜRST warnt vor den Gefahren der Virtualität mit den Worten: „Die Virtualität frisst die reale Realität auf.“<sup>170</sup> - Die Frage sei jedoch erlaubt, ob sich beide Realitäten so gegeneinander ausspielen lassen. Es erinnert sehr stark an die Denkschrift der EKD zu neuen Medien mit dem Titel „Maß des Menschlichen“ (2003). Sie beschäftigt sich mit dem Aufkommen der Wissensgesellschaft. Aber auch hier zeichnet sich ein sehr diffuses und vorsichtiges Bild der neuen Medien und besonders des Begriffes der Virtualität ab:

„Die künstliche digitale Welt bietet zwar enorme Möglichkeiten des Zugriffs auf Informationen; sie schafft jedoch zugleich einen fiktiven Spielraum für Phantasien über menschliche Möglichkeiten, die von einer konkreten, in bestimmten Lebenserfahrungen gegründeten Lebenswirklichkeiten nicht mehr gedeckt sind. Virtuelle Wirklichkeiten nähren den Traum, Zeit und Raum zu überqueren, bald alles zu erschließen und so über alles verfügen zu können. Solchen unrealistischen Bildern gegenüber wird in dieser Denkschrift ein Bildungsansatz vertreten, der eine nüchterne Analyse der Wirklichkeit einschließt. Sie nimmt die Natur des Menschen in ihren Möglichkeiten und Grenzen, im Guten wie in den Abgründen des Bösen, ehrlich und unverstellt wahr.“

Der negative Unterton in diesen Zeilen ist deutlich zu erkennen: Allmachtsphantasien, erzeugt durch Virtualität. Man darf skeptisch sein. Eine solche Polarisierung von Virtualität und Realität ist sicher nicht tragbar. Auch nicht in einem katholischen Verständnis. Ab wann ist der Nutzer denn online, bzw. virtuell? - so müsste die passende Rückfrage lauten. Abgesehen von der technischen Definition, dass online zu sein bedeutet, eine funktionierende Verbindung zum Internet zu haben, impliziert es ja scheinbar, so MÜLLER u.a., auch einen ontologischen Status, der die Gefahr in sich trägt, dass er absolut gesetzt wird. Es ist jedoch dann, etwas ironisch, die Rückfrage zu stellen, wo die Grenze liegt. Denn wenn der Nutzer am Bildschirm in einem momentan stattfindenden Chat ein paar Worte eintippt, so ist er online, bzw. virtuell, greift er aber dann zum Telefonhörer um einem Bekann-

---

<sup>169</sup> MÜLLER 1998, S. 68f. und MÜLLER, K., Was gehen die Philosophie Computer an? Philosophische Grundfragen im Horizont der Telemediatisierung, <http://www.diegegenwart.de/ausgabe33/mueller.pdf> (gesehen am 09.09.2005), S. 17.

<sup>170</sup> FÜRST 2000, S. 397.

tem die eben im Chat erfahrene Neuigkeit mitzuteilen, ist er dann wieder offline, also real? Auf die Theologie angewandt: „What is Transsubstantiation if not Virtual Reality?“<sup>171</sup> Die Frage, die dahinter steht, ist, ob es sich beim online-Sein wirklich um eine eigenständige ontologische Realität handelt. Ein weiterer Gedanke drängt sich auf, gerade im Bezug auf die Frage nach der Bedeutung von Zeichen und Texten: In Rückgriff auf Wittgensteins Theorie, die bereits in Kapitel 3.2.4 dargelegt wurde, stellt auch VERST fest:

„Eine solche Gottesrede [nach dem Repräsentationsmodell, demzufolge der Sinn von Zeichen hinter diesen verborgen liegt; J.P.] missverstehe sich als „Offenbarung“ der eigentlichen, wahren Bedeutung der biblischen Texte und damit letztlich des Gotteswortes selber. Doch was „hinter“ Zeichen und Texten liegt, sind wieder Sprachwelten. Aus ihnen kommen wir gar nicht heraus. Bedeutung ist nicht etwas, was hinter oder tief in den Sätzen der Sprache steckt, sondern etwas, das sich ereignet, wenn unterschiedliche Sätze aufeinander stoßen, Texte in Kontexte geraten und so Bedeutung erlangen.“<sup>172</sup>

Dass das Netz der ausgewiesene Ort für ein solches Aufeinandertreffen ist, wollten die vorangestellten Kapitel darlegen. Schlägt man nun die Brücke zu den bisherigen Ausführungen in diesem abschließenden 5. Kapitel, lässt sich ein erstes Fazit ziehen, dass VERST treffend wie folgt charakterisiert: „Kirchlich von Gott reden ist so nicht länger ein autoritativer Vorgang der Textauslegung, sondern wird zum dynamischen Ereignis zwischen den drei Polen Text/Akteure/Gemeinde: als kommunikative Gottesrede.“<sup>173</sup> Und diese These stimmt mit den bereits in Kapitel 4.1.1.5 über die Diskussionskultur in der Kirche getroffenen Aussagen überein: Dort wurde festgestellt, dass sich die kirchliche Auffassung von eingeschränkter Meinungsfreiheit in der Kirche mit dem Selbstbewusstsein der Avantgarde der neuen Internetkultur widerspricht. LEIMGRUBER fasst den Sachverhalt prägnant zusammen: „Katechismen setzen im Grunde den Glauben voraus [...] während gegenwärtig Glaube und Religion selbst zur Frage geworden sind.“<sup>174</sup> Deshalb ist es wenig hilfreich, das Internet/Netz als neuen Vertriebskanal für den Katechismus zu nutzen, vielmehr muss das Evangelium inkulturiert werden in diese neue Kultur, die sich, wie nun festgehalten werden kann, durch ihre offenen und teils radikalen Diskussionsverfahren,

---

<sup>171</sup> WESSLEY, C., GERHARD, L. (Hg.), Ritus, Kult, Virtualität, Regensburg 2000, S. 17.

<sup>172</sup> VERST, L., Medienpastoral. Bericht über ein Projekt, Kevelaer 2003, S. 20.

<sup>173</sup> ebd.

<sup>174</sup> LEIMGRUBER, H.-G., Jesus Christus - Der einzigartige Lehrer, in: Evangeliumnetz Deutschland, <http://www.auftanken.de> (gesehen am 19.01.2004).

die Umgangsformen und schließlich durch den geänderten Wahrheitsfindungsprozeß (man bedenke die Erkenntnisse aus dem Kapitel 3.4 über die Wikis) auszeichnet. Ein weiteres Fazit kann nun gezogen werden, welches eng mit diesem Konfliktpunkt zusammenhängt: Die in dieser Arbeit immer wieder durchscheinende These soll nun firmiert werden: Es handelt sich beim Phänomen Cyberspace bzw. beim Netz nicht um eine eigenständige ontologische Wirklichkeit.<sup>175</sup> Das Netz bietet graduelle Unterschiede, eine um ein vielfaches potenzierte Kommunikationsmöglichkeit der Nutzer untereinander. Der Dialog per Telefon, der schon seit langem möglich ist, würde auch nicht ohne weiteres als eigenständige ontologische Realität bezeichnet werden. Dieses kleine Gedankenexperiment und die bereits zu dieser Fragestellung getroffenen Aussagen zeigen m.E., dass in solchen Szenarien, in den vor Cyber-Propheten und anderen Tendenzen gewarnt wird, tatsächlich eine Auffassung zugrunde liegt, die von der Realität der Internetnutzer doch sehr abstrahiert erscheint. VERST konstatiert in seinem Buch über Medienpastoral ein drittes Problemfeld, welches durch die Betrachtung des Formates der Blogs in Kapitel 3.7 ins Augenmerk rückte:

„Die Schwerfälligkeit der kirchlichen Struktur verhindert publizistische Nähe zu den Menschen und den Ereignissen. Die Kirche aber müsste mehr Evangelium kommunizieren und weniger sich selbst. Nicht die Organisation sollte zelebriert werden, sondern der Gottesdienst, nicht der Antiquitäten sammelnde Propst sollte ins Bild rücken, sondern der Obdachlose, Arbeitslose, Heimatlose.“<sup>176</sup>

Auch das Dokument *Aetatis novae* macht auf diesen Umstand aufmerksam. Dort heißt es: „Ihre Aufgabe beschränkt sich nicht bloß auf die Verbreitung kirchlicher Meldungen“. Dementsprechend passen die Beobachtungen aus Kapitel 4.2.5, dass die Kirche sich nicht über die Institution präsentieren muss, sondern über die personelle Dimension, so dass eine Nähe zu den Menschen generiert wird, in Form einer Forderung an dieser Stelle zu den Thesen dieser Arbeit.

