

## Kirche / Social Media / C-Milieus der Sinusstudie (Arbeitstitel)

### Themenbereich

---

Praktische Theologie - Pastoraltheologie

### Kurzbeschreibung

---

missing

### Zentrale Forschungsfragen

---

Wie muss sich eine Social Media-Strategie der Kirche ausrichten, um (auch) Menschen, die den Milieus B12, C12, C2 der Sinus-Studie angehören, zu erreichen?

- Was und wen braucht es, um mit diesen neuen Kommunikationsräume zu eröffnen?
- Wie ist die Präsenz der Kirche in Social Media theologisch zu argumentieren?
- Welche ekklesiologischen Ansätze sind zu stärken, um Veränderung der gesellschaftlichen Kommunikation via Social Media gerecht zu werden?

### Zentrale Hypothese

---

Menschen, der Milieus B12, C12, C2 der Sinus-Studie können via Social Media primär dann erreicht werden, wenn das persönliche Moment und die persönliche Beziehung ganz im Sinne der Funktionsweise dieser Tools gestärkt wird:

- Die Priesterschaft aller Gläubigen (II. Vatikanisches Konzil).
- Das Bezeugen und Bekennen ihres Glaubens durch einzelne Christ\_innen in sozialen Netzwerken.

Eine Social Media Strategie der Kirche muss das vermehrt in den Blick nehmen und auf verschiedenen Ebenen Menschen darin bestärken, offen und kompetent über ihren Glauben in sozialen Netzwerken zu kommunizieren. Ob das gelingt, hängt nicht zuletzt von der Ekklesiologie ab.

### Positionierung im Forschungskontext

---

Zum Thema Social Media gibt es bereits viele Arbeiten aus kommunikations- und sozialwissenschaftlicher, betriebswirtschaftlicher und philosophischer Perspektive. In der Theologie hat diese Debatte begonnen: Zum Thema Internet findet sich ausreichend Literatur aus den letzten 10 Jahren. Näherhin zu Social Media gibt es nach Stand meiner bisherigen Literaturrecherchen noch weniger, was nicht überrascht, weil die Social Media Entwicklung sehr rasch von statten geht und Wissenschaft als Reflexion dieser Praxis immer hinter her hinkt. Insofern werden ich manchen Teilbereichen darauf verwiesen sein meine eigene Erfahrungen in diese Arbeit einzubringen.

Die Sinusstudie wurde in der Theologie intensiv, gerade mit Fokus auf die pastorale Relevanz, diskutiert.

### Motive der Arbeit

---

Mich interessiert das Thema Social Media, weil ich sowohl beruflich als Mitarbeiterin der Katholischen Aktion Oberösterreich für das Social Media Projekt ThemaTisch.at als auch privat sehr intensiv via Social Media kommuniziere. Mich phasziniert daran die spielerische Leichtigkeit der Kommunikation und das eröffnen neuer Kommunikationsräume mit Menschen, die ich sonst vielleicht gar nie kennengelernt hätte. Genauso wichtig erscheint es mir aber, zu diesen Tools auch eine kritisch-reflexive Distanz zu haben. Das verstehe ich als Aufgabe der Wissenschaft.

Für die Kirche eröffnen sich, wie ich meine, mittels Social Media neue Chancen in der Glaubenskommunikation, denen ich in dieser Arbeit ansatzweise nachspüren möchte. Für den Fokus auf soziale Milieus, die in der

Kirche kaum beheimatet sind, habe ich mich wohl aus einem biografischen Grund entschieden: Aufgewachsen in einer wenig christlichen Familie hatte ich bis zu meinem 30. Lebensjahr so gut wie keine Kontakte zu Religion und Kirche.

Ich denke, dass meine Arbeit gerade derzeit, wo in den Kirchen intensiv über Social Media nachgedacht wird, einen Beitrag zu dieser Strategieentwicklung leisten kann. Besonders wichtig ist mir dabei, dass Kirche die Chance nutzt, die sich via Social Media auch für die Kommunikation ausserhalb des „forums internums“ ergeben.

## **Methode**

---

Die Diplomarbeit ist als reine Literaturarbeit konzipiert; empirische Untersuchungen, insbesondere die Sinusstudie und die Studie „Kirche im Web 2.0“ fließen als Ausgangspunkt der Auseinandersetzung ein. Methodisch wird im Aufbau der Arbeit der Dreischritt „Sehen – Urteilen – Handeln“ aus der katholischen Soziallehre angewandt.

