

Digital Natives und kirchliche Kommunikation

Sie sind mit den klassischen Formen der Pastoral kaum noch anzusprechen: die jungen, postmodern geprägten Milieus der Digital Natives. Das Internet ist für sie nicht irgendein „neues Medium“, sondern selbstverständlicher Teil ihrer Wirklichkeit; es hat von Jugend an ihren Lebens- und Kommunikationsstil mitgeformt. Zu ihren Lebenswelten findet die Kirche nur punktuell Zugang. Andrea Meyer-Edoloeyi fragt, wie Glaubenskommunikation mit dieser Gruppe möglich werden kann und plädiert für einen inkulturativen Lernprozess, um Netzkultur und Christentum miteinander in Dialog zu bringen.

Im Mai 2013 findet die re:publica in Berlin statt. Das ist die wichtigste jährliche Konferenz zum Internet im deutschsprachigen Raum, der Hotspot der Digital Natives. Zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Beitrags liegt noch kein Programm vor – doch ich kann jetzt schon sagen, dass ich äußerst positiv überrascht wäre, wenn dort das Thema Religion und Kirche vorkäme. Diese Absenz ist Ausdruck einer schleichenden Exkulturation der Kirchen (vgl. Sellmann, Passung, 3). In der Binnenlogik der Kirchen kommt das Internet als Lebensraum nicht vor, es wird primär als Verbreitungsweg bestehender Dokumente verstanden. Das erkennt, dass das Netz längst interaktiv und „social“ geworden ist, dass „the People Formerly Known as the Audience“ (Rosen, People) längst Produzenten sind, die selbst Inhalte im Internet generieren und ihre Beziehungen über soziale Netzwerke organisieren: Digital Natives sind online, sie gehen nicht online.

Dieser Beitrag lädt ein, die Lebenswelt der Digital Natives zu erkunden, und stellt positive Anknüpfungspunkte für die Kommunikation der Kirche mit diesen dar. Dabei sollte implizit auch deutlich werden, was getan werden kann, damit die Ressourcen der christlichen Botschaft für die re:publica 2014 ff. erschlossen werden können – um der Menschen willen.

Digital Natives als schillernder Modebegriff

Der Begriff wurde von Marc Prensky in Anlehnung an den linguistischen Begriff „Native Speaker“ geprägt (vgl. Prensky, Digital Natives). Menschen, die in einer Zeit erwachsen wurden, wo digitale Technologien wie Computer und Internet bereits verfügbar waren, sind nach Prensky Digital Natives. Die Begriffe „Generation Y“, „Net Generation“ und „Millennials“ werden zumeist synonym verwendet. Diese Definition und damit der Begriff der Digital Natives wird von vielen Medienwissenschaftler_innen auf Basis von Untersuchungen des Medienverhaltens kritisch gesehen (vgl. Schulmeister, Net Generation). Empirische Untersuchungen machen deutlich, dass sich das Nutzungsverhalten von älteren Personen, die intensiv das Social Web nutzen, nicht qualitativ von dem der jüngeren Generation unterscheidet. Es gibt auch jüngere Personen, die ein Kommunikationsverhalten von „Digital Immigrants“ zeigen oder sogar „Digital Outsiders“ sind, ebenso wie es Ältere gibt, die das Netz in einer Weise nutzen wie es Prensky nur den Jüngeren zuschreibt. Mit diesem Begriff wird, so kritisiert Jan Schmidt, die Vorstellung aus den 1990er-Jahren reproduziert, das Internet sei ein „eigener Raum, ein 'Cyberspace' mit eigenen Gesetzen, Riten und Normen, der losgelöst von der 'realen Welt' existiere“ (Schmidt, Neue Medien, 35).

Der Organisationspsychologe und Unternehmensberater Peter Kruse schlägt ausgehend von einer repräsentativen Untersuchung von „heavy users“ die Unterscheidung von „Digital Residents“ und „Digital Visitors“ vor (vgl. Kruse, Nutzung). Das Alter ist dabei nicht das Unterscheidungskriterium. „Digital Resident“ zu sein ist eine Werthaltung, kein Geburtsrecht, sagt Kruse.