Auch die oftmals schwerfällig anmutende Präsentation von Textmaterial widerspricht der neuen Kultur des Netzes. Vielmehr verfügt die Kirche über ein 2000-jähriges Repertoire an Bildern, Symbolen und Riten. TOSCANI, bekannt durch seine

---

<sup>175</sup> Interessant ist in diesem Zusammenhang auch die Beobachtung mit einem neueren Phänomen im Internet: dem Planetenbrowsing (engl. Planet browsing). Hierbei wird ein computergeneriertes virtuelles Modell der Erde als Grundlage zur Wissenserschließung benutzt. Bekannt wurde diese neue Art der Internetnutzung vor allem durch das Projekt google earth (earth.google.com). Hierbei ist die virtuelle Welt ein möglichst getreues Abbild der realen Welt.

<sup>176</sup> VERST 2003, S. 34.

aufsehenerregenden Plakatmotive für Benetton, macht in seinem Buch „Die Werbung ist ein lächelndes Aas“ darauf aufmerksam, dass die Kirche allzu schnell in ein Harmoniebedürfnis auch in Bezug auf ihre Außendarstellung flüchtet:

„Als Jesus und seine Agentur ‘Die Apostel’ die größte Kommunikationskampagne aller Zeiten entwickelten, geschah das eben nicht mit einer respektvollen und glückverheißenen Bilderwelt. Ganz im Gegenteil [...] Sie [die Jesus Geschichte; J.P.] erzählt uns von der Erlösung und der ewigen Glückseligkeit und verheißt uns dies durch einen gekreuzigten Mann im blutigen Lendentuch [...]“<sup>177</sup>

Auch VERST kritisiert wie oben bereits erwähnt, dieses kirchliche Harmoniebedürfnis, das dem Charakteristikum des Medium Netz, das die Diskussion, die Infragestellung sucht, widerspricht: „Die kirchliche Gemeindegewirklichkeit aber sieht anders aus. Viele Konferenzen, Gruppenabende, Verbandstreffen, die ich während des zweijährigen Gemeindeprojekts im Bistum Münster erlebt habe, hatten den Charme gemütlicher Kaffeerunden in gut geheizten Pfarrsälen“<sup>178</sup>. Auch EBERTZ, auf den VERST Bezug nimmt, mahnt dieses kommunikative Defizit an. Er führt folgenden plastischen Vergleich an:

„Ich denke, dass viele kirchliche Gemeinden - Ausnahmen bestätigen die Regel - faktisch geschlossene Clubs geworden sind ... wie ein Männergesangsverein, der heute auch vor der Frage steht, wo kriegen wir Nachwuchs her. Man müsste eigentlich zu diesem Männergesangsverein sagen: Schau dich doch mal an! Schau, was du singst, was du nicht singst, welche Formen der Geselligkeit du pflegst und welche nicht! Wenn du diese sechs Fragen richtig beantwortest, dann weißt du, weshalb du keinen Nachwuchs kriegst. Und so ähnlich ist es mit vielen Kirchengemeinden. Sie sind vereinsähnliche, in sich geschlossene, wohlige, gemütliche Clubs geworden, die so tun als seien sie offen, aber faktisch hochgradig geschlossen sind für andere Menschen, für andere Geschmacksgruppen [...]“<sup>179</sup>

In den ersten Jahren dominierte vor allem die Verwertung von Printprodukten im Medium Internet. Das Dokument Kirche und Internet sprach von der Notwendigkeit der Integration der Botschaft in die neue Kultur. Der Gedanke geht in die richtige Richtung, greift aber zu kurz. Da es sich, wie in der vorliegenden Arbeit aufgezeigt, um eine neue Kultur handelt, die mit dem Netz eng verwoben ist, muss eine Inkulturation stattfinden. Durch die Verwendung dieses Terminus anstelle des Terminus der Integration wird nämlich auch der damit implizierte Vorgang thematisiert: Die Exkulturation. Doch ehe dieser Umstand näher betrachtet werden soll, wird ein

---

<sup>177</sup> TOSCANI, O., Die Werbung ist ein lächelndes Aas, Frankfurt <sup>3</sup>2000, S. 131f.

<sup>178</sup> VERST 2003, S. 36.

<sup>179</sup> Hier zitiert nach: VERST 2003, S. 36f.

Blick auf die Besonderheiten der online Kommunikation geworfen, um die Frage zu klären, ob es sich wirklich um eine defizitäre Art und Weise der Kommunikation handelt.

## 5.2 Internetkommunikation: Degression oder Augment

Die Erfahrungen der KGI in der Internetseelsorge deuten in folgende Richtung: Chats bieten eine Möglichkeit, Räume für Selbstkundgabe zu öffnen. Und obwohl sie nach den Kriterien des hier zugrunde gelegten und allgemein verbreiteten Kommunikationsmodell nach SCHULZ VON THUN eine Degression darstellen, sind sie genau dadurch -paradoxaerweise- eine Erweiterung der Kommunikationsmöglichkeiten, indem sie nämlich die Hemmschwelle aufgrund der Fernabwesenheit des Nutzers senken. Vielleicht ist es hilfreich für pastorale Überlegungen, hier von erweiterter Kommunikation im virtuellen Raum zu sprechen, anstatt durch Vergleiche mit einem Idealbild einer face-to-face Kommunikation Veränderungen zu beobachten, um diese dann mittels eines digitalen Schemas (gut/schlecht) zu bewerten. FÜRST macht in seinem Artikel darauf aufmerksam, dass die Kommunikation über Internet nur selten im Sinne der Medientheorie von MCLUHANN als Zugewinn, als Erweiterung, gesehen wird:

„Nur mühsam setzt sich in der Kirche die Erkenntnis durch, dass durch die neuen Medien das Spektrum der organisationalen Kommunikation und pastoralen Angebote um ungeahnte »Nutzungsmöglichkeiten« erweitert wird, von »online-Gottesdiensten« über »Bibelkurse« und »religiöse Chat-Rooms« zur »Internetseelsorge«.“<sup>180</sup>

Wenn also, wie in der Arbeit versucht wurde aufzuzeigen, oftmals die Gefahren der online-Kommunikation betont werden, darf das nicht geschehen, ohne das enorme Potential der online Kommunikation zu sehen. Wie in Kapitel 5.4 noch aufzuzeigen sein wird, bietet das Medium Netz der Kirche gerade die Möglichkeit auf Tuchfühlung mit der postmodernen Lebenswelt zugehen. Denn das Netz ist das Medium der Postmoderne, es ist faktisch wie ein Spiegelbild der modernen Gesellschaft, indem es soziale Tendenzen sehr genau widerspiegelt. Der Erfinder des Netzes, BERNERS-LEE schreibt: „Die Parallelen zwischen technischem Design und Sozialprinzipien ha-

---

<sup>180</sup> FÜRST 2000, S. 393.

ben sich in der Geschichte des Webs wiederholt“<sup>181</sup> - und es ist nicht zu erwarten, dass dies in Zukunft anders wird. Somit kann die Kirche in einem Vorgang der Exkulturation Elemente dieser Kultur mit Ihrer gängigen Praxis vergleichen und eventuell daraus Rückschlüsse über pastorale Umsetzungsoptionen ziehen. Theologisch grundgelegt wurde dieser Gedanke in der pastoralen Konstitution über die Kirche in der Welt, *Gaudium et spes*, wo besonders in Nummer 40, bei der Erörterung der Frage der gegenseitigen Beziehung von Kirche und Welt, folgende Aussage getroffen wird: „Unter Voraussetzung all der bisherigen Aussagen dieses Konzils über das Geheimnis der Kirche ist sie nun darzustellen, insofern sie gerade in dieser Welt besteht und mit ihr lebt und wirkt.“<sup>182</sup> Wie dieses Wirken in Bezug auf die neue Kultur des Internets aussehen kann, sei im folgenden Kapitel skizziert.