## **Zeitplan**

---

Fertigstellung der Konzeption: Ende Juni 2010

missing

## **Inhaltliche Gliederung**

---

### **0 Vorwort**

Persönliche Motivation, ...

### **1 Einleitung unfertig**

„Zeichen der Zeit“ (GS)

Social Media Strategien hängen von der Ekklesiologie ab

### **2 Sehen: Was ist Stand der Dinge beim Thema Kirche / Social Media? halbfertig**

#### **Social Media**

Was ist Social Media

- Begriffsbestimmungen und Grunddaten
- Wichtigste in Österreich genutzte Dienste
- Person/Beziehung

Wie verändern Social Media Kommunikation?

- Von der one-to-many zur many-to-many-Kommunikation

Zentrale Kritikpunkte an Social Media

- Ausschlüsse: Digital Losers
- Selbsttechniken/Gouvernementalität<sup>1</sup>
- Privatsphäre und Datenschutz
- „Heilversprechung“ Demokratisierung via Social Media
- Internetkultur ist keine „neue Religion“<sup>2</sup>, auch wenn sie vielfach so verstanden wird

#### **Sinusstudien**

Sinusstudie „Religiöse und kirchliche Orientierungen“<sup>3</sup> mit Fokus auf B12, C12, C2

→ Befund: Kirche nur noch in drei Milieus vertreten

- 1 Vgl. Ramon Reichert, Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0, Bielefeld: transcript 2008
- 2 Vgl. Müller, Klaus, Suchen – Finden – Verschwinden, Über Wahrheitsfragen in der Netzkultur, in: Lederhilger, Severin (Hg.), Wozu Wahrheit? 10. Ökumenische Sommerakademie, Frankfurt/Mai 2009, 56 - 75
- 3 Vgl. Wippermann, Carsten, Magalhaes, Isabel (Hgg.), Milieuhandbuch "Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2005", München 2005

Genauere Darstellung der Milieus B12, C12, C2  
Gesellschaftlichen Rolle und Erwartungen  
Kommunikationsverhalten mittels der Sinusstudie zur Internetnutzung<sup>4</sup> (Medienmilieus)  
Grenzen der Sinusstudie, offene Fragen, was tut Kirche mit dem Befund?  
→ Konzepte lebensweltlicher, milieuspezifischer Seelsorge<sup>5</sup>

### **Wie nutzen Kirchen derzeit Social Media?**

Dt. Studie "Kirche im "Web 2.0"<sup>6</sup>

Zusammenfassung

Reflexion der Datengrundlage im Kontext dieser Arbeit (bildet Binnendiskurs ab durch die Befragten)

Österreich

keine Studie vorhanden

Prezi von Stefan Greifeneder<sup>7</sup>

event. Interviews, Stellungnahmen von/mit Stephan Bazalka<sup>8</sup> und/oder Karl-Heinz Kronawetter<sup>9</sup>  
eigene Erfahrungen

Fundamentalistische Internetnetzwerke am Rand bzw. ausserhalb der katholischen Kirche (kath.net, gloria.tv, kreuz.net, ... )<sup>10</sup>

für B12, C12, C2 maximal negative Referenzpunkte (Bsp. Homosexualität)

so was von gestrig, dass schon wieder lustig (Differenz! → Luhmann)

Facebook-Offensive<sup>11</sup>

### **Zusammenfassung**

**Urteilen: Theologische Grundlegung der Glaubenskommunikation mit Social Media unter besonderer Berücksichtigung der Sinusmilieus B12, C12, C2 unfertig**

### **Offizielle Positionen der Kirche zum Internet<sup>12</sup>, näherhin Social Media**

kurze Zusammenfassung Botschaften zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel

Event. Kathpress-Recherche: Aussagen in Österreich

### **Bibeltheologisches**

Mk 16,15 Alle Gläubigen sind zur Seelsorge berufen → Grundvollzug der Kirche: Martyria.

