Wissenschaftliche Arbeit zur ersten Staatsexamensprüfung für das Lehramt an Realschulen

Erstellt vom 28.02.2002 bis 22.07.2002.2002

Prüfer: Herr Prof. Dr. Karl-Heinz Ohlig

Vorgelegt an der Universität des Saarlandes, Saarbrücken

Kirche in der Informationsgesellschaft

Netzgemeinde und Gemeinde

Frank Puhl

Am Kieselhumes 40

66123 Saarbrücken

Inhaltsangabe

1 Einleitung 4

2 Kurze Geschichte des Internets....9

2.1 Zugang zum Internet....11

2.2 Einzelne Bereiche....12

2.2.1 WWW....12

2.2.2 FTP....13

2.2.3 eMail....13

2.2.4 News....13

2.2.5 Chat....13

2.3 Nutzung des Internets....14

3 Einzelne Bereiche anhand von Beispielen kurz vorgestellt....15

3.1 Foren....15

3.1.1 www.churchmail.de....15

3.1.2 Clickfish - Religion/Christentum....16

3.2 Mailinglisten....17

3.2.1 Chr-webinfo....18

3.3 Newsgroups....19

3.4 Webseiten....19

4 Offizielle Stellungnahmen der Amtskirche....20

4.1 Your Family and Cyberspace: A Statement of the U.S. Catholic Bishops (16. Juni 2000).....20

4.2 Botschaft von Papst Johannes Paul II. zum 36. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel am 12. Mai 2002. Thema: "Internet: Ein neues Forum zur Verkündigung des Evangeliums"....23

4.2.1 Bewertung....28

4.3 Päpstlicher Rat für die sozialen Kommunikationsmittel....29

4.3.1 Kirche und Internet....29

4.4 Ethik im Internet....32

5 Nachteile des Internets....35

5.1 Zugang zum Medium....35

5.2 Textwahrnehmung....40

5.3 Störfaktoren 42
5.4 Relevanz der Inhalte und Bedeutung der Angebote 44
5.5 Flüchtigkeit und Aktualität von Angeboten 48
5.5.1 Flüchtigkeit 48
5.5.2 Aktualität 50
5.6 Netzgemeinde - Virtuelle Gemeinde? 51
5.6.1 Gibt es Cyberchurches? 53
5.6.2 Gibt es virtuelle Gemeinden? 54
5.6.3 Fazit 59
6 Vorteile des Internets 61
6.1 Ortsungebundenheit 61
6.2 Neugier als Einstieg 62
6.3 Informationen und deren Verfügbarkeit 64
6.4 Vergleiche 66
6.5 Cyberspace - ein unhierarchischer Ort 66
7 Würdigung einzelner Angebote 69
7.1 katholische-kirche.de 70
7.1.1 Technischer Aufbau, Administration und Oberfläche 70
7.1.2 Inhalte 73
7.1.3 Wertung 74
7.2 imprimatur-vatikan.de 75
7.2.1 Technischer Aufbau, Administration und Oberfläche 75
7.2.2 Inhalte 78
7.2.3 Wertung 79
7.3 marienerscheinung.de 80
7.3.1 Technischer Aufbau, Administration und Oberfläche 80
7.3.2 Inhalte 83
7.3.3 Wertung 84
8 Fazit 85
9 Literatur 88

1 Einleitung

In der vorliegenden theologischen Arbeit soll ein sehr altes Thema, Religion, mit einem sehr neuem Thema, Technik, verknüpft werden, um um zu untersuchen, in wie weit sich beide beeinflussen können, in wie weit es möglich ist, im Internet von einer Gemeinde (oder vielen Gemeinden) zu sprechen, und welche oder ob überhaupt Möglichkeiten bestehen, theologische Inhalte per Internet zu vermitteln.

Da das Thema ein sehr junges ist, ist die Literaturlage entsprechend: es gibt einige Aufsätze und Werke, die sich mit dem Thema im weiteren Sinne beschäftigen, jedoch ist die primäre Datenlage im Verhältnis zu der Sekundärliteratur ungewöhnlich groß. Es gibt zur Zeit alleine in Deutschland 5 Millionen sogenannte .de-Domains, weltweit sind mehrere hundert Millionen Webangebote von unterschiedlichster Qualität und Umfang vorhanden. Natürlich beschäftigen sich nicht alle mit Religion im weitesten Sinne. Eine nicht abschließende Auswahl von Homepages und Communities zum Thema finden sich in den Kapitel 3 sowie 7.

Weiterhin unzählig sind die Chaträume, Newsgroups, Gästebücher oder Instant Messages zwischen einzelnen Nutzern, die nirgends oder nur selten dokumentiert sind. Diese interaktiven Möglichkeiten werden in der vorliegenden Arbeit angesprochen, allerdings nicht näher einzeln untersucht. Ein kurzer Abriß findet sich im Abschnitt 3.

Der Autor wird sich also nicht nur auf die Auswertung von Sekundärliteratur beschränken, sondern zudem in einzelne Webangebote einsteigen, sie darstellen, beschreiben und werten, Meinungen einholen und einige harte Fakten wie Nutzungszahlen aufzeigen.

Hierbei hat sich der Autor bewusst und auch notwendigerweise weitgehend auf deutschsprachige Angebote mit dem Schwerpunkt römisch-katholischer Ausrichtung beschränkt.
Besonders interessant ist, wie sich das Medium, die Technik, auf das Verhalten der einzelnen Internetnutzer auswirkt, wie sie zueinander stehen, welche Interaktionsmöglichkeiten existieren und genutzt werden. In diesem Zusammenhang ist vielleicht schon erwähnenswert, dass sich im Internet eigene Kommunikationsstrukturen herausgebildet haben: so bedeuten bestimmte Zeichenfolgen vollständige Sätze, man kann mit drei Satzzeichen einen Gefühlsausdruck wiedergeben. Dies geschieht mit Hilfe der sogenannten Smileys, Akronyme oder Abkürzungen, die in gewissen Kreisen klar definiert sind, bei einem unwissenden Außenstehenden jedoch auf völliges Unverständnis stoßen oder nicht erkannt werden.

Vorab sei bemerkt, dass der Autor, auch aufgrund jahrelanger persönlicher Erfahrung im Bereich der Webseitenerstellung und Nutzerbetreuung, dem Thema "Netzgemeinde oder Religion im Internet" kritisch gegenübersteht.
Auf die Gründe wird im Verlauf der Arbeit näher eingegangen.

Auch wird man beim Lesen dieser Arbeit und allgemeiner Literatur zum Thema feststellen, dass viele Autoren diesem Thema sehr offen, manchmal geradezu euphorisch gegenüber stehen. Analog zum Hype der "New Economy" der letzten Jahre scheinen viele Veröffentlichungen zu suggerieren, das Internet sei das einzig erstrebenswerte Ziel, geradezu ein Muss für alle Menschen.
Der Einbruch des sogenannten neuen Marktes, der Konkurs vieler Firmen, die Internetanwendungen oder Produkte produziert und vermarktet haben, hat allgemein zu einer „Katerstimmung“ hinsichtlich der neuen Medien geführt. Auch der Bereich Religion ist hiervon nicht ausgespart. Diese Tendenz lässt sich an den Veröffentlichungen, deren Inhalt sowie der abnehmenden Aktualisierungsfrequenz und -häufigkeit belegen.

Ausgeklammert werden sollen rein technische Aspekte, denn für den Betrachter ist es nicht direkt wichtig, wie eine Homepage entsteht oder wie ein Chatraum funktioniert, sondern das Ergebnis, das erscheint. Ein genaues Eingehen auf die Besonderheiten der Technik (PHP-Chat versus Javachat, Vor- und Nachteile von Javascript-Navigationsmenues u.ä.) würden nicht nur den Rahmen dieser Arbeit komplett sprengen, es würde auch den Schwerpunkt des theologischen Aspektes ungebührlich in Richtung der Technik verlagern.
An einigen Stellen wird der Autor durch das Thema bedingt verschiedene technische Aspekte kurz umreißen, um dann weiterführende Literatur anzugeben.

Eine technische Schwierigkeit verlangt an dieser Stelle nach einer Vorbemerkung: da es in dieser Arbeit sehr viel um Internet-Inhalte wie Chat, Webseiten und Ähnliches geht, ist der Autor verpflichtet, geradezu gezwungen, seine Quellen wie dies wissenschaftlich üblich ist, nicht nur offen zu legen, sondern auch für die Dokumentation und Fixierung zu sorgen. Daher werden im Text einige sogenannte Screenshots von Homepages zu finden sein, die grafisch erläutern sollen, auf was sich der Autor jeweils bezieht[1]. Dies ist auch nicht anders möglich, da sich eine Homepage täglich ändern kann. Ein Webangebot, dass heute einen bestimmten Inhalt darbietet, kann schon morgen einen komplett anderen, ja konträren Beitrag enthalten, etwa durch eine Meinungsänderung des Webmasters oder den Verkauf der kompletten Domain. Der vorhergehende Beitrag kann dadurch vollständig verloren gehen.
Die Grafik (der Screenshot) verdeutlicht zudem den Inhalt des Geschriebenen, dies ist einer der Vorteile der elektronischen Datenverarbeitung.
Chatlogs sind noch viel flüchtiger. Ein Chat, also eine textuelle Unterhaltung zweier oder mehrerer Nutzer im Internet, ist normalerweise nirgends dokumentiert und auch nur genau während des Zeitraums der Unterhaltung von den Teilnehmern des Chats einsehbar. Ein Serverbetreiber kann ein sog. Logfile, dass heißt eine Dokumentation des Geschriebenen, anlegen, für einen

[1] Ein Screenshot ist ein Bild, auf dem der ganze Bildschirm oder ein Teil davon zu sehen ist.

normalen Nutzer ist jedoch die Unterhaltung vorbei, wenn die Textzeile aus dem Bildschirm verschwunden ist. Aus diesen Gründen ist der Bereich „Chat“ in dieser Arbeit weitestgehend ausgeklammert, auch wenn er durch seine Interaktivität und den Austausch vieler Nutzer sehr interessant ist, auch bezüglich des Themas Religion.

Viele Veröffentlichungen im Bereich "Religion und Internet" beinhalten nicht nur eben genau dieses Thema, sie geben kurze Einleitungen in den Bereich Internet, sei es zur Geschichte oder zu technischen Grundlagen. Auf letzteres muss der Autor wie erwähnt verzichten.
Allerdings soll aber auch in dieser Arbeit ein kurzer Einstieg in das Thema „Internet“ geboten werden. Vor allem das Thema „Kommunikation“ darf hier nicht zu kurz kommen, denn das Internet ist eigentlich nichts anderes als eine riesige Informations- und Kommunikationsdatenbank. In diesem Zusammenhang bildet das Internet also die Grundlage für das Verhältnis zwischen Information/Kommunikation und Mensch.

Verschiedene Hypothesen und Ideen sollen im Laufe der Arbeit direkt oder indirekt überprüft werden.
1. Die Kommerzialisierung im Internet hat in den letzten Jahren auch im Bereich Religion sehr viele Angebote mit unterstützt. Auch durch die Ernüchterung beim Einbruch des Neuen Marktes und der Unternehmen, die in diesem Bereich tätig waren, wurden sehr viele Angebote wieder eingestellt. Hier haben natürlich Organisationen wie die katholische Kirche, die evangelischen Kirchen oder verschiedene Sekten sehr große Vorteile, da sie genügend personelles und finanzielles Potential haben, um eine „Durststrecke“ zu überstehen.
2. Andererseits ist es durch ein hohes Engagement eines Einzelnen oder eines kleinen Personenkreises möglich, ein sehr gutes Angebot im Internet bei sehr geringen Kosten aufzubauen. Der in kommerziellen Unternehmen große Anteil der Personalkosten wird hier durch ehrenamtliche Tätigkeit aufgewogen. Durch den hohen Zeitaufwand ist es sehr wahrscheinlich, dass kommerzielle Angebote nicht über einen längeren Zeitraum bestehen oder andererseits ein sehr

geringer Aufwand dauerhaft betrieben wird. Aber auch bei nicht-kommerziellen oder durch Werbung marginal unterstützten Webangeboten besteht die große Gefahr, dass aus verschiedenen Gründen das Angebot schnell wieder eingestellt wird.

3. Fluktuation und Beweglichkeit der Nutzer: ein Nutzer ist im Internet innerhalb weniger Sekunden virtuell um die Welt gewandert. Das heißt, dass er nicht an einen Ort fest gebunden ist oder Mühe hat, eine Homepage oder einen Chatraum zu verlassen. Er kann dies sehr problem- und mühelos tun und muss keinerlei Nachteile befürchten.