Wertorientiert ist auch die mit den Sinus-Milieus® arbeitende DIVSI-Studie, die eine Unterscheidung der bundesdeutschen Bevölkerung in „Digital Outsiders“, „Digital Immigrants“ und „Digital Natives“ nahe legt (DIVSI, Vertrauen). Interessant ist die DIVSI-Studie insbesondere deswegen, weil durch die Verwendung des gleichen Forschungsmodells daraus auch Schlussfolgerungen für die Haltungen der „Net people“ zum Thema Religion und Kirche gezogen werden können, Digital Natives sind allesamt im postmodernen Sinus-Wertesegment angesiedelt. Digital Natives (41 % der bundesdeutschen Bevölkerung) werden in der DIVSI-Studie in die Milieus der „Digital Souveränen“, „Effizienzorientierten Performer“ und „Unbekümmerten Hedonisten“ weiter differenziert, insbesondere das Milieu der „Digital Souveränen“ kommt der Beschreibung der „Digital Residents“ im Modell von Peter Kruse nahe.

Lebenswelten von Digital Natives

„Wir, surfen‘ nicht im Internet und das Internet ist für uns kein ‚Ort‘ und kein ‚virtueller Raum‘. Für uns ist das Internet keine externe Erweiterung unserer Wirklichkeit, sondern ein Teil von ihr: eine unsichtbare, aber jederzeit präsente Schicht, die mit der körperlichen Umgebung verflochten



Andrea Meyer-Edoloeyi ist Social Media Managerin der Katholischen Kirche in Oberösterreich und hat gerade eine pastoraltheologische Diplomarbeit zum Thema dieses Beitrags verfasst.

ist. Wir benutzen das Internet nicht, wir leben darin und damit.“ (Czerski, Netz-Kinder)

Für Digital Natives sind Internet und Social Web ein für sie selbstverständlicher Teil ihres Alltags, es ist intensiv mit ihrem Identitäts-, ihren Beziehungs- und Informationsmanagement (vgl. Schmidt, Netz) verwoben. Das „Selbst-, Sozial- und Weltverhältnis“ (Trocholepczy, Agora, 238) der Menschen, ganz besonders der Digital Natives, wird mittlerweile über das Internet hauptreguliert, so der Religionspädagoge Bernd Trocholepczy. In der DIVSI-Studie wird den „Digital Natives“ der Satz „Ich surfe, also bin ich“ (DIVSI, Vertrauen) in den Mund gelegt. Sie nutzen überdurchschnittlich mobile Technologien und das Internet spielt beruflich wie in der Freizeit eine herausragende Rolle. Etwas, das nicht im Internet zu finden ist, „gibt es nicht“ – in der Perspektive dieser Menschen. Kommunikation von Angesicht zu Angesicht und Kommunikation über das Internet ist für dieses Milieu gleichwertig, für den unbedingten Vorrang der Offline-Kommunikation gibt es kein Verständnis.

Digital Natives als kirchendistanzierte Milieus

Der Vergleich verschiedener Untersuchungen zeigt: Je kirchendistanzierter jemand ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass er oder sie Digital Native mit postmodernem Lebensstil ist und umgekehrt. Die Religionssoziologie zeigt seit Jahren auf, dass die Kirche ein massives Kommunikationsproblem mit diesen Milieus hat. Unlängst wurde dies mit dem Update der Sinusstudien wieder bestätigt. Kirche wird von Menschen mit postmodernem Lebensstil als alt, verstaubt und reformresistent wahrgenommen. Im Alltag gibt es kaum Berührungspunkte, weil diese Menschen keinen Nutzen in den Angeboten der Kirche sehen. Allenfalls wird noch konstatiert, dass es gut ist, dass es die Kirche überhaupt gibt. Wer twittert (und sich dort nicht eine christlich-katholische [Filterbubble](#) aufgebaut hat), bekommt diesen Befund täglich vorgeführt.