Prophetische Rede (hingehen, wo die Menschen sind)

Situation der Urkirche: Gottrede in einer pluralen Welt, kein Binnendiskurs

### **(Exemplarisches zu) Kommunikationskonzepte**

In Social Media: Von one-to-many zur many-to-many-Kommunikation

Differenz als Voraussetzung von gelungener Kommunikation – Luhmann<sup>13,14</sup>

### **Öffentliche Theologie**

Religion ist keine Privatsache - (Fundamental-)theologische Argumentation von Theologie/Religion in der

4 Vgl. Stern Markenprofile 12, Medienmentalitäten heute: Zwischen Virtualisierung und Bodenhaftung, in: <http://www.gujmedia.de/components/markenprofile/mapro12/medienmentalitaeten/medienmentalitaeten.html>

5 Vgl. Ebertz, Michael N. (Hg.), Milieupraxis, Vom Sehen zum Handeln in der pastoralen Arbeit, Würzburg 2009

6 <http://www.kirche-im-web20.de>

7 Bis 4/2010 Webmaster der Diözese Linz und auch Mitglied der Koordination der Webmaster in Österreich, Prezi-Präsentation ist unveröffentlicht

8 Ehrenamtlicher Vorsitzender der Katholischen Jugend, sehr aktiv im Social Web, hat Überblick

9 Webmaster der Diözese Gurk-Klagenfurt, koordiniert die Diözesanen Webmaster österreichweit

10 Literatur sh. <http://andreama.at/category/tags-literatur/fundamentalistinnen>

11 Facebook-Gruppe „Ja zur Kirche“ <http://www.facebook.com/group.php?gid=10150158566040089> bzw. <http://www.ja-zur-kirche.net/>

12 Literatur sh. <http://andreama.at/category/tags-literatur/vatikan-stellungnahmen>

13 Vgl. <http://www.netzinkulturation.de/dissenz-quintessenz-der-internetkommunikation-oder-luhmann-und-das-web-20/kommunikationsmuster/2009/05/18/>

14 Vgl. Eder, Helmut, Kirche als pastorales Netzwerk. Chancen und Konsequenzen einer operativen Kirchenkonzeption (Dissertation), Linz 2009

Öffentlichkeit<sup>15</sup>

Mediengeschichte<sup>16</sup>: Jesus face-to-face, Paulus Briefe, Evangelien, Buchdruck, Internet, Social Media

**Bezeugen und Bekennen als kommunikative Grundhaltung** (Edmund Arens<sup>17</sup>)

**Beziehungsmedium Internet**

Beziehung als entscheidende Kategorie<sup>18</sup>

Gott ist „Macht in Beziehung“ (Carter Heyward<sup>19</sup>)

**II. Vatikanisches Konzil**

Ansatzpunkte aufzählen (LG, GS)

Glaubenskommunikation als dezentraler Prozess → Stärkung der Einzelnen in Gemeinschaft (Differenzierung der Gesellschaft, religionssoziologischer Diskurs)

Ekklesiologie<sup>20</sup>: Volk Gottes – Partizipation

**Virtualität ist Realität**

Social Media <-> IRL Kommunikation

Die These von Social Media als „Türöffner“ (wohin?)

Virtualität ist Realität<sup>21</sup> ↔ Sinusmilieus in der Kirche!

→ **Internet als locus theologicus**

Heterotopien sind reale Orte – Foucault<sup>22</sup>

Loci-Theologie<sup>23</sup>

Im Internet werden menschliche Erfahrungen und Wirklichkeiten transparent für Gott<sup>24</sup>

Grundvollzüge<sup>25</sup> besonders Martyria

**3 Handeln: Ansätze für neue Kommunikationsräume mit B12, C12, C2 in Social Media noch unfertiger**

Virtuelle Glaubenskommunikation als Teil des Netzwerks Kirche: Subsidiarität (→ Soziallehre) – die „Zentralen“ sollen unterstützen und weniger selbst tun

Charismen-orientierte Internetstrategie<sup>26</sup>

Aktiv am Dorfplatz, auf der Agora, im Wirtshaus Social Media

Selektive Authentizität (->TZI)

Stärkung des/der Einzelnen → Bildungsaufgabe Glaubenskommunikation in Social Media

Milieuoffenheit? Wer kommuniziert überhaupt? Sind nicht Missverständnisse zwischen den Milieus vorprogrammiert?

Hat die Kirche ihre „Hausaufgaben“ schon gemacht?