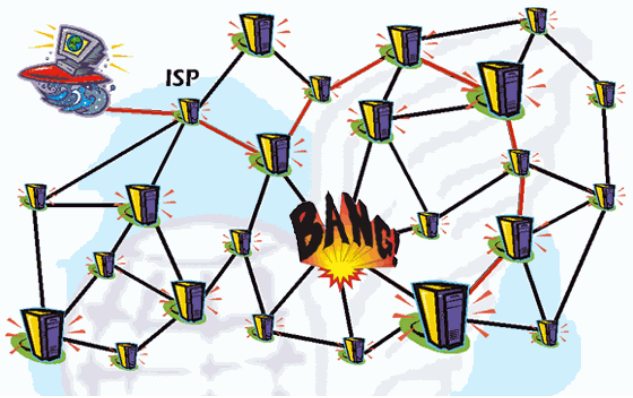
4. Der Nutzer ist im Internet häufig leicht abgelenkt oder abzulenken, z. B. durch Werbung, durch externe Störungen im Hintergrund (Radio, Fernsehen oder Mitbewohner) oder durch technische Probleme wie einen Browser- oder gar PC-Absturz. Auch hier ist ein Versenken in einen langen Text oder die konzentrierte Teilnahme an einer Unterhaltung, wie es bei theologischen Beiträgen meist notwendig ist, möglich, aber durch verschiedene, nicht immer optimale Einflüssen leicht zu stören oder zu unterbrechen. Der Nutzer muss die Selbstdisziplin besitzen, äußere Störfaktoren ignorieren zu können oder mindestens zu minimieren.

5. Das Lesen am Bildschirm ist längst nicht so erfolgreich wie das Lesen eines gedruckten Textes. Dies führt dazu, dass längere oder kompliziertere Texte nicht richtig memoriert und verstanden werden. Daher ist das Internet nicht unbedingt das optimale Medium für inhaltsschwere und lange Texte.

2 Kurze Geschichte des Internets

Eine ausführliche Würdigung der Geschichte des Internets würde den Rahmen dieser Arbeit vollständig sprengen. Doch die Geschichte des Internets hat großen Einfluss auf die gegenwärtige Nutzung sowie die einzelnen Bereiche. Um hier einen gemeinsamen Ausgangspunkt zu legen, wird im folgenden die Geschichte des Internets kurz skizziert.

Das Internet ist ein Netzwerk aus derzeit über 56 Millionen Computern, das es erlaubt, die Informationen, die auf diesen Rechnern gespeichert sind, jedem zugänglich zu machen, der Zugang zu diesem Netzwerk hat[2]. Schon kurz nach dem zweiten Weltkrieg gab es erste Pläne zur Entwicklung einer Kommunikationsstruktur, die auch im Falle von Atombombenschlägen militärischen Informationsaustausch möglich mache. Bis dahin bestand die Informationsstruktur aus zentralen Rechensystemen, auf denen Informationen gespeichert wurden, die an die einzelnen Nutzer verschickt wurden. Fiel die Leitung, die hierfür notwendig war aus, war der Nutzer oder Befehlsempfänger von Informationen abgeschnitten. Der Grundgedanke war also, dass mehrere untereinander verbundene Computer untereinander so zu vernetzen seien, dass die Datenübertragung bei einem Leitungsausfall zwischen zwei einzelnen Rechnern über Umwege trotzdem vonstatten gehen konnte. Die Informationen wurden also nicht von a



Grafik zu finden unter:
http://www.glossar.de/glossar/1frame.htm?
http%3A//www.glossar.de/glossar/z_ip.htm

[2] Vgl. Nethöfel, Internet für Theologen, Darmstadt 1998, S. 3.

nach b verschickt, sie konnten auch von a über c und d nach b gesandt werden. 1969 nahm das neu entwickelte ARPANET seinen Betrieb auf. Schon im Dezember 1969 bestand das ARPANET aus vier vernetzten Computern, innerhalb weniger Jahre folgten viele weitere wissenschaftliche Einrichtungen, die sich dem Netz anschlossen.

Ein weiterer Meilenstein des uns heute bekannten Internets war das Übertragungsprotokoll TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), das 1983 eingeführt wurde. Es ermöglicht, dass Computer, die sich bis dato nicht miteinander verständigen konnten, da sie mit verschiedenen Betriebssystemen arbeiten, miteinander verbunden werden können.

Im gleichen Jahr wurde das ARPANET in das wissenschaftlich genutzte ARPANET und das militärische MILNET gesplittet.

1984 wurde der erste deutsche Computer, ein Großrechner der Universität Dortmund, in das Internet integriert.

Den letzten Schub zum Internet, wie wir es heute kennen, gab die Entwicklung des World Wide Web (WWW) im März 1991. Das WWW ermöglichte es dem Nutzer, ohne Kenntnis von Computersprachen Texte und Bilder auf den heimischen PC zu holen. Über das WWW lassen sich Texte, Bilder, Musik und interaktive Elemente darstellen. Das Internet wurde also nicht nur multimediafähig, sondern auch bedienerfreundlich.

Schon zu Beginn der 90er Jahre fanden erste religiöse Themen ihren Weg ins Internet: bereits am 2. Mai 1991 wurde die unkommentierte Ausgabe eines Textes von Aleister Crowley ins Netz gestellt[3].

Im März 1994 stellte die Würzburger Fakultät als erste katholisch-theologische Fakultät in Europa ein weitverzweigtes Informationssystem im World Wide Web zum Abruf bereit.[4]

---

[3] Vgl. dazu Religionen im Internet, In: Forschungsmagazin „Ruperto Carola“ 2/2001, Online unter http://www.uni-heidelberg.de/presse/ruca/ruca2_2001/ahn.html, zuletzt besucht am 13.5.2002.

[4] Vgl. Andreas Schwenzer: Zwei Welten? Die Kirche und das Internet, Erschienen in: Herder-Korrespondenz: Monatshefte für Gesellschaft und Religion 50(1996), 637-641. Online unter http://katholische-kirche.de/Service/Publikationen/as-hk-02.htm, zuletzt besucht am 13.5.2002.

Einer der ersten Beiträge an der Universität des Saarlandes war das sogenannte "Philipper-Web" von Patolla, Beate aus dem Jahre 1994: „Hypertext im Internet: Aufbau einer Hypertextapplikation für das exegetische Arbeiten in der Theologie am Beispiel von Philipper 4 mit dem System World-Wide-Web.“[5] Eine umfassende Darstellung der Geschichte des Internets findet sich unter http://www.zakon.org/robert/internet/timeline/ oder auf deutsch: http://www.michaelkaul.de/Geschichte/zakon/zakon.html

2.1 Zugang zum Internet

Bis zu Beginn der neunziger Jahre waren das Internet und seine Vorgänger also entweder militärisch oder wissenschaftlich genutzt. Erst mit dem Durchbruch des World Wide Web stieg auch der Anreiz für Privatnutzer, sich mit dem Internet zu vernetzen.
Mitarbeiter und Studierende von Universitäten und Fachhochschulen hatten hier schon früh einen immensen Vorsprung: in den wissenschaftlichen Einrichtungen selbst wurden technische und organisatorische Möglichkeiten geschaffen, um kostenlos die verschiedenen Bereiche des Internets zu nutzen. Auch für den heimischen Rechner wurden Möglichkeiten geschaffen: so stellt beispielsweise das Rechenzentrum der Universität des Saarlandes allen Mitarbeitern und Studierenden der Universität des Saarlandes externe Zugänge (Modem/ISDN) zum Einwählen in das Universitätsnetz HORUS [**HO**chgeschwindigkeits **R**echnernetz der **U**niversität des **S**aarlandes] bzw. ins Internet kostenlos zur Verfügung. Lediglich die Telefonkosten vom heimischen PC bis zum Einwahlpunkt müssen die Anwender tragen.[6]

Für Bürger, die keinen kostenlosen Anschluss an das Internet durch Universitäten erhielten, boten früh verschiedene Internet-Anbieter, sogenannte Provider, ihre Dienste an. Einer der bekanntesten ist AOL. 1985 gründete Steve

[5] Noch im Web-Archiv zu finden unter http://web.archive.org/web/20000708225509/http://www.phil.uni-sb.de/fr/kath_theologie/begr.html, zuletzt besucht am 13.5.2002.
[6] http://www.rz.uni-saarland.de/, zuletzt besucht am 15.5.2002.

Case einen Online-Dienst für Commodore-Computer namens Quantum Computer Services. 1991 erweiterte er den Dienst für andere Plattformen und benannte ihn in America Online - AOL um, seither hat AOL über 33 Millionen Kunden weltweit gewonnen.[7] T-Online, der deutsche Marktführer, hat sogar 10 Millionen Kunden alleine in Deutschland.[8]
Auch über diese kommerziellen Dienste hat der Nutzer mittlerweile Zugriff auf fast alle Ressourcen und Möglichkeiten, die das Internet bietet.

Im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit werden einige Begriffe genutzt, die an dieser Stelle kurz erläutert werden sollen. Ausführlichere Beschreibungen, die den Rahmen dieser Arbeit sprengen würden, sind leider nicht möglich, sie sind jedoch in vielen Werken zu finden.[9]

2.2 Einzelne Bereiche

2.2.1 WWW

Das WWW ist die wohl bekannteste Erscheinungsform des Internets. Hier können Homepage-Betreiber Inhalte wie Texte, Bilder und interaktive Elemente allen Nutzern zur Verfügung stellen. Die Seiten des WWW sind in einer bestimmten Programmiersprache geschrieben. Diese Sprache heißt HTML ("Hyper-Text Markup Language", was übersetzt etwa "Markierungssprache für Hypertexte" heißt). Um sogenannte Homepages, eben die Seiten, zu sehen, benötigt der Nutzer einen sogenannten Browser (von engl.: to browse - blättern, schmökern.)
Das „WWW“ oder „World Wide Web“ wird häufig fälschlicherweise mit dem Internet gleich gesetzt. Da sich diese unklare Sprachregelung als Synonym

---

[7] Heise News Meldung 29.12.2001, Online unter: http://www.heise.de/newsticker/result.xhtml?url=/newsticker/data/mw-29.12.01-003/default.shtml&words=AOL, zuletzt besucht am 13.5.2002.
[8] Heise News Meldung 26.11.2001, Online unter: http://www.heise.de/newsticker/result.xhtml?url=/newsticker/data/hod-26.11.01-000/default.shtml&words=T%20Online, zuletzt besucht am 13.5.2002.
[9] Eine für Anfänger sinnvolle Beschreibung findet sich beispielsweise in Kirche Online, Gemeinde im Internet, Themenhefte Gemeindearbeit 38, 2. Quartal 1999.

jedoch durchgesetzt hat, wird auch in der vorliegenden Arbeit nicht nur in einigen Zitaten der Begriff „Web“ oder „World Wide Web“ anstelle des Begriffs „Internet“ verwendet.

2.2.2 FTP

Über das „File Transfer Protocol“ können vollständige Programme, Bilder, Texte, also alle Arten von Dateien, auf den eigenen Rechner geladen werden ("download") oder auf einen fremden Rechner geschickt werden ("upload").

2.2.3 eMail

eMails stellen den Briefverkehr im Internet dar. Hier können Textnachrichten mit oder ohne Dateianhang an einen einzelnen Empfänger oder aber eine ganze Liste von Empfängern verschickt werden.

2.2.4 News

In Newsgroups kann der Nutzer Beiträge veröffentlichen, die weltweit für Interessierte zugänglich sind. Die Gruppen sind hierarchisch geordnet (z.B.: alt.religion.eastern), die Mehrzahl ist in englisch, auch wenn mittlerweile Newsgroups in sehr vielen Sprachen wiederum zu vielen Themen existieren.

2.2.5 Chat

Chat erlaubt das schriftliche „Gespräch“ in Echtzeit. Wenn eMail der elektronische Briefverkehr ist, ist Chat das Pendant zum Telefonieren. Hierbei wird entweder bei jedem einzelnen Nutzer besondere Software benötigt oder ein Anbieter stellt einen bestimmten Bereich zur Verfügung, zu dem man mittels eines aktuellen Browsers gelangt. Hier können sich mehrere Nutzer gleichzeitig austauschen. Unterschieden werden muss an dieser Stelle vom Instant Messenger, bei dem sich, ähnlich wie im Chat, Menschen direkt unterhalten können. Allerdings ist hier nur eine Kommunikation von genau 2 Nutzern möglich. Instant Messages sind also bei genauer Betrachtung die exaktere Alternative zum Telefonieren. Der Chat wäre somit das Pendant zu einer Konferenz-Schaltung am Telefon.

