

Die digitalen Medien und die Geisteswissenschaften

Das Referat wird vorher zugänglich gemacht, damit genügend Zeit für die Durchsprache der Möglichkeiten besteht, die sich heute Institutionen und Fakultäten bieten. Wer sich an die Öffentlichkeit wendet, ist nicht mehr auf die sog. Gatekeeper angewiesen, so wurden die Redakteure genannt, die entschieden haben, was in der Zeitung, in den Radio- oder Fernsehprogrammen erscheint, zu hören, zu sehen ist.

Heute stehen den Institutionen die Homepages unter eigener Verantwortung offen und viele Studierende, die in den Social Media unterwegs sind, um ihre Projekte vorzustellen, Ergebnisse mitzuteilen, sich zu jeder Zeit in den gesellschaftlichen Diskurs einzubringen. Allerdings haben sich mit den digitalen neue Kommunikationsmuster entwickelt, die nicht unbedingt die Bereitschaft fördern, sich mit Texten gründlich auseinanderzusetzen. Alle Geisteswissenschaften sind betroffen. Diese neuen Kommunikationsmuster müssen beachtet werden, will man die digitalen Medien nutzen. Die Beobachtungen sind natürlich alle nur von kurzer Halbwertszeit und erfordern Ergänzung. Sie sind unter vier Schwerpunkten zusammengefasst.

Für das Thema des Fakultäten Tages sind ab S. 7 die Perspektiven zusammengestellt, Theologie in den gesellschaftlichen Diskurs einzubringen

Sehr viel lebendiger erklärt Paul Tighe die Spielregeln der digitalen Kultur. Er ist ein irischer Priester, der Benedikt XVI. zum Twittern gebracht hat und von ihm nach Rom geholt wurde. Ende Oktober hat er beim Medienkongress in Bonn einen Vortrag gehalten. Einige Aspekte seiner Einführung in die neue Kultur, die auf den digitalen Medien basiert.

- Es geht erst in zweiter Linie um die technischen Möglichkeiten, sondern um die Kultur, die die neue Technik zum Erfolg führen.
- Die digitalen Medien sind nicht mehr bloß virtuell, sondern real – sie bilden den Kommunikationsraum, in dem sich die Onliner bewegen.
- Sie bauen Hierarchien ab. Ein Student kann mehr Follower auf Twitter haben als ein Bischof.
- Die Einwegkommunikation ist ein Auslaufmodell – Vorträge werden von digital Natives nicht mehr angehört, allenfalls im Internet angeschaut. Es geht darum, Inhalte im Dialog zu vermitteln

Der Vortrag findet sich bei katholisch.de

http://www.katholisch.de/de/katholisch/video/video_details.php?id=14468

Hier die Beobachtungen von Eckhard Bieger:

Eine neue Kultur löst das seit Luther vorherrschende Paradigma ab

Die heutige Medienkultur wurde nicht in den USA, sondern in Japan entworfen, auch im Blick darauf, dass sich das Ende des Industriezeitalters abzeichnete. Als unter Horst Ehmke in

den siebziger Jahren die Zukunft der Telekommunikation in den Blick gerückt wurde, hatte Japan bereits die Zukunftsperspektive formuliert: Jedem Bürger sollen alle Wissensinhalte der Gesellschaft zugänglich gemacht werden. Damals begann man mit der Umstellung von analog auf digital, jedoch war das Internet in der heutigen Ausformung noch nicht im Blick. Es kam über den Umweg der militärischen Nutzung an die Universitäten.

1. Aus Adressaten werden Surfer

Die Neuerung, die das Internet gebracht hat, lag darin, dass im Kopf einer digitalen Zeile die Adresse steht, die der Surfer anzielt. Daher konnten Emails oder Anfragen an eine Homepage sich den Weg durch das verzweigte Netz suchen. Es war für eine Nachricht nicht mehr ein bestimmter Weg wie für einen Telefonanruf festgelegt. Während beim Telefon die Nummern nacheinander den Anruf bis auf den Apparat lenken, sucht sich die digitale Nachricht den Weg selbst. Ist eine Leitung unterbrochen, geht sie einen anderen Weg. Das machte sie für das Militär interessant, weil die Befehlszentralen nicht mehr mit einem gezielten Schlag ausgeschaltet werden können. Bei Ground Zero hat sich die Technik bewährt. Als der Knoten in diesem Zentrum ausfiel, gingen die Emails und die Abrufe von Homepages eine andere Strecke. Das mit dem Handy aufgenommene Video wurde über mobile Telefonleitungen weltweit auf den Bildschirm der Fernsehgeräte gebracht.

