

Die Kirche in der digitalen Welt

Die Verbreitung der Frohen Botschaft.¹ *Von Paul Tighe*

I. Kirche und Kommunikation

Ich möchte diesen Beitrag mit einer Reflexion darüber beginnen, was wir im Sinn haben, wenn wir über die Katholische Kirche im Kontext von Kommunikation sprechen. Ich weiß, dass es in vielerlei Hinsicht offensichtlich erscheinen mag, was die Katholische Kirche ist, insbesondere den Gläubigen. Aber es lohnt, sich an die Priorität zu erinnern, die wir diesem Selbstverständnis geben sollten, wenn wir die kommunikative Mission der Kirche erörtern.

Wenn wir von der kommunikativen Mission der Kirche sprechen, sprechen wir nicht von einer Mission unter vielen. Tatsächlich sprechen wir über den fundamentalen Grund, warum die Kirche existiert. Die Kirche existiert durch den Willen Gottes und sie existiert genau zu dem Zweck, die Frohe Botschaft Jesu Christi zu verkünden. Von Anbeginn war dies die universelle Mission. Wir sind aufgerufen, die Frohe Botschaft bis ans Ende der Welt zu tragen, um sicherzustellen, dass die Frohe Botschaft des Evangeliums die Herzen der Menschen in allen Teilen der Welt erreicht und berührt. Diese Botschaft, die uns anvertraut wurde – diese Frohe Botschaft – ist eine Person, Jesus Christus.

Kommunikation steht auch in unserem Alltag als Gläubige im Mittelpunkt. Die Kirche ist eine Gemeinschaft, sie ist eine Zusammenkunft jener, die sich im Namen Christi versammeln. Unsere „Ecclesia“ kann nicht erblühen, unsere Kirche wird kein Ort der Communio und Zugehörigkeit sein, wenn wir diese Formen der Kommunikation, die zu einem Gefühl der Verbundenheit und Teilnahme führen, nicht fördern.

Paul Tighe hat diesen Vortrag im Rahmen des ersten Katholischen Medienkongresses am 28.10.2014 in Bonn gehalten.

Prälat Paul Tighe ist seit 2007 Sekretär des Päpstlichen Rates für die sozialen Kommunikationsmittel.

Die Kirche kommuniziert nicht nur über die formalen Mittel, mit denen wir vertraut sind. Die Kommunikation beschränkt sich nicht auf Kanzeln, Radio, Fernsehen, Zeitungen und das Internet. Wir sind mit diesen Methoden bestens ausgestattet, und wir kommunizieren in jedem Aspekt unseres Lebens. Kommunikation ist darüber hinaus ein grundlegender Aspekt unserer Liturgien und unserer religiösen Feiern. Kommunikation vollzieht sich in unserem gelebten Glauben. Häufig ist die wichtigste Kommunikation die Stärke unserer Predigt der Frohen Botschaft, unser Bekenntnis macht diese glaubwürdig und wird im Leben Anderer willkommen geheißen. Es ist unser Leben, unsere Liturgie, unsere Einstellung, unsere Herangehensweise an Menschen, die am überzeugendsten ist, was immer auch geschieht.

Wir sollten auch daran denken, dass die Kirche universell betrachtet sowohl „römisch“ als auch „katholisch“ ist. Wir müssen an beides denken. Rom ist für sich gesehen wichtig. Viele unserer Symbole, die Rolle und die Person des Papstes, die großen Basiliken, die farbenprächtigen Liturgien an Ostern und Weihnachten, sind römische Symbole, die in sehr beeindruckender und direkter Weise die Welt auf die Mission und das Leben der Katholischen Kirche ansprechen. Rom ist das symbolische Zentrum der Einheit und ein Zentrum der Führung. Die katholische Dimension, die wahrscheinlich am besten die Universalität der Kirche darstellt, ist die Realität, dass dieselbe Kirche, die in Rom präsent ist, dank der Gnade Gottes auf verschiedenen Kontinenten auf der ganzen Welt lebendig und präsent ist. Wichtig ist hierbei, dass das, was wir zelebrieren, was vor Ort gelebt wird, die Wahrheit über die Realität der Kirche ist. Auf lokaler Ebene findet die Kirche den Großteil ihrer Vitalität. Auf lokaler Ebene erreichen und berühren die Strukturen der Kirche das Leben zahlreicher Menschen.

