



THEO-WEB

Zeitschrift für Religionspädagogik

Academic Journal of Religious Education

19. Jahrgang 2020, Heft 2

ISSN 1863-0502

Thema: „Digitale (Corona-)Lehre: erlebt, erprobt, evaluiert“

Schachtner, C. (2020). Digitale Medien, Kirche und Religion. Tradierte und neue Resonanzsysteme aus der Perspektive der jungen Generation. *Theo-Web*, 19(2), 183–196.

<https://doi.org/10.23770/>



Dieses Werk ist unter einer Creative Commons Lizenz vom Typ Namensnennung-Nichtkommerziell 4.0 International zugänglich. Um eine Kopie dieser Lizenz einzusehen, konsultieren Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> oder wenden Sie sich brieflich an Creative Commons, Postfach 1866, Mountain View, California, 94042, USA.

Digitale Medien, Kirche und Religion. Traditionelle und neue Resonanzsysteme aus der Perspektive der jungen Generation

von
Christina Schachtner

Abstract

Dieser Beitrag thematisiert die digitalen Medien als neue und Kirche und Religion als traditionelle Resonanzsysteme. Die Aktualität von Resonanz für die nachwachsende Generation ergibt sich aus der 18. Shell Jugendstudie 2019, die zum einen die Sorge um die soziale und ökologische Zukunft als zentrales Anliegen der 12-25-Jährigen dokumentiert und zum anderen den von Jugendlichen erfahrenen Mangel an gesellschaftlicher Resonanz. Von digitalen Kommunikationsmedien geht ein solches Versprechen aus, auch deshalb erfreuen sie sich so großer Beliebtheit. Die Jugendlichen sprechen in der Studie aber auch gesellschaftliche Offline-Institutionen wie Kirche und Religion als gewünschte Resonanzinstanzen an. Sie wollen, dass ihre Themen dort gehört werden, dass sich die Kirche als moralische Autorität positioniert. Der Beitrag versucht zu zeigen, warum gerade Kirche und Religion aufgrund ihrer Sinnstruktur als Resonanzsysteme gefordert sind.

This article addresses the digital media as new and church and religion as traditional resonance systems. The topicality of resonance for the younger generation results from the 18th Shell Youth Study 2019, which documents the concern for the social and ecological future as a central concern of the 12-25 year olds on the one hand and the lack of social resonance experienced by young people on the other. Such a promise comes from digital communication media, which is why they are so popular. In the study, the young people also address offline social institutions such as church and religion as the desired resonance bodies. They want their issues to be heard there, for the church to position itself as a moral authority. The article tries to show why church and religion in particular are required as resonance systems due to their structure of meaning.

Schlagwörter: Kirche, Religion, Jugendliche, digitale Medien, Resonanz, Anerkennung
Keywords: Church, religion, youth, digital media, resonance, recognition

Was bewegt Heranwachsende? Welche Themen sind ihnen wichtig und auf welche Resonanz stoßen sie mit ihren Themen? Welche Rolle spielen digitale Medien als neue sowie Kirche und Religion als traditionelle Resonanzsysteme für die heutige Jugend?

Ausgangspunkt meiner Überlegungen sind die Forschungsergebnisse der 18. Shell Jugendstudie, die im November 2019 publiziert wurden, und die die Lebenssituation und das Lebensgefühl der Jugend dokumentieren, woraus sich Resonanzwünsche dieser Generation bezogen auf digitale Medien und Religion ableiten lassen. Ich stelle auf der Basis einer eigenen Studie¹ digitale Praktiken von jungen Netzauteur_innen und Blogger_innen vor, die sich als Praktiken der Resonanzsuche im virtuellen Raum

¹ Es handelt sich um die Studie „Communicative Publics in Cyberspace“ (FWF Projekt I 237-617), bei der die digitalen Praktiken von 33 Netzauteur_innen und Blogger_innen aus sechs europäischen und vier arabischen Ländern sowie aus den USA untersucht wurden.

erweisen. Anschließend frage ich nach den auf Kirche und Religion bezogenen Resonanzbedürfnisse der jungen Generation und versuche das Resonanzpotential dieser Instanzen auszuloten. Das digitale Handeln der Heranwachsenden soll – so mein übergreifendes Anliegen – mit den Möglichkeiten von Kirche und Religion in einen resonanzorientierten Zusammenhang gebracht werden.

1 Was Jugendliche und junge Erwachsene bewegt

„Die neue Generation hat die Zukunft als Thema für sich entdeckt, und zwar nicht mehr nur als persönliche, sondern auch und besonders die gesellschaftliche Zukunft“, schreiben die Koordinator_innen der 18. Shell Jugendstudie, eine repräsentative Untersuchung der 12- bis 25-Jährigen in ihrem Resümee (Quenzel, Hurrelmann, Albert & Schneekloth, 2019, S. 314). Sie zitieren den Sprechchor-Text der Fridays-for-Future-Bewegung „Wir sind hier, wir sind laut, weil ihr uns die Zukunft klaut“, der die Sorge der Jugend, ihre Adressaten und die Aufforderung an die Politik auf den Punkt bringe (ebd.). Umweltverschmutzung, Klimawandel, Nachhaltigkeit sind laut Studie die zentralen Themen der neuen Generation, zu denen sie sich Gehör verschaffen will, weil sie unmittelbar ihre Zukunft betreffen (Schneekloth, 2019, S. 111). Der Schutz der Umwelt liegt 71% der Befragten am Herzen (Shell Deutschland Holding, 2019, S. 21). Für sich selbst folgern sie daraus eine bewusste Lebensführung in Gestalt eines umwelt- und gesundheitsbewussten Lebensstils.

Neben der Sorge um die ökologische Zukunft bewegt sie die Sorge um die soziale Zukunft. Jeder dritte junge Mensch ist der Meinung, dass es in Deutschland nicht gerecht zugeht; in der unteren Schicht ist es sogar jeder zweite (a.a.O., S. 316). Die Bedeutung des Sozialen zeigt sich auch in der Wertschätzung von Familie und von sozialen Beziehungen allgemein. Der Blick auf die Herkunftsfamilie fällt überaus positiv aus; sie bildet für die junge Generation ein Modell für die zu gründende eigene Familie (Schneekloth, 2019, S. 105). Gute Freunde, die einen anerkennen und akzeptieren, sind für 97% aller 12- bis 25-Jährigen wichtig (Wolfert & Quenzel, 2019, S. 157). Freundschaften werden, obschon oft in sozialen Netzwerken aufgebaut und gepflegt, meist auch offline gelebt (ebd.).