2.3 Nutzung des Internets

Allein rund 28 Millionen Deutsche über 14 Jahre sind zu Beginn des Jahres 2002 online.[10] Schon Mitte 2001 verfügten 25 Millionen Deutsche über einen Online-Zugang. Etwa 23,6 Millionen Internet-Nutzer sind, laut der angegebenen Studie, mindestens einmal in der Woche im Netz, 18 Prozent täglich.
Das Internet ist also ein häufig frequentierter Umschlagplatz von Informationen jedweder Art.

[10] Heise News Meldung 14.1.2001 http://www.heise.de/newsticker/data/anw-14.01.02-003/, zuletzt besucht am 13.5.2002.

3 Einzelne Bereiche anhand von Beispielen kurz vorgestellt

Im folgenden sollen einige der hier schon angesprochenen Techniken mit Beispielen kurz belegt werden, um einen Eindruck der Nutzung zu vermitteln.

3.1 Foren

3.1.1 www.churchmail.de



Das Churchmail-Netz ist schon im FIDO-Netz[11] entstanden.[12] Auf der Homepage www.churchmail.de finden sich Bereiche, sogenannte Foren, zu einzelnen Themen, wie beispielsweise Gemeinde, Gottesdienst Smalltalk, Unterricht. Weiterhin vermerkt sind ebenfalls die Netiquette, die Verhaltensmaßregeln im Internet, hier gesondert auch die Regeln des Newspostings, denn die Foren, die hier benutzt werden, sind eigentlich Newsgroups.

[11] Ältestes privat betriebenes und weltweit verbreitetes Mailbox-Netz. F. wurde 1984 von dem Apple-Programmierer Tom Jennings begründet. Angeblich benannte er das Netz nach seinem Hund Fido. Weitere Infos: http://www.was-ist-fido.de/.

Als „ökumenisches Netzwerk kirchlich Engagierter“ gekennzeichnet sind auf der Teilnehmerseite genau 38 Teilnehmer und Teilnehmerinnen vermerkt, unter anderem die Protestantische Kirche Malmedy, sehr viele hauptamtliche Mitarbeiterinnen der Kirchen, vor allem Pfarrer der evangelischen Kirchen.

Um einmal auf einen der Inhalte eines Forums einzugehen, das Forum „Gottestdienst" enthält genau 2 Einträge, einer vom 14.11. (vermutlich 2001) und einer vom 14.1. (vermutlich 2002). Im Beitrag vom 14.11. wird vom Autor die Frage gestellt, ob jemand eine Ausgabe der „Ministers Desk Edition des Lutheran Book of Worship" aus den USA besitze. In dem Forumsbeitrag vom 14.1. wird gefragt, ob es Texte zum Thema „Verlobung" gebe, da diese jetzt, so der Autor des kurzen Beitrages, hinfällig geworden sei. Ansonsten enthält diese Gruppe keine weiteren Beiträge.[13]
Das am besten besuchte Forum „News"[14] enthält 146 Beiträge. Allerdings sind hier zu über 90% lediglich die Newsletter von Radio Vatikan[15] nochmals kommentarlos publiziert. Eigene Beiträge oder Diskussionen machen nur einen geringen Teil aus. Hier ist der älteste Beitrag vom 21.10. (vermutlich 2001).

3.1.2 Clickfish - Religion/Christentum

http://www.clickfish.com/forum/forumdisplay.php3?forumid=55&forumname=Religion%7CChristentum

Ein weiteres Beispiel sei das Forum „Religion/Christentum" bei Clickfish, einem kommerziellen Anbieter, der sich über Werbung finanziert. Hier sind, wenn man alle Beiträge aufruft, gerade einmal 39 Beiträge innerhalb von 2 Jahren zu finden.[16] Die Themenpalette reicht von „Zerstörung Buddhafiguren", „Kruzifix in

---

[12] vgl. Nethöfel, Internet für Theologen, S. 122.
[13] Stand 15.3.2002.
[14] http://www.semnet.org/newsportal/thread.php3?name=churchmail.news, Stand 15.3.2002.
[15] Online zu finden unter http://www.vaticanradio.org/tedesco/newsted.htm.
[16] Stand 24.3.2002.

Klassenzimmer", „Terror in den USA - Hass gegen Muslime" bis hin zu „Euthanasie und aktive Sterbehilfe".
Weitere Beiträge außer den 39 genannten sind nicht zu finden; dieser Bereich gehört zum Themenkreis Politik & Gesellschaft - Christentum
Clickfish.com wurde im April 2002 ohne Vorwarnung vollständig abgeschaltet.[17]

3.2 Mailinglisten

Zunächst ein paar Worte zu Mailinglisten: Mailinglisten sind eine Einrichtung, in der verschiedene Empfänger sich auf eine Liste eintragen lassen, und dann von den Mitgliedern dieser Liste eMails erhalten. Also eine Art Diskussionsforum per eMail.
Die dem Autor bekannten Mailinglisten sind grundsätzlich um ein einzelnes Thema aufgebaut, so existieren Mailinglisten zu den Themen: „Lesben und Schwule in der SPD - Schwusos", „Mailliste für Angst- und Phobie Betroffene" oder „Mailliste zum Austausch ehemaliger Insassen von sogenannten Jugendwerkhöfen JWH‘s in der ehemaligen DDR-insbesondere des JWH Wolfersdorf Thüringen"[18], um nur einige wenige zu nennen.

Es existieren mehrere Möglichkeiten, wie eine solche Mailingliste organisiert ist: es ist 1. möglich, dass nur einigen wenigen technisch das Recht eingeräumt ist, Beiträge zu schreiben, während alle anderen Mitglieder der Liste Beiträge nur lesen können, es ist 2. möglich dass unzensiert alle Beiträge sowohl schreiben als auch lesen können, oder dass 3. durch eine Instanz Beiträge, bevor sie in der Mailingliste veröffentlicht werden, auf ihren Inhalt hin kontrolliert werden, damit nicht thematisch unpassende Beiträge oder gar Werbung an die Empfänger verschickt wird. Dies ist dann eine sog. moderierte Mailingliste.

[17] Clickfish spurlos verschwunden, http://www.heise.de/newsticker/data/mur-13.04.02-002/, zuletzt besucht am 14.5.2002.
[18] http://www.mailinglisten.de/Gesellschaft_und_Soziales/, zuletzt besucht am 13.5.2002.

3.2.1 Chr-webinfo

Diese eMailliste wird betrieben von Pastor Christoph Gundermann und ist dazu gedacht, so die Eigenwerbung auf der Seite http://www.domeus.de/groups/chr-webinfo, die deutschsprachigen Anbieter von christlichen Web-Seiten miteinander in Kontakt zu bringen, Strategien und Vorgehensweisen gemeinsam zu überdenken, Probleme gemeinsam anzugehen und zu lösen. Angesprochen sind hier vor allem die kleineren Anbieter wie Pfarrgemeinden, örtliche Verbände und ähnliches.

Hier ist, wie in den meisten anderen Bereichen auch, Werbung unerwünscht. Als Voraussetzung für die Teilnahme an dieser eMailliste gelten folgende Gruppenregeln:

- Jedes Mitglied dieser Gruppe darf Beiträge schreiben.
- Jeder darf diese Gruppe abonnieren.
- Die Nachrichten können im WWW gelesen werden von jedem Mitglied dieser Gruppe.
- Beiträge werden direkt an alle Mitglieder versendet (also eine unmoderierte Mailingliste).
- Eine Teilnahme ist nur per eMail möglich.[19]

Zur Nutzung: auf der Homepage ist eine Übersicht über die Beiträge der letzten Jahre. Da im Januar 2000 und in den Monaten davor null Beiträge eingegangen waren, kann man davon ausgehen, dass im Februar 2000 diese Mailingliste gegründet wurde. Monatlich sind in der Regel 30 bis 60 Beiträge dokumentiert, die Spitze lag im Januar 2001 bei 148 Beiträgen, der Durchschnitt des Jahres 2001 liegt bei 61,3 Beiträgen pro Monat.
Zwischen März und Mai 2002 gingen 44 Mails über die Liste, davon befasste sich nur ein Teil mit theologischen Fragen, die anderen eMail hatten eher

[19] Vgl.: http://www.domeus.de/groups/chr-webinfo, zuletzt besucht am 13.5.2002.

technische Themen zum Inhalt wie „Bildschirmauflösung“ oder „0190-Nummern sperren“.

3.3 Newsgroups

Allein in der deutschsprachigen Newsgroup de.soc.weltanschauung.christentum sind heute rund 1300 Beiträge vermerkt.[20] Die Themen reichen von „Evolution: kein theologisches Problem“ über „Wissenschaft und Religion“ zu „Warum die Araber gegen Israel sind“ bis hin zu „Vereinbarkeit von Allmacht und Allwissenheit Gottes mit dem freien Willen“.[21]

3.4 Webseiten

Webseiten sind die wohl bekannteste Erscheinungsform des Internets und auch die am leichtesten zu bewerbende. Durch die Adressen, wie www.katholische-kirche.de, ist dem Nutzer, auch dem Neuling, durchaus klar, welche Inhalte sich hier wahrscheinlich verbergen. Da in dieser Arbeit drei Webangebote noch gesondert ausgewertet werden, an dieser Stelle verweise ich auf Kapitel 7.

[20] Stand 3.5.2002.
[21] Zitiert jeweils nach den Überschriften.

4 Offizielle Stellungnahmen der Amtskirche

Im folgenden werden offizielle Stellungnahmen verschiedener Ebenen der Amtskirche zum Thema Internet aufgeführt, die Inhalte kurz zusammengefasst sowie zu einzelnen Aussagen Stellung genommen.

4.1 Your Family and Cyberspace: A Statement of the U.S. Catholic Bishops (16. Juni 2000).

http://www.nccbuscc.org/comm/cyberspace.htm

Hier handelt es sich um die Stellungnahme der Bischofskonferenz der USA. Zentrales Thema ist die Familienfürsorge im Kontext der Internetnutzung.

Zunächst wird festgestellt, dass das Internet tatsächlich einen Nutzen bringt, wie beispielsweise Sportergebnisse, Nachrichten, Spiele und Unterhaltung. Andererseits wird festgehalten, dass eine gewisse Gesetzlosigkeit, eine vermutete Anonymität oder auch das altbekannte Thema Pornographie, Gefahrenstellen im Cyberspace mit sich brächten.
Die Bischofskonferenz warnt vor den Gefahren: als unbelegtes Zitat wird eine nicht näher genannte Studie herangezogen, in der ein Drittel eines "young people's consumer magazine" sich darüber beklagt hätten, andere User hätten versucht, an ihr Passwort zu gelangen, oder schlimme Wörter benutzt. Schon alleine die nicht stattfindende genauere Aufschlüsselung oder ein Verweis auf die Originalstudie lassen diese Stützbehauptung der Bischofskonferenz, die Kinder und Jugendlichen seien im Internet in größerer Gefahr, in zweifelhaftem Licht erscheinen. Gerade weil in dieser Stellungnahme dem Cyberspace Anonymität und Unehrlichkeit vorgeworfen werden, sollte man tunlichst darauf verzichten, unbelegte Behauptungen aus dem Internet-Milieu, die wohl Online erhoben wurden, als Tatsachen darzustellen.

Im Kontext von Kirche und Internet als Thema wird gewarnt vor unter falscher Flagge segelnden Anbietern - nicht überall wo „katholisch" draufstehe sei auch „katholisch" drin.[22]
Was Eltern tun können: hier wird zunächst angegeben, dass man das Internet einfach einmal mit der echten Welt vergleichen solle, d.h. den Kindern vermitteln, nicht mit Fremden zu reden. Als Aufgabenliste für besorgte Eltern wird angegeben:
- einen Internet Service Provider nutzen, der ungewünschtes Material von den eigenen Servern ausblendet.
- einen Internet Service Provider nutzen, der Kindersicherungen anbietet, so dass die Eltern manuell einstellen können, was die Kinder sehen dürfen und was nicht, welche Möglichkeiten nutzbar sind und welche Bereiche wie Chat angewählt werden können.
- einen Internet Service Provider nutzen, der die besuchten Webseiten auflistet, damit die Eltern anschließend kontrollieren können, welche Seiten besucht wurden.
- eine Filtersoftware wie Cyber Patrol oder Net Nanny installieren, die Schlüsselwort gesteuert Inhalte ausblenden oder die manuell konfiguriert werden können.
Dies sei allerdings keine Garantie, aber zumindest ein Anfang.[23]

Unter dem Punkt „A Shared Responsibility" wird dargestellt, dass Verantwortung nicht nur bedeute, dass Kinder geschützt werden müssten, sondern dass sichergestellt sei, dass gewisse zivilisatorische Standards im Cyberspace eingehalten werden müssten.