II. Digitale Welt

Wenn wir an die Veränderungen in der Kommunikation denken, was manche Kommentatoren als „digitale Revolution“ bezeichnen, ist es nur natürlich, sich auf die technologischen Entwicklungen zu konzentrieren. Wir sind fasziniert von der Geschwindigkeit, mit der Kommunikationsgeräte immer leistungsstärker, kleiner, verbundener und zugänglicher werden. Obwohl dieser Schwerpunkt verständlich ist, ist es doch in Wahrheit so, dass die grundlegendsten Veränderungen nicht technologisch, sondern kulturell sind: Die tatsächliche Herausforderung ist anzuerken-

nen, wie sehr sich, besonders für junge Menschen, die Methoden zur Informationsbeschaffung, wie sie sich bilden, sich ausdrücken, Beziehungen eingehen und Gemeinschaften formen, geändert haben. 2012 hat der emeritierte Papst Benedikt XVI. darauf hingewiesen: *Die neuen Technologien verändern nicht nur die Art und Weise, wie wir kommunizieren, sondern auch die Kommunikation selbst.* Eine von der britischen Regierung gesponserte Studie über persönliche Identität, die 2013 veröffentlicht wurde, kam u. a. zu dem Schluss, dass „insbesondere bei jungen Menschen die Sicht ihrer selbst immer stärker durch Online-Interaktionen in den sozialen Netzwerken geformt wird“. Die Studie fährt fort, dass die Elemente, die traditionell als wichtigste Einflüsse für das Formen der Identität einer Person betrachtet wurden, wie z. B. Religion, ethnische Herkunft, Beruf und Alter, weniger wichtig sind als früher. Darüber hinaus vollziehen sich diese Veränderungen nicht nur „außerhalb“ der Kirche, sondern auch in den Gemeinden und im Alltag der Gläubigen.

Ich denke, wir sollten den Begriff „neue Medien“ vermeiden: Diese Technologien und Netzwerke sind „neu“ für mich und jene unter uns, die ein bestimmtes Alter erreicht haben, aber sie sind normaler Bestandteil der jüngeren Generationen in den Industriestaaten und immer stärker auch in Entwicklungsländern. Mit dem Gerede über „neue Medien“ gibt man sein eigenes Alter preis und man läuft Gefahr, ihre „Alltäglichkeit“ im Leben so vieler Menschen nicht anzuerkennen. Wir müssen erkennen, dass jene, die mit digitaler Kommunikation groß geworden sind, keine große Unterscheidung machen zwischen ihrem „Online-Leben“ und ihrem „Offline-Leben“. Wie es der emeritierte Papst Benedikt in seiner Botschaft für den Welttag der sozialen Kommunikationsmittel 2013 formulierte: *Die digitale Welt ist keine Parallel- oder rein virtuelle Welt, sondern Teil des täglichen Lebens vieler Menschen, insbesondere junger Menschen.* Für sie stellen digitale Geräte nicht primär Instrumente dar, die manchmal benutzt werden, sondern sie sind Teil ihres alltäglichen Lebens.

Die Verbundenheit, die diese Geräte ermöglichen, hat ihre existenzielle Umgebung verwandelt und ermöglicht ihnen ein Leben im Kontext von Netzwerken und mit Mustern für Freundschaften, Vereinigung und Gemeinschaft, die noch vor einem Jahrzehnt undenkbar erschienen wären. Darüber hinaus haben sich diese Netzwerke für sie zu grundlegenden Bezugspunkten bei der Beschaffung von Informationen und Nachrichten, für die

Wir sollten den Begriff „neue Medien“ vermeiden: Diese Technologien sind normaler Bestandteil der jüngeren Generationen in den Industriestaaten.