Die Sinnhaftigkeit des eigenen Handelns steht hoch im Kurs. Das gilt für das soziale Handeln z.B. für das Kümmern um Andere, für das berufliche Handeln und für das politische Handeln. Politisches Engagement ist die Wertorientierung, die seit 2002 am stärksten zugenommen hat. Aber auch Lebensgenuss hat einen hohen Stellenwert. Vier von fünf Jugendlichen wollen das Leben in vollen Zügen genießen (Schneekloth, 2019, S. 107). Nach Ansicht der Koordinator_innen der Studie ist diese Orientierung nicht unvereinbar mit umweltbewusstem und sozialem Handeln, denn sie sei in eine „Kultur der Achtsamkeit“ eingebettet (Quenzel, Hurrelmann, Albert & Schneekloth, 2019, S. 315). Das Bedürfnis nach Lebensgenuss werde nicht gegen die Natur und nicht gegen andere durchgesetzt (ebd.).

Die Studie hat zum Thema Wertorientierung auch das Verhältnis der jungen Generation zu Religion und Kirche abgefragt und festgestellt, dass die Religion in den letzten 20 Jahren an Bedeutung verloren hat. Nur 39% der katholischen Jugendlichen und nur 24% der evangelischen Jugendlichen ist der Glaube wichtig (Shell Deutschland Holding, 2019, S. 26). Dagegen spielt die Religion für zwei von drei Jugendlichen, die aus islamisch geprägten Ländern kommen, eine zentrale Rolle (a.a.O., S. 23).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in der aktuellen Shell Jugendstudie eine selbstbewusst sich äußernde Generation auftritt, die klare Vorstellungen von ihrer persönlichen und der gesellschaftlichen Zukunft hat, die ihre Kritik zum Ausdruck bringt, die Politik und Gesellschaft zum Handeln auffordert, aber sich auch selbst engagieren möchte. Sie stellt sich nicht nur gegen ein *immer-weiter-so*, sondern bringt auch eigene Lebens- und Gesellschaftsentwürfe ins Spiel.

2 Zur gesellschaftlichen Resonanz

Wenn ein großer Teil der jungen Generation ihre Zukunft durch Klimawandel und Umweltzerstörung bedroht wähnt, dann heißt das, dass sie ihren Wunsch nach Zukunft missachtet sieht. Ähnliches gilt für die wahrgenommene soziale Ungerechtigkeit (Shell Deutschland Holding, 2019, S. 15). Die schichtspezifischen Unterschiede in beiden Feldern sollen nicht unerwähnt bleiben. Für die nicht so privilegierten Jugendlichen ist Umweltschutz nicht ganz so wichtig, während die soziale Benachteiligung von ihnen besonders betont wird. Jeder zweite dieser Jugendlichen findet, dass andere bevorzugt werden (a.a.O., S. 22).

Heranwachsenden ist es ein dringendes Anliegen, so ein weiteres Ergebnis der Shell Studie, Zukunft vor allem in den Bereichen Umwelt und Klima mitzugestalten. Aber sie fühlen sich nicht ausreichend gefragt und einbezogen (Schneekloth, 2019, S. 323). Die Mehrheit der Jugendlichen aus benachteiligten Herkunftsschichten (zwei von drei) findet generell, dass andere über sie bestimmen (Shell Deutschland Holding, 2019, S. 22).

Aus Sicht der neuen Generation zeigen sowohl die ältere Generation als auch Politiker_innen zu wenig Interesse für das, was dieser Generation wichtig ist. Auch die Kirchen haben laut 59% der Befragten aus beiden Konfessionen keine Antworten auf die Fragen, die sie bewegen. Dies ist ein relativ gleichbleibendes, leicht steigendes Ergebnis seit 2006 (Wolfert, 2019, S. 256). Die aktuelle Shell Jugendstudie konstatiert insgesamt einen Mangel an gesellschaftlicher Resonanz aus Sicht der nachwachsenden Generation.

Was ist Resonanz und vor allem was bedeutet sie für Menschen? Der Soziologe Hartmut Rosa versucht Resonanz mit der Beziehung zwischen zwei Stimmgabeln zu erklären. Schlägt man eine Stimmgabel an, so Rosa, dann beginnt die zweite Stimmgabel, die sich in physischer Nähe befindet, in ihrer eigenen Frequenz mitzuschwingen (Rosa, 2016, S. 282). Resonanz beschreibt die Beziehung zwischen zwei schwingungsfähigen Körpern. Sie ist eine Antwortbeziehung, kein Echo, denn jede Seite hat ihre Eigenschwingung, jede Seite spricht mit eigener Stimme (a.a.O., S.296).

Menschen sind nach Rosa vom Verlangen nach Resonanz geprägt (a.a.O., S. 293). Vertreter_innen der intersubjektiven Theorie verorten die Entstehung dieses Verlangens in der frühen Kindheit. Das Bedürfnis nach Resonanz stehe am Beginn jeder seelischen Entwicklung (Altmeyer 2018). Schon das Kleinkind sei auf die Aufmerksamkeit durch andere und das Gesehen-Werden angewiesen, wie in der Säuglings- und Bindungsforschung herausgefunden wurde (Benjamin, 1990, S.19–22). Beobachtungen haben gezeigt, dass das Kind bereits bei der Geburt den Wunsch und die Fähigkeit habe, sich mit der Welt in Beziehung zu setzen (ebd.). Der Mensch konstituiere sich nicht von innen her, sondern vielmehr im Wechselspiel mit Umweltresonanzen (Altmeyer & Thomä, 2006, S. 8).