---

[22] Das eindrucksvollste Beispiel diesbezüglich findet sich in Deutschland: so hatte eine Privatperson die Domain www.katholisch.de auf den eigenen Namen registriert und genutzt, bis die katholische Kirche Ende 99 auf Freigabe dieser Domain klagte. Das Urteil findet sich Online unter http://www.netlaw.de/urteile/lgbn_3.htm, zuletzt besucht am 11.4.2002.
[23] Dass diese Filterprogramme allerdings oft kaum nutzen, aber häufig schaden, hat die Fachpresse schon längere Zeit zuvor mehrfach erwiesen. Vgl. Filterprogramme sind übereifrig http://www.heise.de/newsticker/data/fr-29.12.97-000/, zuletzt besucht am 12.4.2002.

Unter „Parental involvement“ stellt die Bischofskonferenz die Forderung an die Eltern, sie sollten die ISP (Internet Service Provider) dahingehend beeinflussen, dass sie Filterprogramme zur Verfügung stellten. Und vergleichbar mit der Einschränkung des Fernsehens auf eine Stunde pro Tag, wie dies einige Eltern praktizierten, stünde es frei, auch den Internetkonsum einzuschränken.

Technologie ist der nächste Punkt auf der Liste. Die Technologie, gemeint ist hier die Filtersoftware, sei noch nicht perfekt, jedoch immerhin Teil der Lösung.

Unter dem Punkt „Industry conduct" wünschen sich die US Bischöfe, dass die verantwortungsbewussten Eltern die Unternehmer in die Pflicht nehmen sollten was die Inhalte des Internets angeht.

Legislation, Gesetzgebung, ist der abschließende Punkt auf der Liste: die staatlichen Organe haben die Verantwortung für die Einhaltung von Standards im Internet. Nicht jede Äußerung sei durch das „First Amendment“[24] geschützt. Wenn das Internet Teil der Gemeinschaft sei, müssten auch die Regeln der Gemeinschaft dort gelten. Dass dies nicht für ausländische Inhalte und Angebote gilt ist auch der US Bischofskonferenz gegenwärtig.

Zum Schluss wird eine Liste „Safe Internet Use Tips" zusammengestellt, die besorgten Eltern als Maßnahmen gegen schlechten Einfluss durch das Internet Erziehung, die Vorbildfunktion der Eltern, ein gemeinsames Nutzen der Inhalte, allgemeine Vorsicht im Internet und natürlich die vorhandenen technischen Möglichkeiten als Hilfsmittel propagiert.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Bischofskonferenz offensichtlich großen Wert auf Kontrolle und Zensur der Inhalte für Minderjährige

[24] erster Zusatz zur US-amerikanischen Verfassung: “Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the government for a redress of grievances."

legt und wünscht, dass die Nutzer, angesprochen sind hier hauptsächlich besorgte Eltern, sowohl mit Firmen als auch dem Staat in Interaktion treten, um gewisse unerwünschte Bereiche des Internets aktiv auszublenden oder zu verhindern.

4.2 Botschaft von Papst Johannes Paul II. zum 36. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel am 12. Mai 2002. Thema: "Internet: Ein neues Forum zur Verkündigung des Evangeliums"

Veröffentlicht am 24. Januar 2002,
http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day_ge.html

Ausgangsgrundlage der Gedanken von Papst Johannes Paul II. ist die Verkündigung durch die Apostel, bzw. der Auftrag zur Verkündigung.[25]
Nicht nur geographische, sondern auch kulturelle Hindernisse wurden zur Verbreitung des Evangeliums im Laufe der Geschichte überwunden und müssten noch überwunden werden. Als markante Punkte werden u.a. der Buchdruck und die industrielle Revolution angegeben, die neue Formen der Evangelisierung erforderlich gemacht hätten.
Eine Anmerkung kann an dieser Stelle nicht fehlen: Dies ist natürlich eine verkürzte und beschönigende Darstellung, was die Offenheit der alten Institution römisch-katholische Kirche angeht. Schon mit dem Buchdruck hatte die Kirche Probleme: im Kampf gegen die Reformation vereinbarten beispielsweise die bayrischen Herzöge und 12 Bischöfe des bayrischen und österreichischen Hoheitsgebietes auf dem sogenannten Regensburger Konvent (27. Juni bis 7. Juli 1524), durch Bücherzensur und eigens zu erteilende Druckerlaubnis solle

[25] MT 28, 19-20.

die Verbreitung von ketzerischer Literatur verhindert oder zumindest erschwert werden.[26]

Das Gros der Druckerzeugnisse stellte damals eher das Flugblatt oder häufig auch Karikaturen dar, da der Analphabetismus unter dem einfachen Volk eher die Regel als die Ausnahme war.

Erst viel später stellte sich eine Massenwirkung längerer Texte überhaupt ein. „Das Interesse der Kirchen am konfessionellen Buchhandel verstärkte sich ab etwa 1830, als viele christliche Verlage und Buchhandlungen gegründet wurden“.[27]

Die Kirche hat sich zuerst gegen den Buchdruck oder genauer gesagt gegen die unkontrollierte und unzensierte Buchdruckerei gewandt und erst im Laufe der Jahrhunderte die Buchdruckerkunst offensiv als Missionsinstrumentarium genutzt.

Die revolutionäre Entwicklung, so die Botschaft Johannes Paul II. weiter, sei in vollem Gange auf dem Gebiete der Kommunikation und Information und die Kirche stehe somit unweigerlich erneut in einer entscheidenden Phase.

Das Internet sei ein Forum vergleichbar dem öffentlichen Platz im antiken Rom, „[...] auf dem Politik und Handel betrieben würde, wo religiöse Pflichten erfüllt wurden, wo ein Großteil des gesellschaftlichen Lebens der Stadt stattfand und wo die besten und schlechtesten Seiten des menschlichen Wesens zutage traten."[28]

Das Forum sei sowohl ein Spiegel der Gesellschaft, der umgebenden Kultur als auch ein Freiraum zur Schaffung einer eigenen Kultur.

Hier wird richtig erkannt, dass das Internet neue Kommunikationsformen, Abkürzungen, ganze Geschäftsbereiche und eine weltweite virtuelle Nähe geschaffen hat, die bis dahin unbekannt war.

---

[26] Vgl. Jedin, Hubert (Hrsg.): Handbuch der Kirchengeschichte, Band IV. Reformation, Katholische Reform und Gegenreformation, S. 218 f.

[27] Tölpelmann, Roger: Das Wort muss nachprüfbar bleiben. Welches Interesse hat die Kirche am Buch? In: Lutherische Monatshefte, 28. Jg, S. 14.

[28] http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day_ge.html, zuletzt besucht am 12.5.2002.

Im Cyberspace, so heißt es weiter, sei ein Wechselspiel zwischen Gefahren, Aussichten und einem Abenteurergeist vorhanden, wie er auch andere große Zeiten des Umbruchs kennzeichne. Hier wird wohl auf eine Vergleichbarkeit angespielt zwischen der Entdeckung einer neuen Welt (Cyberspace) zur Entdeckung der neuen Welt (Amerika). Die hier im Auge des Betrachters liegenden Konnotationen (Die Eroberung Amerikas als Goldenes Zeitalter, als Genozid der Ureinwohner, als gesetzlose Zeit) sind sicherlich Absicht, zumindest lässt der Gesamtkontext der Botschaft diese Auslegung zu.

Johannes Paul II. proklamiert weiter: Ein Ansporn sei gegeben, es sei im Cyberspace ein Potential vorhanden, welches zur Verkündigung der Evangeliumsbotschaft zu nutzen sei.
Wie andere Kommunikationsmittel, geht es im Text weiter, sei der Cyberspace ein Mittel, kein Selbstzweck. Hier wiederum positioniert sich Johannes Paul II. im Gegensatz zur herrschenden Meinung zumindest vieler kommerzieller Internetanbieter und Werbetreibender, die die Aussage "The medium is the message" postulieren - die Medien also als selbst-referentielles System, in dem es nicht mehr darum geht, was mitgeteilt wird, sondern nur noch darum, dass etwas mitgeteilt wird.[29]
Zum Nutzen des Internets wird gesagt, dass es ausgezeichnete Möglichkeiten der Evangelisierung biete, wenn es auf kompetente Art und Weise und im klaren Wissen um seine Stärken und Schwächen eingesetzt werde. Das Internet wird also lediglich als Werkzeug zur Verkündigung des Evangeliums gesehen. Vor allem durch die Fähigkeit, Interessen zu wecken, ermögliche das Internet vielen jungen Menschen Zugang zur christlichen Gemeinschaft. Aufgabe der Gemeinschaft sei es, diese interessierten Menschen aus der virtuellen Welt des Cyberspace zur wirklichen Welt der christlichen Gemeinschaft zu holen.

[29] Das Zitat stammt von Herbert Marshall McLuhan Anfang der 60er Jahre und wurde in der Internet Euphorie Ende der neunziger Jahre aus dem Zusammenhang gerissen und als Verkaufsargument für Internetangebote eingesetzt. vgl. dazu http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/9133/1.html, zuletzt besucht am 12.3.2002.

Hier wird klar die Zielgruppe der jungen Nutzer im Internet erkannt und angesprochen: „Der typische Internet-Nutzer verdient gut, ist zwischen 20 und 35 Jahre alt, hat einen höheren Bildungsabschluss und lebt in einer Großstadt."[30]
Erst in einer späteren Phase, so Johannes Paul II, sei das Internet eine Bildungs- und Katechesemöglichkeit. Das Internet ist eigentlich zuerst Bildungsmöglichkeit durch den Austausch von Daten und Informationen. Dies ist auch durch seine Entstehungsgeschichte belegt.

Zweifellos, so ist in der Botschaft zu lesen, könne das Internet nicht die tiefgreifende Gotteserfahrung ersetzen, die das unmittelbare liturgische und sakramentale kirchliche Leben bieten könne.

Auch Probleme und Folgen werden in der Botschaft dezidiert genannt: eine grenzenlose Flut von Informationen prasselt in kürzester Zeit auf den Nutzer ein. Vergänglichkeit und Kurzlebigkeit, hier bestünde die Gefahr, nicht Werte sondern Fakten seien ausschlaggebend.

Die Kenntnisse, dies sei an dieser Stelle vorab zu bemerken, sind im Internet je nach Anbieter durchaus fragwürdig, die Werte hingegen wurden zumindest durch die auch heute noch zumindest theoretisch gültigen Netiquette[31] vermittelt. Zur Medienethik wurde früh auch im Internet rege diskutiert.[32]

Positives Potential sowie entwürdigende und schädliche Nutzungsmöglichkeiten stünden sich gegenüber. Dessen sei sich auch die Kirche bewusst. Es sei Aufgabe des Staates, dass das Internet dem Gemeinwohl diente und nicht zur Gefahrenquelle werde. Der Staat soll also das Internet reglementieren. Es

---

[30] http://www.zeit.de/2001/42/Wirtschaft/200142_digital_divide.html, zuletzt besucht am 3.5.2002.
[31] http://www.ping.at/guides/netmayer/, zuletzt besucht am 1.5.2002.
[32] Vgl. Mike Sandbothe: Medienethik im Zeitalter des Internet, http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/inhalt/te/1035/2.html&words=netiquette, zuletzt besucht am 3.5.2002.

werden die unscharfen Begriffe „Gefahren" und „Gemeinwohl" verwendet, damit die Internationalisierbarkeit dieser Aussage gewährleistet ist. Es wird lokal unterschiedlich definiert, was dem Gemeinwohl dient oder was schädlich ist und was nicht. Bekanntestes Beispiel sind sicher die rechtsradikalen deutschsprachigen Webseiten, die in den USA auf den Servern liegen, dort geschützt durch den ersten Verfassungszusatz zur us-amerikanischen Verfassung (Redefreiheit). [33]

Weiter wird eine radikale Veränderung der psychischen Beziehung der menschlichen Person zu Zeit und Raum vermutet. Die Aufmerksamkeit richte sich auf das Greifbare, das Nützliche, das unmittelbar Verfügbare, der Mensch benötige allerdings Zeit zur inneren Ruhe um zu einer reifen Beherrschung seiner selbst und seiner Umgebung fähig zu sein. Diese Aufmerksamkeitsverschiebung kann jedoch nicht alleine dem Internet angelastet werden, da die hier implizit vor dem Internet vermutete Beschaulichkeit jedenfalls lange vor der industriellen Revolution und der Durchsetzung der Marktwirtschaft zu sehen ist. Sofern es sich hier nicht sowieso um eine beschönigende Projektion handelt.