Selbstdarstellung, für das Formen der öffentlichen Meinung und für Dialog und Debatte entwickelt. Je mehr ich über diesen Gedanken nachdenke, desto stärker erkenne ich die prophetische Natur der Äußerung des seligen Papst Johannes Paul II., der bereits 1990 erklärte, eine „neue Kultur“ werde durch die moderne Kommunikation geschaffen: *Die ‚neue Kultur‘ entspringt nicht nur aus den jeweiligen Inhalten, die ausgedrückt werden, sondern aus der Tatsache, dass es neue Kommunikationswege mit neuen Sprachen, neuen Technologien und einer neuen Psychologie gibt* (Redemptoris Missio, 37).

In Anbetracht der Zentralität der sozialen Netzwerke und der heutigen miteinander verbundenen Medienlandschaft im Leben der Menschen ist es absolut unerlässlich, dass die Kirche sich um eine Präsenz in der „digitalen Welt“ bemüht. Wenn die Kirche nicht präsent ist und nicht die Frohe Botschaft von Gottes Liebe für alle Menschen in diesem Forum verbreitet, laufen wir Gefahr, im Leben vieler Menschen an den Rand gerückt zu werden und in unserer Mission zu scheitern, das Evangelium in alle Winkel der Erde zu tragen. In diesem Kontext würde ich gern kurz auf den „Twitter“-Account @pontifex eingehen, der vom emeritierten Papst Benedikt eingerichtet wurde und der gegenwärtig von Papst Franziskus genutzt wird. Der Wert dieses Accounts ist heute eindeutig zu erkennen und die Präsenz von Papst Franziskus in den sozialen Medien mit über 16 Millionen Followern ist unbestritten.

Abgesehen von dem wesentlichen Wert der Initiative ist es wichtig, auf den symbolischen Wert hinzuweisen, der die gesamte Kirche daran erinnert, dass wir uns auf allen Ebenen im digitalen Raum einbringen müssen. Die tatsächliche Herausforderung lautet, eine Präsenz zu schaffen, die die einzigartige Kultur dieses Mediums anerkennt und auf diese eingeht. Auch in früheren Zeiten mussten Missionare die Kultur, die Sprachen und Gebräuche der Kontinente verstehen, die sie zu missionieren trachteten; so ist es auch heute, wir müssen auf unsere Präsenz achten, die Sprache, die wir benutzen, unsere institutionellen Strategien und unsere persönliche Anpassung.

III. Präsenz

Wenn wir verstehen wollen, wie wir in der digitalen Welt präsent sein wollen, möchte ich die Kommunikationsfachleute der Kirche daran erinnern, dass die grundlegende Frage nicht lautet, wie wir die neuen Technologien einsetzen, sondern vielmehr, wie wir eine evangelisierende Präsenz in der „neuen Welt“ sein

können, die durch diese neuen Technologien geschaffen wurde. Sicherlich haben die Gläubigen das Recht und die Pflicht, vollumfänglich aktive Bürger der digitalen Welt zu sein, ihre Meinungen kundzutun und ihre tiefsten Überzeugungen mitzuteilen. Unsere Präsenz kann jedoch nur dann effektiv sein, wenn wir in authentischer Weise Zeugnis ablegen für unseren Glauben. Wir müssen unsere echte Sorge für jene manifestieren, denen wir begegnen, indem wir *ihnen zuhören, uns mit ihnen austauschen und sie ermutigen* (Papst Franziskus, Treffen mit dem Päpstlichen Rat für die sozialen Kommunikationsmittel am 21. September 2013).

Wir können die Menschen nicht einfach mit unseren „Antworten“ bombardieren, sondern wir müssen ihre Fragen ernst nehmen und ihnen ermöglichen, sich in Gänze auszudrücken. Dies ist insbesondere in einer Umgebung wichtig, in der jede Frage wahrscheinlich unmittelbar kommerzielle und ideologische Reaktionen und Angebote nach sich zieht. Wenn wir den Menschen gestatten, tiefer zu gehen und weiter zu forschen, tragen wird dazu bei, dem „Internet eine Seele zu geben“. Es ist wichtig, sich daran zu erinnern, dass wir nicht selbst die Seele der digitalen Arena sind, sondern unsere Bereitschaft zuzuhören und unsere Offenheit für die Fragen der Anderen werden ihnen ermöglichen, ihre tiefsten persönlichen und spirituellen Sehnsüchte auszudrücken.