Das von Rosa vorgestellte Konzept Resonanz weist Parallelen mit dem von Jessica Benjamin in den 90er Jahren formulierten Konzept Anerkennung auf. Benjamin, eine Vertreterin der intersubjektiven Theorie, analysierte mit diesem Konzept die frühkindliche Entwicklung als eine Entwicklung, die in und durch Beziehungen entsteht. Vielleicht noch existentieller als bei Rosa erscheint bei Benjamin das Bedürfnis nach Anerkennung und die Erfüllung dieses Bedürfnisses als Bedingung für Selbstbehauptung und Selbstkonstitution (Benjamin, 1990, S. 24). Anerkennung, so Benjamin, mache unsere Intentionen und unser Handeln erst sinnvoll; sie könne uns nur von Menschen und Institutionen zuteilwerden, die wir selbst als eigenständig anerkennen (a.a.O., S. 15). Während Benjamin vorrangig die intersubjektive Beziehung als Ort, an dem Anerkennung gesucht und gegeben wird, im Blick hat, fokussiert Rosa stärker gesellschaftliche Resonanzräume. Beide Blickrichtungen sind für das hier verhandelte Thema wichtig, denn Kirche handelt als Institution und in Gestalt ihrer Vertreter_innen. Nicht anders als Rosa betont Benjamin die Notwendigkeit der eigenen Stimme, die das Gegenüber verkörpern soll. Diese Forderung richtete Benjamin bereits an die Mutter, die in ihren Augen nicht nur Spiegel sein soll, sondern die unabhängige Andere, „die auf ihre eigene selbständige Art und Weise auf das kindliche Selbst reagiert“ (a.a.O., S. 27).

Sowohl Benjamin als auch Rosa gehen davon aus, dass Menschen ein Leben lang nach Anerkennung bzw. Resonanz streben. Wenn Heranwachsende die mangelnde Anerkennung ihrer Bedürfnisse und Ideen durch die Gesellschaft und ihrer Systeme wie Politik und Kirche kritisieren, dann heißt das, dass sich in der Kritik der Wunsch nach Anerkennung verbirgt. Das impliziert wiederum, dass sie ihrerseits diese Institutionen als potenzielle Resonanzinstanzen anerkennen. Für die Kirche wird das explizit formuliert. 75% der katholischen Jugendlichen und 79% der evangelischen Jugendlichen stimmen der Aussage zu „ich finde es gut, dass es die Kirche gibt“ (Wolffert & Quenzel, 2019, S. 156). Selbst 45% der Konfessionslosen stimmen dieser Aussage zu (ebd.). Die Kirche wird als moralische Autorität geschätzt, die sich positionieren kann und soll.

Was bedeutet die von den Heranwachsenden festgestellte Diskrepanz zwischen den Bedürfnissen nach Anerkennung bzw. Resonanz und dem erfahrenen Resonanzmangel? Der Sozialpsychologe Heiner Keupp (2015) charakterisiert diese Diskrepanz als allgemeines, nicht nur im Hinblick auf Heranwachsende existierendes Phänomen. Er schreibt, dass die gegenwärtige Gesellschaft weit entfernt ist von einer Synchronisation zwischen sozialen Strukturen, die Akzeptanz und Zugehörigkeit offerieren und den Bedürfnissen der Individuen (S. 7). Der Psychoanalytiker Martin Altmeyer (2019) spricht von einer taub und stumm gewordenen, emotional erkalteten und sozial gleichgültigen, einer schweigenden Welt (S. 818). Das Schweigen der Welt, egal ob es von einzelnen Menschen oder Institutionen ausgeht, ist eine Bedrohung, denn es attackiert grundlegende Sehnsüchte, schürt Ängste, provoziert Gegenstrategien. Als solche können die neuen weltweiten medial gestützten Verteilungskämpfe um Aufmerksamkeit betrachtet werden. Man muss sich hineinkämpfen in die Arenen der Sichtbarkeit. Das gilt für die Präsentation politischer Anliegen, aber auch für die Präsentation der eigenen Persönlichkeit. Das lautstarke Eintreten für mehr Klimaschutz und die Inszenierung der eigenen Persönlichkeit im Freundeskreis oder auf öffentlichen Bühnen online und offline muss kein Widerspruch sein. Es verweist vielmehr auf die Suche nach Resonanz auf allen Ebenen. Nicht gehörte gesellschaftspolitische Anliegen betreffen immer auch die Persönlichkeiten der in ihren Anliegen Abgewiesenen.

Eine andere Reaktion auf vorenthaltene Resonanz kann in der, bei Teilen der jungen Generation, festgestellten Affinität gegenüber populistischen und nationalpopulistischen Statements gesehen werden. 33% der Heranwachsenden haben sich entsprechend positioniert. Sie kommen tendenziell aus der Gruppe derjenigen, die sich als benachteiligt fühlen (Schneekloth, 2019, S. 80). (Partei-) politische Gruppierungen, die populistische und nationalpopulistische Statements vertreten, versprechen, auf bestimmte Sorgen und Ängste einzugehen und Abhilfe zu schaffen z.B. durch die Forderung nach einem Stopp von Zuwanderung oder auch durch die Leugnung des Klimawandels. Ich zweifle, ob man diese Gruppierungen als Resonanzsysteme im Sinne von Rosa betrachten kann, denn sie greifen nur Ängste auf, die in ein bestimmtes ideologisches Schema passen und versuchen auf eine Sichtweise einzuschwören, die sie für eigene Machtansprüche instrumentalisieren. Resonanzinstanzen dagegen, die die Entwicklung der Individuen fördern wollen, müssen offen sein für ein Spektrum verschiedener Interessen und Bedürfnisse, sie bringen nicht auf Linie, sondern initiieren Dialoge, sie versuchen zu verstehen, ohne die eigene Stimme aufzugeben, aber auch ohne sie zu verabsolutieren.

3 Auf der Suche nach Resonanz in digitalen Räumen

Wenn Resonanz zwar existentiell, aber Mangelware ist, dann sind Resonanzinstanzen begehrt, die das Versprechen auf Resonanz verkörpern oder aussenden. Von digitalen Kommunikationsmedien geht ein solches Versprechen aus. Es ist nicht ungewöhnlich, durch mediale Vermittlung in Beziehung zur Welt zu treten; es ist nach Rosa sogar der Normalfall (2016, S.151). Wie kein anderes Medium derzeit locken digitale Medien mit Kommunikationsräumen, die unüberschaubar viele kommunikative Verbindungen erlauben und damit vielfältige Resonanzen in Aussicht stellen. Sie kennen keine territorialen Grenzen, sie liefern die technische Infrastruktur für transterritoriale Kommunikationsräume, die sich als transterritoriale Resonanzräume erweisen können.