### 5.3 Pastorale Umsetzung

Die Ausgangslage für eine pastorale Umsetzung ist äußerst günstig: BACHMANN gibt folgende Punkte zu bedenken:

„Die Kirche verfügt über vieles, was die meisten Web-Unternehmen erst noch entwickeln müssen: flächendeckende Infrastruktur, motiviertes Personal, unique Services und funktionierende Communitys. Darüber hinaus eine klare Botschaft, beständigen Newsflow und anhaltende Medienpräsenz“<sup>183</sup>

Woran es scheinbar mangelt, ist eine geeignete Koordinationsstelle um das Potential zu bündeln und vor dem wie in Kapitel 4.2 gezeigten Zerfasern zu bewahren. Der Ausdruck Zerfasern meint dabei den Vorgang, dass an vielen verschiedenen Stellen, oftmals in privater Initiative, Projekte begonnen werden, die an manchen Stellen gleichzeitig vorgenommen werden. Neben dem Einsparungspotential durch Absprache bei der Softwareanschaffung, ist es vor allem verschenkte Öffentlichkeitswirkung, wenn Projekte nicht von einer zentralen Stelle koordiniert werden. Aber auch erste Spuren der neuen Internetkultur lassen sich bereits in ihrer Wirkungsweise auf die Kirche ausmachen. KEHL beschreibt diese treffend wie folgt:

„Als Zeichen und Werkzeug des universalen Heilswillens Gottes wird die Kirche selbst im ganzen universal, offener, weiter, allerdings auch unbe-

---

<sup>181</sup> BERNERS-LEE 1999, S. 303.

<sup>182</sup> Rom008, Nr. 40.

<sup>183</sup> BACHMANN, M., Die Kirchen gehen ins Netz. Das virtuelle Bekenntnis und andere Dilemmata, in: NZZ vom 30.6.1997.

stimmter. Sie kann nicht mehr sagen: Hier beginnt Kirche ..., hier endet sie. Statt dessen kann jetzt viel stärker die Möglichkeit einer großen Vielfalt von gestufter Zugehörigkeit zur Kirche oder Zuordnung zu ihr gesehen werden; und zwar nicht nur .. unter den Menschen außerhalb der Kirche sondern auch analog auch unter ihren getauften Mitgliedern selbst.“<sup>184</sup>

EBERTZ spricht von einem notwendigen Wandel der Gemeindepastoral hin zu einer „Kommunikationspastoral der Zwischenräume“<sup>185</sup>. Der Terminus Zwischenräume ist nicht nur semantisch verwandt mit dem Begriff des Inter-nets. Vielmehr sind im Internet ebensolche Zwischenräume entstanden, in den Formaten von Foren, Chats, Blogs, und vielen anderen. Sie überwinden geografische und zeitliche Grenzen, liegen dazwischen. VERST stellt eine treffliche Forderung in Bezug auf die Nutzung solcher Kommunikationsorte auf: „Die zweite medienpastorale Option lautet daher: Christliche Gemeinden sollten durch die Art und Weise ihrer (Re-)Präsentation zu milieuübergreifenden Kommunikationsorten werden.“<sup>186</sup> Die bereits unter dem Stichwort Harmoniebedürfnis angesprochenen Milieugrenzen können gezielt durch den Einsatz der neuen Formate des Internets, un dabei primär des Netzes, überwunden werden.

Das Internet bietet wie in der vorliegenden Arbeit gezeigt vor allem zwei Vorteile: Es überwindet räumliche Trennung, was innerhalb der räumlichen Veränderungsprozesse der Gemeinden ein nicht zu unterschätzendes Gut ist. Es bietet aber auch die Möglichkeit milieuübergreifender Kommunikationsorte. Diese Orte sind sehr zielgruppenspezifisch, wie besonders das Kapitel 3.7.2 über die Blogs gezeigt hat. Gerade hier bietet sich für die Kirche eine ideale Möglichkeit der Inkulturation an. Ein zweiter Vorteil bezieht sich auf das bereits oben bei dem unter dem Stichwort Postmoderne Angesprochenen: Besonders das Individuum rückt in der Postmoderne in den Mittelpunkt. Auch das Internet fördert diesen Trend auf mannigfaltige Weise - angefangen bei privaten Websites, über Blogs, Photosharing communitys<sup>187</sup>, etc. Genau dort liegt eine zweite Stärke des Netzes: Bei den größer werdenden pastoralen Räumen, die ein Pfarrer zu betreuen hat, kann er wenigstens im Cyberspace erreichbar sein, wie etwa die Website von Pfarrer Sieger<sup>188</sup> beweist. Hier kann der Interessent sich einen ersten unverbindlichen Kontakt mit dem Pfarrer erlauben.

---

<sup>184</sup> KEHL, M., Kirche als „Dienstleistungsorganisation“?, in: Stimmen der Zeit 6 (2000), S. 393-405, hier: S. 395.

<sup>185</sup> EBERTZ, M. N., Kirche im Gegenwind, Freiburg 1997, S. 97.

<sup>186</sup> VERST 2003, S. 37

<sup>187</sup> Wie etwa die bekannteste Phot-Community unter [www.flickr.com](http://www.flickr.com)

<sup>188</sup> Vgl. die Ausführungen in Kapitel 4.2.1.

Dahinter steht ein Konzept personaler Seelsorge. Die Kirche begegnet hier nicht als Teil einer umfassenden Institution, sondern als Person. Und ebenso präsentiert sich besagter Pfarrer auf seiner Homepage. Sowohl das personale Moment als auch die niedrige Hemmschwelle eines Erstkontaktes bilden ein äußerst vielversprechenden Nährboden für ein fruchtbares Pastoralkonzept. Theologisch fundiert ist das Konzept der Personalität in der Einsicht, die Bischof Wanke einmal treffend wie folgt umschrieb: „Außerhalb der 1. Person Singular gibt es keine Wahrheit des Evangeliums.“<sup>189</sup> Genau deshalb kann die neue Kultur des Internets in diesem Bereich die pastoralen Bemühungen der Kirche unterstützen. Es ergibt sich ein Konvergenzpunkt.

### 5.3.1 Sakramentalität

Es ist die Frage zu stellen, ob vor den bisherigen Ausführungen nicht eine neue Betrachtungsweise in Bezug auf das Thema Sakramentalität angebracht erscheint. FÜRST stellt zwei Optionen vor: Es geht darum, erstens eine „gewisse Deregulierung der starren Grenze zwischen Sakramenten und Sakramentalien (z.B. Unterscheidung von Namenstaufe und Glaubenstaufe, kirchlicher Hochzeitsfeier und Sakrament der Ehe, Krankensalbung und Sakrament der Heiligen Ölung usw.)“<sup>190</sup> vorzunehmen. Zum zweiten wäre das ein geeigneter Kontext, in dem „dann auch bestimmte Formen von »Telekirche« (z.B. der Segen »urbi et orbi«) oder neue Formate der Internet-Seelsorge ihren richtigen Stellenwert“<sup>191</sup> bekämen. Aber auch FÜRST fordert, dass Primärkommunikation das Ziel aller Bemühungen bleibt. Das kann sicherlich nicht in Frage gestellt werden. Dennoch bleibt festzuhalten, dass religiöse Erfahrung über das Netz möglich ist, wenn auch dazu eine eigene Untersuchung nötig wäre. Dass Sakramente über das Internet gespendet werden könnten, ist von theologischer Seite sicherlich nicht einfach zu verneinen, soll aber nicht weiter untersucht werden, da es vor allem vor dem praktischen Hintergrund nicht möglich ist. Aber auch der bereits erwähnte Bischof GAILLOT, der die Möglichkeiten des Internets bereits sehr früh erkannte, wendet ein: „Ein Sakrament kann natürlich

---

<sup>189</sup> WANKE, J., Die Zukunft der (Pfarr)Seelsorge, Referat zum Studienhalbtage der Deutschen Bischofskonferenz am 7. März 2001 in Augsburg, online unter: <http://www.citypastoral-bonn.de/doc/Wanke.doc> (gesichtet am 10.10.2005).

<sup>190</sup> FÜRST 2000, S. 400.

<sup>191</sup> FÜRST 2000, S. 400.



nicht in einer virtuellen Wirklichkeit gesendet werden, es setzt die körperliche Präsenz des Empfängers voraus“<sup>192</sup> aber, er sieht auch Chancen, da viele Nutzer „die Anonymität des Netzes [nutzen], um sich die Seele frei zu schreiben.“<sup>193</sup> Das hierbei heilbare Erfahrungen gemacht werden können, die in die Richtung der Sakramentalien deuten, liegt m.E. auf der Hand, gerade vor der These, dass die Trennung zwischen Realität und Virtualität nicht ontologischen Status hat, was m.E. in dem Ausdruck der Fernanwesenheit treffend zum Ausdruck kommt.