Das Internet fördere eine relativistische Denkweise und unterstütze die Flucht vor persönlicher Verantwortung und Verpflichtung. Hier ist auf die Realtitätsflucht, auf die Schein-Welten in Chaträumen verwiesen, in die sich viele Internetuser tatsächlich begeben.

Die Förderung der Kontakte zwischen Menschen sei eine wunderbare Möglichkeit, die Verbreitung des Evangeliums zu fördern. Diese elektronisch vermittelten Beziehungen könnten jedoch nie den für eine wahre Evangelisierung notwendigen direkten menschlichen Kontakt ersetzen.

---

[33] Burkhard Schröder, Rechtsextremismus im Internet, Das Parlament, Beilage: Aus Politik und Zeitgeschehen, Nr.39/15.09.2000; Online unter http://www.burks.de/parlam/b-n-7.html, zuletzt besucht am 22.4.2002.

Als Frage wird in den Raum gestellt, ob die elektronische Revolution einen Durchbruch bei den Entwicklungsländern fördern könne oder ob die existierenden Ungleichheiten sich weiter vertiefen würden. Diese Frage ist momentan einfach zu beantworten: sieht man sich die Verteilung der Internetzugänge weltweit an und berücksichtigt dabei, dass hier indirekt und direkt Geschäfte gemacht werden, so kann man nur zu dem Schluss gelangen, dass die industrialisierten Nationen die Entwicklungsländer auch hinsichtlich der neuen Medien weit hinter sich gelassen haben und die Kluft sich an dieser Stelle seit der Internet-Revolution entscheidend vergrößert hat.[34]

Weiterhin wird sie Frage gestellt, ob das ursprünglich für das Militär entwickelte Internet für friedliche Zwecke genutzt werden könne. Die Kirche sei, so Johannes Paul II., überzeugt, dass diese Möglichkeit bestehe. Der Papst fordert die Kirche auf, mutig die Schwelle zu überschreiten, in die Tiefen des Kommunikationsnetzes zu Zwecken der Evangelisierung vorzudringen.

4.2.1 Bewertung

Im Dokument wird einseitig auf die Verkündigung Wert gelegt. Das Internet als Bereich der Interaktion und des Austausches wird hier ausgeblendet. Dies ist eine klare Sender-Empfänger-Ansage, d.h. die Kirche stellt sich auf die Seite des Senders und möchte lediglich Empfänger erreichen. Der Grundgedanke des Internets, der vernetzte Informationsaustausch, bei dem jeder sowohl Sender als auch Empfänger ist, bleibt hier unberücksichtigt. Hier wird ein altes Schema einem neuen Medium aufgezwungen.

[34] Florian Rötzer: „In manchen Ländern sind PCs so verbreitet wie bei uns Nilpferde“, 27.07.2000, http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/te/8448/1.html, zuletzt besucht am 23.4.2002.

4.3 Päpstlicher Rat für die sozialen Kommunikationsmittel

4.3.1 Kirche und Internet

(28. Februar 2002)
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_ge.html

4.3.1.1 Einleitung

Zunächst einmal gehen die Autoren davon aus, dass die Kirche eine grundsätzlich positive Haltung zu sozialen Kommunikationsmitteln habe. Eine bloße Zensur der Medien sei weder ausreichend noch angebracht, woraus implizit folgt, dass Zensur durchaus möglich ist, sich lediglich die gewünschten Wirkungen dadurch nicht notwendig einstellten. Verwiesen wird hier auf das Dokument „Pornographie and Gewalt in den Medien: Eine pastorale Antwort"[35] aus dem Jahr 1989.
Medien seien Geschenke Gottes, um Menschen brüderlich zu verbinden. Dies gilt, so ist die Auffassung, auch für das Internet. Die Kommunikation sei so etwas wie eine lange Reise vom Turmbau zu Babel bis hin zu Pfingsten. Die sozialen Kommunikationsmittel seien kulturelle Faktoren, die in der menschlichen Gesellschaft eine große Rolle spielten und einen wichtigen Beitrag zur Erholung und Bildung des Geistes leisteten, sie dienten der Ausbreitung und Festigung des Gottesreiches.
Zwei Aufgaben habe die Kirche gegenüber den Medien: zum einen die Förderung des richtigen Gebrauchs zum Nutzen der menschlichen Entwicklung als auch die Kommunikation Gottes durch die Kirche, d. h. an dieser Stelle wird der Gedanke festgehalten, dass Gott mit der Menschheit durch die Kirche kommuniziert, Kommunikation deshalb zum Wesen der Kirche gehört und diese hierzu natürlich die Medien benötigt. Moderne Kommunikationsmittel sind, so die Stellungnahme, neue Wege zur Begegnung mit dem Evangelium, also findet

[35] Online unter http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_07051989_pornography_ge.html, zuletzt besucht am 7.4.2002.

wieder der Rückgriff auf die Evangelisierung statt, d.h. die Medien werden als Handwerkszeug zur Evangelisierung und Missionierung gesehen.

4.3.1.2 Chancen und Herausforderungen

Die Chancen sind, laut der Veröffentlichung, die Verkündigung des Evangeliums in der Kirche und durch die Kirche. Darum muss die Kirche das Internet verstehen, um mit den Medien wirksam zu kommunizieren. Dies sei gerade bei der Kommunikation mit jungen Menschen wichtig.
Die Medien bringen Vorteile und Nutzen, das Internet sogar ganz spezielle Vorteile und Nutzen, als Beispiel werden hier die „virtuellen Glaubensgemeinschaften" angeführt.
Die Kirche kann durch die Vermittlung von Wissen Dienste leisten. Auch hier bestehen wieder Möglichkeiten der Evangelisierung. Das Internet sei, so die Autoren, weiterhin eine Möglichkeit der internen Kommunikation. Es wird darauf verwiesen, dass die Rolle von Sender und Empfänger im Internet potentiell für beide Seiten bestünde, womit ein Gedanke aus der Veröffentlichung „Ethik in der sozialen Kommunikation" praktisch umsetzbar sei: „Ein wechselseitiger Fluss von Informationen und Meinungen zwischen Hirten und Gläubigen, die Freiheit der Meinungsäußerung mit Gespür für das Wohl der Gemeinschaft und für die Rolle des Lehramtes bei dessen Förderung und eine verantwortungsvolle öffentliche Meinung – das alles sind wichtige Äußerungen des „Grundrechtes auf Dialog und auf Information innerhalb der Kirche."[36]
Ein weiterer wichtiger Punkt sind Erziehung und Ausbildung. Die Medienerziehung sei wichtig, sie solle den richtigen Umgang mit Medien vermitteln und so den Umgang des Nutzers mit den Medien fördern, um Maßstäbe des guten Geschmacks sowie ein wahrheitsgemäßes moralisches Urteil zu bilden – Medienerziehung stellt also einen Aspekt der Gewissensbildung dar.

---

[36] http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20000530_ethics-communications_ge.html, zuletzt besucht am 7.5.2002.

Auch negative Aspekte des Internets werden angesprochen: Hass, Diskriminierung, Pornographie sowie Angebote, die vorgeben „katholisch" zu seien, sind ebenfalls im Internet zu entdecken.
Es wird abschließend festgestellt, dass noch viel Forschungsarbeit notwendig sei.

4.3.1.3 Empfehlungen

Religiöse Menschen möchten Teil eines Prozesses sein, der die Entwicklung des neuen Mediums Internet bestimmt. Dies wird von Seiten der Kirche auch gewünscht, geradezu gefordert.
Kommunikation und Dialog stärken die Kirche und den Zusammenhalt. Die Autoren richten Aufforderungen an verschiedene Empfänger:
- an die in der Kirche mit Leitungsaufgaben beauftragten Personen, den Internetbenutzern eine verlässliche Führung anzubieten zu dem, was der Position der Kirche entspricht, was nicht mit der Idee der Zensur zu vergleichen sei.
- an die Mitarbeiter in der Pastoral, Verständnis für die Bedeutung der sozialen Kommunikation und das Erlernen der neuen Medien zu erlernen.
- an die Eltern, als Vorbilder für den besonnenen Umgang mit den Medien zu fungieren und die Nutzung des Internets durch die Heranwachsenden zu beaufsichtigen.
- an die Kinder und Jugendlichen, das Internet auf richtige Art und Weise zu nutzen, als ein Werkzeug, um sinnvolle Arbeit auszuführen, nicht bloß zur reinen Konsumentenbefriedigung.
Allen Menschen guten Willens schlagen die Autoren Tugenden vor, die von allen, die vom Internet Gebrauch machen wollen, gepflegt werden sollen.

4.4 Ethik im Internet

(28. Februar 2002)
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_ge.html

4.4.1.1 Einführung

Die Erde kann heutzutage als vernetzter Globus gesehen werden. Medien sind machtvolle Werkzeuge zur Bildung und kulturellen Bereicherung, zu Handel und politischer Betätigung, zu interkulturellem Dialog und Verständigung. Medien sind ebenso der Sache der Religionen dienlich, natürlich ist auch eine Kehrseite vorhanden. Das Internet ist hierbei das neueste und wirkungsvollste Medium. Der folgende Text geht auf die katholische Sichtweise des Mediums als Ausgangspunkt für den Dialog mit anderen Teilen der Gesellschaft ein. Personen und Personengemeinschaften stehen im Mittelpunkt der ethischen Bewertung des Internets: der Mensch und die Gemeinschaft der Menschen seien Ziel und Maßstab für den Umgang mit den Medien. Als zweiter zentraler Punkt für eine Bewertung des Internets ist immer das Gemeinwohl ein wichtiger Aspekt.
„Das internationale Gemeinwohl, die Tugend der Solidarität, die Revolution in den Kommunikationsmedien und in der Informationstechnologie und das Internet spielen im Globalisierungsprozess alle eine Rolle."[37]
Das Internet hat also beim Globalisierungsprozess einen großen Anteil. Hierbei kam es zu einer Verschiebung von Macht von den Nationalstaaten zu transnationalen Einrichtungen. Diese müssen nun ermutigt werden, ihre Macht zum Wohl der Menschheit einzusetzen.
Auch die Verwendung neuer informationstechnologischer Methoden sowie des Internets muss erfüllt und geleitet sein vom Dienst am Gemeinwohl.
Aber natürlich sind auch negative Aspekte vorhanden: die Wahrung der Privatsphäre, die Sicherheit von Daten, Urheberrechte sind nicht mehr

gewährleistet, Pornographie und Hass-Seiten sind jedem Nutzer zugänglich usw.

4.4.1.2 Über das Internet

Das Internet hat, so die Veröffentlichung „Kirche und Internet“, erstaunliche Eigenschaften: sofortig, unmittelbar, weltweit, dezentralisiert, interaktiv, unendlich erweiterbar, flexibel und anpassbar. „Es ist egalitär in dem Sinne, dass jeder Mensch mit dem erforderlichen technischen Gerät und eher begrenzter technischer Gewandtheit eine aktive Präsenz im Cyberspace sein, seine oder ihre Botschaft vor der Welt darlegen und Gehör fordern kann."[38]
Die technische Struktur des Internets hatte auch Auswirkungen auf die ethischen Aspekte: freier Informations- und Ideenaustausch waren schon frühzeitig vorhanden. Hier ist aber auch die Gefahr eines radikal-liberalen Verhaltens angelegt, bspw. die Verteidigung von Pornographie und Gewalt in den Medien.
Die Ausbreitung der neuen Informationstechnologien hat die Möglichkeiten der Kommunikation einiger begünstigter Einzelner und Gruppen um ein Vielfaches erweitert.

4.4.1.3 Einige Problembereiche

Es existiert eine sogenannte "Digitale Kluft". Sie ist wirtschaftlicher, technischer, sozialer und kultureller Art und bedeutet, dass der Zugang zum Internet für einige Gruppen ein tagtägliches ist, für andere hingegen völlig jenseits wirtschaftlicher oder eben auch sozialer Möglichkeiten steht.
Der mögliche interkulturelle Dialog kann schnell in Kulturimperialismus umschlagen. „Kulturelles Einfühlungsvermögen und Achtung vor den Werten

---

[37] http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_ge.html, zuletzt besucht am 7.5.2002
[38] ebd.

und Überzeugungen anderer sind unter diesen Umständen eine Notwendigkeit."[39]
Freie Meinungsäußerung birgt Gefahren, die Kirche missbilligt allerdings jedwede Informationsblockade.

Journalisten stehen durch den weltweiten 24-Stunden-Tag sowie der daraus erwachsenden weltweiten Konkurrenz unter einem hohen Leistungsdruck. Daraus erwächst die Gefahr, dass marktwirtschaftlich bedingt seriöse Berichterstattung und Kommentare abnehmen.