Diese Signale kommen an; nicht nur bei Heranwachsenden, aber bei ihnen ganz besonders. Vor allem die mobilen Geräte stehen hoch im Kurs; das Smartphone ist immer dabei, wurde in der aktuellen Shell Jugendstudie festgestellt (Quenzel, Hurrelmann, Albert & Schneekloth, 2019, S.322). 70% der 12- bis 25-Jährigen nutzen das Smartphone, wenn sie ins Internet gehen. Die JIM-Studie aus dem Jahre 2018 registrierte bei den 12- bis 19-Jährigen, also bei den etwas Jüngeren sogar eine Nutzungsquote von über 90%, wobei die Nutzungsintensität der Mädchen mit 96,5% leicht vor der der Jungen mit 92,5% liegt (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2018, S.26).

Kann die Bühnen audiovisueller Medien wie Fernsehen oder Rundfunk nur betreten, wer eingeladen wird und das sind in der Mehrzahl die Einflussreichen, die Schönen, die Berühmten, die Stars, so stehen die digitalen Bühnen allen zur Verfügung, sofern sie über die medientechnische Ausrüstung und Kommunikationskompetenz verfügen. Endlich können sich alle zu Wort melden oder ins Bild setzen und zeigen, was sie bewegt, wer sie sind in der Erwartung, gesehen, gehört, beachtet zu werden (Altmeyer, 2018, S.3). 96% der 12- bis 25-Jährigen, also nahezu alle, sind täglich mindestens einmal in den sozialen Medien unterwegs (Shell Deutschland Holding, 2019, S.30). Die Nutzung digitaler Medien ist nicht auf ein Aktionsfeld beschränkt, sie durchzieht alle Lebensbereiche (Schachtner, 2018, S.169). Friedrich Krotz nennt dieses Phänomen Mediatisierung, die er als „Prozess einer zunehmenden Verbreitung

technischer Kommunikationsmedien in unterschiedlichen sozialen und kulturellen Sphären“ (Hepp, 2010, S.66) charakterisiert. Quer durch alle sozialen Schichten verbringen die Heranwachsenden einen erheblichen Teil ihrer Zeit im Netz. Es gibt, so die aktuelle Shell Jugendstudie, keine Spaltung zwischen digitalisierten und digital abgehängten Jugendlichen (Quenzel, Hurrelmann, Albert & Schneekloth, 2019, S.322).

Welche Praktiken entfalten sie in den digitalen Kommunikationsräumen und was bedeuten diese Praktiken für die Subjektbildung? Ich werde im Folgenden auf Praktiken der Vernetzung, der Selbstinszenierung, der Verwandlung eingehen, die sich in der erwähnten eigenen Studie „Communicative Publics in Cyberspace“² als zentrale Praktiken junger Menschen herauskristallisiert haben, aber auch in anderen Studien als solche beobachtet wurden.

Praktiken der Vernetzung

Kommunizieren und Vernetzen zählen seit Jahren zu den Hauptaktivitäten junger Menschen im Netz, was durch aktuelle Studien bestätigt wird (Shell Deutschland Holding, 2019, S.322; Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2018, S.34).

„For emails I'll stay on all days. I check in multiple times throughout the day“, berichtete ein 21-jähriger amerikanischer Netz User in einer unserer Studien. Es ist ein weltweit beobachtbares Phänomen, dass wir die digitalen Kommunikationsgeräte ständig bei uns haben, um jederzeit den Eingang neuer Messages zu prüfen und augenblicklich zu antworten. Ein österreichischer Netz User drückt seinen Wunsch nach Kommunikation und Vernetzung in dieser Zeichnung aus.

² In dieser Studie wurden die digitalen Praktiken und deren Bedeutung aus der Sicht von Jugendlichen und jungen Erwachsenen untersucht. Der Zusammenhang von digitalen Medien und Religion war zwar nicht Untersuchungsthema, aber die Studie lieferte Ergebnisse, die das Bedürfnis nach Anerkennung bzw. Resonanz erkennen lassen. Nur insoweit werden die Forschungsergebnisse in diesen Beitrag einbezogen. Wer mehr erfahren will, sei auf folgende Publikationen verwiesen: Schachtner, Ch. & Duller, N. (2014): Kommunikationsort Internet. In T. Carstensen, Ch. Schachtner, H. Schelhowe & R. Beer (Hrsg.), Digitale Subjekte, (S.81–154), Bielefeld: transcript, Schachtner, Ch. (2020): The Narrative Subject. Cham: Palgrave Macmillan, URL: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-030-51189-0> [Zugriff: 09.10.2020].



Abb.1: Auf Beziehungslauer: finden und gefunden werden (Netz User, 27 Jahre)

Er liegt, wie er erzählt, vor seinem Laptop auf Beziehungslauer und warte, wie er weiter erzählt, ob ihn jemand kontaktiere. Passiert das nicht, greife er zur Angel und „den du brauchst“, sagt er, „fischt du dir aus dem Teich raus“. Facebook ist die Angel für ihn, mit der er im digitalen Teich nach seinen Freunden fischt. „Finden und gefunden werden“, das ist es, worum es ihm gehe. Was ihn antreibe, sei die Angst „über zu bleiben“, d.h. nicht mehr dazu zu gehören, abgeschnitten zu sein, allein sein.