Kommunikationschancen mit Digital Natives

„Gib mir ein kleines bisschen Sicherheit. In einer Welt in der nichts sicher scheint. Gib mir in dieser schnellen Zeit irgendwas das bleibt.“

So heißt es in einem Songtext von Silbermond. Sinnsucher_innen sind die Menschen der postmodernen Milieus aber allemal – die christliche Botschaft hätte durchaus das Potential eine positive Ressource für die Biografie von postmodernen Menschen darzustellen. Die Kreativität, die der Rücktritt des Papstes auf Twitter ausgelöst hat, zeigt, dass Religion etwas ist, was alle unbedingt angeht. Eine theologische Deutung der Beziehungserfahrungen im Social Web als „kleine Transendenzen“ (Thomas Luckmann) im Alltag verweist einerseits auf die Differenz zwischen Gottes- und Beziehungserfahrung, andererseits aber auch auf die Durchsichtigkeit dieser in Richtung „großer Transendenzen“ (vgl. Costanza, Fernanwesenheit, 144).

Punktuell gelingt es Kirche, positive Berührungs- und Andockpunkte für postmoderne Milieus zu schaffen – insbesondere dort, wo Kirche sich auf experimentelles Terrain wagt, sich bewusst inkulturierend auf die Sicht der „Anderen“ einlässt und die „Fähigkeit, von den anderen her die Bedeutsamkeit des Evangeliums erschließen und entdecken zu können“ (Bucher, Adressaten, 74), entwickelt. Es fällt auf, dass fast alle dieser „Fresh Expressions of Church“ (FreshX) (vgl. Herbst, Church Planting) im postmodernen Segment völlig selbstverständlich im Social Web kommunizieren.

Kommunikation mit Digital Natives ist weit mehr als eine Facebook-Page

So sinnvoll und notwendig es ist, dass die Kirche zeitgemäße Auftritte im Internet entwickelt, so sehr ist vor dem oben geschilderten Hintergrund auch klar, dass dies alleine zu wenig ist, um mit postmodernen Milieus, mit Digital Natives, positive Kommunikationsräume zu eröffnen. Vielmehr bleibt kaum ein Bereich der Pastoral vom Social Web unberührt – jedenfalls dann, wenn Pastoral im Sinne des Auftrags des Evangeliums potentiell für alle Menschen die Konfrontation der eigenen Existenz mit der christlichen Botschaft ermöglichen will.

Die Facebook-Page einer Pfarrgemeinde stellt – wenn sie engagiert betreut wird – einen positiven Schritt der Öffnung und Ansprechbarkeit dar, sie ist aber doch primär eine Kommunikationsplattform für sowieso schon kirchliche Sozialisierte – außer die Pfarrgemeinde würde sich selbst wesentlich weiterentwickeln. Wer Digital Natives bloß als Kommunikator_innen des kirchlichen Geschehens im Internet versteht, ignoriert ihr Bedürfnis, auf eigene Art und Weise ihre Beziehung zu Gott und ihr Kirche-Sein zu leben. Folgende schematische Darstellung macht deutlich, dass für unterschiedliche Milieus auch unterschiedliche pastorale Herausforderungen durch das Social Web entstanden sind:

	Digital Outsiders	Digital Immigrants	Digital Natives
Milieu nach DIVSI-Studie	Ordnungsfordernde Internet-Laien Internetferne Verunsicherte	Postmaterielle Skeptiker Verantwortungs- bedachte Etablierte	Digital Souveräne Effizienzorientierte Performer Unbekümmerte Hedonisten