15 Vgl. Telser, Andreas, Theologie als öffentlicher Diskurs. Zur Aktualität der Systematischen Theologie David Tracys (Dissertation), Linz 2009

16 Literatur siehe <http://andream.at/category/tags-literatur/mediengeschichte>

17 Vgl. ARENS, Edmund, Christopraxis, Grundzüge theologischer Handlungstheorie, Freiburg im Breisgau/Basel/Wien 1992 (Quaestiones disputatae 139)

18 Vgl. Haderer, Michael, Beziehungsmedium Internet. Das Internet als Lebensraum, seine Auswirkungen auf soziale Beziehungen und seine Herausforderungen für die Kirche als Beziehungsgemeinschaft (Diplomarbeit), Linz 2006

19 Vgl. Heyward, Carter, Und sie rührte sein Kleid an. Eine feministische Theologie der Beziehung, Stuttgart 1999

20 Erste Literatur siehe <http://andream.at/category/tags-literatur/ekklesiologie>

21 Vgl. Böntert, Stefan, Gottesdienste im Internet. Perspektiven eines Dialogs zwischen Internet und Liturgie, Stuttgart 2005

22 Literatur von VL Pastoraltheologie Interkulturell

23 Literatur von VL Pastoraltheologie Interkulturell

24 Vgl. Böntert, Stefan, Gottesdienste im Internet. Perspektiven eines Dialogs zwischen Internet und Liturgie, Stuttgart 2005, 40 ff.

25 Vgl. <http://andream.at/category/tags-literatur/grundvollz%C3%BCge>

26 <http://frischfischen.de/2010/03/18/charismen-im-internet/>

Professionelle Websites, SEO (Aufgabe der „Zentralen“)

Problem tut sich auf, wenn Online und Offline nicht zusammenpasst. Wo gibt's Übergänge von Online- zur Offline-Kommunikation? (Aufgabe des Netzwerks Kirche).

Umgehen mit Ungleichzeitigkeiten (vielleicht gar nicht so schlecht, denn Kirche soll den Digital Divide nicht fördern; Mut zur Lücke)

[Erfahrungen mit ThemaTisch.at]

Aktiv auf Menschen zugehen:

Rede von „Gott“ markiert etwas, dass in anderen Systemen fehlt (→ Luhmann). Einstieg in die Kommunikation, dort wo „Gott“ & Co. vorkommt? Lernen von der Atheist\_innen-Buskampagne? Gott dazwischen, Fragmentarität positiv wahrnehmen, Karsamstag (→ Ina Praetorius)?

Kulturelle Codes des Christentums transformieren: Anknüpfungen ans Kirchenjahr, Lebenswenden, Bsp. Twitter-Fasten

Social Media für bestehende Communitys (Pilgern.at)

Umgang mit Kirchenkrisen: Dort wo die „offizielle Kommunikation“ versagt, kann nur noch die persönliche Beziehung greifen.

Kollektive Wissensgenerierung ist nicht nur effizient, sondern öffnet Kirche → Organisationsentwicklung. Social Media Mainstreaming. B12, C12, C2 sind bereit, etwas beizutragen, wenn sie ernsthaft gefragt werden.

Probleme wie Datenschutz, Privacy, Veränderung von Arbeitsverhältnissen wahrnehmen durch die Kirche<sup>27</sup> → Kirche könnte hier Profil im Sinn der Menschenwürde und der „Option für die Armen“ zeigen und an bestehende kritische Diskurse der Digital Natives anknüpfen.

Synodale Verfasstheit der Kirche: Einbeziehen von B12, C12, C2 via Social Media. Wer aber von Partizipation redet, muss es wirklich ernst meinen.

Keine Angst vor dem Kontrollverlust - „Paulus hätte keine Angst vor der Kommentarfunktion gehabt“ (Kommunikationssituation der frühen Kirche, NT) ↔ Wahrheitsfragen<sup>28</sup>  
Persönliche Kommunikation fokussieren

#### **4 Abschluss/Zusammenfassung/Ergebnissicherung**

#### **unklar wohin das gehört**

#### **Nicht Thema der Arbeit**

Sakramente: Eher kurz, neue Fragen entstehen

Professionalisierte Internetseelsorge-Angebote via Chat, Email, Web: Ja, aber wen erreicht es wirklich?

#### **Literatur**

---

siehe <http://andreama.at/literaturliste>

#### **Offene Fragen**

---

27 Reinmann, Ralf Peter, Die Cyber Church zwischen Tradition und Postmoderne, in:  
<http://www.theomag.de/23/rpr1.htm>

28 Müller, Klaus, Suchen – Finden – Verschwinden, Über Wahrheitsfragen in der Netzkultur, in: Lederhilger, Severin (Hg.), Wozu Wahrheit? 10. Ökumenische Sommerakademie, Frankfurt/Mai 2009, 56 - 75