Praktiken des Kommunizierens und Vernetzens berühren nach Sherry Turkle Tiefenschichten der Seele. Sie schreibt: „People wouldn't be texting while they drive (...). We wouldn't be doing this if it weren't calling on something very deep“ (Nolan 2012, S. 6). Das überall sich zeigende Phänomen, dass Menschen nicht mehr von ihren Geräten lassen können, ist ein Hinweis darauf, dass es um viel geht. Die Reaktionen der anderen werden als „Balsam für die Seele“ (Schachtner, 2016, S.125) oder als mein „Ein und Alles“ (Cwielong, 2014, S. 202) bezeichnet. Sie liefern, was unverzichtbar ist für die eigene Selbstwerdung: Anerkennung bzw. Resonanz. Deshalb ist die Zahl der Follower auch so wichtig; nicht, weil man darin die Zahl der Freunde sieht, sondern, weil die Zahl dokumentiert: Ich werde gesehen, ich bin. Um Resonanz zu sichern, stecken die Blogger und Influencer viel Zeit in die Gestaltung ihrer Beiträge oder sie kommentieren die Beiträge anderer, um im Gegenzug selbst Aufmerksamkeit zu bekommen. Die Resonanz darf auch Kritik enthalten. Gewünscht wird der lebendige Andere, der im Sinne von Benjamin und Rosa mit eigener Stimme spricht.

So existentiell die digitale Verbundenheit als Resonanzpool auch zu sein scheint; für Turkle enthält sie auch Risiken. Sie befürchtet, dass Menschen, die sich permanent vernetzen, das Alleinsein verlernen könnten, das ihr als wichtige Quelle von Selbstreflexion gilt (Nolan, 2012, 11).

Praktiken der Selbstinszenierung

Auf die Frage „Wer bin ich online?“, zeichnete eine 24-jährige Bloggerin dieses Bild. Zu sehen ist eine junge Frau mit langen Haaren, großen Augen, vollen Lippen, Mini-rock, hochhackigen Schuhen. Ihr Vorbild ist Asuka, eine Comic-Figur aus der japanischen Manga Serie. Die Zeichnung steht für das Foto, das die 24-Jährige auf ihrem Blog präsentiert.



Abb. 2: Die Blicke der Anderen einfangen und zugleich was Eigenes sein wollen (Bloggerin, 24 Jahre)

Nichts auf diesem Foto ist Zufall. Ihr Freund müsse sie oft tausendmal fotografieren, bis sie mit dem Bild zufrieden sei. Sie strebt nach der perfekten Inszenierung, nicht für sich selbst, nicht für das private Fotoalbum, sondern für ein Publikum, von dem sie bewundert werden will. So überrascht es nicht, wenn sie in ihrer Selbstinszenierung weiblichen Stereotypen zu genügen sucht, von denen sie annehmen kann, dass sie die Blicke der anderen einfangen. Auf dem Bild ist aber noch etwas anderes zu sehen: Fotoapparat, Stifte und Pinsel in der Hand symbolisieren ihre beruflichen Ambitionen als Webdesignerin. Diese Gegenstände verweisen darauf, dass sie nicht festgelegt werden will auf weibliche Schönheitsideale, sondern nach einem selbstbestimmten Leben strebt. Wenn sie dieses Anderssein-Können für andere sichtbar macht, so heißt das, dass sie auch in diesem Punkt Reaktionen erwartet. Die Bloggerin ist zufrieden mit der Resonanz auf ihre Selbstinszenierung; sie habe sich dadurch herauskatapultieren können aus dem Gefühl „ich bin ja nichts und ich kann ja nichts“.

Das Bedürfnis nach Selbstinszenierung ist ein weit verbreitetes Bedürfnis im Netz, in unseren Interviews finden sich dafür viele Beispiele, die es in Wort und Bild beschreiben. Das Streben nach dem „schönen Bild“ ist ein durchgängiges Streben so wie es auch in dieser Zeichnung von einer 22-jährigen Bloggerin ausgedrückt wird.

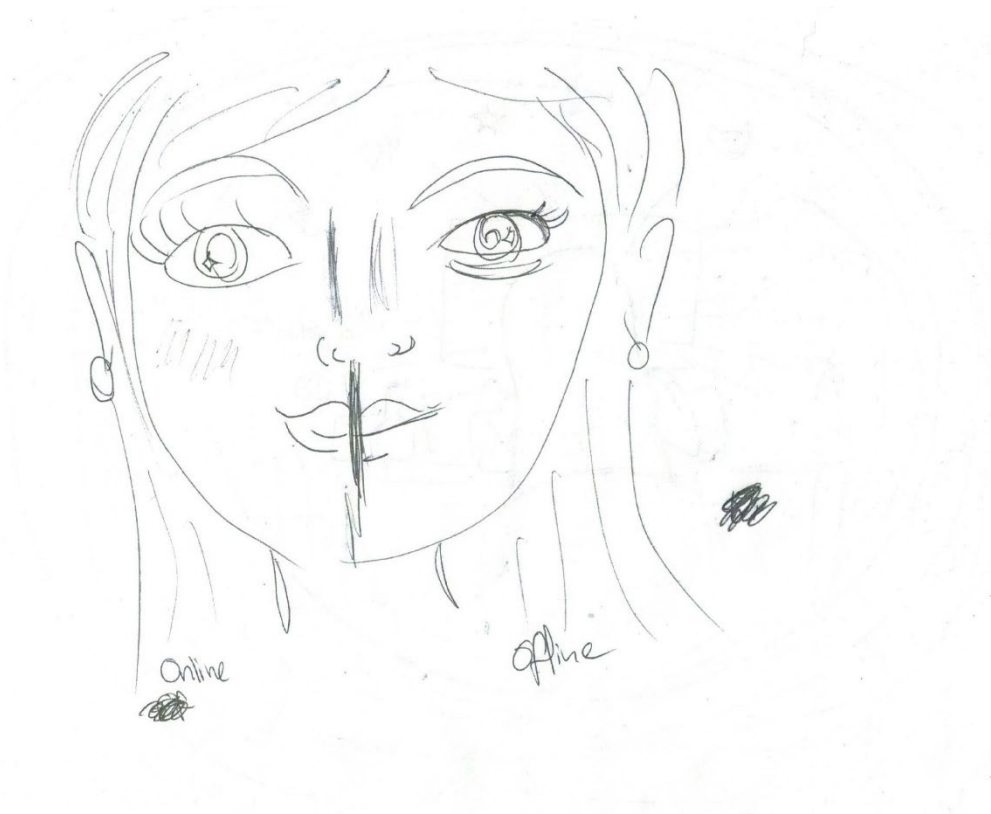


Abb.3: Die „schlichte“ und die „pompöse“ Seite (Bloggerin, 22 Jahre)

Die Bloggerin bezeichnet ihre Offline-Seite als „schlicht“, während sie ihre Online-Seite „pompös“ nennt. Nicht selten wird das schöne Bild durch Elemente kontrastiert, die auf die Schattenseiten des Lebens verweisen, auf Krankheit, Trennungen, Traurigkeit. Dem könnte der Wunsch zugrunde liegen, als ganze Person akzeptiert zu werden oder auch, in Situationen der Verunsicherung, Resonanz in Form von Zuspruch, Rat, Ermutigung zu erhalten.