Literatur

Benedikt XVI., Der Priester und die

	Digital Outsiders	Digital Immigrants	Digital Natives
Sinus-Milieus	Konservative Traditionelle Konsumorientierte Basis Bürgerliche Mitte (z.T.)	Etablierte Bürgerliche Mitte (z.T.) Postmaterielle	Performer Adaptiv-Pragmatische Expeditive Hedonisten
Haltung gegenüber Internet	Verunsicherung Überforderung Exklusion	Verantwortungs- bewusstsein Skepsis	Multioptionalität, vernetzt- entgrenzt „Wir gehen nicht online, wir sind online“
Erreichbarkeit über das Social Web	So gut wie gar nicht	Partiell	Fast ausschließlich
Pastorale Herausforderung	Digital Gap	Verbindung von Online und Offline	Netzinkulturation
Kommunikations-Beispiele	Erzählcafe, in dem sich Generationen begegnen	Fotos einer Veranstaltung auf Flickr Facebook-Page einer Pfarrgemeinde	Direkte, persönliche Kommunikation auf Twitter Barcamp

(Abb. 1: Internet-Kommunikationsformen nach Sinus-Segmenten. Quelle: Eigene Darstellung.)

Diese Darstellung bezieht sich auf Erwachsene. Die Herausforderungen in der Jugendpastoral stellen sich anders, weil Jugendliche so gut wie alle im Social Web aktiv sind – wenn auch in unterschiedlicher Weise und Intensität.

Netzinkulturation

Wenn heute im Kontext des Social Web vielfach davon die Rede ist, dass Paulus gebloggt hätte und via Twitter mit den Menschen in Kommunikation getreten wäre, wird der Kontext der ersten Verbreitung der christlichen Botschaft in der griechisch-hellenistischen Kultur aufgerufen. Mit der Rede von der „Agora der Netzwelt“ (vgl. Benedikt XVI., Seelsorge) ist durch diesen Zusammenhang immer mehr ausgesagt als nur das Entstehen eines neuen Kommunikationskanals für die christliche Botschaft. Die Erfolgsgeschichte des Christentums ist zuallererst eine erfolgreiche Inkulturationsgeschichte. Der Theologe und Social Media Berater Jürgen Pelzer hat in diesem Kontext den Begriff der „Netzinkulturation“ geprägt (vgl. Pelzer, Netzinkulturation). Gemeint ist damit die wechselseitige Inspiration von Digital Natives und christlicher Botschaft.

Netzinkulturation meint dabei in meinem Verständnis keine fertige Strategie, sondern vielmehr eine Haltung, die sich theologisch verantwortet auf konkrete (Kommunikations-)Situationen im Internet einlässt und dort Passungen mit Digital Natives sucht. Damit hat sie eine explizite Nähe zu den schon angesprochenen FreshX: In vielen Fällen wird das Social Web integraler Bestandteil von neuen Ausdrucksformen von Kirche sein, die ihre Basis in der „Kohlenstoffwelt“ haben, wie es beispielsweise heute schon bei manchen Jugendkirchen der Fall ist; es ist aber genauso denkbar, dass sich der Ort des gemeinsamen Lebens von Religion fast ausschließlich ins Internet verlagert, dass es FreshX nur online gibt. Dazwischen immer: Alltagskommunikation, implizit oder explizit religiös – und offen für „mehr“.

Die Botschaft am Anderen neu lernen

Netzinkulturation bedeutet sich auf einen experimentellen und nicht immer einfachen Lernprozess und auf den aktiven Dialog einzulassen. Der Social Media Experte Jörg Eisfeld-Reschke meint: „Würde die Kirche mich als Kunden kontaktieren wollen, dann müsste sie sich zu mir begeben und das nicht nur mit dem Glockenläuten am Sonntagmorgen. Erst wenn die Kirche auf mich reagiert, mit mir in den kritischen und humorvollen Dialog tritt, kann sie mich zurückgewinnen“ (Eisfeld-Reschke, Experte). Damit ist der unwiderrufliche Paradigmenwechsel von Sender-Empfänger-Modell hin zur usergenerierten Kommunikation genauso wie das persönliche Moment der Kommunikation angesprochen. Netzinkulturation verlangt wahrzunehmen, dass Kommunikation im Social Web zuallererst persönliche Kommunikation ist und es dafür Menschen braucht, die tief verwurzelt im christlichen Glauben, ihr Charisma (vgl. Pelzer, Internetstrategie) in dieser Form der Kommunikation mit Anderen finden, ganz egal ob auf Facebook, Twitter oder in Blogs. Der Dialog findet immer zwischen konkreten Menschen statt. Die usergenerierte Kommunikation im Internet leistet damit einen Beitrag dazu, das in der Volk-Gottes-Theologie des II. Vatikanischen Konzils grundlegende Verständnis des Werden der Kirche von den Menschen her – hier der Digital Natives – wieder neu umzusetzen.