### **5.3.2 Gretchenfrage Personal und Gelder – oder: Die Stunde der Privaten**

In der Geschichte des Fernsehens gab es eine entscheidende Wende: Das Aufkommen der Privaten Sender. Sie veränderten die Fernsehlandschaft tiefgreifend und unwiderruflich. Steht ähnliches auch im Internet bevor? Sind die Blogs ein erstes Signal für einen Wandel? Die Daten sind ambivalent, zu jung ist das Phänomen, zu ungenau die verschiedenen Studienergebnisse - dennoch lassen sie sich in diese Richtung interpretieren. Wie die Ausführungen zeigten, war die kirchliche Internetpräsenz lange Zeit auf die Zweitverwertung von Printbeiträgen ausgelegt. Dabei fordert das Internet als neues Medium eine medienspezifische Anpassung und Änderung der Inhalte. Dazu bedarf es aber personeller Kompetenzen. Doch in Zeiten, da der Personalbestand in der Kirche eher abgebaut als aufgebaut wird, wird es wahrscheinlich nicht möglich sein, weitere Stellen zu schaffen. Es stehen keine finanziellen Mittel zur Verfügung - im Gegenteil, die finanziellen Mittel werden abnehmen. Dies kann bei geschickter Nutzung des Netzwerkeffektes, besonders im Blick auf die in Kap 3.3 angesprochene FOSS Lösungen kompensiert werden - zumindest im Bereich der Software. Bedenkt man die immens hohen Ausgaben vieler Bistümer, Dekanate, Pfarreien, Einrichtungen, Arbeitsstellen, etc. innerhalb der letzten Jahre für internetbezogene Software, so springt das Sparpotential direkt ins Auge: Es bedarf lediglich einer Vernetzungs- und Koordinationsstelle, die wohlbedacht den Einsatz von FOSS koordiniert. Und auf der Personalseite, dort wo die eigentlichen Kosten entstehen? Wie die Ausführungen in Kapitel 4.2 gezeigt haben, zeichnet sich das kirchliche Internet stark durch das Engagement der Privatpersonen,

---

<sup>192</sup> hier zitiert nach: FÜRST 2000, S. 397.

<sup>193</sup> hier zitiert nach: FÜRST 2000, S. 397.

auch vieler Priester und Ordensleute aus. Auch bedürfte es einer Koordinationsstelle, die die von Privatpersonen ins Netz eingebrachten Ideen und Energie sammelt und bündelt. Deshalb wurde der vorliegenden Arbeit in der Einleitung auch das Zitat von VON BALTHASAR über die hoffnungsvolle Situation, in der sich die Kirche zur Zeit befindet vorangestellt. Die Signale stehen auf Aufbruch, es bedarf dazu der positiven Analyse der Medien und damit auch der neuen Kultur des Internets, wie sie die vorliegende Arbeit versucht hat, anzudenken und wissenschaftlich zu fundieren. Was VON BALTHASAR bereits im Jahre 1965 schrieb, gilt heute für das Internet mehr denn je:

„Die Zukunft der Kirche - die heute die größten Chancen besitzt - hängt davon ab, ob jene Laien sich finden, die aus der ungebrochenen Kraft des Evangeliums zu leben und die Welt zu gestalten gewillt sind. Daß Klerus und Orden dazu nicht mehr hinreichen können, ist jedem Hellsichtigen klar; es ist nicht deren Schuld, sondern die der Mündigwerdung der Welt [...]“<sup>194</sup>

Teilt man diese Ansicht VON BALTHASAR´s, dass die Welt mündig geworden ist, so ist das Internet, resp. das Netz, das Medium, wo diese Mündigkeit ausgelebt wird. Unbewusst stellt er eine Forderung auf, die in Ihren Konsequenzen noch genauer bedacht werden muss, aber nach den in dieser Arbeit beschriebenen Untersuchungen nur unterstützt werden kann: „Für jeden neuen Einsatz, jede Initiative, zumal von Seiten der Laien, stehen die Türen offen.“<sup>195</sup> Dies ist leider nicht immer der Fall, sollte es aber sein. Vielleicht ist es die Konsequenz, die sich daraus ergibt: Nämlich der Abschied vom Gatekeeper Zeitalter in der Kirche. Diese Diskussion wurde bereits in Kapitel 4.1 beschrieben. Die Konsequenz bleibt auch für die Institution Kirche gleich: Erst veröffentlichen dann prüfen. Ob man soweit gehen muss ist die Frage, aber die Richtung ist klar: Eine Stärkung der Kompetenzen der Privatpersonen, des Einzelnen und Glaubenskommunikation über Personen, nicht über Institutionen.

## 5.4 Konkrete Optionen

Das erklärte Ziel diese Arbeit war es, Chancen in der neuen Kultur des Internets aufzuzeigen. Dabei war es von besonderem Interesse, grundlegende Tendenzen so-

---

<sup>194</sup> BALTHASAR 1989, S. 29.

<sup>195</sup> BALTHASAR 1989, S. 29.

wohl in der Internetkultur als auch in der kirchlichen Herangehensweise ausfindig zu machen und diese miteinander zu vergleichen. Einige konkrete Optionen sollen in den folgenden Kapiteln nun skizziert werden, aufbauend auf den grundlegenden Erkenntnissen. Da diese jedoch in der vorliegenden Untersuchung im Mittelpunkt standen, werden die Ausführungen sich auf einige wenige prägnante Punkte beschränken. Für ausführlichere Optionen sei besonders auf BELZER verwiesen.<sup>196</sup>

#### 5.4.1 Der Einsatz von Blogs

Es sei noch einmal RÖLL zitiert, der die Außenwirkung von Blogs auf den Nutzer beschreibt - zwar in Bezug auf Geschäftsbeziehungen, aber man denke sich das folgende Zitat vor dem Hintergrund des Zitates von Bischof Wanke und ersetze den Terminus Geschäftsbeziehung durch Glaubensbeziehung:

„Wer bei einem Weblogger eine Weile mitliest, lernt ihn kennen: Er erfährt, womit er sich beschäftigt, was und wie er schreibt und wie er auf Feedback reagiert. Weblogger machen ihr Denken transparent. Das erfordert Ehrlichkeit: Jede Lüge oder jeder Versuch, klüger zu erscheinen, als man ist, würde früher oder später ans Licht kommen. Transparenz und Ehrlichkeit schaffen Vertrauen. Und Vertrauen ist die Basis jeder Geschäftsbeziehung. Suchende brauchen nicht Informationen, sondern Problemlösungen. Die muss von einer vertrauenswürdigen Person kommen. Durch den Kontext eines Weblogs [...] wird es in Weblogs möglich einzuschätzen, ob jemand vertrauenswürdig ist. [...] Eine einfacher Kontakt durch eine Suchanfrage kann zu weiterem Lesen, Kennenlernen, Kommunikation und schließlich zu geschäftlicher Zusammenarbeit führen.“<sup>197</sup>

Blogs erinnern, gerade auch vor dem Hintergrund des Zitates am Kapitelbeginn des fünften Kapitels sehr an die Paulusbriefe. Man kann auch die Paulusbriefe als ein Medium sehen, eine Community zu erzeugen. So wie auch Paulus den Aeropag nicht gescheut hat<sup>198</sup> sollte auch die Kirche den Einsatz dieses neuen Formates nicht scheuen. Allerdings handelt es sich dabei nicht nur um die Detailfrage, ob ein einzelnes Format genutzt werden sollte, sondern an dieser Frage zeigt sich eine Grundsatzentscheidung: Soll ein institutionelles Pastoralkonzept oder eines, welches auf Personen aufbaut, genutzt werden. Ein möglicher Einwand gegen den Ein-

<sup>196</sup> Vgl. dazu die Ausführungen in: BELZER 2004, 159ff.

<sup>197</sup> LEHMANN 2005, S. 92.

<sup>198</sup> Papst Johannes Paul II. nannte die Medien den »ersten Aeropag der neuen Zeit« und erklärte, dass es „nicht genügt, sie nur zur Verbreitung der christlichen Botschaft und der Lehre der Kirche zu benutzen; sondern die Botschaft selbst muß in diese, von der modernen Kommunikation geschaffene „neue Kultur“ integriert werden“ Aus: Kirche und Internet (Nr. 4). Trotz dieser Ein-

satz von Blogs sei von vorneherein abgewiesen: Der Einwand der Zeitfrage. Einen Blog regelmäßig zu führen erfordert ca. 30 Minuten am Tag. Nun könnte man anführen, das Zeitbudget eines Bischofs sei arg begrenzt. Dann stellt sich allerdings die Frage, ob die Vorbereitung eines Vortrages vor einer Fachgruppe von Vertretern einer wissenschaftlichen Gesellschaft primär ist gegenüber dem in-Kontakt-treten mit einem enorm großen Internetpublikum, welches, wie die Analysen in Kapitel 3.7.2 gezeigt haben, genau jene Gruppe darstellt, die sonst von der Kirche nicht oder nur unzureichend erreicht wird. Der Verdacht der geschlossenen Clubs kommt wieder in Erinnerung. Der Einsatz kann natürlich nicht nur auf Bischöfe beschränkt bleiben, auch Priester und Diakone sollten über die Einsatzmöglichkeiten nachdenken. Aber auch für einzelne Events wie jüngst den Weltjugendtag bietet sich dieses Format als Bestandteil eines begleitenden Internetkonzeptes an.