Es stellt sich die Frage, ob der in digitalen Räumen zu beobachtende stark ausgeprägte Wunsch nach Resonanz nicht auch eine neue Form von Narzissmus darstellt. Sigmund Freud, der den Begriff 1914 eingeführt hat, definiert Narzissmus als selbstsüchtige Eigenliebe und eitle Selbstverliebtheit (Altmeyer, 2000, S. 25). Für Altmeyer dagegen ist Narzissmus nicht einfach nur Selbstliebe, sondern eine in Beziehungen eingebettete und erworbene Selbstbeziehung (a.a.O., S. 227–228), anders gesagt: ein Selbst, das aus der Reziprozität hervorgeht. Es ist diese Art von Narzissmus, die sich vor allem in den digitalen Resonanzräumen zeigt. Davon sind narzisstische Störungen zu unterscheiden, bei denen das Gefühl fehlender Anerkennung im Zentrum unbewusster Fantasien steht (a.a.O., S. 230). In diesem Fall interessiert nicht die Stimme des Anderen als eigene Stimme, was zählt, ist allein die Zustimmung. Es kann angenommen werden, dass sich in den weltweit sichtbaren digitalen Räumen auch Personen mit narzisstischen Pathologien tummeln. Allerdings ist die ichzentrierte Selbstdarstellung in unserer visuell orientierten Kultur auch zu einer Selbstverständlichkeit, wenn nicht zu einem Erfordernis geworden, was nicht heißt, dass sie damit keine pathologischen Züge hat.

Praktiken des Verwandelns

Resonanz suchen und geben charakterisiert auch die Praktiken des Verwandelns, die wir primär in der Altersgruppe jener Netz User beobachtet haben, in der es darum geht, die Kinderschuhe hinter sich zu lassen. Stolz erzählt ein 13-Jähriger, dass er über die neueste Medientechnik verfüge und was für ihn fast noch wichtiger ist, einen ungehinderten Zugang zum Internet. „Jetzt hab‘ ich keine Kindersicherung mehr“, ist der Schlüsselsatz, der ausdrückt, dass er Zugang zu weiteren Internetanwendungen hat und sich ihm dadurch eine neue Welt eröffnet (Schachtner, 2018, S. 170). Hier ist es die Technik, von der die Resonanz ausgeht. Auch die materielle Welt kann Resonanz geben, auch Dinge können durch ihre Symbolkraft bestätigen, stolz machen, ermutigen, Erfolg oder Misserfolg anzeigen. Dienen dem 13-Jährigen Dinge, um den Übergang in die Erwachsenenwelt zu bewerkstelligen, so sucht sich ein knapp 12-jähriger Netz User menschliche Modelle. Er folgt auf YouTube und Twitter bekannten Fußballspielern, beobachtet deren Spielzüge, versucht sich mittels Twitter mit deren Freizeitleben vertraut zu machen bis er sich manchmal so fühlt, als sei er selbst der bewunderte Star: „Ich glaub‘, ich war Miroslav Klose“, beschreibt er die Identifikation mit dem ehemaligen Spieler der deutschen Nationalmannschaft. Die Suche nach Vorbildern online ist weit verbreitet (Boy, 2014, S.57; Shell Deutschland Holding, 2019, S.33), die sog. Influencer, die Einfluss auf Kaufentscheidungen, Lebensgestaltung oder gesellschaftspolitisches Verhalten nehmen, sind zu einer Institution geworden. Sie dienen indirekt der Resonanzsuche. Wer ihnen nacheifert, darf hoffen, genauso bekannt, genauso erfolgreich zu werden, genauso im Mittelpunkt zu stehen. Der 12-Jährige spricht diesen Zusammenhang direkt an als er nach seinem Motiv gefragt wird, Miroslav Klose nachzueifern: „Ich find’s eben toll, wenn man berühmt ist, sehr viel über sich hört (...), auf der ganzen Welt bekannt ist“. Er meint hier nicht sein Idol, sondern sich selbst. Er wird zu einem anderen, um an dem Glanz, der auf den anderen fällt, teilzuhaben, zunächst in der Fantasie, aber dann vielleicht auch in seiner täglichen Lebenswelt, denn er überträgt die Tricks, die er seinen Vorbildern abgeschaut hat, in sein eigenes Fußballspiel. Die jungen Netz User unterscheiden nicht zwischen digitalen und physikalischen Resonanzräumen, sie pendeln zwischen diesen Räumen, erleben ihre Resonanzerfahrungen als real, hier wie dort.

Zusammenfassend:

Der Wunsch nach Gesehen-Werden, im Rampenlicht zu stehen und Feedback zu bekommen, zeigt sich am deutlichsten in den Praktiken der Selbstinszenierung. Für einen 23-jährigen Blogger ist es, „als würden Kameras auf einen gerichtet sein und man dreht eine Episode einer eigenen, persönlichen Serie“. Wieder stoßen wir hier auf die verschwimmenden Grenzen zwischen sog. real life und virtual life. War es früher den Heiligen und anderen Berühmtheiten vorbehalten, eine bildliche Darstellung zu erfahren, so sind wir nun alle bildwürdig geworden. Die Münze, mit der bezahlt wird, bemisst sich an der Anzahl der Clicks und Likes, kurz, am „Grad der medialen Resonanz“ (Altmeyer, 2019, S. 806–807). Auch die Praktiken des Vernetzens und Verwandelns künden von der Sehnsucht nach Resonanz, aber in diesen Praktiken ist diese Sehnsucht stärker mit dem Bemühen verknüpft, die eigene Aufmerksamkeit auf andere zu richten, auf ihre Tweets, auf Musiktitel, die sie präsentieren, auf ihre Meinungen oder Lebensstile. Das erinnert an Benjamin, die die Resonanzsuche in den Kontext von Intersubjektivität stellt (Benjamin, 1990, S. 22). Oder man kann mit Kä-

te Meyer-Drawe sagen, in das Wechselspiel von Subjekt, Mitsubjekt und Dingwelt (1990, S. 20).

