



Esther Berg-Chan / Markus Luber (Hg.)

CHRISTENTUM MEDIAL

Religiöse Kommunikation in digitaler Kultur



WELTKIRCHE UND MISSION

11

VERLAG FRIEDRICH PUSTET

Weltkirche und Mission

Band 11

Weltkirche und Mission

herausgegeben von
Markus Luber

Band 11

Esther Berg-Chan / Markus Luber (Hg.)
Christentum medial

Verlag Friedrich Pustet
Regensburg

Esther Berg-Chan / Markus Luber (Hg.)

Christentum medial

Religiöse Kommunikation in digitaler Kultur

Verlag Friedrich Pustet
Regensburg

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

ISBN (Print) 978-3-7917-3154-4

© 2020 by Verlag Friedrich Pustet, Regensburg
Umschlag: Martin Vollnhals, Neustadt a. d. Donau,
nach einem Entwurf von Tobias Keßler, Frankfurt
Druck und Bindung: Friedrich Pustet, Regensburg
Printed in Germany 2020

eISBN 978-3-7917-7293-6 (PDF)

Weitere Publikationen aus unserem Programm finden Sie auf
www.verlag-pustet.de
Informationen und Bestellungen unter verlag@pustet.de

Inhalt

Vorwort.....	7
Einleitung (Esther Berg-Chan und Markus Lubber).....	9
Wer die Medien hat, hat das Sagen? Religiöse Kommunikation im Umfeld einer Kultur der Digitalität (Wolfgang Beck).....	20
Katholische Soziallehre im digitalen Zeitalter (Paul Tighe).....	37
Googling Clement: Media in the Historical Construction and Contemporary Deconstruction of Christianity (Peter Horsfield).....	50
The Challenges of Digital Culture (Antonio Spadaro).....	70
Digitale und mediale Strategien der „Präsenz“ in protestantischen Megakirchen (Robbie B. H. Goh).....	85
Religion als Spektakel: Ästhetisierung des Religiösen und Ökonomie der Sensualisierung in Brasilien (Alberto da Silva Moreira).....	103
Popmusik als Evangelisierungsformat. Das „Crossover-Projekt“ der neo-charismatischen Megakirche City Harvest Church im gegenwärtigen Singapur (Esther Berg-Chan).....	120
Pastoral digital im „Jahr der Jugend“: Christus lebt. Die Apps <i>Jesus Art</i> und <i>#beimir</i> des Ökumenischen Kreuzwegs der Jugend und <i>goRome!</i> der XII. Internationalen Romwallfahrt der Ministranten (Alexander Bothe und Philipp Schall).....	149
Interreligiöser Online-Dialog, Friedensförderung und die Kusogmindanaw-Yahoo-Gruppe (Agnes M. Brazal).....	171
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren.....	189

Vorwort

Band 11 der Reihe „Weltkirche und Mission“ dokumentiert in weiten Teilen die Konferenzbeiträge der Jahrestagung 2018 des Instituts für Weltkirche und Mission, zu der sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie pastorale und publizistische Akteure in Sankt Georgen einfanden, um ihre Reflexionen und Erfahrungen auszutauschen. Der paradoxe Eindruck, der sich eventuell einstellt, wenn die Beschäftigung mit religiöser Kommunikation in digitaler Kultur ihre Dokumentation im analogen Medium Buch findet, bietet Anstoß, die Reflexion über Medialität zu erweitern. Die Darbietung der Überlegungen *in situ* in einer temporären Diskursgemeinschaft stellt die Hintergrundfolie der hier präsentierten Texte dar. Angesprochen auf den Aufwand, den eine internationale Tagung für alle Beteiligten bedeutet, begegnet meist ein Hinweis der Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf die gratifizierende Erfahrung einer intensivierten Durchdringung der Inhalte, die aus diesem Kontext erwächst. Der Hinweis rückt neben den technologischen Voraussetzungen der Reproduktion und Distribution Aspekte wie Agency, Deutung und soziale Praxis ins Licht und transzendiert die Scheidung von analog und digital.

Begünstigt wurde die Erfahrung zudem durch die interdisziplinäre Anlage der Tagung. Sie war nicht zuletzt der Interdisziplinarität am IWM selbst geschuldet. Federführend organisiert hat die Jahrestagung die Religionswissenschaftlerin Esther Berg-Chan, die 2016 bis 2018 am IWM den Forschungsbereich „Pentekostalismus“ verantwortete. Ihr gebührt außerordentlicher Dank für die konzeptionelle Vorbereitung und organisatorische Durchführung. Eine zusätzliche interdisziplinäre Bereicherung stellt der Beitrag von Alberto da Silva Moreira dar, für dessen Vermittlung und Betreuung der Übersetzung ich Leandro Bedin Fontana zu Dank verpflichtet bin.