Ergebnis 1: Die Deutungshoheit kommt abhanden

Für die gegenwärtige Kultur ist damit ein fundamentaler Umbruch bereits deutlich geworden: Die Nutzer sind Suchende, sie wählen aus, was sie wissen wollen und finden es im Internet. Das hat für die Zeitungen empfindliche Konsequenzen: Nicht nur sind die Anzeigenerlöse weggebrochen, so dass die Mittel fehlen, die Zeitung morgens in den Briefkasten vorzufinden. Die Zeitung hat nicht mehr das Monopol, zu bestimmen, was sich „zeitigt“. Die Topmeldungen werden bereits vorher über die Social Media ermittelt. Der Umbruch geht noch weiter: Die Deutungshoheit der Medien ist gebrochen. Es geht ja in den Medien nicht nur um die Nachricht, sondern um ihre Interpretation. Die erfolgt heute über die Kommentarfelder und in den Communities von Facebook sehr viel schneller als die Medien reagieren können. Das muss auch eine katholische Bischofskonferenz lernen – nämlich auf Meldungen schnell zu reagieren, am selben Tag und am besten noch schneller.

Was hier zu überlegen wäre: Was wird mit der Deutungsmacht der akademischen Lehrstühle. Wird diese bereits von den Studierenden unterlaufen, indem sie z.B. Wikipedia als die Instanz, an die man sich mit seinen Fragen wendet, den Lexika und Fachbüchern vorziehen? Und liegt die Zukunft eines Bachelor- und Masterstudiums darin, nur noch einen formellen Berufseinstieg für Religionsunterricht und Gemeindegarbeit zu erwerben? Wer sich sonst Philosophie oder Theologie aneignen will, kann das jetzt schon über das Netz. Wird dieser Weg in Zukunft der von den meisten genutzte sein? Wird die Modularisierung das unterstützen oder wird es ein ganz anderes Muster geben, sich geisteswissenschaftliche Inhalte anzueignen?

Eines lässt sich mit Sicherheit sagen: Die Fakultät, die ihr Lehrangebot über Internet der

Allgemeinheit zugänglich macht, wird Marktführer und kann es mit Wikipedia aufnehmen.

2. Das Phänomen Facebook

Im Googlezeitalter, das noch andauert, war der einzelne mit anderen durch Email verbunden und saß vor dem Bildschirm, um seine Fragen an das Internet zu richten. Zuerst waren es Links, die man auf gut gepflegten Homepages fand, die einen zu den relevanten Inhalten führten. Die Suchmaschinen übernahmen diese Aufgabe, indem sie ausrechneten, welche Homepages häufiger als andere besucht wurden. Diese wurden entsprechend aufgelistet. Gute Chancen auf ein hohes Googleranking hatten und haben die Seiten, die früh gestartet waren und auf die viele Links verweisen. Das Startkapital ist erstaunlich haltbar, kath.de lebt immer noch davon. Obwohl es anders als die Universitäten, die Diözesen und die Bischofskonferenz von Google keinen Institutionen-Bonus bekommt, hält kath.de doch im Ranking mit. Die Lexika bei kath.de schaffen es häufig auf die ersten drei Plätze bei Google. Aber Google hat den Höhepunkt seiner Bedeutung überschritten. Einmal bietet diese Suchmaschine nicht mehr „objektive Daten“, sondern spielt dem Nutzer die Seiten auf die ersten 10 Plätze, die seinem Profil entsprechen. Dieses Profil wird aus den Spuren zusammengesetzt, die jeder reichlich im Netz hinterlässt. Die Folge ist: Der Nutzer bekommt nur noch das eingespielt, was seinen Vorlieben entspricht – eine Herausforderung für die Universitäten, den immer zu engen Horizont des Surfers bei der Wissensuche „aufzuschnüren“. Zum andere ist Google zu einer Art Linkliste geworden. Es ist nämlich viel einfacher, eine bestimmte Homepage über Google zu suchen, z.B. Sankt Georgen im Schwarzwald oder in Frankfurt, als die URL einzutippen. Google dient also in vielen Fällen nur als schneller Durchgang zu der Homepage, die man kennt, jedoch nicht in die Linkliste seines Browsers aufgenommen hat.