#### **5.4.2 Der Einsatz von Chats**

Beispielhaft sei an dieser Stelle auf ein sehr gut dokumentiertes Projekt aus einer frühen Phase des Umgangs der Kirche mit Chats referiert. Es handelt sich um einen Chat des Münsteraner Weihbischofs Ostermann mit Firmlingen der Pfarrgemeinde St. Regina am 20. Mai 1999.<sup>199</sup> Der Chat fand als Höhepunkt der Firmkatechese ca. 2 Wochen vor der eigentlichen Firmung statt. Früchte dieser Mediennutzung seitens der Kirche zeigten sich am Tag der Firmung selbst: Zum einen konnte der Bischof aufgrund des Chat seine Predigt wesentlich näher an den Fragen und der Lebenswelt der Jugendlichen orientieren und diese direkter und persönlicher ansprechen. Es zeigte sich auch, dass „beim Empfang nach dem Gottesdienst [...] das Eis gleich gebrochen [war]. Die Gefirmten gingen auf den Bischof zu, nicht umgekehrt. Der Bischof und die Jugendlichen hatten Gesprächsstoff, der nicht erst künstlich erzeugt werden musste.“<sup>200</sup> VERST zieht aus seinen Beobachtungen den Schluss: „Der Internet-Chat in der Firmkatechese hat zu einer Verlebendigung der anschließenden direkten Kommunikation beigetragen. Ergo: Auf den richtigen Kommunikati-

---

sicht fallen die kirchlichen Verlautbarungen oftmals in die Denkweise zurück, nach der die neuen Medien lediglich ein weiterer Kanal zur Verbreitung des Evangeliums sind.

<sup>199</sup> Protokolliert ist der Chat in Auszügen in: VERST 2003, S. 110-124.

<sup>200</sup> VERST 2003, S. 125.

onsmix kommt es an.“<sup>201</sup> Diese Beobachtungen stützten die Ausführungen in Kapitel 5.1, wo es um die theoretische Argumentation ging.

Ähnliche Erfahrungen machten und machen auch andere Projekte, die Chats in der Pastoral einsetzen. SIEGER etwa gibt auf seiner Website den Gemeindemitgliedern jeden zweiten Samstag die Möglichkeit zum Gemeindechat. Daraus hat sich eine Gruppe von ca. 20 Personen gebildet, die sich nun auch außerhalb des Chats real treffen.<sup>202</sup> Eine ähnliche Erfahrungen machen auch Religionslehrer, die Chats in Ihrem Unterricht einsetzen. Beispielhaft sei hier wieder auf SIEGER referiert, der folgende Erfahrung gemacht hat: Im Religionsunterricht wurde das Thema Tod behandelt, als dann nach vielen Stunden ein Chat mit den Schülern durchgeführt wurde, offenbarte im Chat einer der Schüler, dass sein Vater erst vor kurzem gestorben sei und er damit schwer zu ringen habe. Hier hat also die Anonymität des Chats erst den Raum ermöglicht für Selbstkundgabe.

## 5.5 Grenzen des Mediums

Die vorliegende Arbeit hatte bei allen bisherigen Ausführungen immer zu einem nüchternen Blick auf das Medium geraten. In dem abschließenden Teil des fünften Kapitels sollen die Grenzen des Mediums noch einmal eingehend betrachtet werden, denn es stellte sich als eines der Hauptanliegen der Arbeit heraus, die Verortung der Inkulturationsbemühungen im Netz seitens der Kirche zu analysieren. Dazu sollen in diesem Kapitel einige Anmerkungen folgen: Überlegungen zum Einsatz des Internets dürfen nicht über einen Umstand hinwegsehen: Ca. 10% der Weltbevölkerung haben Zugang zum Internet. Weite Teile ganzer Kontinente, vor allem Afrikas und Südamerikas, sind von der Kommunikation ausgeschlossen. Besonders JEROLITSCH macht in ihrem Plädoyer „Gott wohnt nicht im Cyberspace“<sup>203</sup> darauf aufmerksam, dass im Internet für die Ärmsten der Armen kein Platz ist. Gerade im Bezug auf eine der drei Grundfunktionen der Kirche, die Diakonia, ist dieser Umstand nicht zu vergessen. JERLOTISCH macht auch darauf aufmerksam, dass „[d]ie »virtuelle Kommunikation« der Liturgie [...]durch die reale Diakonie ergänzt werden [muss]

---

<sup>201</sup> ebd.

<sup>202</sup> Vgl. [www.joerg-sieger.de](http://www.joerg-sieger.de).

<sup>203</sup> JEROLITSCH, M., Gott wohnt nicht im Cyberspace, in: Diakonia 31 (2000), S. 420-424.

[...] dort, wo es nicht einmal ein Telefon gibt.“<sup>204</sup> Man könnte nun folgenden Vergleich ziehen: Im Bereich der Leiturgia gibt es den Altar der Eucharistie, den man nicht ins Internet verlegen kann. Im Bereich der Diakonia gibt es als Pendant zum Altar der Eucharistie den Altar der Armen, also Christus im Antlitz des Armen. Und auch diesen Altar kann man nicht ins Internet verlegen. Also ist der primäre Einsatzort des Internets der Bereich der Martyria. Und genau hier kann kirchliche Internetarbeit dann, praktisch auf einer Metaebene, bzw. auf einer ethischen Ebene, die „Option für die Armen“ als bleibendes Kriterium bei dem Einsatz und bei der weiteren Vernetzung der Informationsgesellschaft propagieren. Diese Option für die Armen schließlich ist es, die vor der Mythologisierung des Internets bewahrt, weniger die Anführung einiger Cybertheoretiker, mit ihren starken Thesen. EISELE gibt zu bedenken, was das Internet in Bezug auf die Kirche leisten kann:

„Denn das Internet erlaubt der Kirche das zu intensivieren, was ihr zutiefst Eigenes ist: die Kommunikation. Jesu Auftrag an die Jünger, seine Lehre in Wort und Tat in die Welt zu tragen, gilt bis heute. Und so dekliniert die Kirche ihn auch im Internet durch: praktizierte Nächstenliebe, Gemeinschaft, Partizipation, Hilfe zur Orientierung und Ansprache.“<sup>205</sup>

Die Frage ist natürlich, wie sich Nächstenliebe im Internet praktizieren lässt, außer durch ein Kommunikations- und Seelsorgeangebot. Hier liegt m.E. eine weitere Grenze. Die Tat lässt sich nur außerhalb des Netzes tun. Sicherlich gibt es im Cyberspace auch Möglichkeiten, durch Aktion Gutes zu tun<sup>206</sup>, allerdings bleibt die primäre Sphäre der Tat die der realen Welt. WALLICH sieht denn auch im Medium Internet einen Vorgesmack auf die Herausforderungen an die Kirche:

„Das Internet beinhaltet einen ersten Vorgesmack für kommende Herausforderungen der Kirche durch die neuen Medien. Die Frage der Gestaltung der kirchlichen Grundfunktion von Diakonie, Liturgie und Verkündigung mit multimedialen Mitteln fordert die theologische Reflexion heraus.“<sup>207</sup>

Besonders vor dem Hintergrund, dass es sich bei der Internetkultur um ein Phänomen handelt, das weltweite Präsenz zeigt (sieht man einmal von dem Phänomen

---

<sup>204</sup> JEROLITSCH 2000, S. 421.

<sup>205</sup> Eisele, M., Menschen fischen im Internet. Wie Kirche sich ins Netz webt, <http://www.gep.de/internet/eisele/faz.html> (gesehen am 10.10.2005).

<sup>206</sup> Z.B. die Site <http://www.thehungersite.com>, wo man durch Mausklicks Essen spenden kann, oder aber der große Bereich des online-Fundraisings, der in der vorliegenden Arbeit nicht angesprochen werden konnte, für die Kirchen aber ein wichtiger Zukunftsbereich sein wird.

<sup>207</sup> WALLICH, M., @-Theologie. Medientheologie und die Theologie des Rests (Mannheimer Studien zur Literatur- und Kulturwissenschaft, Bd. 34), St. Ingbert 2004, S. 111.

des digital divide ab), macht diese Aussage um so mehr deutlich, wie sehr die Inkulturationsbemühungen der Kirche ins Netz bzw. Internet fundamentale Rückfragen an die Dogmatik und die Pastoral stellen, ohne deren Beantwortung der Prozess nicht sinnvoll durchgeführt werden kann. In einem letzten Kapitel sollen die Ergebnisse kurz zusammengefasst werden und eine mögliche Weiterbearbeitung des Themas skizziert werden.