Es soll nicht verschwiegen werden, dass Hartmut Rosa die Möglichkeiten digitaler Resonanzräume anders einschätzt als ich es im Vorangegangenen getan habe. Ihn leitet, so verstehe ich ihn, eher der Pessimismus. Er kritisiert, dass uns die Welt via Bildschirm immer über den gleichen Kanal antwortet, dass sich physikalische Welterfahrung reduziert und es den digitalen Resonanzerfahrungen an Nachhaltigkeit mangle, was ein suchtförmiges Verhalten begünstige (Rosa, 2016, S. 157–159).

Rosa spricht Risiken an, aber keine Zwangsläufigkeiten. Ich stimme mit ihm überein, dass das Risiko der Reduktion physischer Welterfahrung besteht, es kann sein, dass die Online-Kommunikation zur Oberflächlichkeit verkommt, aber man kann auch das Gegenteil feststellen, nicht zuletzt deswegen, weil sich in den digitalen Praktiken nicht übergehbare Bedürfnisse äußern. Ganz sicher ist es nicht immer der gleiche Kanal, über den man das Bedürfnis nach Resonanz anmeldet und solche empfängt, bieten die digitalen Medien doch eine unübersehbar große Zahl an Kommunikationsanwendungen. Vor allem aber übersieht Rosa eins: Die digitalen Resonanzräume sind nicht die Anderen Räume, abgegrenzt vom wirklichen Leben. Medien sind aus ihrem Rahmen herausgetreten und mischen sich in das Leben jenseits der Bildschirme (Baudrillard, 1994, S. 7), genauso wie dieses Leben seinen Platz auf den Bildschirmen hat. Der Cyberspace ist für die junge Generation ein Teil von Realität, ohne dass sie dessen Besonderheit verkennen. Sie verschmelzen verschiedene Resonanzräume z.B. im sog. Familienchat, bei dem sie den Resonanzraum Familie in den digitalen Resonanzraum verlagern. Die Kombination ihrer Resonanzerfahrungen online und offline bildet die Grundstruktur ihrer psychischen und sozialen Entwicklung.

4 Religion als Resonanzsystem

Die digitalen Medien verkörpern das Versprechen auf Resonanz und scheinen es, wenn man die Intensität ihrer Nutzung durch Heranwachsende als Beleg dafür betrachtet, auch einzulösen. Damit ist noch nichts über die Qualität digitaler Inhalte gesagt. Inwieweit können Kirche und Religion zu Resonanzsystemen werden, wie könnten sie sich gegenüber der jungen Generation positionieren? Macht es überhaupt Sinn, diese Fragen zu stellen angesichts des Ergebnisses, dass der Glaube für heutige Jugendliche und junge Erwachsenen von nachlassender Bedeutung ist? Es macht Sinn, wenn man das weitere, bereits erwähnte Ergebnis einbezieht, dass die Kirche bei einer deutlichen Mehrheit dieser Altersgruppe hohes Ansehen genießt. Dieses resultiert daraus, dass die Kirche als moralische Instanz gesehen wird, die sich gesellschaftspolitisch engagieren kann, mehr noch: Sie ist von der nachwachsenden Generation als Resonanzinstanz gefragt. Die Jugendlichen appellieren damit an eine der Religion zugrundeliegende Sinnstruktur, die sie als Resonanzsystem prädestiniert. Nach Rosa ist Religion als antwortendes System angelegt; er meint Religion im Allgemeinen und zitiert Autoren und Belege aus verschiedenen Religionen z.B. Martin Buber, demzufolge Subjekt und Welt erst aus der Beziehung heraus Gestalt annehmen (Rosa, 2016, S. 440). Dem entspreche das von Buber formulierte „dialogische Prinzip“, das den Menschen auf ein Du hin geschaffen betrachte und ihn damit als resonanzfähig und resonanzbedürftig bestimme (ebd.). Die Botschaft der Bibel lautet resonanztheoretisch gedeutet: „Da ist einer, der Dich hört, der Dich versteht, und der Mittel und Wege finden kann, Dich zu erreichen und Dir zu antworten“ (Rosa, 2016, S. 441). Sie ruft das menschliche Subjekt als aktiven Part der Resonanzbe-

ziehung auf. Wenn einer hören soll, dann muss man ihn rufen. Für Rosa zielt das Beten auf das Hervorrufen von Resonanz (ebd.). Das bekannteste Gebet der Christen, das „Vaterunser“ ist eine Anrufung Gottes, ein Versuch, dessen hörende Aufmerksamkeit auf die eigenen Anliegen und Sorgen zu lenken. Die Anrufung knüpft an der akustischen Dimension des Wortes Resonanz an, das sich von dem lateinischen *resonare* ableitet. Dies gilt ebenso für die liturgische Anrufungsformel „Wir bitten Dich, erhöre uns!“. Rosa sieht den Kern von Religiosität (sowohl im katholischen wie im protestantischen Glauben) in der „existentiellen Antwortbedürftigkeit des Menschen und das Versprechen ihrer potentiellen Erfüllung auf der anderen Seite“ (Rosa, 2016, S. 446).

Versprechen sind prekär, denn sie können unerfüllt bleiben. An diesem Punkt zeigt sich den Ergebnissen der aktuellen Shell Studie zufolge Handlungsbedarf. Die Heranwachsenden (65% der protestantischen und 73% der katholischen Jugendlichen) wünschen und fordern die Autorität der Kirche und zugleich stimmen sie dem Statement zu „die Kirche muss sich ändern, wenn sie eine Zukunft haben will“ (Shell Deutschland Holding, 2019, S. 156). Die Studie liefert keine expliziten Hinweise, welche Art von Veränderung von Seiten der Befragten gewünscht wird, aber es liegt auf der Hand. Mit Blick auf die Themen, die sie bewegen, kommt es darauf an, sich diesen Themen und den damit einhergehenden Fragen, Sorgen und Ängsten zu öffnen: der Sorge um die ökologische Umwelt und Klimawandel, um soziale Gerechtigkeit, den geäußerten Wünschen nach Partizipation, den Ängsten, gegenüber anderen benachteiligt zu werden, dem Gefühl, überstimmt zu werden.