Das Zeitalter der Suchmaschinen hat seinen Gipfelpunkt jedoch vor allem deshalb überschritten, weil die Social Media zum Umschlagplatz für die Internetnutzung geworden sind. Was schon bei der Buchlektüre allgemein geübte Praxis war und ist, nämlich auf Empfehlung anderer zu lesen, gilt jetzt für Artikel, Videos und Fernsehprogramme: Die Communities, die Facebook trotz StudiVZ, Lokalisten, „Wer Kennt Wen“ und Google+ immer noch fast monopolartig auf seiner Plattform versammelt, haben eine private Funktion und eine öffentliche. Die sind auf der persönlichen Seite, der Timeline untrennbar vermischt: Ich werde gefragt, was ich gerade mache. Dann gibt es die Links, meist auf humorvolle Videos wie auch auf Neuigkeiten. Der Autor hat z.B. über seine persönliche Facebook-Seite zuerst vom Rücktritt Papst Benedikts erfahren. Inzwischen erreichen Nachrichtenportale über Facebook ihre Nutzer. Der sog. Freundeskreis, den man sich über Facebook aufbaut, übernimmt die Funktion einer Redaktion. Je jünger die Nutzer, desto mehr vertrauen sie darauf, dass dieser Freundeskreis alle Ecken des Internets im Blick hat und einen auf Wichtiges hinweist. Was man bisher der Redaktion der Tagesschau oder der FAZ anvertraut hat, nämlich den Überblick über die Welt zu vermitteln, das hat sich auf mehrere Instanzen verteilt:

- Nachrichten fließen den ganzen Tag. Was früher über Fernschreiber nur die

Nachrichtenredaktionen erreicht hat, nämlich die Agenturmeldungen, findet sich heute auf Spiegel.de oder anderen Nachrichtenportalen.

- Die nachwachsenden Generationen rezipieren nicht mehr, weil es „in der Zeitung steht“, sondern weil jemand aus dem Freundeskreis sagt, das müsse man lesen, anschauen. Auch die Tagesschau verliert ihre Funktion, einen Überblick zu geben. Die Zuschauerzahl ist 2014 unter die 5-Millionen-Marke gesunken. Warum soll man sie anschauen, wenn man einen Teil der Meldungen tagsüber schon „mitbekommen“ hat.

Ein Weiteres kommt hinzu: Was die Leserbriefe in der gedruckten Zeitung sind, hat sich in den Kommentarleisten der Nachrichtenseiten fortgesetzt, aber inzwischen in die Communities verlagert. Kommentare zu Beiträgen auf explizit.net und hinsehen.net finden wir in den Facebook-Seiten und -Gruppen

Ergebnis 2: Die Meinungsbildung hat sich in die Sozialen Medien verlagert. Das bisherige System von Fachzeitschriften und Kongressen gerät wie die Zeitung und die Nachrichten zeitlich ins Hintertreffen.

Es ist nicht so, dass die Social Media, die Communities, die Blogger, Twitter die Homepage abgelöst hätten, sie vernetzen die Homepages ganz anders und verlagern die Meinungsbildung in die Communities. Diese Funktion, sich nämlich über die Deutung eines Ereignisses, eines Vorgangs zu verständigen, erfolgt immer mehr in den Communities. Mein Kollege Dr. Pelzer hat das an einem der erfolgreichsten religiösen Facebook-Kampagnen „Weihnachten entscheidet sich in der Krippe“ bis in die Sprachspiele hinein untersucht. Eine Pastoralreferentin aus dem Erzbistum Bamberg hatte die Aktion 2011 in Facebook gestartet und erstaunliche Resonanz erhalten. Anlässlich einer lächerlichen Media-Markt-Werbung „Weihnachten entscheidet sich (an dem, was) unter dem Weihnachtsbaum (liegt)“ haben sich die Teilnehmer im Laufe der Kampagne am Ende über die Bedeutung von Weihnachten verständigt.

Es gibt in jeder Wissenschaft einen ständigen Prozess der Verständigung, wie bestimmte Vorgänge und neuen Erkenntnisse zu deuten sind. Das geschieht bisher über die Fachpublikationen und Kongresse. Da die Social Media es ermöglichen, sehr viel einfacher und schneller zu reagieren, könnte sich die Meinungsbildung aus dem Bereich der Fachzeitschriften ins Netz verlegen. Wenn der Kongress dann stattfindet, ist die Meinungsbildung längst abgeschlossen und ein neues Thema steht bereits auf der Tagesordnung. Bei der Buchmesse ist dieser Effekt schon zu beobachten. Sie wird noch für Lizenzverhandlungen gebraucht, kaum noch, um Titel zu präsentieren. Der Rückgang betrug 2014 um die 30%

Die Meinungsbildung wird, ob im Segment der Fachzeitschriften und Kongresse oder in den Social Media, nur von einem Teil der Beteiligten vorangetrieben. In den Communities ist es nur ein geringer Teil der Nutzer, der mit Kommentaren, Einwänden, weiterführenden Überlegungen aktiv wird. Für den gesamten Kommunikationsprozess einer Geisteswissenschaft kommt es darauf an, diese

Aktiven bereits in Facebook einzusammeln. Denn bei allen Erfolgsmeldungen über Nutzerzahlen bleibt die Erkenntnis der Sozialpsychologie auch für die Social Media der Schlüssel: Es kommt auf die an, die Meinungsführer werden wollen, d.h. die aktiv für Standpunkte, Entwicklungen, Kritikpunkte kämpfen.

Wir müssen uns der Frage stellen, ob wir unter unseren Studierenden diese Meinungsführer haben oder doch eher diejenigen, die mit meditativer Praxis eine ausgeglichene Seelenlage suchen.

Eines hat sich auf jeden Fall geändert: Der Nachwuchs für die theologischen und kirchlichen Berufsfelder werden nicht mehr über Flyer angesprochen, sondern indem man die Oberstufenschüler in den Communities mit den philosophisch und theologisch relevanten Fragen befasst. Es kommt dabei nicht darauf an, dass es möglichst vielen „gefällt“. Wer den üblichen Sprüchen „es muss kurz und eingängig sein“ folgt, sollte dann konsequenterweise eine Theologie der Katzenfilme entwickeln. Philosophie und Theologie muss in dem neuen kulturellen Umfeld für ihre Sicht des Menschen kämpfen. Dafür bieten die digitalen Medien sehr viel schlechtere Voraussetzung als das klassische Gymnasium und die auf deren Sprach- und Lesetraining aufsetzenden Fakultäten.

3. Lernen ohne Anstrengung

Es hat immer schon einen natürlichen Widerwillen gegen das Sprachenlernen und Aufsatzschreiben gegeben. Jede Bildungsreform hat hier angesetzt. Wenn sie erfolgreich war, konnten mehr Menschen Lesen, Schreiben und eine Fremdsprache beherrschen. Sie hatten die wichtige Literatur kennengelernt, Schreiben brachten den Aufschwung der Wissenschaften. Seit den sog. Bildungsreformen gehen wir einen anderen Weg. Nicht erst das Internet ist mit dem Versprechen angetreten: „Diese Mühen haben ein Ende“. Der Eindruck scheint sich durch Wikipedia zu bestätigen. Inzwischen kommt Videos hinzu, denn mit einem Videofilm kann man sich die schwierigsten Zusammenhänge „leicht reinziehen.“ In den letzten fünf Jahren ist dieses Versprechen noch dadurch nachhaltig unterstrichen worden, als es nicht mehr auf die erworbene Kompetenz ankommt. Entscheidend ist, ständig vernetzt zu sein, mitzugekommen, was sich gerade tut. Die von der Gesellschaft für die „Grundversorgung“ eingerichteten Medien, das sind die öffentlich-rechtlich finanzierten und damit garantierten Radio- und Fernsehprogramme, haben den Schulfunk längst eingestellt und schwierige Sendungen aus den Kulturprogrammen herausgenommen. Man will dem Hörer bzw. Zuschauer schwere Kost nicht mehr zumuten. Eine Ausnahme sind nur die aufwändig produzierenden Dokumentarfilme, in denen man, auch durch eingestreute Inszenierungen, die Epochen der Geschichte, die Tierwelt und wichtige Erkenntnisse der Naturwissenschaften kennenlernen kann.