Wir können die Menschen nicht einfach mit unseren „Antworten“ bombardieren, sondern wir müssen ihre Fragen ernst nehmen.

Auf diese Weise stellen wir sicher, dass die *digitale Welt eine Umgebung sein kann, die reich an Humanität ist; kein Netzwerk aus Leitungen, sondern aus Menschen* (Papst Franziskus, Botschaft zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel 2014). Wenn wir andere ernst nehmen, sie und ihre Ansichten achten und jede Form von Manipulation oder Ausbeutung vermeiden, dann legen wir zum einen ein einheitliches Zeugnis für unseren Glauben an Jesus ab und tragen zum anderen dazu bei, die sozialen Medien menschlicher zu machen. Dies ist insbesondere in einer Zeit erforderlich, in der sich viele Sorgen über eine immer schrillere und gewalttätigere Natur einiger Kommentare machen, die in den sozialen Netzwerken zu finden sind. Wir müssen mit unserem Handeln zum Bemühen anderer Menschen guten Willens beitragen, um sicherzustellen, dass die erweiterten Möglichkeiten der Menschheit für Ausdruck und Kommunikation ihre enormen Potenziale umsetzen können, um die Einheit der Menschenfamilie zu stärken, um eine *authentische Kultur der Begegnung zu schaffen, anstatt Zwist und Verbitterung*.

IV. Sprache

Im Bereich Sprache möchte ich drei Themen erörtern. Zum einen müssen wir unseren Kommunikationsstil anpassen. Ich zitiere Papst Franziskus: *Gott ist überall: Wir müssen wissen, wie wir ihn finden, damit wir ihn in der Sprache jeder Kultur verkünden können, denn jede Realität, jede Sprache hat ihren eigenen Rhythmus* (Ansprache bei der Lateinamerikanischen Bischofskonferenz CELAM am 28. Juli 2013). In der Vergangenheit tendierten die Technologien zu einer eingleisigen Kommunikation: Eine Person oder Institution verbreitete eine Botschaft und die Zuhörer oder die Öffentlichkeit hat diese passiv konsumiert. Heute erfordert die digitale Kommunikation einen stärker interaktiv ausgerichteten Stil: Wenn unsere Botschaften die Menschen nicht ansprechen, die Interesse zeigen, sie kommentieren und uns dazu befragen, werden sie kein Publikum finden und wir laufen Gefahr, mit uns selbst zu reden. Wenn wir die anderen nicht ernst nehmen und in einen

Unsere Kommunikation wird effektiver sein, wenn wir uns auch über Bilder, Videos, Musik und Gesten ausdrücken.

Dialog mit ihnen treten, können wir nicht erwarten, dass sie uns groß beachten werden oder unsere Ansichten und Gedanken zu „Reibungen“ führen.

Zweitens müssen wir erkennen, dass unsere traditionelle Ausdrucksweise sehr textorientiert war, während die digitale Kultur dazu tendiert, Multimedia-Beiträge einzusetzen. Worte und Texte sind nach wie vor wichtig, aber unsere Kommunikation wird effektiver sein, wenn wir uns auch über Bilder, Videos, Musik und Gesten ausdrücken. Im Päpstlichen Rat für die sozialen Kommunikationsmittel erleben wir dies sehr eindeutig im Hinblick auf unsere Nutzung von „Facebook“ und auch mit der „PopeApp“. Während sich sowohl unser „Facebook“-Profil als auch unsere App auf die Nachrichten und informativen Inhalte beziehen, die auf unserer Webseite www.news.va zusammengetragen werden, stellen wir fest, dass es visuelle Materialien (Fotos und Videos) sind, die die meiste Aufmerksamkeit erzielen und das größte Interesse an den sozialen Plattformen schaffen. Schließlich sollten wir in Bezug auf Sprache erkennen, dass ein Großteil der Kirchensprache, besonders unsere theologischen und liturgischen Begriffe, problematisch und für Zeitgenossen verwirrend sein kann. Wir sind aufgefordert, einfachere Worte zu finden und leichter zugängliche Metaphern zu verwenden, wenn wir die Aufmerksamkeit der breiten Allgemeinheit erzielen möchten. Auch dies hat Papst Franziskus sehr deutlich formuliert: *Manchmal verlieren wir Menschen, weil sie nicht verstehen,*

was wir sagen, weil wir die Sprache der Einfachheit verlernt haben und uns eines Intellektualismus bedienen, der unseren Mitmenschen fremd ist. Ohne eine Grammatik der Einfachheit verliert die Kirche die Voraussetzungen, die ermöglichen, in den tiefen Gewässern seines Mysteriums nach Gott „zu fischen“ (Treffen mit den Bischöfen Brasiliens am 28. Juli 2013). Der Heilige Vater hat dies jedoch noch stärker mit seinen eigenen Predigten und seiner außergewöhnlichen Fähigkeit unter Beweis gestellt, mit Menschen in scheinbar einfachen Worten, erinnerungswürdigen Bildern und Gleichnissen und seiner direkten und positiven Körpersprache in Verbindung zu treten.

V. Strategie

Im Hinblick auf die Erarbeitung einer geeigneten institutionellen Strategie für unser Engagement in den sozialen Medien sehen wir uns in der glücklichen Lage, dass wir in der Kirche über einen großen Reichtum an Menschen mit großer Erfahrung verfügen, die für Zeitungen, Radio, Fernsehen und Webseiten der Kirche tätig sind, sowie Menschen, die den Weg in die sozialen Medien geebnet haben. Ich kann die Vorbehalte einiger verstehen, die in eher traditionellen Medien involviert sind, aber eine gute Kommunikation wird immer die Kompetenzen professioneller Autoren, Redakteure und audiovisueller Produzenten erfordern. Die Entwicklung einer geeigneten Strategie für die digitale Welt verlangt jedoch, dass diese Fachleute ihre Arbeitsweise überdenken. Es reicht nicht, einfach Inhalte, die in den traditionellen Medien erstellt wurden, zu nehmen und diese online zu stellen. Es ist eine interdisziplinäre Zusammenarbeit erforderlich, um Material zu schaffen, das tatsächlich multimediatauglich ist, und um die Ressourcen so zu verteilen, dass eine echte Auseinandersetzung mit jenen ermöglicht wird, die ihr Verständnis dieser Materialien diskutieren, hinterfragen und vertiefen möchten. Annäherung muss unser Ziel sein: *Die apostolische Kommunikation wird durch das Schaffen von Verbindungen, durch Zusammenführen einer Serie von Themen in einem gemeinsamen Projekt und durch Aufrufe zu „einer einheitlichen Planung und Tätigkeit“ ermöglicht [...] Wir wissen, dass dies nicht leicht ist, aber wenn ihr euch gegenseitig helft, als Team zusammenzuarbeiten, wird alles leichter werden und vor allem wird euer Stil der Zusammenarbeit selbst ein Bekenntnis zur Gemeinschaft sein* (Papst Franziskus, Treffen mit dem Vatikanischen Fernsehzentrum CTV am 28. Oktober 2013).

Wir sollten uns für die Bemühungen der breiten Gemeinschaft katholischer Institutionen und Einzelpersonen auf der

Welt bedanken, die dazu beitragen, die Präsenz der Kirche in der digitalen Welt zu etablieren. Ihre Bereitschaft, über ihre Arbeit zu sprechen, in ehrlicher Weise ihre Initiativen zu beurteilen und ihre Lernerfolge und Erfahrungen mitzuteilen, liefert uns Einblicke und Indikatoren für die beste Praxis, die wir wiederum mit anderen austauschen können. Im Vatikan haben unsere Erfahrungen bei der Entwicklung der Plattform www.news.va gezeigt, wie viel leistungsstärker unsere Kommunikation ist, wenn wir in einem Multimedia-Format mit vollständiger Integration der sozialen Medien die Materialien und Inhalte vereinen können, die zuvor nur separat zu beziehen waren. Die vielfältigen Inhalte von Radio Vatikan, von Osservatore Romana und CTV werden leichter zugänglich und attraktiver, wenn sie vereint und auf eine Weise zusammengestellt werden, die sich für die digitale Welt eignet.

Eine weitere institutionelle Herausforderung ist, dass wir lernen müssen, in einer Umgebung zu kommunizieren, in der traditionelle „Autoritäten“ nicht den gleichen Einfluss besitzen, den sie zuvor hatten. Die Menschen werden keine Aufmerksamkeit zollen, wenn sie dies je getan haben, nur weil ein Kirchenführer spricht. Wir müssen lernen, durch die Qualität unserer Beiträge die Aufmerksamkeit zu erringen, durch unser Eingehen auf andere und durch unsere Fähigkeit, uns in bedeutsamer Weise mit den Fragen und Debatten auseinanderzusetzen, die bereits im öffentlichen Interesse stehen. Ein Teil der Herausforderung für die Kirche im Bereich digitaler Medien ist, eine Netzwerk- oder kapillare Präsenz zu etablieren, die sich wirksam in die Debatten, Diskussionen und Dialoge einbringt, die durch die sozialen Medien herbeigeführt werden, und die unmittelbare, persönliche und zeitnahe Antworten fordern, die von zentralisierten Institutionen kaum zu bewältigen sind. Darüber hinaus spiegelt eine solche Netzwerk- oder kapillare Struktur die Wahrheit der Kirche als einer Gemeinschaft von Gemeinschaften wider, die sowohl universal als auch lokal lebendig ist. In Bezug auf @pontifex verweisen wir erfreut auf die hohe Antwortrate auf die Tweets des Papstes, ein Beleg dafür, dass seine Worte ein noch größeres und vielfältigeres Publikum erreichen.

VI. Anpassung

Ich möchte nun, indem ich die Aufmerksamkeit auf die Notwendigkeit der persönlichen Anpassung lenke, auf eine grundlegende Tatsache der Kommunikation zurückkommen. Wer wir sind und wie wir uns verhalten wird immer lauter sprechen als unse-

re Worte. Unsere Worte, unser Glaubensbekenntnis und unser Ausdruck des Wunsches, diesen Glauben mit anderen zu teilen, werden andere nur ansprechen, wenn sie von Herzen kommen. Damit wir unseren Glauben und unsere Hoffnungen wirksam teilen können, müssen wir unseren eigenen Glauben an und unsere Beziehung zu Jesus pflegen und zulassen, dass seine Gnade uns ändert. Anpassung ist im tiefsten Sinne ein Wandel des Herzens, eine *metanoia*. Dies wird für uns klären, ob wir einfach nur Mitglieder einer Sekte oder wahrhaftige Zeugen von Jesus sind. Wenn unser Glaube in unseren Herzen lebendig und ein wahrer Grund für Hoffnung in unserer alltäglichen Existenz ist, dann wird es uns selbstverständlich sein, diesen mit anderen zu teilen. *Seid Diener der Gemeinschaft und der Kultur der Begegnung! Ich möchte, dass ihr nahezu besessen davon seid. Seid so, ohne anmaßend zu sein oder anderen „unsere Wahrheiten“ aufzudrängen, sondern lasst euch vielmehr von der demütigen, aber frohen Sicherheit jener leiten, die von der Wahrhaftigkeit Christi, die für immer zu verkünden ist, gefunden, berührt und verwandelt wurden* (Papst Franziskus, Treffen mit den Bischöfen Brasiliens am 28. Juli 2013).

Wir müssen lernen, in einer Umgebung zu kommunizieren, in der traditionelle „Autoritäten“ nicht den gleichen Einfluss besitzen, den sie zuvor hatten.

Hier erinnern wir daran, dass eine gute Kommunikation mit dem Zuhören beginnt: Wir müssen das Wort Gottes lieben und darüber nachdenken, damit es uns neu formt, sodass unsere Worte aus unserer Begegnung mit dem Wort Gottes geboren werden. Indem wir die Intensität unserer Gemeinschaft mit Jesus im Gebet, mit den Sakramenten und dem Dienst an den Armen lebendig halten, werden wir zu glaubwürdigen Zeugen für die Macht von Gottes Gnade und helfen anderen, ihren Weg zu Gott zu finden. *Dies ist die Herausforderung: Den Menschen zu Christus zu bringen. Dies muss jedoch in vollkommenem Bewusstsein geschehen, dass wir selbst Medien der Kommunikation sind und dass das wahre Problem nicht den Erwerb der neusten Technologien betrifft, selbst wenn diese eine Präsenz ermöglichen. Es muss absolut klar sein, dass der Gott, an den wir glauben, der alle Männer und Frauen intensiv liebt, sich durch die uns zur Verfügung stehenden Mittel zu erkennen geben will, wie rudimentär diese auch sein mögen, weil er es ist, der tätig ist, er, der uns verwandelt und rettet* (Papst Franziskus, Treffen mit dem Päpstlichen Rat für die sozialen Kommunikationsmittel am 21. September 2013).

Eine Anpassung ist besonders von jenen Gläubigen gefordert, die ihren Glauben in die sozialen Medien einbringen möchten. Sie werden häufig Opfer unfairer Kritik und von Hassrede

und starker Ablehnung. Es ist wichtig, dass sie der Versuchung widerstehen, auf gleiche Weise zu antworten. Die Anordnung Jesu, dass wir „die andere Wange hinhalten“ sollen, hat im Hinblick auf die sozialen Medien vielleicht eine neue Bedeutung gewonnen und ist sicherlich radikaler und gegenkultureller als jemals zuvor. Sie sollten niemals Angst haben, sich einer Unwahrheit entgegenzustellen, Missverständnisse zu klären und unseren Glauben und die Kirche in einem positiven Licht zu präsentieren, aber sie sollten sich bemühen, dies mit Toleranz und Geduld zu tun.

Sie werden wirksamere Zeugen unseres Glaubens und unserer Hoffnung sein, wenn sie „die Wahrheit in Liebe“ aussprechen.

VII. Empfänglichkeit

Ich bin überzeugt, dass die Bemühungen der Kirche in diesem Bereich Früchte tragen werden. Selbst die oberflächlichste Vertrautheit mit den digitalen Medien reicht aus, um zu zeigen, dass die wichtigsten Triebfedern der sozialen Medien Tätigkeiten sind, die sich auf das menschliche Bedürfnis nach Verbundenheit und Freundschaft, der Suche nach Wissen und Informationen, den Wunsch nach Eigendarstellung und Mitteilung und die Hoffnung auf Führung und Richtungsweisung im „Folgen“ anderer beziehen. All dies bildet das Herzstück menschlichen Handelns, was meiner Meinung nach auf die beständige Offenheit von Menschen für eine Begegnung mit Jesus hinweist. Er allein kann die menschliche Sehnsucht nach Freundschaft und Liebe erfüllen; er ist die Wahrheit, die uns von Sünde und Schwäche befreit; er ruft uns auf, uns vollständig in der Liebe zu geben, und er führt seine Anhänger zur Fülle des Lebens in Einheit und Gemeinschaft.

Wir sollten niemals anzweifeln, was der emeritierte Papst Benedikt die eigene Macht des Wort Gottes nennt, *unsere Herzen zu berühren, bevor unsere eigenen Bemühungen dies erreichen* (Botschaft zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel 2013). *Denn wie der Regen fällt und vom Himmel der Schnee und nicht dahin zurückkehrt, sondern die Erde tränkt, sie befruchtet und sie sprießen lässt, dass sie dem Sämann Samen gibt und Brot dem Essenden, so wird mein Wort sein, das aus meinem Mund hervorgeht. Es wird nicht leer zu mir zurückkehren, sondern es wird bewirken, was mir gefällt, und ausführen, wozu ich es gesandt habe* (Jesaja 55, 10-11).

*Die Triebfedern sozialer Medien:
Bedürfnis nach Verbundenheit, Suche
nach Wissen, Wunsch nach Mitteilung
und Hoffnung auf Richtungsweisung.*