Do it!

Wenn es 2013 auch nicht mit der re:publica klappt, laden dezentral Barcamps oder andere aus der Internetkultur entstandene Veranstaltungsformate Christ_innen ein, von Digital

Seelsorge in der digitalen Welt – die neuen Medien im Dienst des Wortes. Botschaft zum 44. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel, überprüft 23.2.2013.

Bucher, Rainer, Mehr als Adressaten. Grundsätzliche Überlegungen zum Konzept einer milieusensiblen Pastoral, in: Ebertz, Michael N./Hunsting, Hans-Georg (Hgg.), Hinaus ins Weite. Gehversuche einer milieusensiblen Kirche, Würzburg 2008, 67–76.

Costanza, Christina, Fernwesenheit. Personsein im Social Web im Lichte der Theologie, in: Costanza, Christina/Ernst, Christina, Personen im Web 2.0. Kommunikationswissenschaftliche, ethische und anthropologische Zugänge zu einer Theologie der Social Media, Göttingen 2012, 127–145.

Czerski, Piotr, Wir, die Netz-Kinder, in: Zeit Online, überprüft 23.2.2013.

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (Hg.), DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Hamburg 2012, überprüft 23.2.2013.

Eisfeld-Reschke, Jörg, „Herr Eisfeld-Reschke, Sie sind Experte auf dem Gebiet „Kommunikation in sozialen Medien“. Welche Tipps und Ratschläge würden Sie der Kirche mit auf den Weg geben, wenn sie Sie als Kunde kontaktieren würde?“, in: sinnstiftermag 14, überprüft 23.2.2013.

Herbst, Michael, Church Planting – Was lernen wir von neuen Gemeindegründungen?, in: Lebendige Seelsorge 1/2013, 2–7.

Kruse, Peter, Ist die Nutzung des Internets eine Glaubensfrage? (Video und Slides), überprüft 23.2.2013.

Pelzer, Jürgen, Netzinkulturation.de – Die neue Kultur des Internets als pastorale Herausforderung (Diplomarbeit 2005), überprüft 23.2.2013.

Pelzer, Jürgen, Eine kirchliche Internetstrategie auf Basis der Charismen. Charismen im Internet. Eine spirituell-theologische Grundlegung einer kirchlichen Internetstrategie, überprüft 23.2.2013.

Prensky, Marc, Digital Natives, Digital Immigrants, überprüft 23.2.2013.

Rosen, Jay, The People Formally Known as the Audience, überprüft 23.2.2013.

Schmidt, Jan, Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0, Konstanz 2011.

Schmidt, Jan, Neue Medien, neue Praktiken? Einige analytische Differenzierungen, in: Medienwirtschaft 1/2012, 35–37.

Schulmeister, Rolf, Gibt es eine »Net Generation«?, Hamburg 2009, überprüft 23.2.2013.

Sellmann, Matthias, Eine „Pastoral der Passung“. Pragmatismus als Herausforderung einer gegenwartsfähigen Pastoral(theologie), in: Lebendige Seelsorge 1/2011, 2–10.

Trocholepczy, Bernd, Die Agora der Netzwelt. Wie soll sich die Kirche zu

Natives zu lernen und Gott ins Gespräch zu bringen. Was beispielsweise Gnade und die digitalen Kulturen des Remix und der Creative Commons miteinander zu tun haben, wird nur gemeinsam mit Digital Natives erdacht werden können.

den neuen sozialen Medien stellen?, in: Herder Korrespondenz 64, 5/2010, 236–240.

| Katholische Arbeitsstelle
| für missionarische Pastoral

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Redaktion](#)