Soll signalisiert werden, dass der neuen Generation auf Augenhöhe begegnet wird, so sind die gesellschaftlichen und kirchlichen Resonanzinstanzen als Dialogpartner gefragt, nicht als Steuerungs- und Kontrollinstanzen. Die Jugend wird es zu schätzen wissen, wenn sich die Kirche auch ihrer digitalen Kommunikationskanäle bedient, wenn sie sie nicht vorschnell abwertet, sondern zu verstehen sucht, was sie für Jugendliche so attraktiv macht. Die Praktiken der Vernetzung, der Selbstinszenierung, liefern Anregungen, wie darin zum Ausdruck kommende Bedürfnisse in ein kirchliches Resonanzangebot aufgenommen werden können.

Das Entscheidende aber ist, das Resonanzversprechen der Religion einzulösen, die Jugend als Resonanzsuchende und als Resonanzgebende zu sehen, Kirche als Resonanzinstanz sichtbar zu machen. Sie würde damit zu einer Verbündeten gegen das Schweigen der Welt werden, einer Verbündeten, die zu verstehen sucht, ernst nimmt und sich mit eigener Stimme einmischt.

Literaturverzeichnis

- Altmeyer, M. (2019). Auf der Suche nach Resonanz. Entwurf einer Zeitdiagnose der digitalen Moderne. *Zeitschrift für Psychoanalyse und ihre Anwendungen. Digitalisierung. Folgen für Psyche und Kultur*, 9/10, S. 801–825.
- Altmeyer, M. (2018). Zeige, wer du bist! Auf der Suche nach Resonanz. Eine Zeitdiagnose der digitalen Moderne. In E. Frick, A. Hamburger & S. Maasen (Hrsg.), *Psychoanalyse in technischer Gesellschaft*. Manuskript.

- Altmeyer, M. & Thomä, H. (2006). Einführung: Psychoanalyse und Intersubjektivität. In M. Altmeyer & H. Thomä (Hrsg.), *Die vernetzte Seele. Die intersubjektive Wende in der Psychoanalyse* (S. 7–34). Stuttgart: Klett Cotta.
- Altmeyer, M. (2000). *Narzissmus und Objekt. Ein intersubjektives Verständnis der Selbstbezogenheit*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Baudrillard, J. (1994). *Die Illusion und die Virtualität*. Wabern-Bern: Benteli.
- Benjamin, J. (1990). *Die Fesseln der Liebe*. Frankfurt a. Main: Stroemfeld/Roter Stern.
- Boy, H. & Sonnenschein, S. (2014). Mit YouTube und Co stark und kreativ werden. Methoden zur Persönlichkeitsentwicklung und Förderung der Kritikfähigkeit. In F. von Gross & R. Röllecke (Hrsg.), *Dieter Baacke Preis Handbuch 14* (S. 5–61). München: Kopaed.
- Cwielong, I. A. (2014). Digitale Jugendkulturen – ein Raum der Anerkennung. Wahrnehmung und Anerkennung am Beispiel der Manga – und Animészene. In K.-U. Hugger (Hrsg.), *Digitale Jugendkulturen* (S. 195–207). Wiesbaden: Springer.
- Hepp, A. (2010). Mediatisierung und Kulturwandel: Kulturelle Kontextfelder und die Präkraft der Medien. In M. Hartmann & A. Hepp (Hrsg.), *Die Mediatisierung der Alltagswelt* (S. 65–84). Wiesbaden: Springer VS.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (Hrsg.), *JIM-Studie 2018*.
- Keupp, H. (2015). Reflexive Sozialpsychologie, München, unveröffentlichtes Papier.
- Meyer-Drawe, K. (1990). *Illusionen von Autonomie*. München: P. Kirchheim.
- Quenzel, G., Hurrelmann, K., Albert, M. & Schneekloth, U. (2019). Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort. In Shell Deutschland Holding (Hrsg.), *Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort*, (S. 313–324). Weinheim: Beltz.
- Rosa, H. (2016). *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung*. Berlin: Suhrkamp.
- Schachtner, Ch. (2020). *The Narrative Subject. Storytelling in the Age of the Internet*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Schachtner, Ch. (2018). Subjekt werden in einer digitalisierten Welt. In *Katechetische Blätter. Zeitschrift für religiöses Lernen in Schule und Gemeinde*, H.3, S. 169–174.
- Schachtner, Ch. (2016). *Das narrative Subjekt. Erzählen im Zeitalter des Internets*, Bielefeld: transcript.
- Schachtner, Ch. & Duller, N. (2014). Kommunikationsort Internet. In T. Carstensen, Ch. Schachtner, H. Schelhowe & R. Beer (Hrsg.), *Digitale Subjekte, Praktiken der Subjektivierung im Medienumbruch der Gegenwart*, (S. 81–154), Bielefeld: transcript.
- Shell Deutschland Holding (Hrsg.). Zusammenfassung. In Shell Deutschland Holding (Hrsg.), *Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort* (S. 13–46), Weinheim/Basel: Beltz.
- Schneekloth, U. & Albert, M. (2019). Jugend und Politik: Demokratieverständnis und politisches Interesse im Spannungsfeld von Vielfalt, Toleranz und Populismus. In

Shell Deutschland Holding (Hrsg.), *Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort*, (S. 47–101). Weinheim/Basel: Beltz.

Nolan, J. (2012). A conversation with Sherry Turkle. *The Hedgehog Review*, Vol 14, Nr 1, URL: http://www.lasc-culture.org/THR/tHR_article_2012_Spring_Nolan.php, [Zugriff: 05.01.2018].

Wolfert, S. & Quenzel G. (2019). Vielfalt jugendlicher Lebenswelten: Familie, Partnerschaft, Religion und Freundschaft. In Shell Deutschland Holding (Hrsg.), *Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort*, (S. 133–158). Weinheim/Basel: Beltz.

Dr. Dr. Christina Schachtner, Professorin für Medienwissenschaft, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt.