

zeichnen die Fußnoten sich dadurch aus, dass sie nicht nur zitierte und weiterführende Quellen enthalten, sondern mehrfach kleine ergänzende Themen abhandeln, die manchmal eine halbe Buchseite umfassen. Und dass diese Fußnoten nicht im Anhang stehen, sondern jeweils am Fuß der betreffenden Seite, ist sehr leserfreundlich. Wie hieß es kürzlich in der „Süddeutschen Zeitung“ in einer Rezension des Buches von Bernhard Fischer über den großen Verleger der Goethezeit Johann Friedrich Cotta: Es sei „ein epochales Werk, das jeder Genauigkeitsstichprobe im augenpulvrig kleingedruckten Anmerkungsapparat“ standhält. Dito Walter Hömberg und Thomas Pittrof.

Ferdinand Oertel, Aachen

Karsten Kopjar: Kommunikation des Evangeliums für die Web-2.0-Generation. Virtuelle Realität als Reale Virtualität. Berlin: Lit Verlag 2013 (= Ästhetik – Theologie – Liturgik, Band 57), 288 Seiten, 29,90 Euro.

Mit Web-2.0 Konzepten kann man durchaus kirchenferne Milieus erreichen. Eine solche Aussicht macht neugierig, ebenso das Versprechen, das *Wie* empirisch zu ergründen und theologisch einzuordnen. Kann die von Karsten Kopjar, in protestantisch-baptistischer Positionalität geschriebene, am Fachbereich Evangelische Theologie der Philipps-Universität Marburg eingereichte und vom 2006 emeritierten Professor für Praktische Theologie Horst Schwebel begleitete Dissertation dem gerecht werden?

Im ersten Kapitel (S. 12-15) erfolgt die Benennung von Standort und Forschungsfrage: „Wie können Kirche und Theologie aktuelle Web-2.0-Methoden in der Kommunikation des Evangeliums einsetzen, um den Nutzern von Virtuellen Realitäten geistliche Erfahrungen zu ermöglichen und diese in die physische Welt zurückzuspiegeln?“ (S. 15). Der Autor erläutert im zweiten Kapitel zunächst die Begriffe Kommunikation, Evangelium und Kommunikation des Evangeliums. Sodann werden Ursprung, Begriffsbildung, Entwicklung und Perspektiven des Internets skizziert, um anschließend v.a. medientheoretisch sowie hermeneutisch den Kontext unter starker Anlehnung an Ilona Nords Habilitationsschrift (Realitäten des Glaubens. Zur virtuellen Dimension christlicher Religiosität, Berlin 2008), welche im Literaturverzeichnis nicht auffindbar ist, auszuleuchten und auf Glauben im Internet anzuwenden. Danach werden die Primärmedien – Nachrichten in gedruckter Form, Radio als primär akustische Übertragung, Fernsehen als visuelle Ergänzung,



Internet als vernetzte Information und Gemeinschaft als mediale Kommunikation – dargestellt und mit interaktiven Communities in Verbindung gebracht, welche im vierten Kapitel untersucht werden. Abschließend betrachtet der Verfasser die sogenannte Web-2.0-Generation im Hinblick auf die Verzahnung der Medien im Kontext jugendsoziologischer Forschungen (Sinus-Milieuforschung, ARD/ZDF-Onlinestudien und die Online-Nutzungsstudien des Facit-Instituts).

Das dritte Kapitel bietet die Begründung und Darstellung des Untersuchungsdesigns. Trianguliert werden quantitative und qualitative Forschungsmethoden: eine Fragebogenuntersuchung von Community-Managern mit 42 Teilfragen, fünf leitfragengestützte per Skype geführte Telefoninterviews, welche transkribiert wurden, und Website-Analysen. Die dichte Beschreibung der teilnehmenden Beobachtung nach Clifford Geertz, dazu das Blitzlicht nach Ilona Nord als deren theologische Interpretation und die Contentanalyse von Internetseiten werden zur vernetzten Präsentation zusammengeführt, welche die vier Blickwinkel Fakten, Konzeption, Umsetzung und Wirkung umfasst. Ziel ist es, Innen- und Außenperspektiven zu erheben.