## 6. Fazit

Die Kommunikation über das Internet schließt in gewisser Weise durch Nutzung der neu entstandenen Zwischenräume die Kontaktlücken, welche durch die Entstehung der modernen mediengeprägten Gesellschaft entstanden sind. Ebenso werden die Versorgungslücken, welche durch Gemeindeveränderungen (besonders im räumlichen Sinne) auf die Kirche zukommen werden geschlossen. Die Stärken des Mediums Internet liegen in der Simulation und Kommunikation. Gewisse religiöse Angebote, oder präziser religiöse Kommunikation gelingt im Internet besser in der Hinsicht, dass der Erstkontakt größer und die Offenheit höher ist. Sie ist intensiver und auch im Blick auf eine mögliche Exkulturation gewinnbringender. Dennoch hat die Betrachtung vor dem Hintergrund des Wittgensteinschen Sprachspielbegriffes verdeutlicht, dass das Internet eine Wende einläutet, die sich auf den Bereich der Theologie folgendermaßen zusammenfassen lässt: „Die christliche Wahrheit hat letztlich nicht Satz- sondern Antlitzcharakter.“<sup>208</sup> Dementsprechend zeigt sich hier eben auch die Grenze aller Diskussion um den Einsatzes des Internets. Andererseits ist diese Aussage Voraussetzung für einen Dialog mit der neuen Kultur des Internets, unter anderem im Bereich der Diskussionskultur und der Personalisierung zukünftiger Pastoralkonzepte. Dafür bietet in Pr-strategischer Hinsicht das Internet bzw. Netz die passende Formate an, da die neue Kultur des Internets sehr präzise die Tendenzen der postmodernen Gesellschaft aufgreift, widerspiegelt und verstärkt. In dieser Kultur wird der Dialog eben nicht mit fertigen Wahrheiten, sondern mit Infragestellungen begonnen. Dies heißt aber nicht, dass die Situation der Postmoderne einem Horizont völliger Sinnleere gleichzusetzen ist. Im Bereich der virtuellen Realität wurde versucht aufzuzeigen, wie dünn hier das Eis ist, auf dem sich jeder bewegt, der für eine allzu starke Trennung der beiden Sphären eintritt. Teilt man diese Auffassung, so ergeben sich weit weniger Kontaktschwierigkeiten im Bezug auf die neue Kultur des Internets und die Chancen auf Inkulturationsprozesse steigen. In Bezug auf die Sakramentalität wurde versucht zu zeigen, dass wesentlich mehr Spielraum besteht als bisher wahrgenommen wird. Das Thema konnte allerdings nur umrissen werden. Der entscheidende Kernpunkt der vorliegenden Arbeit zeigte sich bei der Abhandlung der Frage nach einem personellen Pastoral-

---

<sup>208</sup> FÜRST 2000, S. 398.



konzept, welches mittels der Formate wie Blogs u.a. angesprochener Möglichkeiten realisiert werden kann. Dann kann es m.E. gelingen, Nähe zum Internetpublikum herzustellen, und eventuell darauf aufbauend virtuelle Gemeinschaften zu initiieren. Diese wiederum haben den realen Kontakt zum Ziel, was ebenfalls ein Anliegen der Arbeit war aufzuzeigen. Es wurde ebenfalls aufgezeigt, wie groß die Chancen der Kirche auf eine Inkulturation in der neuen Kultur des Internets sind. Nicht zuletzt kann sie aus ihrem reichhaltigen Fundus an Bildern und Symbolen schöpfen. Schließlich ergibt sich auf einer Metaebene in Hinblick auf den digital divide die Möglichkeit für die Kirche, im Sinne der Diakonia einen Blick auf die Einbeziehung der Armen in den Wandel der Informationskultur zu richten. Dazu ist es wichtig, dass kirchliche Internetarbeit die in dieser Arbeit beschriebene Formate und Bewegungen (open source, Wikis, Blogs) erkennt, ernstnimmt und auf ihre Philosophie hin untersucht, dass sie mit ihren Vertretern in den Dialog tritt. Denn zum einen kann die Kirche nur so von diesen ernst genommen werden, zum anderen hat die Kirche als einer der global Player im Internet eine gewisse moralische Verantwortung.<sup>209</sup> Bei einer Diskussionsrunde zum Thema Gerechtigkeit für die dritte Welt wäre es ja auch verwunderlich, wenn es keinen fair gehandelten Kaffee gäbe, sondern die Kirche indirekt die schlechten Handelsbedingungen durch den Kauf von „normalem“ Kaffee unterstützen würde. Gerade die in dieser Arbeit geschilderten Gruppierungen/Bewegungen machen deutlich, dass an die Kirche höchste moralische Wertmaßstäbe angelegt werden. Damit schließt sich dann auch wieder der Kreis in Bezug auf die Frage, was die Eigenbotschaft des Internets ist. Sie ist das, was die Nutzer daraus machen. Der Mythos Internet ist verblasst, es ist ein Alltagsmedium geworden, allerdings sind die Visionen und Hoffnungen, die damit verbunden sind, lebendiger denn je, wie der Blick auf die jüngste Entwicklung gezeigt hat. Und an dieser Nahtstelle eröffnet sich dann neben der Nutzung einzelner Formate des Netzes ein großes Anknüpfungsfeld für die Kirche. Viele Aussagen aus den offiziellen Verlautbarungen treffen sich mit denen der Internetkultur. Dabei ist manchmal nicht unbedingt der Inhalt entscheidend, sondern die Art und Weise, wie Kirche sich in der neuen Kultur des Internets bewegt. So kann es ein Fehler, zumin-

---

<sup>209</sup> So würde sich die Kirche auch die Kritik solcher Bewegungen ersparen, die beispielhaft in dem folgenden Artikel mit dem Titel „Vatikan: Willige Stütze der Videomonopolisten“ zum Ausdruck kommt: <http://www.netzwelt.de/news/70747-privacywatch-vatikan-willige-stuetze-der.html>. Die Autoren des Artikels bemängeln, dass die Videostreams der Vatican Website keine freien Softwareformate unterstützen.

dest aber eine nicht genutzte Chance bedeuten, gewisse Formate des Internets nicht zu nutzen. Allein schon das Signal, das beispielsweise von einem Blog eines Bischofs ausginge, gäbe der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit einen Touch von Fortschrittlichkeit. Darüber hinaus wäre dies ein Signal auf einer persönlichen Ebene: Der Bischof gibt etwas Persönliches von sich preis, er ist Pastor, er sucht den Kontakt zu seinen Schafen. Blogs fixieren den Fokus der Betrachtung, wie mehrmals aufgezeigt, auf den Blogger. Ein Blog signalisiert Authentizität, persönliche Nähe, genau das, was von Kritikern an der computerbasierten Kommunikation oftmals bemängelt wird. In Rückbezug auf die Einleitungsworte der vorliegenden Arbeit sei folgendes Zitat zu bedenken gegeben: „Das offenbare Geheimnis der elektronischen Medien, das entscheidende [...] Moment, das bis heute unterdrückt oder verstümmelt auf seine Stunde wartet, ist ihre mobilisierende Kraft.“<sup>210</sup> Genau diese mobilisierende Kraft kann die Kirche für Ihre zukünftigen Pastoralstrategien in der in dieser vorliegenden Untersuchung schemenhaft gezeichneten Weise nutzen. Wie VON BALTHASAR schon vor 40 Jahren erkannt hat, ist die Situation der Kirche nie seit den ersten drei Jahrhunderten so schwanger von Zukunft gewesen, wie in dieser Zeit. Dass es an der Zeit ist, eine neue Art der Herangehensweise an die Fragen der Zeit zu suchen, davon zeugt auch das Dokument Die schnelle Entwicklung: „Sowohl die Kommunikation innerhalb der kirchlichen Gemeinschaft, als auch die der Kirche mit der Welt, erfordern Transparenz und eine neue Weise, die mit der Welt der Medien verbundenen Fragen anzugehen“ (Nr.12). Die Hoffnung, welche die Kirche verkündet, von der her sie sich konstituiert, das matthäische „ich bin bei euch alle Tage bis zum Ende der Welt“ (Mt 28,20), lebt von der Verbindung zwischen Menschen auf der ganzen Welt. Der Leib, den die Kirche in der mythischen Sprache darstellt, umspannt die Erde und die einzelnen Glieder werden sich zunehmend dessen bewusst. Nicht zuletzt das Netz hat dazu beigetragen. Darauf war das Netz von Anfang an ausgelegt: Der Erfinder BERNERSLEE konstatiert: „Das höchste Ziel des Webs ist die Unterstützung und Verbesserung einer netzartigen Lebensform.“<sup>211</sup> Vom kirchlichen Selbstverständnis her drängt sich das Netz bzw. die neue Kultur des Internets regelrecht als Gesprächs- und Kooperationspartner auf. Inkulturationsmöglichkeiten bieten sich, wie die vorliegende Arbeit zeigte, genügend. Anfänge sind, wie in Kapitel 3.1.1 geschildert, bereits gemacht.

---

<sup>210</sup> ENZENSBERGER 1970, S. 170.

<sup>211</sup> BERNERS LEE 1999, S. 181.

## Literaturverzeichnis

---

- ALBUS, M., Den Glauben ins Gespräch bringen in den Medien, in: Lebendige Katechese 18 (1996), S. 35-37.
- ALLBRITTON, C., Blogging From Iraq, in: Nieman Reports Vol. 57 No. 3 (2003), online unter: <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf> (gesehen am 10.06.2005).
- APPEL, C., Die 3SC Trendforschung, Ein kontinuierliches Programm zur Beobachtung des soziokulturellen Wandels von Sinus Sociovision, in: Berufsverband Deutscher Soziologinnen und Soziologen (Hg.), Sozialwissenschaften und Berufspraxis, Jg 26, Nr.4(2003), S. 393-400.
- AUPERS, S., HOUTMAN, D., "Realität ist voll ätzend". Entfremdung und Cybergnosis, in: Concilium 1 (2005), S. 63-71.
- BACHMANN, M., Die Kirchen gehen ins Netz. Das virtuelle Bekenntnis und andere Dilemmata, in: NZZ vom 30.6.1997.
- BALTES, U.A., Medien verstehen. Der McLuhan-Reader, Köln 1997.
- BALTHASAR, H. U. v., Schleifung der Bastionen: von der Kirche in dieser Zeit, Trier <sup>5</sup>1989.
- BARTHES, Roland, Mythen des Alltags, Frankfurt <sup>3</sup>2003.
- BECKER-HUBERTI, M., Wie Paulus auf dem Markt? Marketing - eine zukunftsfähige Pastoralstrategie?, in: THOMÉ, M. (Hg.), Theorie Kirchenmanagement. Potentiale des Wandels. Analysen - Positionen - Ideen ( Kirche und Zukunft Bd. 2), Bonn 1998, S. 177-188.
- BELZER, M., Internetseelsorge. Der Leitfaden für die Praxis, Stuttgart 2004.
- BERNERS-LEE, Tim, Der Web-Report, Der Schöpfer des World Wide Web über das grenzenlose Potential des Internets, München 1999.
- BERNHARD, K., Messenmedien im Dienst der Kirche, Berlin 1970.
- BIEGER, E., Die katholische Kirche als Medienereignis, in: Stimmen der Zeit 12 (1992), S. 855f.
- BIEGER, E., Kommunikation unter elektronischen Bedingungen. Überlegungen zu Fragen der Medienpastoral, - in: Herder-Korrespondenz 10 (1986), S. 497-500.
- BIEGER, E., Mit Medien Fernstehende ansprechen?, in: Kath. Glaubens-Informationen (Hg.): Erfahrungen mit Randchristen. Neue Horizonte für die Seelsorge, Freiburg/Basel/Wien 1985, S. 136-150.
- BISER, E., Verändern die Medien die Botschaft? - Überlegungen zu einer strukturrechten Medienverwendung, in: Die Medien - das letzte Tabu der offenen Gesellschaft. Die Wirkung der Medien auf Politik und Kultur(= Dokumentation XV des Studienzentrums Weikersheim e.V.), Mainz 1986, S. 173-189.

- BISSELL, C., Marshall McLuhan, in: SANDERSON, G., MACDONALD, F. (Hg.), Marshall McLuhan. The man and His Message, Colorado 1989.
- BOBERT-STÜTZEL, S., „The medium is the message“? Zum medialen Wandel der Predigt im Internet, in: Magazin für Theologie und Ästhetik, <http://www.theomag.de/07/sbs1.htm>, gesichtet am 10.10.2005).
- BORGMAN, E., VAN ERP, S., HAKER, H., Cyber Space - Cyber Ethics - Cyber Theology, in: Concilium 1 (2005), S. 1-5.
- BORGMAN, E., VAN ERP, S., Welche Botschaft ist das Medium? Abschließende Bemerkungen zu Internet, Religion und Ethik der durch Medien ermöglichten Verbundenheit, in: Concilium 1 (2005), S. 91-102.
- BOVENTER, H., Die Medien als Mythos.-Religion der Unbestimmtheit, in: Renovatio. Zeitschrift für das interdisziplinäre Gespräch 1 (1989), S. 25-34.
- BRECHT, B., Der Rundfunk als Kommunikationsapparat, Rede über die Funktion des Rundfunks (Radiotheorie), in: BRECHT, B., Ausgewählte Werke in sechs Bänden (Band 6), Frankfurt 1997.
- BRUNOLD, J., MERZ, H., WAGNER, J., [www.cyber-communities.de](http://www.cyber-communities.de) : Virtual Communities: Strategie, Umsetzung, Erfolgsfaktoren, Landsberg/Lech 2000.
- BUNT, G. R., Islam und Muslime im Cyberspace, in: Concilium 1 (2005), 52-62.
- BUSH, V., As We May Think, <http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush> 1945 (gesichtet am 10.09.2005).
- DEUTSCH, P., Preserving and Promoting the »Internet Culture« unter: [www.geology.utoronto.ca/eegtti/eeg\\_268.htm#SEC269.1993](http://www.geology.utoronto.ca/eegtti/eeg_268.htm#SEC269.1993) (gesichtet am 12.05.2005).
- DORNER, A., Journalistische Weblogs „Mehr als ein Experiment“, 2004, [http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview\\_richter.php](http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview_richter.php) (gesichtet am 10.10.2005).
- EBERTZ, M. N., Kirche im Gegenwind, Freiburg 1997.
- EISELE, M., Internet-Guide Religion. Gütersloh <sup>2</sup>2001.
- EISELE, M., Menschen fischen im Internet. Wie Kirche sich ins Netz webt, <http://www.gep.de/internet/eisele/faz.html> (gesichtet am 10.10.2005).
- ENZENSBERGER, H. M., Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: Kursbuch 20 (1970), S.159-186.
- FAULSTICH, W., Grundwissen Medien, München <sup>4</sup>2000.
- FERNBACK, J., THOMSON, B., Virtual communities: Abort, retry, failure? Computer mediated communication and the American Collectivity: The dimensions of community within Cyberspace, [www.well.com/user/hlr/texts/Vccivil.html](http://www.well.com/user/hlr/texts/Vccivil.html) 1995 (gesichtet am 10.10.2005).

- FUCHS, O., Überlegungen zu einer kirchlichen Medienpolitik, -iln: Stimmen der Zeit 2 (1985), S. 111-124.
- FÜRST, W., Sakramentalität im Zeitalter der Virtualität. Entwirklichung und nötige Erneuerung des Sakramentalen, in: Diakonia 31 (2000), S. 393-400.
- GROTE, A., Deus ex internet, Die deutschen Kirchen drängen ins internet, c't 14 (1998), S. 75.
- HAGEL, J. I., ARMSTRONG, A. G., Net Gain - Expanding Markets through Virtual Communities, Boston 1997.
- HICK, J., Religion. Die menschlichen Antworten auf die Frage nach dem Leben und Tod, München 1996.
- HÖFLICH, J. R., Das Handy als "persönliches Medium" - Zur Aneignung des Short Message Services (SMS) durch Jugendliche, in: kommunikation@gesellschaft, 2. Jg. (2001), online unter: [http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1\\_2001\\_Hoeflich.pdf](http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2001_Hoeflich.pdf) (gesichtet am 20.10.2005).
- JEROLITSCH, M., Gott wohnt nicht im Cyberspace, in: Diakonia 31 (2000), S. 420-424.
- KAMPMANN, S., Abschied von einem horizontal-dialogischen Medienbild? Zum Wandel kirchlicher Mediendeutung und seinen ekklesiologischen Bedingungen, in: Communicatio Socialis 26 (1993), S. 284-301.
- KARRER, L., Die Medien haben die Welt verändert, in: Diakonia 5 (1991), S. 289-292.
- KEHL, M., Kirche als „Dienstleistungsorganisation“?, in: Stimmen der Zeit 6 (2000), S. 395.
- KRÄMER, M., WARTH, C., Journalistische Weblogs „... generell messe ich dieser Form keine große Bedeutung bei“, 2004.  
[http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview\\_sadrozinski.php](http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview_sadrozinski.php) (gesichtet am 10.10.2005).
- LASICA, J.D., befasst sich im Artikel „What is Participatory Journalism“ (2003) mit diesem Thema. Siehe dazu  
<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>.
- LASSWELL, H. D., Propaganda Technique in the World War, New York 1927.
- LASSWELL, H. D., The structure and function of communication in society, in: BRYSON, L. (Hg.), The communication of ideas, New York 1948, S. 37-52.
- LEHMANN, K., SCHETSCHKE, M. (Hg.), Die Google Gesellschaft, Vom digitalen Wandel des Wissens, Bielefeld 2005.
- LEIMGRUBER, H.-G., Jesus Christus - Der einzigartige Lehrer, in: Evangeliumnetz Deutschland, <http://www.auftanken.de> (gesichtet am 19.01.2004).
- MARSHALL, D., Biographies of Harold D. Lasswell,  
<http://www.ipsonet.org/index.php?go=awards-lasswell> (gesichtet am 10.10.2005).

- MCKENNA, K. Y. A., BARGH, J. A., Coming out in the age of the Internet: Identity "demarginalization" through virtual group participation in: *Journal of Personality and Social Psychology* 75 (3) (1998), S. 681-694.
- MCLUHAN, M., *Das Medium ist Massage*, Frankfurt, Berlin, Wien <sup>2</sup>1984.
- MCLUHAN, M., *Die magischen Kanäle. Understanding Media*, Düsseldorf u.a. 1992.
- MCLUHAN, M., FIORE, Q., *The Media is the Message*, New York 1967.
- MCLUHAN, M., PARKER, H. *Counterblast*, New York 1969.
- MERTIN, A., Virtuelle Welten und ihre Folgen, in: *Diakonia*, 31 (2000), S. 89-97.
- MITCHELL, N.D., Rituale und die neuen Medien, in: *Concilium* 1 (2005), 72-81.
- MÖLLER, E., *Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern*, Hannover 2005.
- MÜLLER, K., Die verdoppelte Realität - virtuelle Wahrheit. Philosophische Erwägungen zu den neuen Medien, in: *Die politische Meinung* 344 (1998), S. 59-70.
- MÜLLER, K., Was gehen die Philosophie Computer an? Philosophische Grundfragen im Horizont der Telemediatisierung, <http://www.diegegenwart.de/ausgabe33/mueller.pdf> (gesichtet am 09.09.2005).
- MÜNKER, S., ROESLER, A., *Mythos Internet*, Frankfurt 1997.
- NEUKIRCH, J., Religion im Internet, in: *Lutherische Monatshefte* 2 (1996), S. 22-26.
- OEHMICHEN, E., SCHRÖTER, C., Die OnlineNutzerTypologie (ONT), in: *Media Perspektiven* 8 (2004), S. 386-393.
- PAX, S., *Let´s get bombed - Schöne Grüße aus Bagdad*, Berlin 2003.
- POSTMAN, N., *Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*, Frankfurt 1988.
- RAHNER, K., VORGRIMLER, H., *Kleines Konzilskompodium*, Freiburg/Basel/Wien 1966.
- REICHWALD, R., (Hg.), *Virtuelle und mobile communities. Begriffsklärungen und Implikationen für Geschäftsmodelle (Arbeitsbericht Nr.35 des Lehrstuhls für allgemeine und industrielle Betriebswirtschaftslehre der technischen Universität München)*, München 2002, <http://www.cosmos-community.org/downloadFiles/WP035.pdf> (gesichtet am 10.09.2005).
- RHEINGOLD, H., *Virtuelle Gemeinschaften: Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*, Bonn u.a. 1994.
- RHEINGOLD, H., *Smart mobs - the next social revolution*, Cambridge 2002.
- ROSENBAUM, O., *Chat-Slang*, München <sup>3</sup>2000.
- SCHMOLKE, M., Kirchliche Kommunikation in der entwickelten Kommunikationsgesellschaft, in: *Communicatio Socialis* 26 (1993), S. 26-39.

- SCHRÖER, H., Öffentlichkeitsarbeit aus der Sicht der Praktischen Theologie, -in: TREMEL, H. (Hg.), Öffentlichkeitsarbeit der Kirche, Stuttgart/Frankfurt <sup>2</sup>1990, S. 53-65.
- SCHULZ VON THUN, F. u.a., Miteinander reden für Führungskräfte. Reinbek 2000.
- SCHULZ VON THUN, F., Miteinander reden 2, Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung, Reinbek 1989.
- SEEBER, D., Erfahrungsfremd? Wie die Glaubenskongregation den Öffentlichkeitsbezug von Theologen sieht, in: Herder-Korrespondenz 44 (1990), S.355f.
- SINGER, J.B., A Primer: Blogs and Blogging, in: Media Ethics online, <http://www.mediaethicsmagazine.com/media/paper655/news/2005/05/05/AnalysesCommentary/A.Primer.Blogs.And.Blogging-959312.shtml>
- SIXTUS, M., Massenmedium, Blogosphäre: Kommunikationsgeflecht und Marketingfaktor, [http://www.sixtus.net/article/612\\_0\\_2\\_0\\_C/](http://www.sixtus.net/article/612_0_2_0_C/) (gesichtet am 10.10.2005).
- STOLL, C., Die Wüste Internet. Geisterfahrten auf der Datenautobahn, Frankfurt 1996.
- STONE, A. R., Würde der wirkliche Körper sich bitte erheben. Grenzgeschichten über virtuelle Kulturen, in: Kunstforum 133 (1996), S. 68-83.
- TOSCANI, O., Die Werbung ist ein lächelndes Aas, Frankfurt <sup>3</sup>2000.
- TURKLE, S., Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet, Reinbek 1999.
- UTZ, Sonja, Verbalisierung sozioemotionaler Inhalte und der Aufbau von Freundschaften in virtuellen Gemeinschaften, <http://www.psych.uni-goettingen.de/congress/gor-2001/contrib/utz-sonja> (gesichtet am 05.05.2005).
- VAN EIMEREN, B., RIDDER, C.-M., Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2005, in: Media Perspektiven 10 (2005), S. 490-504.
- VERST, L., Medienpastoral. Bericht über ein Projekt, Kevelaer 2003.
- VON CAMPENHAUSEN, C., "Lang lebe der Angelclub Traunstein" - Das Community Konzept: Zielgruppenspezifischer Absatz im Internet, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung 2001, S. 366-378.
- VON GALLI, M., Das Konzil. Chronik der zweiten Session, Mainz 1964.
- WALLICH, M., @-Theologie. Medientheologie und die Theologie des Rests (Mannheimer Studien zur Literatur- und Kulturwissenschaft, Bd. 34), St. Ingbert 2004.
- WANKE, J., Die Zukunft der (Pfarr)Seelsorge, Referat zum Studienhalbttag der Deutschen Bischofskonferenz am 7. März 2001 in Augsburg, online unter: <http://www.citypastoral-bonn.de/doc/Wanke.doc> (gesichtete am 10.10.2005).

- WARTH, C., Journalistische Weblogs „Große Nähe zum Leser“, 2004 [http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview\\_bittner.php](http://www.onlinejournalismus.de/forschung/interview_bittner.php) (gesehen am 10.10.2005).
- WATLEY, E. F., Online Satire and Journalism: An Interview with Larry Pryor, <http://www.checkplease.humorfeed.com/issues/0101/2004JuneOJR.php> (gesehen am 12.05.2005).
- WEAVER, W., SHANNON, C. E., The Mathematical Theory of Communication. Urbana/Illinois 1949.
- WEBER, W., Evangelisierung und Internet. Theologische Sicht auf ein neues Medium (Europäische Hochschulschriften: Reihe 23, Bd 661), Frankfurt u.a. 1999.
- WELLMAN, B., GULIA, M., Virtual communities as communities - Net surfers don't ride alone, in: SMITH, M. A., KOLLOCK, P. (Hg.), Communities in Cyberspace, London 1999, S. 167-194.
- WESSLEY, C., GERHARD, L. (Hg.), Ritus, Kult, Virtualität, Regensburg 2000.
- WITTGENSTEIN, L., Philosophische Untersuchungen, Frankfurt 1977.
- WÖRTHER, M. Vom Reichtum der Medien. Theologische Überlegungen, praktische Folgerungen, Würzburg 1993.
- WÜST, E., Wittgenstein, Kant und der synthetische Character mathematischer Sätze. In: Proceedings of the 4. Wittgenstein Symposium, Wien 1980, S. 199.