4.4.1.4 Empfehlungen und Zusammenfassung

Das Gemeinwohl liefert den Maßstab, in wie weit Massenmedien für gute oder schlechte Zwecke genutzt werden.
Vorherige Zensur durch Regierungen sollte vermieden werden, nur im äußersten Notfall sei dies notwendig. Aber auch das Internet sei wie die übrigen Medien von vernünftigen Gesetzen gegen Hassparolen, Pornographie und ähnliche ausgenommen.
Die grenzüberschreitenden Möglichkeiten des Internets machten eine internationale Zusammenarbeit und internationale Solidarität notwendig. Die Kirche bietet sich als Partner in der öffentlichen Diskussion über die Entwicklung des Internets an.

[39] http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_ge.html, zuletzt besucht am 7.5.2002

5 Nachteile des Internets

Nach den Stellungnahmen der Amtskirche sollen an dieser Stelle einige technische, soziale sowie praktische Nachteile aufgezeigt werden, die das Internet für den Nutzer hat bzw. haben kann. Hierbei sind sowohl persönliche Erfahrungen als auch wissenschaftliche Untersuchungen herangezogen worden, um verschiedene Aspekte zu beleuchten.

5.1 Zugang zum Medium

Allen Vermutungen zum Trotz sind Computer in der Bundesrepublik Deutschland nicht so verbreitet, wie dies die Fachpresse oft zu vermitteln sucht. Längst nicht in jedem Haushalt ist ein PC zu finden. „Insgesamt gab es zum Jahresende 27 Millionen Computer in deutschen Unternehmen und Privathaushalten, drei Millionen mehr als im Vorjahr. Im statistischen Durchschnitt hat jeder dritte Deutsche einen PC. Mit weitem Abstand an der Spitze liegen die USA mit 82 Computern pro 100 Einwohner."[40] Auch wenn die Zahlen beeindruckend sind, bleibt die Aussage, dass zwei von drei Deutschen keinen eigenen PC zur Verfügung haben. Die Möglichkeiten der Nutzung von gegen Gebühr zugänglichen PCs in sogenannten Internetcafes, am Arbeitsplatz, von Familienangehörigen oder für Schüler in Schulen bleibt hier natürlich ausgeblendet.

Nicht nur alleine die Verbreitung der Hardware, des Computers selbst, ist hier von Bedeutung, sondern auch der Zugang zum Medium Internet, d.h. ein Internet-Anschluss. Hier sind naturgemäß wiederum weniger Menschen ans Internet angeschlossen als Computer vorhanden sind. „Insgesamt waren rund 30 Millionen Bundesbürger schon einmal online. Der Studie zufolge surfen mittlerweile 37 Prozent der Deutschen regelmäßig im Internet."[41] An dieser Stelle sei vermerkt, dass diese Zahlenspiele durchaus redundant sind: wenn 30

---

[40] Financial Times Deutschland, ftd.de, Do, 14.2.2002, 15:49, http://www.ftd.de/tm/it/FTDT4LJOOXC.html?nv=hpm, zuletzt besucht am 9.5.2002.
[41] ebd.

Millionen Deutsche schon einmal online waren sind das kaum viel mehr, als die angegebenen 37 % der Deutschen, die regelmäßig im Internet surfen. Legt man diese Zahlen zugrunde scheint es so zu sein, dass die meisten Nutzer das Internet sehr häufig aufsuchen, diejenigen, die dem Medium fern stehen, praktisch nie.
Dies bedeutet, dass offensichtlich nicht einmal 40% aller Bundesdeutschen überhaupt die Möglichkeit haben oder für sich sehen, das Internet zu nutzen und die dortigen Angebote wahrzunehmen. Hierfür gibt es viele Gründe.

Der in diesem Zusammenhang einfachste und sicherlich einleuchtendste ist die soziale Auslese. Für viele wäre ein Monatsgehalt zu investieren, um sich die notwendige Hard- und Software überhaupt neu anzuschaffen.

Daraus folgt, dass schon an dieser Stelle eine soziale Auslese in Kraft tritt, die gesellschaftliche Gruppen mit niedrigem Gehalt praktisch automatisch von der Nutzung des Internets ausschließt oder sie mindestens behindert.
Zudem ist nach der Anschaffung der Hardware wiederum ein sogenannter Provider notwendig, der erst den Zugang zum Internet von zuhause aus ermöglicht, und dafür selbstverständlich Geld verlangt. Auch hier können monatlich hohe Summen entstehen, auch wenn sich durch die Verbreitung der Flatfee, der monatlichen Einmalzahlung ohne Zeitbegrenzung, diesbezüglich in den vergangenen Jahren viel getan hat. Wenn man jedoch davon ausgeht, dass in einer finanziell angespannten Lage ein Betrag von 20 bis 50 Euro monatlich das Budget des Internetnutzers sprengen könnte, ist dies sicherlich für viele ein weiterer Grund, gezwungenermaßen aufs Internet zu verzichten.

Die zusätzliche Software, um das Internet voll nutzen zu können, beispielsweise ein Mailprogramm, sofern es kein kostenloses Programm ist, oder Sicherheitssoftware, wie ein Antivirusprogramm, sind ebenfalls nicht zu vernachlässigende Kostenfaktoren.

Ein weiteres Problem im Zusammenhang mit der Verbreitung sind sicherlich technische Schwierigkeiten. Es war vor einigen Jahren sicher noch schwieriger, einen Computer mit dem Internet zu vernetzen, trotzdem gibt es auch heute noch, je nach vorhandener Hard- und Software, große oder kleine technische Schwierigkeiten, die nicht jeder ohne weiteres bewältigen kann. Hier sind entweder Fachleute notwendig, die ihrerseits für ihre Dienste Geld verlangen, oder der Nutzer muss Zeit und Energie einbringen, um Probleme selbst zu lösen. Zum einen ist es dadurch schwierig, das ist der finanzielle Aspekt, dass diese Zeit aufzubringen oder Fachliteratur zu bezahlen ist, zum anderen ist nicht jeder in der Lage, Zusammenhänge im Bereich Computer zu verstehen oder technische Lösungen nachzuvollziehen.

Ein weiterer Punkt: die Angst vor Neuem. Viele Menschen sträuben sich beharrlich gegenüber technischen Neuerungen, seien es Videorekorder, Handys oder eben Computer. „Fast die Hälfte der Bundesbürgerinnen und -bürger empfindet das Zeitalter der Telekommunikation als Bedrohung. Das geht aus einer Repräsentativbefragung eines Freizeit-Forschungsinstituts in Hamburg aus dem Jahr 1995 hervor. „Man fühlt sich förmlich überrollt", sagen danach 48 Prozent der 2600 Befragten über 14 Jahre. Besonders Familien mit Jugendlichen im Haushalt (55 Prozent) und die ältere Generation ab 50 Jahre (53 Prozent) haben nach der Studie Angst vor der Medienflut. Selbst mehr als ein Drittel (36 Prozent) der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 14 und 29 erklären, den Überblick verloren zu haben."[42] Diese noch sehr negative Einschätzung hat sich in den letzten 5 Jahren zwar in positiver Richtung verändert,[43] man kann allerdings sicherlich feststellen, dass ein beachtlicher Teil der Bevölkerung immer einzelnen oder vielen neuen Technologien ablehnend

[42] IzpB, Massenmedien 260, Die Informationsgesellschaft von morgen, Hanni Chill und Hermann Meyn, http://www.bpb.de/info-franzis/info_260/body_i_260_10.html, zuletzt besucht am 6.4.2002.
[43] Vgl.: Keine Angst vor neuen Medien, http://www.heise.de/newsticker/data/atr-22.03.00-001/, zuletzt besucht am 6.4.2002.

gegenübersteht. Experten sprechen momentan von bis zu 37 Millionen „Internet-Verweigerern".[44]

Ein letzter Punkt im Kontext einer Gesellschaft wie der Bundesrepublik ist die unterschiedliche Nutzung neuer Technologien nach Alter aufgeschlüsselt. Die Verbreitung von Computern und auch Internetzugängen ist unter jungen Menschen sehr viel häufiger als unter älteren Menschen verbreitet. „Die 20- bis 29-Jährigen nutzen das Internet im Vergleich zu anderen Altersgruppen in Deutschland am stärksten. Eine im Auftrag des Musiksoftwareherstellers eJay vom Marktforschungsinstitut TNS-EMNID durchgeführte repräsentative Studie über die Verbreitung von Computern und die Nutzung des Internet hat ergeben, dass ungefähr 40 Prozent dieser Altersgruppe online sind."[45]
Ältere haben häufig Schwierigkeiten, die neue Technik zu verstehen, aber auch schon die Fachbegriffe haben abschreckende Wirkung: Provider, Account, Flatfee, Pay as you go, und wie die ganzen englischen Fachbegriffe alle heißen sind abschreckend genug für viele ältere Menschen, dass sie sich dieses nicht mehr zutrauen. Von der sozialen Lage vieler älterer Mitbürger einmal ganz abgesehen.

Als letzter Punkt unter dieser Überschrift: man sollte auch oder gerade in einer hochtechnisierten Gesellschaft wie der Bundesrepublik über die Ländergrenzen hinausgehen. Das Internet ist quasi weltweit verbreitet und wird ja auch mit diesen internationalen Möglichkeiten beworben.

Hierbei sind obengenannte Punkte - Computerbesitz, Zugang zum Internet, Kosten, Sprachkenntnisse - besonders zu beachten. Nach einer Untersuchung des Informationsdienstes des Instituts der deutschen Wirtschaft aus dem Jahre 2000 sind die Differenzen der Verteilung von PCs weltweit dramatisch: in Luxemburg als Spitzenreiter kommen auf 100.000 Einwohner 73.000 Rechner; in afrikanischen Ländern wie Ghana oder Tansania stehen bezogen auf 100.000

[44] http://www.emnid.tnsofres.com/presse/p-2001_05_15.html, zuletzt besucht am 6.4.2002.

Einwohner aber nur 160 Computer. Den letzten Platz in dieser Liste nimmt mit 20 PCs Niger ein.[46]

Diese Reihung aus dem Jahr 2000 basiert zwar, wenn man die Statistik genau betrachtet, auf Zahlen aus dem Jahr 1998, der entsprechende Trend, dass die Computerdichte pro Einwohner in den Entwicklungsländern sehr viel geringer ist als in den Industrienationen, kann allerdings auch 4 Jahre später nicht ernsthaft bestritten werden.

Auch hier greift wieder eine soziale Auslese, denn Hard- und Software kosten in Entwicklungsländern kaum weniger als in unseren Breitengraden. Nach einem Bericht der Deutschen Stiftung Weltbevölkerung zählte Tansania 1998 zu den ärmsten Ländern der Welt bei einem jährlichen Pro-Kopf-Einkommen von 220 US-Dollar.[47]
Nimmt man dieses durchschnittliche Einkommen und vergleicht es mit damaligen Hard- und Softwarepreisen, so wird schnell klar, dass in solchen Ländern, wenn überhaupt, nur eine kleine Oberschicht finanziell in der Lage ist, sich PCs zu leisten. Vom weit verbreiteten Analphabetismus unter der einfachen Bevölkerung in den Entwicklungsländern einmal ganz zu schweigen.

Dass die Masse der Bevölkerung in den Entwicklungsländern somit keine Chance hat, Angebote im Internet wahrzunehmen oder selbst Inhalte einzustellen, ist also offensichtlich. Die bestehende Kluft der Technisierung und Informationsverarbeitung zwischen den Industrienationen, in denen sich die neuen Techniken lawinenartig verbreiten, und den Entwicklungsländern wird ergo zumindest kurzfristig vergrößert.
Für die Themenbereiche Kirche oder Religion bedeutet dies, dass eine Schwerpunktverlagerung oder eine hohe Wertung dieser Technik die Gefahr

---

[45] http://www.heise.de/newsticker/data/chr-07.04.00-001/, zuletzt besucht am 7.5.2002.
[46] http://www.iwkoeln.de/IWD/I-Archiv/iwd30-00/iwd30-00-1druck.htm, zuletzt besucht am 26.3.2002.
[47] http://www.dsw-online.de/magic_kopf1.shtml?projekte/nav_projekte.html?projekte/b_tansania_1.html, zuletzt besucht am 25.4.2002.

des Ausschlusses von Gesellschaftsgruppen, Einkommensgruppen oder fast ganzen Kontinenten ins sich trügen. Niemand wird ernsthaft behaupten können, dass der, der das Internet für den Bereich Kirche propagiert, bewusst oder unbewusst Schichten ausschließen möchte, jeder Befürworter muss sich aber zumindest über diese Risiken im Klaren sein.