Insgesamt wäre der vorliegende Tagungsband nicht ohne die Unterstützung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie studentischen Hilfskräfte des IWM bei der Vorbereitung und Durchführung der Tagung und bei der Lektorierung der Beiträge zustande gekommen: Krishna Ram Alberts, Roman Beck, Barbara Clobes, Klara Csiszar, Friederike Dillenseger, Christiana Idika DMMM, Mina Jung, Tobias Keßler CS, Katja Nübler, Markus Patenge, Katharina Peetz, Sebastian Pittl und Alma Wallraff. Ihnen gilt mein Dank. Zuletzt geht mein besonderer Dank an Frau Marion Waidlein für die zeitintensive Organisation des Publikationsprojektes und die gewissenhafte Erstellung der Druckvorlage.

Einleitung

Esther Berg-Chan und Markus Luber

1. Christentum und Medialität

Während in Rom die Bischöfe der Weltkirche auf dem Zweiten Vatikanischen Konzil (1962–1965) über die Zukunft der Kirche diskutierten, veröffentlichte der 1937 zum Katholizismus konvertierte Kommunikationstheoretiker Marshall McLuhan (1911–1980) mit „Understanding Media“ (1964) sein wohl berühmtestes Buch. McLuhan war der Überzeugung, dass der „Inhalt“ eines Mediums von geringerer Bedeutung sei gegenüber der Verfasstheit des Mediums selbst. Dessen Gestalt, also die Materialität und Funktionsweise des Mediums, präge die Art, wie wir wahrnehmen, denken und uns sozial und kulturell organisieren. „Das Medium ist die Botschaft“, so seine provozierende These.

Auch auf dem Konzil setzte man sich zur gleichen Zeit mit Fragen von Medialität und Medienwandel auseinander. Der im Nachgang des Konzils eingerichtete Welttag der sozialen Kommunikationsmittel legt davon Zeugnis ab. Im Hintergrund steht die Überzeugung, dass man sich die modernen Medien sozialer Kommunikation – damals Radio, Film, Fernsehen und die Presselandschaft – für die Verbreitung der Frohen Botschaft nicht nur legitimerweise zunutze machen könne, sondern sogar solle. Seitdem ist viel geschehen. Als @franciscus postet der Vatikan heute Bilder und Nachrichten des Papstes auf Instagram und twittert als @pontifex in neun Sprachen zu mehr als 25 Millionen Followern. Die Bibel und das Stundenbuch gibt es als App für das Smartphone, und über den katholischen Glauben können sich Interessierte heute beispielsweise auf der Internetseite katholisch-werden.de informieren.¹

¹ Bei Twitter handelt es sich um einen sogenannten Microbloggingdienst, über den Nutzerinnen und Nutzer Kurznachrichten von circa 140 Zeichen (sogenannte Tweets) online stellen und mit anderen Nutzern teilen können. Auch Instagram ist eine Art Microbloggingdienst, bei dem aber vor allem Fotos, gegebenenfalls mit Bildunterschriften oder kurzen Kommentaren versehen, online gestellt und geteilt werden können. In beiden Fällen haben Nutzerinnen und Nutzer die Möglichkeit, die Bilder oder Tweets zu kommentieren und selbst weiterzuerweitern. Der deutschsprachige Twitter-Account des Papstes ist online einsehbar unter: https://twitter.com/pontifex_de. Der Instagram-Account des Papstes ist abrufbar unter: <https://www.instagram.com/franciscus/>. Für beide Links gilt: letzter Zugriff am 5.9.2018.

Die gegenwärtige Zeit wird von vielen als ein Zeitalter der medialen Umbrüche erlebt. Der Übergang von der „Gutenberg-Galaxis“ (McLuhan) zur Netzwerk-Gesellschaft (Castells) hat auch ein Nachdenken über die Rolle und Bedeutung von Medialität und Medienwandel angestoßen. In der Religionsforschung, den Kirchen und der Öffentlichkeit wird über Bedeutung, Chancen und Konflikte im Zusammenhang mit immer neuen medialen Möglichkeiten diskutiert. Vor diesem Hintergrund hat sich die Jahrestagung 2018 des Instituts für Weltkirche und Mission (IWM) in Frankfurt am Main mit der Rolle und Bedeutung von Medialität und Medienwandel im Christentum aus interdisziplinärer und weltkirchlicher Perspektive befasst. Wie gestaltet sich die Wechselbeziehung zwischen sich wandelnden Medien auf der einen Seite und christlichen Diskursen, Praktiken, Wahrnehmungserfahrungen sowie Vergemeinschaftungsformen auf der anderen? Wie sind besonders neuere und neueste Entwicklungen im gegenwärtigen digitalen Zeitalter aus missionswissenschaftlicher Perspektive zu beurteilen?