Noch entscheidender dürfte die Gewissheit sein, über das Smartphone jederzeit auf alle Wissensbestände zugreifen zu können. Die Zielsetzung, allen Bürgern die Wissensbestände der Gesellschaft zugänglich gemacht zu haben, hat das Internet erfüllt. Nicht vorgesehen hat man die Reaktion der Onliner: Wenn es im Internet jederzeit zu finden ist, warum muss ich es mir noch aneignen. Lernen kann so auf das geforderte Prüfungswissen reduziert werden.

Alles andere findet man im Internet, wenn man es später braucht.

Ergebnis 3: Den Geisteswissenschaften fehlen Lese- und Sprachkompetenz

Für alle Wissenschaften, die sich mit Sprachdokumenten beschäftigen, führt das Internet eine Entwicklung weiter, die die Bildungsreformen schon angelegt hatten: Lernen mit Anstrengung ist eine Entwicklungsstufe, die es zu überwinden gilt. Da das Internet ein ständig lernendes technisches Konstrukt ist, können Schüler und Studierende die Lernleistung an das Netz delegieren. Die Geisteswissenschaften können das Problem nicht in ihren eigenen Kreisen lösen. Die Politik wird ihnen nicht entgegenkommen. Vielmehr müssen die Geisteswissenschaften selbst die Politik zum Handeln bringen. Luther hat gezeigt, wie das geht. Eine Bildungsministerin zum Rücktritt zu zwingen, hatte in den Augen der Öffentlichkeit den gegenteiligen Effekt. Wenn der Öffentlichkeit über Wochen demonstriert wird, dass Professoren Plagiate nicht erkennen können, stellt das die Kompetenz der gesamten Zunft in Frage, auch der Königin der Wissenschaften.

Für die Geisteswissenschaften wird ein weiterer tiefgreifender Kulturwandel wirksam, der jedoch eine katholische Tradition nicht das Fürchten lehren muss.

4. Das Lutherjubiläum als Beginn einer neuen theologischen Ära

1517 signalisierte nicht nur das Ende der mittelalterlichen Theologie und ihrer Kathedralen, es war ein enormer medialer Umbruch. Flugzettel, Lieder, die deutsche Ausgabe des Neuen Testaments – das waren Durchbrüche, die heute mit den Marketing-Awards prämiert würden. Wenn wir 2017 unter den medialen Aspekten der Reformation betrachten, werden wir in einer Kultur leben, die eindeutig von den digitalen Medien dominiert wird. Wie wird es der EKD gelingen, die Relevanz von Luther für die nächsten Jahrzehnte deutlich zu machen? Da ist die katholische Kirche vorsichtiger, sie probiert die Themen aus, manche zünden, andere bleiben in der Institution stecken. Mit dem Jahr der Orden, das fast unbemerkt im November eingeläutet wurde, wird es so kommen. Die EKD ist da mutiger. Sie setzt auf eine Karte. Dabei geht es nicht nur darum, den Zeitgenossen die Bedeutung der lutherischen Rechtfertigungslehre zu erschließen. Denn 2017 wird das Internet auch die letzten der Medienhäuser entweder umgekrempelt oder wie ein Schwarzes Loch aufgesogen haben. Die Fakultäten werden bis dahin medialisiert sein, die Vorlesungen werden dann als Videoaufzeichnungen abrufbar sein und zu den intensiven Veranstaltungen, den Seminaren und Blocks, wird es eine Plattform im Internet geben. Das ist aber nur die kommunikationstechnische Seite. Der Wandel unserer Kultur, der die Entwicklung der digitalen Medien so effektiv vorantreibt, wird deutlicher werden. Was zeichnet sich ab:

- Das Wort wird nicht mehr an der ersten Stelle stehen, sondern über ein Foto angeklickt werden.