5.2 Textwahrnehmung

Wer häufig Computer nutzt, kennt das Phänomen, dass längere Texte am Bildschirm häufig ausgedruckt werden, um sie noch einmal genau zu lesen, denn die Erfahrung zeigt, dass man viele Dinge am Bildschirm einfach überliest, seien es Rechtschreibefehler, inhaltliche Fehler oder ein fehlender Zusammenhang.
Dies ist ein weit verbreitetes Phänomen, was durch mehrere Studien belegt ist.[48]
Ein weiteres Problem zeigt sich in diesem Zusammenhang: viele Dinge, die man ausdrucken möchte - seien es Chatverläufe, Webpages oder sogenannte „Instant Messages" - lassen sich nicht oder nur sehr schwer auf einem üblichen Computer-Drucker auf Papier bannen. Spätestens hier sind die Nutzer explizit auf den Computerbildschirm als Ausgabemedium festgelegt.

Wissenschaftler an der Ohio State University haben im August 2000 in einer vielfach zitierten Studie herausgefunden, dass Studierende, die Essays auf Computerbildschirmen gelesen hatten, diese Texte schwerer verstanden haben, weniger interessant und weniger überzeugend fanden als ihr Kollegen in der Kontrollgruppe, die den selben Text auf Papier gelesen hatten.[49]

---

[48] Vgl. Kirsten Werbunat: Das papierlose Büro bleibt Illusion, Studie: Trotz digitaler Revolution mag niemand auf Papier verzichten, In: Die Welt, Ausgabe vom 14. 08. 2000, von http://www.welt.de/daten/2000/08/14/0814w1185328.htx?print=1, zuletzt besucht am 12.5.2002.
[49] TEXTS ON COMPUTER SCREENS HARDER TO UNDERSTAND, LESS PERSUASIVE, http://www.acs.ohio-state.edu/units/research/archive/comptext.htm, zuletzt besucht am 11.3.2002.

Hierbei spielte es keine Rolle, ob die Fragen am Ende des Testes auf dem Bildschirm oder auf Papier gestellt wurden. „There were no significant differences between the students who read the texts online and responded to the questionnaires on paper, and those who read the online texts and also responded to the questions online."[50]
Begründet wird dies mit der Annahme, dass der Leser sich beim Lesen und Memorieren von Texten auf Papier Strategien aneignet, die im vorliegenden Fall von den Versuchspersonen nicht auf das Lesen am Bildschirm übertragen werden konnten.
“There is no reason they should be harder to understand. But we think readers develop strategies about how to remember and comprehend printed texts, but these students were unable to transfer those strategies to computerized texts."[51]
In vielen Bereichen ist es so, dass reine Textnachrichten übermittelt werden. So ist es zwar auf Webseiten möglich und üblich, Grafiken und Bilder zur Erläuterung des Textes oder als optischen Anker- oder Trennpunkt einzusetzen, doch beispielsweise wiederum bei Chaträumen ist dies nur durch reinen Text möglich. Hier lassen sich Gefühle und Emotionen nur sehr schlecht ausdrücken, da Text solche Äußerungen nur schwerlich vermitteln kann, zumal in einem solch kurzlebigen Medium.[52] Da bis auf den gesehenen Text keine weiteren Signale (Gestik, Mimik, Stimmlage, etc.) über die Gefühlslage des Gegenüber transportiert werden, bleibt es der Phantasie überlassen, diesen Informationsmangel zu füllen.
Um hierfür ein Hilfsmittel zu haben wurden schon in der Frühphase des Internets sogenannte „Emoticons" und „Akronyme" geschaffen, mit denen ein Nutzer Gefühlsäußerungen textuell darstellen kann.[53]

---

[50] ebd.
[51] ebd.
[52] Bei vielen Chats verschwindet das Geschriebene nach kurzer Zeit vom Bildschirm und ist nicht wieder herstellbar.
[53] Emoticons bestehen meistens aus Satzzeichen, das bekannteste Emoticon ist sicherlich „ :-) " als Ausdruck der Freude, Akronyme sind englische Abkürzungen, die häufig bei Chats und Instant Messages eingesetzt werden und vollständige Sätze ausdrücken, beispielsweise „brb" für „Be right back" – „ich bin gleich wieder zurück".

Diese Abkürzungen sind allerdings nur für Eingeweihte verständlich oder für Nutzer, die sich schon längere Zeit mit dem Medium beschäftigen. Trotz all dem sind in rein textuellen Botschaften Missverständnisse nicht auszuschließen.

Als letzten Punkt im Bereich Textwahrnehmung kann man festhalten, dass ein großer Teil der Bevölkerung funktionale Analphabeten sind. „In der Kategorie Leseverständnis nimmt auch hier die Bundesrepublik einen traurigen Spitzenplatz ein: 27 Prozent der Jungen sind als funktionale Analphabeten oder eine Leistungsstufe darüber einzuordnen. (Mädchen: 18 Prozent)".[54] Was dies für das Lesen längerer Texte bedeutet kann man sich sicher vorstellen.

Gerade theologische Texte sind häufig länger als Texte in beispielsweise einer Tageszeitung. Um diesem gesellschaftlichen Manko zu begegnen müssten Autoren ihre Texte kürzen und vereinfachen. Dass dies möglicherweise zu Lasten des zu vermittelnden Inhaltes und der Qualität ginge, scheint verständlich.

5.3 Störfaktoren

Zunächst wird auf systembedingte Störfaktoren eingegangen. Wer mit dem PC arbeitet kennt dies: der Computer stürzt - egal mit welchem Betriebssystem - hin und wieder ab, d.h. ein Arbeiten am PC ist nicht möglich, und der Rechner muss neu gestartet werden. Dies führt natürlich zur zwangsweisen Unterbrechung der Arbeit oder zur Störung der Aufmerksamkeit, denn solange der PC wieder „hochgefahren" (neu gestartet) werden muss, ist ein Arbeiten nicht möglich. Ein Buch oder ein Stift kann ebenfalls hinfallen oder eben „abstürzen“, ein langwieriger Neustart ist dann jedoch nicht von Nöten.

[54] Fast in jeder Hinsicht ein Desaster. Dokumentation der Ergebnisse der weltweiten Pisa-Bildungsstudie, taz Nr. 6618 vom 5.12.2001, Seite 14.

Weitere systembedingte Störfaktoren sind inkompatible Programme. So sind ältere Programme häufig nicht dazu in der Lage, Angebote wahrzunehmen, die auf neuere Programme oder Programmversionen zugeschnitten sind.

Sehr häufig ist im Internet Werbung vertreten. Viele Angebote werden ausschließlich durch Werbung Dritter finanziert. Dies stellt sich meist so dar, dass sogenannte "Banner", kleine Werbegrafiken, auf Homepages eingeblendet werden, die natürlich, das ist Sinn der Werbung, Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Dies stört wiederum beim Betrachten von Inhalten und lenkt ab. Zudem kommt es sehr häufig vor, dass die Inhalte von Werbung auf den Nutzer zugeschnitten werden, so dass hier ähnliche Interessen bedient werden, die dazu verführen, dass der Nutzer das eigentliche Angebot verlässt, um der Werbung zu folgen. Besonders blinkende oder in schreienden Farben gehaltene Werbebanner sind beim längeren aufmerksamen Lesen eines Textes entnervend.

Ein weiterer Störfaktor sind andere Nutzer und deren Verhalten. Dies ist besonders - gegeben durch die Interaktionsmöglichkeit verschiedener Nutzer - im Chat oder in Diskussionsforen zu finden. Chaträume sind häufig themenzentriert, und dort kommt es immer wieder vor, dass Nutzer solche Chaträume nur aufsuchen, um zu stören, anderen ihre Meinungen aufzunötigen oder sich über vollständig andere Themen zu unterhalten.

Ein letzter möglicher Störfaktor sind die externen Störungen in der realen Umgebung des Nutzers. Ein Mensch, der am Computer sitzt, kann neben der Computerarbeit durchaus noch Musik hören, essen und/oder sich unterhalten. Möglich ist weiterhin, dass er unterbrochen wird durch andere oder dass etwas außerhalb des Computers die Aufmerksamkeit auf sich zieht.
Ein ungestörtes Arbeiten, wie idealerweise in einer Bibliothek, ist somit nicht immer möglich und vor allem abhängig von der Selbstdisziplin des Computernutzers, denn er muss gegebenenfalls äußere Störungen soweit wie möglich minimieren.

Ist dies nicht möglich, erhalten Inhalte, beispielsweise eines Webangebots, eben gerade nicht eine ungeteilte Aufmerksamkeit,[55] sondern werden bestenfalls oberflächlich beachtet.

5.4 Relevanz der Inhalte und Bedeutung der Angebote

Bei vielen Angeboten im Internet stellt sich für den Fachmann die Frage: Wer bietet dieses Thema, den Inhalt, der hier dargestellt wird, an? Für den Laien oder den Internetneuling ist häufig nicht zu erkennen, wer hier Inhalte anbietet. Dies führt dazu, dass Internetanfänger Informationen aus dem Internet für bare Münze nehmen, während erfahrenere User hier zumindest Vorsicht an den Tag legen.

„In der traditionellen Medienpraxis wurde die Zuschauerin oder der Leser nur selten mit Angeboten konfrontiert, deren Wert sie bzw. er nicht via Zuordnung zu einem bestimmten Verlag, zu einer bestimmten Institution oder zu einem bestimmten Autor - d.h. zu einem vorgegebenen Allgemeinen - vor aller Lektüre grob hätte beurteilen können. Im Internet ist das anders. Durch den Einsatz von Suchmaschinen im World Wide Web sowie bei der Arbeit in den verschiedenen Datenbanken, die via Web zugänglich sind, werden Nutzerinnen und Nutzer zu einem bestimmten Stichwort mit einem breiten Spektrum ganz unterschiedlicher Informationen mit nicht immer transparenten Herkünften und häufig nur schwierig zu ermittelnden Zurechenbarkeiten konfrontiert. Während das klassische Mediensystem etwa im Zeitungs- und Fernsehbereich darauf aufbaut, dass die Zuschauerin bzw. der Leser einer häufig langfristig stabilen Präferenz bestimmter Redaktionen vertraut und deren Perspektive mitvollzieht, haben wir es im Internet mit einem „Information Overload" zu tun, der sich auch unter Einsatz komplexer Suchmaschinen letztlich nur durch die reflektierende

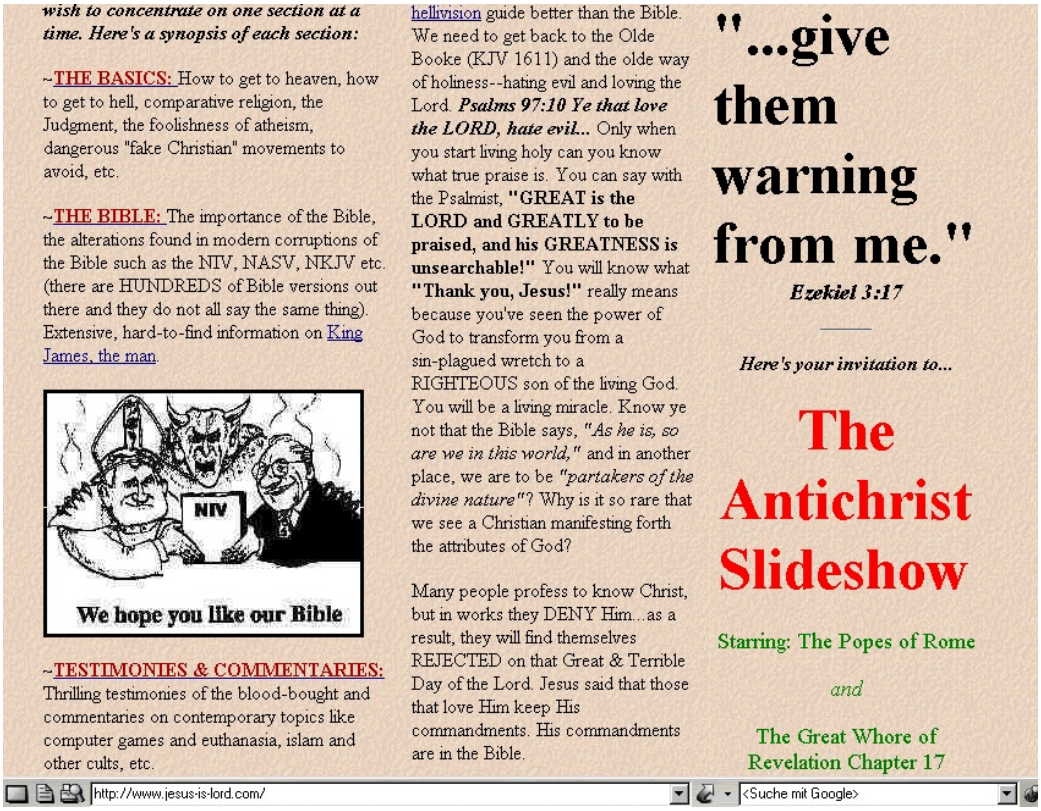
Urteilskraft der einzelnen Nutzerin und des einzelnen Nutzers kanalisieren läßt. Anders formuliert: Unter Internet-Bedingungen beginnen Nutzerinnen und Nutzer - unterstützt durch intelligente technologische Tools - einen Teil derjenigen Selektionstätigkeiten zu übernehmen, die im klassischen Mediensystem von der Zunft der Journalisten durchgeführt werden."[56]

Die User müssen also bei der Suche nach Informationen journalistische Fähigkeiten an den Tag legen, sollen nicht Fehlinformationen oder Lücken das Suchergebnis beeinträchtigen. Gleichzeitig muss schon vorab zumindest eine gewisse Fachkompetenz vorhanden sein, um die Relevanz eines Beitrages oder grobe Fehler von vorneherein zu erkennen.