2. Missionswissenschaftliche Perspektiven

Missionssituationen waren immer Orte seismischer Aktivität in der religiös-kulturellen Tektonik. Eine Missionswissenschaft, die sich nicht als Anwendungswissenschaft versteht, ist mit hermeneutischen Prozessen, insbesondere in der interkulturellen Begegnung, befasst. Die in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts sich allmählich formierende Medienwissenschaft rückt zunehmend technologische, infrastrukturelle und ästhetische Aspekte in den Mittelpunkt der Reflexion über kommunikative Prozesse. Die von Marshall McLuhan vorgebrachte These von der wahrnehmungskonstituierenden Bedeutung des Mediums, die die Vorstellung von neutraler Technologie als Transportmittel für Ideen zurückweist², regte erkenntnis- und handlungstheoretische Konklusionen an. Friedrich Kittler, eine der schillerndsten Figuren innerhalb der neuen Disziplin in Deutschland, brachte die Kritik der Technizitätsvergessenheit prononciert vor gegenüber „geistesgeschichtlicher Hermeneutik (Hans-Georg Gadamer), negativer Dialektik (Theodor W. Adorno) oder lebensweltlicher Kommunikation (Jürgen Habermas)“³ und setzte dagegen ein „medientechnisches Apriori“⁴. Zeitgleich vollzieht sich in der katholischen Kirche ein Paradigmenwechsel, der sich an der Rezeption des Begriffes Inkulturation ablesen lässt. In der Verbindung mit der Reformulierung kirch-

² Vgl. Krotz: Marshall McLuhan (2008), S. 258.

³ Hartmann: Friedrich Kittler (2008), S. 251.

⁴ Ebd.

lichen Engagements als Evangelisierung rücken neben den Inhalten kirchlicher Verkündigung Aspekte der Kommunikation und Rezeption ins Zentrum der Aufmerksamkeit. Paul VI. verweist 1975 im Apostolischen Schreiben *Evangelii Nuntiandi* auf die Bedeutung von Massenmedien, Sakramenten und Volksfrömmigkeit im Geschehen der Evangelisierung.⁵ Der Hinweis lässt ein wachsendes Bewusstsein für die mediale Dimension der kirchlichen Verkündigungs- und Repräsentationspraxis und Einsicht in die Informiertheit der Botschaft durch enaktive, symbolische und narrative Praktiken erkennen. Damit wird ins Wort gehoben, was interkulturelle missionarische Arbeit bereits in der Kirchengeschichte auszeichnete. Ins Auge fallen zunächst die Medien Sprache und Schrift, die im Umfeld christlicher Mission mit erstaunlichen linguistischen Leistungen verbunden sind. Missionare waren oftmals nicht nur Pioniere in der Erstellung von Wörterbüchern, sondern zudem maßgeblich an der Dokumentation oraler Traditionen durch Transkription und Verschriftung beteiligt.⁶ Die kulturtechnischen Neuerungen brachten Transformationen von Tragweite mit sich. Doch missionarische Artikulation war nicht nur sprachzentriert. Bei der Jahrestagung 2012 hat der Kirchenhistoriker und Missionswissenschaftler Mariano Delgado zum Thema Kontextualität des Evangeliums die Typologie einer auditiven protestantischen und einer visuellen katholischen Missionskultur für die Neuzeit eingeführt.⁷ Sie beruht auf der Beobachtung, dass die konfessionellen Kontroversen in Europa die Herangehensweise der Vermittlung des Christentums auch in den fernsten Missionsgebieten bestimmten: Protestanten zielten auf das Hören des Wortes Gottes. Das setzte Bibelübersetzungen und eine Infrastruktur ihrer Distribution voraus. Emblematisch bezeugt die Druckerpresse als Grundausstattung der Missionsstationen diese Präferenz. Dagegen setzten Katholiken auf ikonographische Repräsentation des Glaubens: Bilder, Statuen, Sakralarchitektur, Wallfahrten, Prozessionen. Die Grenzen lassen sich in der Realität natürlich nicht so eindeutig ziehen, wie es eine typologisierende Betrachtung nahelegt. Katholiken haben zwar nicht in großem Stil für die Verbreitung von Bibeln gesorgt, dafür aber Katechismen gedruckt. Und wenn der Baptist aus Nagaland in Nordost-Indien am Sonntag mit dem Gesangbuch unter dem Arm auf dem Weg zur Kirche ist, dann beschränkt sich die Funktion des Druckerzeugnisses nicht auf einen auditiven Zugang zum christlichen Glauben. Weiterhin könnte das Spektrum der sensorischen Informierung um olfaktorische, kinästhetische und gustatorische Aspekte erweitert werden. Festhalten lässt sich eine Korrelation von Medieneinsatz und Frömmigkeitsstilen. Dieser Blick auf unterschiedliche christliche kulturelle Gestaltungen und ihre mediale Verfasstheit

⁵ Vgl. Sievernich: Die christliche Mission. Geschichte und Gegenwart (2009), S. 148–151.