- Nicht mehr die Malerei und die bildenden Künste werden das vorrangige Bildmedium sein, sondern das Foto.
- Videos werden nicht nur wie bisher das Fernsehen, sondern für alle Lebensbereiche viel stärker genutzt werden.
- Die Medien begleiten wie bereits jetzt schon den einzelnen durch den Tag
- Die Social Media werden auch religiös der Einstieg sein.
- Mit dem Internet wird es viel weniger abgeschlossenes Wissen, dauerhafte Orientierung, geben, diese schreiben sich vielmehr ständig fort.
- Wie die gotische Kathedrale werden Internet und Social Media das religiöse Universum abbilden.
- Wie im Barock werden Naturwissenschaften und die Künste mit Ihren Inszenierungen die Aufmerksamkeit auf sich ziehen.
- Die Theologie katholischer Ausprägung wird in diesem medialen Umfeld einen neuen Aufschwung nehmen.

Ergebnis 4: Die Theologie verliert bisherige und erhält neue mediale Plattformen

Die Kommunikation innerhalb der wissenschaftlich betriebenen Theologie wird wahrscheinlich mit dem bisherigen Inventar an Fachzeitschriften weiter geführt werden können. Ein Grund ist die Archivierbarkeit. Hier ist das Papier den digitalen Speichermedien immer noch überlegen.

Für die Breitenwirkung und damit die Attraktivität des Faches für Studienanfänger sind die Fakultäten nicht mehr auf einige Redakteure bei Zeitungen, Radio und Fernsehen angewiesen. Seit es Homepages gibt, kann jede Fakultät in die Öffentlichkeit hinein wirken. Es war übrigens die Fakultät in Passau, die bereits Mitte der neunziger Jahre das Tor zum Internet geöffnet hat.

Eine Homepage ist heute in das Myzel der Social Media eingebettet. Sie bleibt das Flaggschiff, alles Wichtige, d.h. das geistige Eigentum, gehört auf die Homepage. Die Beiboote sind notwendig, damit die Nutzer über Links auf die Homepage kommen.

Perspektiven für die Fakultäten

Mit einem neuen Medienzeitalter erhalten die Geisteswissenschaften neue Impulse durch die Medien und die unter den Medien liegenden Kommunikationsmuster. In Deutschland sind die katholischen Fakultäten im Moment sogar ohne Konkurrenz

1. Die Institution Kirche ist immer weniger in der Lage, Themen zu setzen

Zwar ist West Europa, im Unterschied zu fast allen andere Weltregionen, religiös eher uninteressiert. Jedoch ist die Postmoderne nicht mehr prinzipiell kritisch gegenüber Religion eingestellt. Das Religiöse verspricht zumindest besondere Erfahrungen. Ein Hinderungsgrund, dass die neuen Möglichkeiten der Kirche kaum zugutekommen, liegt an der speziellen Verbindung von Religiosität und Kirche, wie sie sich in Deutschland für beide Konfessionen herausgebildet hat. Zudem dünnt die Print-Orientierung der

kirchlichen Medien beider Konfessionen die Zugänge zu den jüngeren Altersgruppen aus. Da die Theologie eigenständig organisiert ist, könnte sie sich neu zu positionieren – im Kontext von Bloggerszene und von Facebook. Das hieße, sich in die ständig fließende Kommunikation einklinken, um Theologisches in den Kommunikationsfluss einzuspeisen.

2. Theologie auf aktuelle Themen anwenden

Die größere spirituelle Offenheit der Postmoderne bietet viele Anknüpfungspunkte – für die Lehrenden wie für die Studierenden. Nicht nur stellt die Religion die Frage nach der Gewalt, sondern auch nach der Schuld, der Personalität. Selbstbestimmtes Sterben ist zu einem aktuellen Thema geworden. Zum Datenschutz könnte die Katholische Kirche ihre Erfahrungen mit dem Forum internum einbringen. Das Kino hat Engel und Dämonen wieder ins Bewusstsein gehoben.