Fünf Online-Communities v. a. mit Bezug auf Januar 2011 und März 2011 analysiert und bewertet der Verfasser im vierten Kapitel: 1. „www.jesus.de“ des Primärmediums Nachrichtendienst, getragen vom Bundes-Verlag GmbH in Witten, theologisch der Evangelischen Allianz nahestehend, mit mehr als 120 000 Mitgliedern, präsentiert neutrale Nachrichten aus der Schnittmenge von Religion und Gesellschaft und kommt darüber mit einer kritischen Masse ins Gespräch. 2. Das junge Online-radio des gemeinnützigen Vereins Evangeliums-Rundfunk e.V. „www.crosschannel.de“, theologisch ebenfalls der Evangelischen Allianz verbunden, mit ca. 3200 Usern, bietet eine Mischung aus viel Musik und geistlichen Themen. 3. [tru:] young television („www.trutv.de“) ist der Jugendsender der Bibel TV Stiftung gGmbH auf einer überkonfessionellen Basis mit mehreren Gesellschaftern aus beiden Volkskirchen sowie freikirchlichen Organisationen mit ca. 5000 Mitgliedern, von denen sich nur wenige beteiligen. 4. Das Edelprofil „www.evangelisch im VZ“ in den kommerziellen Netzwerken studiVZ und meinVZ, das vom Evangelischen Medienhaus GmbH im Auftrag der Evangelischen Landeskirche Württemberg betrieben wird, will Information, Diskussion und Vernetzung der Evangelischen Studierenden Gemeinde-Bewegung unterstützen. 5. Das publizistische Portal „www.evangelisch.de“ ist Teil der öffentlichen Darstellung der

Evangelischen Kirche in Deutschland, umfasst ca. 5000 Teilnehmende und will über Kirche informieren und evangelische Sichtweisen ins Gespräch bringen.

Die theologische Deutung der empirischen Untersuchung erfolgt im abschließenden fünften Kapitel. Die vier Interpretationsstufen nach Ernst Lange werden auf Online-Communities bezogen. Face-to-face-Kommunikation und medial vermittelte Kommunikation, Online- und Offlinerealität sind sinnvoll aufeinander zu beziehen, denn nur so können Gläubige den Anschluss an die Web-2.0-Wirklichkeit erlangen, um das Evangelium auch in dieser Welt zu verkünden.

Die vom Autor postulierte ökumenische Offenheit (S. 10) hätte in Bezug auf die Darstellung des Verständnisses von Kommunikation des Evangeliums sicher gewinnbringend umgesetzt werden können, wenn er wenigstens auf einige katholische Ausbuchstabierungen dieses praktisch-theologischen Leitbegriffes (z. B. Norbert Mette: Einführung in die Praktische Theologie. Darmstadt 2005; Manfred Riegger: Kommunikation des Glaubens. München 2008) verwiesen hätte. Unschärfen in Definition und Verwendung von Begriffen irritieren, wie zum Beispiel die synonyme Benutzung von Erlebnis und Erfahrung oder die Wiedergabe von Nachricht als Information im Sender-Empfänger-Modell nach Friedemann Schulz von Thun. Die Rede von gelingender Kommunikation lässt den eschatologischen Vorbehalt vermissen, denn theologisch kann Kommunikation nie vollständig glücken, sondern immer nur besser gelingen, was in der Praktischen Theologie thematisiert wird. Virtuelle Realität wird aber insgesamt wirklichkeitsbezogen mit Chancen und Gefahren darzustellen versucht.

Ein Problem solcher empirisch gestützter Dissertationen ist nicht zu übersehen: Bis zur Veröffentlichung sind die untersuchten Communities z. T. schon irrelevant. Vielleicht sind hier andere Formate zielführender, wie die Veröffentlichung von entsprechenden Untersuchungen in dieser Zeitschrift. Die Aufgabe selbst bleibt aber wichtig: theologische Konzepte traditionellen Gemeindelebens auf ihre crossmediale Wirkung hin zu untersuchen und mit Blick auf die konkrete Gemeindesituation ernsthafte Partizipationsmöglichkeiten sowie intuitive Übergangsmöglichkeiten zwischen Online- und Offline-Realitäten zu schaffen, damit das Evangelium überall zur Sprache gebracht wird.

Manfred Riegger, Augsburg

*Diese Aufgabe bleibt wichtig:
theologische Konzepte traditionellen
Gemeindelebens auf ihre crossmediale
Wirkung hin zu untersuchen.*