⁶ Vgl. ebd. S. 200–203.

⁷ Delgado: Einige Überlegungen zur Inkulturationsfähigkeit des westeuropäischen Christentums (2012), S. 140–142.

zeigt, wie Medien und Materialisierungen religiöses Leben konstituieren. Phänomene wie der chinesische und der malabarische Ritenstreit im 18. Jahrhundert, in deren Folge die Akkommodationsmethoden der Jesuiten verboten wurden⁸, unterstützen diese Lesart. Die Kontroverse wurde mit Vehemenz geführt, da man – vermutlich eher intuitiv – die Konstitutionskraft ritueller Vollzüge, architektonischer Repräsentation und vestimentärer Kodierung erfasste. Die Inkulturationsdiskussion illustriert die Rolle von Medien für die Ordnungen des Wissens, die sich in religiösen Praktiken spiegelt. Sie verdeutlicht, dass Medien und Technologien nicht erst in jüngster Zeit im kirchlichen Leben eine zentrale Rolle spielten. Explizit wird Medialität dann zum Thema, wenn die Diskrepanz zwischen kirchlicher Vermittlung und Artikulationskultur Kommunikation von vornherein verunmöglicht oder zum Abbruch führt.

Dieses hiatusche Moment äußert sich gegenwärtig etwa in der Verwendung der Bezeichnung *digital natives* oder es begegnet in der Rede von „neuen“ Technologien und sozialen Medien. Beispielhaft tritt es auch zutage in der Erfahrung des Befremdens oder der Bewunderung angesichts charismatischer und pentekostal-neocharismatischer Gestaltungen des Christentums, die eine Affinität zu digitalen Medienwelten und innovative Formen der Materialisierung aufweisen. Allerdings beruht das Diskrepanzempfinden nicht nur auf subjektivem Erleben, sondern indiziert symptomatisch mediale und technologische Transformationen. Einige Schlaglichter sind: Religiöse Akteure und Organisationen sehen sich mit veränderten Formen der Distribution und neu geschaffenen Möglichkeiten der Vernetzung konfrontiert; die Informationsinflation verlangt einen höheren Selektionsaufwand (Algorithmen); die Bewertung von Inhalten orientiert sich an quantitativen Parametern der Reichweite, Aufmerksamkeit und Frequenz (Aufrufe und Likes, Klickbaiting); die Reproduktion von Inhalten verlangt neue Frequenzen und Formate (Clips); die Schaffung von Unmittelbarkeit beeinflusst die Bewertung von Autoritäten (Influencer); die Netzwerkgesellschaft schafft neue Normativitäten etc. Dabei hat nicht alles Neuheitswert. So verdrängt beispielsweise die Audio-Visualisierung zwar Texte und lineares Lesen, bringt aber auch eine Wiederkehr des gesprochenen Wortes mit sich, das im Christentum trotz der Druckerpresse immer einen Stellenwert hatte; oder digitale Medien heben Mobilitätseinschränkungen auf und ermöglichen Partizipation, Inszenierung und Gemeinschaftserleben. Sie erfüllen auf diese Weise kirchenkonstituierende Voraussetzungen, wobei die Differenz zwischen Kopräsenz und digitaler Präsenz mit Blick auf die Rolle des Leibes als Medium nicht eingegeben werden kann.

In weltkirchlicher Perspektive stellt sich weiterhin die Frage nach den materialistischen Rahmenstrukturen digitaler Kultur mit Blick auf die Verteilung

⁸ Vgl. Meier: Bis an die Ränder der Welt. Wege des Katholizismus im Zeitalter der Reformation und des Barock (2018), S. 113–117.

der assoziierten Ressourcen, wenn der Zugang zu kulturellem Kapital durch energieaufwendige Technologien und kostspielige Hardware erfolgt. Nicht allein in dieser Hinsicht wirft die digitalisierte Kultur ethische Fragen auf, die in einer missionstheologischen Betrachtung nicht ausgeklammert werden können. Sie lenken den Blick zurück auf die medientheoretische Diskussion. Medienontologische Ansätze, die informatorische Logiken aus einem medientechnizistischen und medienmaterialistischen Verständnis heraus postulieren, erweisen sich als theologisch nicht anschlussfähig. Im Gegensatz zum Postulat einer medialen Formatierung der Grundstrukturen des Denkens ist jedoch die Annahme einer unhintergehbaren medialen Informiertheit des In-der-Welt-Seins, die in einem umfassenden Sinn Materialität und Körperlichkeit einschließt, einem inkarnatorisch-theologischen Denken nicht fremd. Medientheoretische Überlegungen werfen immer wieder anthropologische Fragen auf.⁹ Denn nicht zuletzt sind digitale Medien mit kreativen Imaginationsprozessen und Überschreitungserfahrungen assoziiert.

3. Religionswissenschaftliche Perspektiven

Nur wenige Wochen vor unserer Jahrestagung 2018 verstarb am 21. Februar desselben Jahres Billy Graham im Alter von 99 Jahren. Erweckungsprediger, Erneuerer des Evangelikalismus, Präsidentenberater und Medienstar – Graham ist wohl eine der bekanntesten christlichen Persönlichkeiten des 20. Jahrhunderts. Geboren wurde er am 7. November 1918 in Charlotte, North Carolina, in den USA. Aufgewachsen war er in einer frommen presbyterianischen Familie auf einer *dairy farm*, einem Milchbauernhof. In seiner Biographie berichtet er von einem einschneidenden Erweckungserlebnis im Alter von 16 Jahren. Seitdem verstand er sich als Baptist. Bekannt wurde er vor allem durch seine Massenevangelisierungsveranstaltungen, die er *Crusades*, „Kreuzzüge“, nannte.¹⁰

Was Graham für das Thema dieses Tagungsbandes so interessant macht, ist sein vielfältiger Einsatz verschiedener, zu seiner Zeit noch neuer technologiebasierter Kommunikationsmedien, allen voran das Fernsehen. In den 1950er-Jahren entwickelte sich der Fernseher zum Massenmedium. Die Hoffnungen, die Christinnen und Christen mit dem neuen Medium verbanden, waren groß, wie an den folgenden Worten des damaligen Vorsitzenden der

⁹ Vgl. Winkler: Die magischen Kanäle, ihre Magie und ihr Magier. McLuhan zwischen Innis und Teilhard de Chardin (2008), S. 164.

¹⁰ Vgl. Graham: Just as I am (1997).

National Religious Broadcasters, einer Unterorganisation der National Association of Evangelicals, in den USA aus dem Jahr 1979 deutlich wird:

Wir sind zweifelsohne zum ersten Mal in der Geschichte der Menschheit dabei, die Bedingungen von Matthäus 24,14 zu erfüllen: „Und dieses Evangelium vom Reich wird auf der ganzen Welt verkündet werden – zum Zeugnis für alle Völker; dann erst kommt das Ende.“¹¹

1957 führte Graham eine Reihe von Evangelisierungsveranstaltungen in New York durch, die unter dem Namen „New York Crusade“ in die amerikanische Religionsgeschichte eingegangen sind. Grahams New York Crusade wurde von allen großen amerikanischen Fernsehsendern übertragen. Die Einschaltquoten waren so hoch, dass der Fernsehsender ABC Teile der Veranstaltung über 17 Abende hinweg als Wiederholungssendungen ausstrahlte. Graham wurde zum Begründer eines neuen Phänomens: des Televangelismus.¹²

Besonders bekannt dürfte gegenwärtig die Fernsehübertragung von Grahams Crusade in London 1954 sein, die in der aktuellen britischen Fernsehserie *The Crown* der Online-Streaming-Plattform Netflix sichtbar wird. Die Serie ist dem Leben der jungen britischen Königin Elisabeth II. gewidmet. In der zweiten Staffel thematisieren die Serienmacher auch die Bekanntschaft der Königin mit Graham. Das erste Treffen zwischen den beiden findet dabei in mediatisierter Form in einem der Wohnzimmer des Buckingham Palace statt, vor dem Röhrenfernseher der königlichen Familie.¹³

Graham ließ seine Crusades aber nicht einfach nur durch eine gleichsam unbeteiligte Kamera dokumentarisch aufzeichnen. Er bezog die Kamera und das Fernsehpublikum bewusst in sein kommunikatives Handeln mit ein. Die Crusades waren als Evangelisierungsereignis konzeptualisiert, das zwei Publikas gleichzeitig direkt ansprechen sollte. Besonders deutlich wird das beim sogenannten „Altar Call“ am Ende seiner Veranstaltungen, wenn er seine Zuschauerinnen und Zuschauer dazu aufrief, sich zu Jesus Christus zu bekehren oder ihr Bekenntnis zu ihm zu erneuern.

Mit der Mediatisierung der Crusades ging also nicht nur die Ausdehnung eines Kommunikationsraumes einher – der nun potenziell die ganze Welt umfasst, wie im Kommentar des Vorsitzenden der National Religious Broadcasters soeben angedeutet. Am Beispiel Grahams und des Televangelismus lässt sich außerdem eindrücklich aufzeigen, wie sich religiöse Kommunikation, religiöses Handeln und Erleben im Wechselspiel mit einer sich wandelnden Medienumgebung verändern. Denn auch Graham fernsehend zu erleben war nicht einfach nur ein Ersatz für die direkte Anwesenheit vor Ort, sondern eine

¹¹ Zitiert in Bassimir/Kohle: *Evangelikalismus und Massenmedien* (2017), S. 417, Übersetzung E. B.-C.

¹² Vgl. Balbier: *Billy Grahams Crusades der 1950er Jahre* (2009), S. 76; Bruce: *Pray TV* (1990).

¹³ Morgan/Daldry: *The Crown* (2017), Staffel 2, Folge 6.

religiöse Erfahrung ganz eigener Art; eine Erfahrung, bei der der Umgang mit einem technologiebasierten Kommunikationsmedium konstitutiver Bestandteil religiösen Erlebens und Handelns ist. Mit Blick auf das ganze Universum an technologiebasierten Kommunikationsmedien, die sich in den letzten Jahrhunderten, vor allem aber in den letzten Jahrzehnten herausgebildet haben, bemerkt der Kommunikationswissenschaftler Jeremy Stolow deshalb:

In increasingly intimate ways this economy of mediatic performances and consumer products [...] precedes and organizes the very conditions of possibility for local, every day, embodied forms of religious practice and affinity. This suggests that „media“, in all their economic, symbolic, performative and techno-prosthetic dimensions, have become central to the terms of interaction within and among the embodied regimens and imagined worlds that constitute the sacred in the global present.¹⁴

Wir haben es im Fall von Grahams mediatisierten Evangelisierungsveranstaltungen also mit einer neuen Form mediatisierter religiöser Praxis zu tun. Zeugnisse von dieser neuen Form religiöser Praxis finden wir auch in Briefen, die Zuschauerinnen und Zuschauer der Crusades an die Billy Graham Evangelistic Association schickten, oder – aktueller – in Kommentaren, die Menschen auf der Homepage der Organisation hinterlassen. Sie berichten davon, wie das Publikum einen mediatisierten Graham erlebt und mit ihm interagiert, wenn er sie zum Beispiel dazu auffordert, das Haupt zu senken oder sich niederzuknien. Und sie erzählen von eindrücklichen Konversionserlebnissen als Resultat der Interaktion mit einem mediatisierten Graham. So berichtet beispielsweise ein Briefschreiber oder eine Briefschreiberin aus Northridge in Kalifornien:

A man and wife that worked at my shop were saved the first night they saw you on TV. They were separating and breaking up their home. They had gone to the depot to buy a ticket for her to go to her folks in the east. God had other plans though. They missed the train and went back home to wait another day. However, at the urging of a fellow-worker he turned on your broadcast and when you asked the audience to accept Christ, they did so. They were so thrilled they went out and called the man that had asked them to listen to you and thanked him for it. He is now attending a good Bible preaching church and he and his wife have a bright future all because of your television broadcast.¹⁵

Und Gloria schreibt am 5. Juni 2015 über die Kommentarfunktion auf der Website der Billy Graham Association:

¹⁴ Stolow: *Religion and/as Media* (2005), S. 123.

¹⁵ Zitiert in Mitchell: *God in the Garden* (1957), S. 18.

I am 65 years old. when [sic] I was 17 I heard Billy Graham preach on my parents TV. I remember that night like it was yesterday. I became a Christian that day! Praise God!¹⁶

Wir haben diese einleitenden Bemerkungen zu unserer diesjährigen Jahrestagung um eine kurze Vignette zu Billy Graham und seinen Crusades ergänzt, weil darin der Gegenstand der Tagung eindrücklich zum Vorschein kommt: das komplexe Wechselspiel zwischen einer sich wandelnden Medienumgebung auf der einen Seite und christlichen Diskursen, Praktiken, Wahrnehmungserfahrungen und Vergemeinschaftungsformen auf der anderen. Diesem Wechselspiel waren die Beiträge der Jahrestagung gewidmet, die in diesem Tagungsband versammelt sind.

4. Die Beiträge des Tagungsbandes

Der Pastoraltheologe *Wolfgang Beck* widmet sich in seinem Beitrag der im 21. Jahrhundert entstandenen „Kultur der Digitalität“ (Felix Stadler) und damit verbundenen Herausforderungen. Für die Kirche werde diese neue „Kultur“ zum Erfahrungsraum von Entmachtung und Steuerungsverlust. In kaum einem anderen gesellschaftlichen Segment, so zeigt Beck, gestaltet sich die Konfrontation der Kirche mit den Spezifika der Postmoderne so markant wie hier. Dabei werde die Suche nach einer Theologie als offenes Projekt virulent, in der die Facetten der Digitalität als Zeichen der Zeit wahrgenommen werden und die auch Fragen der Medienethik und Medienpädagogik aufgreift.