3. Die Studierenden zu Mit-Veröffentlichern machen

Die zukünftige Arbeit der Theologen und Theologinnen wird sich – so wie es für Onliner heute schon gilt – in einer viel engeren Verknüpfung von digitalen Medien und seelsorglicher, katechetischer, caritativer Tätigkeit abspielen. Auch die Gruppen, die sich um kirchliche Angebote bilden, z.B. zur Vorbereitung auf die Firmung oder die aus mehreren Klassen für den Religionsunterricht zusammengestellt werden, sind medial oft besser ansprechbar als durch einen Vortrag, einen Input. Deshalb sollte es Ausbildungsziel sein, dass die zukünftigen Theologen und Theologinnen nicht nur in der Katechese oder in der Gruppenstunde sich religiös artikulieren, sondern viele ihrer „Posts“ ins Netz verlagern. Je mehr die Studierenden zu Veröffentlichern werden, desto mehr dringt Theologie in das Netzwerk vor allem der Digitalen Medien. Inhalte werden schon heute zuerst über das Netz rezipiert.

4. Möglichst viele Lehrangebote, Skripten und Videos ins Netz stellen

Wenn man die Entwicklung im Medienbereich als Beispiel nimmt, wie das Internet die Kommunikationswelten umstrukturiert, dann werden Inhalte, die über die Universitäten Kommunikationsmuster vermittelt werden, zunehmend im Netz gesucht und dort auch eher rezipiert. Wie eine Zeitung kann eine Fakultät ihren Hörerkreis über diejenigen hinaus erweitern, die fest abonniert haben, also immatrikuliert sind. Es könnte auch der Lehraufwand reduziert werden, wenn Lehrveranstaltungen einmal aufgenommen und dann ins Netz gestellt werden. Zudem gewinnt ein Inhalt, wenn er im Netz zu finden ist, an Relevanz, einfach weil die Suchmaschinen ihn nicht über die Institution, sondern über die eingegebenen Begriffe anders zugänglich machen.

5. Vernetzt arbeiten

Im Internet gibt es erfolgreiche Innovationen – das sind aber nicht so viele. Wikipedia, Google, Facebook, YouTube. Man kann sich da einklinken, gerät dann aber in den Look dieser Plattformen. Um mit seiner eigenen Handschrift erkennbar zu sein, sollte man Profil entwickeln – aber vernetzt. Nur wenn sich die Beteiligten die Bälle zuspielen,

gewinnen sie Reichweite.

Die Chancen dafür steigen, denn die jetzigen Marktführer werden Reichweite abgeben müssen. Oder die großen Schiffe müssen ständig Beiboote zukaufen. Weil z.B. auch Facebook nicht alle Funktionen abdecken kann, hat es WhatsApp gekauft.

6. **Und wer macht die Arbeit?**

Anders als Zeitung verlangt das Internet nicht, dass alles auf eine bestimmte Zeilenlänge gebracht und journalistisch umgeschrieben werden muss. Texte, Manuskripte, Arbeitsblätter können so, wie sie für die Lehrveranstaltung konzipiert wurden, ins Netz gestellt werden. Ebenso die Seminararbeiten. Die müssen dann im Seminar nicht mehr referiert, sondern können gleich diskutiert werden.

Die Communities werden sich als Modell bleiben, ob Facebook bleibt, hängt am Datenschutz. Diese Communities sind aber nicht Aufgabe der Lehrenden, sondern der Studierenden. Die Betreuung einer Community muss für die Vorbereitung auf ein zukünftiges Berufsfeld sowieso in die Ausbildung integriert werden. Es sollte als Teil der zu erbringenden Studienleistung verlangt werden – nicht zuletzt mit der Absicht, theologische Inhalte über den Hörerkreis in die digitalen Netze einzuspeisen.

Ausblick: Theologie konzipiert Kunst

Alle großen Epochen christlicher Kunst waren von der Theologie gefördert und inspiriert. Die Gotik erhielt durch die Ekklesiologie Hugo von St. Viktors in seiner Ausführung über die Arche wohl entscheidende Impulse. Aus dem Barock liegen Schriften von Theologen vor. Damals waren die Kirchenräume die Medien. In gleicher Weise kann Theologie heute auch die neuen Medien, z.B. die Fotografie, inspirieren. Dabei geht es weniger darum, dass sich die Theologie ihrer Aussagen versichert, sondern dass sie ihre Sicht des Menschen für die Gesellschaft darstellt.

© Eckhard Bieger für den Fakultätentag 2015