

0 Einleitung

0.1 Einleitung = Überblick

0.2 Abgrenzung des Themas (gegenüber Seelsorge mit anderen Milieus, individueller Internetseelsorge, Web 1.0 Fragestellungen, medienethischen Debatten, Fokus auf den deutschsprachigen Raum)

0.3 Formale Anmerkungen (Sprache, Hinweise Social Media Dienste)

1 Postmoderne Milieus und Social Media

1.1 Social Media - mehr als eine technische Neuerung

1.1.1 Social Media – ein Überblick

1.1.2.1 Die Begriffe Web 2.0 und Social Media

1.1.2.2 Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement als grundlegende Merkmale von Social Media

1.1.2.3 Die Begriffe Produser, Digital Natives, Digital Residents und Early Adopters

1.1.2.4 Trends in Social Media

1.1.2 Quantitative Bedeutung von Social Media

1.1.3.1 Internetnutzung im deutschsprachigen Raum

1.1.3.2 Ausgewählte Nutzungszahlen von Social Media Kanälen

1.1.3 Die Bedeutung von Social Media für die Kommunikationskultur

1.1.4 Entwicklungstendenzen kirchlicher Social Media Aktivitäten

1.2 Der Befund der Sinusstudien mit Fokus auf postmoderne Milieus

1.2.1 Das Forschungsmodell der Sinusstudien

1.2.1.1 Die Entwicklung milieuspezifischer Ansätze in den Sozialwissenschaften

1.2.1.2 Die Grundorientierungen

1.2.1.3 Die soziale Lage

1.2.1.4 Die Sinusmilieus und ihre gesellschaftliche Einbindung

1.2.1.5 Distinktionsgrenzen zwischen den Milieus

1.2.1.6 Die Weiterentwicklung der Milieu-Karte 2011 f.

1.2.2. Die Sinusstudien und die kath. Kirche

1.2.2.1 Der Ergebnisse der Studie „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinusmilieus“ (2005)

1.2.2.1.1 Die Ist-Positionierung der Katholischen Kirche

1.2.2.1.2 Das Milieu „Moderne Performer“

1.2.2.1.3 Das Milieu „Experimentalisten“

1.2.2.1.4 Das Milieu „Hedonisten“

1.2.2.2 „Wie ticken Jugendliche?“ - Die Sinus-Milieustudie U27 (2007)

1.2.2.3 Der MDG-Trendmonitor „Religiöse Kommunikation 2010“

1.2.3. Die Sinusstudien und das Internet anhand des „Austrian Internet Monitor“ und der „Stern-Markenprofile

1.3 Erstes Fazit

2 „Im Hause meines Vaters gibt es viele rooms – manche sind chatrooms“ (Matthias Sellmann)

2.1 Theologische Reflexion des Kommunikationswandels durch Social Media

- 2.1.1 Offizielle Stellungnahmen der Katholischen Kirche
 - 2.1.1.1 „Medien als Verkündigung“ beim II. Vatikanischen Konzil und im Anschluß
 - 2.1.1.2 Botschaften des Vatikans zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel (2010, 2011)
 - 2.1.1.3 Das medienethische Impulspapier „Virtualität und Inszenierung – Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft“ der deutschen Bischofskonferenz (2011)
- 2.1.2 Das Internet als Ort für christliche Kommunikation: Virtuelle Begegnungen sind nicht-physische Begegnungen, aber genauso real
- 2.1.3 Netzinkulturation als Paradigma einer Kirche 2.0
 - 2.1.3.1 Zum Begriff der Inkulturation
 - 2.1.3.2 Netzinkulturation als Prozess
 - 2.1.3.3 Netzinkulturation als Wahrnehmung der Charismen von Produzern (Jürgen Pelzer)

2.2 Die pastoralen Konsequenzen der Sinusstudien mit Fokus auf die postmodernen Milieus

- 2.2.1 Die Brisanz der Milieuverengung für kirchenferne Milieus und die theologische Notwendigkeit einer Kirche, die alle Milieus erreicht
- 2.2.2 Inadäquate Reaktionsmöglichkeiten
- 2.2.3 Der Maßstab ist die Verkündigung des „Reich Gottes“
- 2.2.4 Milieu- und lebensweltorientierte Seelsorge mit postmodernen Milieus im Spannungsfeld zwischen Verkündigung, Mission und Dialog – eine „Kommunikationspastoral der Zwischenräume“ (Michael Ebertz)

2.3 Kriterien einer erfolgreichen Social Media Pastoral mit postmodernen Milieus

- 2.3.1 Inhaltliche Ausrichtung an (religiösen) Themen, die potentiell interessant für postmoderne Milieus sind
- 2.3.2 Design, Multimedialität, technische Umsetzung als „State of the Art“
- 2.3.3 Interaktivität, Partizipationsmöglichkeiten, Übertragung von Verantwortung an die Produzern
- 2.3.4. Human2Human, nicht Institution2Human / Personalisierung und Personenorientierung
- 2.3.5 Transmediales Storytelling - Narrative Grundstruktur
- 2.3.6 Projektorientierung
- 2.3.7 Persönlicher, biografisch orientierter Nutzen
- 2.3.8 Rückbindung an milieusensible Offline-Angebote
- 2.3.9 Rückbindung an die Institution, für das Lernen der Kirche im Sinne der Inkulturationsleistung

2.4 Zweites Fazit

3 Postmoderne Milieuinkulturation in Social Media

3.1 Einleitung und zur Auswahl der Beispiele

3.2 Drei Beispiele gelungener milieusensibler Kommunikationsangebote

- 3.2.1 Blog „Aus Liebe zur Freiheit“ (Antje Schrupp)
 - 3.2.1.1 Vorstellung
 - 3.2.1.2 Bewertung anhand der Kriterien erfolgreicher Social Media Pastoral
- 3.2.3 72 Stunden ohne Kompromiss (Katholische Jugend Österreich)
 - 3.2.3.1 Vorstellung
 - 3.2.3.2 Bewertung anhand der Kriterien erfolgreicher Social Media Pastoral

3.2.4 Jugendkirche kafarna:um (Aachen)

3.2.4.1 Vorstellung

3.2.4.2 Bewertung anhand der Kriterien erfolgreicher Social Media Pastora

3.3 Zusammenfassung und Abschluß

3.3.1 Zusammenfassung

3.3.2. Offene Forschungsfragen

4 Anhang: Quellen- und Abbildungsverzeichnis

4.1 Kirchliche Dokumente

4.2 Monografien

4.3 Artikel

4.4 Internetquellen

4.5 Abbildungsverzeichnis