Bischof *Paul Tighe*, Sekretär des Päpstlichen Rates für die Kultur, thematisiert das Verhältnis von Digitalisierung und Katholischer Soziallehre. Voraussetzung für eine adäquate Bestimmung sei es, das digitale Zeitalter nicht nur als technologische Revolution, sondern als kulturellen Wandel zu verstehen, der sich in der veränderten Gestaltung ziviler und politischer Diskurse kundtut. Die technologischen Veränderungen schafften nicht nur eine immense Ausweitung der Kommunikationsmöglichkeiten und Informationsverbreitung, sondern informierten das Denken durch eine technokratische Logik, die zu sozialen Deformationen führe. Sie richteten einen ethischen Appell der Verpflichtung zur Wahrheit an die Kommunikatoren, der nur durch eine Besinnung auf die Grundlagen des menschlichen Dialogs eingelöst werden könne.

Der Medien- und Kommunikationswissenschaftler *Peter Horsfield* beginnt seinen Beitrag mit der grundlegenden Feststellung, dass das Christentum zu allen Zeiten ein auf unterschiedliche Art und Weise medialisiertes Phänomen

¹⁶ <https://billygraham.org/video/the-worlds-darkest-hour/comment-page-2/#comments> [9.3.2018].

gewesen sei. Jeder Medienwandel habe in der Geschichte des Christentums weitreichende Konsequenzen mit sich gebracht, nicht nur für die – nur vermeintlich unveränderbare – Botschaft Jesu Christi, sondern auch für die Frage, wer sie wie kommunizieren und rezipieren darf oder kann. Am Beispiel der damals kontrovers diskutierten Einführung des geschriebenen Wortes im 2. Jahrhundert n. Chr. zeichnet er zentrale Konfliktlinien rund um die Einführung eines neuen Mediums nach, wie sie gegenwärtig auch mit dem Aufstieg digitaler Medien wieder virulent werden.

Der Jesuit und Publizist *Antonio Spadaro* diskutiert in seinem Beitrag die These, dass „das Internet“ als solches keine revolutionär neue Entwicklung sei; als Mittel zum Zweck sei die dadurch geschaffene neue digitale Umgebung vielmehr Ausdruck einer uralten menschlichen Sehnsucht nach Wissen und Beziehung; diese nehme je nach (technischen) Möglichkeiten immer neue Formen an. Aus diesem Blickwinkel heraus begreift Spadaro das Internet nicht als in (erster Linie) Netzwerk der Computer und Kabel, sondern der menschlichen Beziehungen; das Internet wird zu einem neuen unhintergehbaren existenziellen Kontext menschlichen Lebens. Entscheidend sei, wie die Frohe Botschaft in diesem neuen Kontext gelebt und verkündigt werde.

Der Anglist und Christentumsforscher *Robbie B. H. Goh* befasst sich in seinem Beitrag mit dem, was er die mediale Performanz von „Präsenz“ in gegenwärtigen Megakirchen nennt. In ähnlicher Art und Weise wie Megakirchen stets danach strebten, im numerischen Sinne immer noch größer zu werden, so zielten deren medialen Strategien auf die Hervorbringung einer korrespondierenden „Mega-Präsenz“ als sinnlich erfahrbare Anwesenheit des Übernatürlichen. Digitale Medien, so Goh, seien dank ihrer spezifischen Eigenschaften und Möglichkeiten in besonderer Weise dafür geeignet, solche Mega-Präsenzen zu ermöglichen und erfahrbar zu machen. Megakirchen sind für Goh deshalb nicht nur ein Paradebeispiel für neue Formen „digitaler Religion“. Digitale Medien sind für ihn auch die zentrale Erscheinungsform gegenwärtiger Megakirchen schlechthin.

Der Religionswissenschaftler und Theologe *Alberto da Silva Moreira* blickt in seinem Beitrag auf das Phänomen der Ästhetisierung von Religion im pentekostal-neocharismatischen Umfeld Brasiliens. Er erkennt eine Ökonomisierung des Sinnlichen, die einer kapitalistischen Logik folge. Die Ästhetisierung des Alltags in ihrer Komplexitätsreduzierenden Funktion werde auf dem Feld des Religiösen fortgeführt, wobei der Einsatz neuer Technologien die Grundlage der Intensivierung und Expansion bilde. Aus einer befreiungstheologischen Perspektive stelle die Sensualisierung der religiösen Praxis neopfingstlerischer Kirchen und charismatischer Bewegungen nicht nur einen äußerlichen Gestaltwandel dar, sondern führe zu Transformationen der inneren Dynamik von Religion. Sie äußere sich darin, dass doktrinären Inhalten und ihren ethischen Implikationen ein epiphänomenaler Status zugewiesen werde.

Die Religionswissenschaftlerin *Esther Berg-Chan* nimmt mit dem „Cross-over-Projekt“ der neocharismatischen Megakirche City Harvest Church im gegenwärtigen Singapur in ihrem Beitrag neue Formate und Formen christlicher Mission im pfingstlich-charismatischen Feld in den Blick. Unter dem Banner einer neuen Missionsstrategie möchte die Kirche in dem Projekt gezielt „säkulare“ Popmusik als Evangelisierungsformat nutzen. Unter dem Stichwort „ambivalente Missionsarbeit“ geht die Religionswissenschaftlerin den Entdifferenzierungsprozessen und der konfliktiven Ambivalenz nach, die diese neue missionarische Medialisierungsstrategie im gegenwärtigen Singapur entfaltet.

Alexander Bothe, zuständig für Jugendpastoral bei der Deutschen Bischofskonferenz, und *Philipp Schall*, Geschäftsführer von tellux.next, richten ihren Fokus auf im Rahmen der pastoralen Projekte Ökumenischer Kreuzweg der Jugend und XII. Internationale Romwallfahrt der Ministranten entwickelte Apps. Ausgehend von der digitalen Lebenswelt deutscher Jugendlicher mit einem charakteristischen integrierten und fluiden Medienumgang plädieren sie für eine Pastoral digital. Diese müsse sich einer Verbindung der Kernbotschaft des christlichen Glaubens mit den existenziellen Fragen junger Menschen in Kompatibilität mit medialer Wirklichkeitsdeutung widmen. Die im Kontext der Nutzung der Apps geäußerten Erfahrungen der Eröffnung eines geistlichen Resonanzraums veranlassen die Autoren, die Angebote als Beispiele einer gelungenen dialogischen Jugendpastoral digital zu bewerten.

Die Theologin *Agnes Brazal* beleuchtet die Möglichkeit der Förderung interreligiöser Verständigung durch Online-Dialog am Beispiel der Kusogmindanaw-Yahoo-Gruppe. Die internetbasierte Plattform dient dem öffentlichen Austausch zwischen Christen, Muslimen und Anhängern traditioneller Religionen über Aktivitäten zur Friedensförderung auf der philippinischen Inselgruppe Mindanao im Umfeld konfliktiver Bestimmung lokaler Identität innerhalb eines politischen Autonomieprozesses. Auffällig ist in den Augen Brazals, dass nicht Anonymität, sondern das Offenlegen der eigenen Identität zum Gelingen des Dialogs beitrage; dagegen stelle der Zwang zur schriftlichen Artikulation ein Hindernis dar. Ein Beitrag zur Konfliktbewältigung entstehe dann, wenn neben die Bereitstellung einer Plattform die Interaktion mit dialogfördernden Maßnahmen trete, so das Resümee der Autorin.

Literaturverzeichnis

Balbier, Uta Andrea: Billy Grahams Crusades der 1950er Jahre. Zur Genese einer neuen Religiosität zwischen medialer Vermarktung und nationaler Selbstvergewisserung, in: Bösch, Frank/Hölscher, Lucian (Hg.): Kirchen –

- Medien – Öffentlichkeit. Transformationen kirchlicher Selbst- und Fremd-
deutungen seit 1945, Göttingen 2009, S. 66–88.
- Bassimir, Anja-Maria/Kohle, Kathrin: Evangelikale und Massenmedien.
Strukturen in den USA, in: Elwert, Frederik/Radermacher, Martin/
Schlamelcher, Jens (Hg.): Handbuch Evangelikalismus (Religionswissen-
schaft 5), Bielefeld 2017, S. 409–423.
- Bruce, Steve: Pray TV. Televangelism in America, London/New York 1990.
- Castells, Manuel: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft, Opladen 2001.
- Graham, Billy: Just as I am. The Autobiography of Billy Graham, San Francis-
co 1997.
- Frank Hartmann: Friedrich Kittler, in: Sander, Uwe/von Gross, Friederike/
Hugger, Kai-Uwe (Hg.), Handbuch der Medienpädagogik, Wiesbaden
2008, S. 251–256.
- Krotz, Friedrich: Marshall McLuhan, in: ebd., S. 257–262.
- McLuhan, Marshall: The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic
Man, Toronto 1962.
- McLuhan, Marshall: Understanding Media. The Extension of Man, New York
1964.
- Meier, Johannes: Bis an die Ränder der Welt. Wege des Katholizismus im
Zeitalter der Reformation und des Barock, Münster 2018.
- Mitchell, Curtis: God in the Garden. The Amazing Story of Billy Graham's
First New York Crusade, New York 1957.
- Morgan, Peter (Drehbuch)/Daldry, Stephen (Regie): The Crown, Staffel 2,
Folge 6, LEFT BANK Pictures und Sony Pictures Television 2017.
- Stolow, Jeremy: Religion and/as Media, in: Theory, Culture, Society 22/4
(2005), S. 119–145.
- Sievernich, Michael: Die christliche Mission. Geschichte und Gegenwart,
Darmstadt 2009.