Ein Beispiel: Unter der Adresse „http://www.jesus-is-lord.com/germamos.htm" findet man das Buch „Amos". Der Laie wird den hier dargebotenen Text möglicherweise als echt auffassen. In wie weit Erkenntnisse der Bibelwissenschaft in dieser Textfassung berücksichtigt wurden, bleibt ungeklärt. Ebenfalls fehlt hier eine kurze Einführung in den historischen Kontext, Verweise auf andere Bibelstellen, Hinweise auf unklare Übersetzungen und all die anderen Dinge, die eine Textfassung, wie sie in einer wissenschaftlichen Bibliothek zu finden ist, enthält. Spätestens wenn man auf die Hauptseite des Angebots geht – was aller Erfahrung nach viele Nutzer eben leider gerade nicht tun - und dort den Verweis auf ein Angebot „Here's your invitation to... The Antichrist Slideshow Starring: The Popes of Rome and The Great Whore of Revelation Chapter 17, The Roman Catholic Religion"[57] findet, sollte der Nutzer begründet mißtrauisch werden.

---

[55] Zur Aufmerksamkeit vgl. den Beitrag: Rötzer, Florian: Aufmerksamkeit - der Rohstoff der Informationsgesellschaft, In: Bollmann, Stefan, Heibach, Christiane (Hg.): Kursbuch Internet, Hamburg 1998, S. 88 – 103.
[56] Sandbothe, Mike: Das Internet als Massenmedium: Neue Anforderungen an Medienethik und Medienkompetenz, http://www.uni-jena.de/ms/massmed.html, zuletzt besucht am 16.3.2002.
[57] http://www.jesus-is-lord.com/, zuletzt besucht am 14.5.2002.



Da jedoch viele User gezielt auf der Suche nach Informationen (Suchbegriff „Prophet Amos") sind und nicht genauer auf den Kontext achten, sondern zufrieden irgend etwas verwenden, über das sie bei dieser Suche gestolpert sind, kommen so häufig äußerst unwissenschaftliche, ja sogar völlig falsche Ergebnisse zustande.

Als nächste Frage ist zu beachten: was wird hier angeboten? So kann natürlich ein Autohersteller in einer Unterrubrik seines Webangebotes theologische Texte veröffentlichen, aber ebenso seltsam wäre es, wenn im Webangebot der Deutschen Katholischen Kirche plötzlich Angebote von Kleinwagen zu finden wären. Dies mag jetzt überspitzt klingen, aber dieses Beispiel verdeutlicht eine alltägliche Erscheinung im Internet: jeder scheint sich zu allem berufen zu fühlen und ist für etwas Experte. Und mancher Nutzer ist blauäugig genug, solchen scheinbaren Experten zumindest kurzzeitig Aufmerksamkeit zu schenken. „In Wirklichkeit jedoch verliert sich das Wertvolle im Firlefanz der Millionen Nutzer, die Botschaften ins Netz schicken. Es gibt keine Hinweise auf die guten

Sachen - man weiß nicht, welche Texte das Lesen lohnen. Man kann nur nach Themengebieten wählen, aber es gibt keine Möglichkeit, nur die interessanten Kommentare aufzurufen. Mit der Chance eines jeden, seine Arbeiten ins Netz zu schicken, erinnert das Internet langsam an die Ramschkisten vor den Buchhandlungen: es bleibt dem Leser überlassen, den Bodensatz noch einmal durchzusieben. Was im Netz fehlt sind echte Lektoren."[58]

Besonders mit Vorsicht zu genießen sind reißerische Beiträge und Themen, die im Netz ihr Publikum finden. Als schon fast eigenständige Gattung hat sich auf technischem Gebiet der Hoax[59] verbreitet, eine Art Aprilscherz. Immer wieder kursieren Warnungen vor angeblich besonders bösartigen Viren, die sich per eMail verbreiten sollen. Diese Warnungen werden meist von gutgläubigen Internet-Nutzern verbreitet, die diese Warnungen selbst ebenfalls per eMail erhalten haben. Das Schlimme daran ist nicht die inhaltliche Warnung, sondern die Panik, die unter Laien dadurch ausgelöst wird, einerseits sowie die Verstopfung der Mailboxen andererseits.[60]

Als nächster Punkt, der in wissenschaftlichen Arbeiten von entscheidender Bedeutung ist, ist die Überprüfbarkeit von Zitaten, Studien und Aussagen zu nennen. Viele Inhalte im Internet werden, sei es in Unkenntnis der Verfahrensweise beim wissenschaftlichen Arbeiten, aus Absicht oder aus Faulheit, nicht überprüfbar gehalten, d.h. Dinge werden zitiert, bei denen nirgends angegeben ist, woraus zitiert wurde, es werden Behauptungen aufgestellt, die nicht verifizierbar sind, oder Studien angeführt, die der Leser erst nach längerer Recherche, wenn überhaupt, entdecken kann.
Gleichzeitig ist an dieser Stelle natürlich ein Vorteil des Internets nutzbar: die unmittelbare Vergleichbarkeit - der Leser kann schnell und ohne Aufwand Inhalte von Angeboten miteinander vergleichen. Wenn aber zu einem einzelnen Thema nur ein Beitrag zu finden ist, müssten hier klassische Wege, wie die

---

[58] Stoll, Clifford, Die Wüste Internet, Frankfurt am Main 1998, S. 65.
[59] engl. hoax, altengl. hocus: Scherz, Falschmeldung.
[60] Weitere Informationen zu diesem Thema vgl.: http://www.hoax-info.de/.

Bibliotheksrecherche, beschritten werden. Wenn sich der Nutzer diese Mühe sowieso nicht macht, was wie gesagt allzu häufig der Fall ist, löst sich dieser mögliche Vorteil natürlich schnell in Luft auf.

Als letzter Punkt in diesem Zusammenhang stellt sich die Frage: ist das Gefundene relevant? Zu praktisch jedem Thema findet man etwas im Internet. Mittlerweile kann man diese Behauptung sicher stehen lassen, wenn man von einzelnen wenigen Spezialthemen absieht und alle Möglichkeiten wie Newsgroups, FTP-Server und Mailinglisten zur Recherche heranzieht.
Für Wissenschaftler ist dies natürlich von entscheidender Bedeutung: durch den Fortschritt in den Wissenschaften und die immer größeren Informationsmengen sowie die die damit einhergehende Spezialisierung des einzelnen Wissenschaftlers ist das zu bearbeitende Themengebiet immer kleiner geworden.
Für die Allgemeinheit der Masse der Internetnutzer sind diese kleinen Themeneinheiten ohne Relevanz, hier geht es bei der Suche nach Informationen weniger um klar definierte Spezialgebiete als eher um kurze überblicksartige Darstellungen eines Gesamtthemas. Trotzdem kann für einen Laien ein einzelnes Spezialthema bei der ungerichteten Suche nach einer allgemein gehaltenen Gesamtdarstellung eine ungebührlich herausragende Position einnehmen, wenn er nichts anderes zu diesem Thema findet. Wer schon einmal mit einem Laien, der gerade eben irgendwo im Internet irgend einen Artikel zu einem Thema der Theologie gelesen hat, über ein Thema der Theologie diskutiert hat oder diskutieren wollte, weiß, wovon der Autor an dieser Stelle redet.

5.5 Flüchtigkeit und Aktualität von Angeboten

5.5.1 Flüchtigkeit

Angebote im Internet sind nicht vergleichbar mit einer Bibliothek, wie sie im klassischen Sinne bekannt ist, denn hier kommen andere Faktoren zum Tragen. In einer Bibliothek werden Bücher angeschafft, katalogisiert, in die Regale eingestellt und stehen dann jedem Interessierten zur Verfügung und können meist für eine bestimmte Zeit ausgeliehen werden, kehren dann aber ins Regal zurück. Sie verändern nicht ihren Inhalt, es sei denn durch Sachbeschädigung oder sie verschwinden komplett durch Diebstahl.

Im Internet ist dies anders: hier können Texte ungesehen und unbemerkt direkt auf dem Server geändert werden. Der Autor eines Textes bzw. der Serveradministrator hat jederzeit Zugriff auf den Text bzw. seinen Inhalt, während der Rezipient zwar den aktuellen Text am Bildschirm lesen oder ihn für seine Zwecke ausdrucken kann, sonst allerdings keine Möglichkeiten der Einflussnahme hat.

Es kann auch durchaus sein, dass ein Angebot plötzlich verschwindet. Anders als in der Bibliothek, in der ein Buch ja zumindest (Diebstahl ausgenommen) vorhanden sein sollte, ist eine Webseite, ein Angebot im Internet plötzlich einfach verschwunden.[61]
Dies kann dadurch zustande kommen, dass das Angebot vorsätzlich gelöscht wurde, sei es, dass ein Angestellter einer Universität seinen Arbeitsplatz aufgegeben hat um in der freien Wirtschaft zu arbeiten, und der Systemadministrator folgerichtig den kompletten Account und alle Inhalte aus dem System entfernt hat, dass die Mitgliedschaft bei einem Internet Service Provider gekündigt wurde und die Seiten dadurch verschwunden sind oder dass der Anbieter das Angebot für nicht mehr aktuell hielt oder sich seine Interessen gewandelt haben, so dass er selbst die Inhalte seiner Seite gelöscht hat.

---

[61] Nur ein Beispiel: auf der Seite http://katholische-kirche.de/Service/index.html ist auf ein Dokument verwiesen „Selzer, Jochim: Betrachtungen zu Sinn und Zweck sowie technischer Umsetzbarkeit einer Internet-Anbindung der Thomas-Gemeinde. Kiel : 1999." Im WWW unter: http://www-computerlabor.math.uni-kiel.de/~jselzer/Internet4BTH/.“ Der Account von Jochim Selzer ist zwar noch auf dem Server der Uni Kiel vorhanden, die entsprechende Webpage ist jedoch verschwunden.

Ebenfalls ist möglich, dass durch eine ständige Aktualisierung Texte aus dem Zugriffsbereich eines Nutzers verschwinden, da die Texte ins (zugriffsbeschränkte) Archiv verlagert werden oder komplett durch neue Texte und Inhalte ersetzt werden. Dies ist bei vielen Tageszeitungen, die Ihre Inhalte im Web anbieten, der Fall. Ein lokales Beispiel ist die Saarbrücker Zeitung.[62] Die aktuellen Inhalte werden dem Nutzer kostenlos präsentiert, eine Recherche im Online-Archiv der Saarbrücker Zeitung (sämtliche SZ-Artikel seit 1993) ist jedoch kostenpflichtig.
Gerade wenn man verlinktes Material längerfristig nutzen will stößt man auf Probleme.[63]
Bei Newsgroups und Foren spielt hier ein anderer Faktor eine Rolle: bei Newsgroups und Foren ist klar durch Datum gekennzeichnet, in wie weit Beiträge aktuell sind. Bei Newsgroups ist es zudem so, dass alte Newsartikel regelmäßig gelöscht werden. Wie lange ein Artikel erhalten bleibt, ist auf jedem Server und für die verschiedenen Gruppen unterschiedlich. Meist „halten" Artikel einige Tage bis Wochen. Allerdings verschwinden auch hier nach einiger Zeit die Beiträge vollständig und müssen erst in News-Archiven wieder gefunden werden, wenn sie dort überhaupt archiviert wurden.

5.5.2 Aktualität

Viele Webangebote im Internet werden nicht oder nur sehr selten aktualisiert bzw. einfach kommentarlos aufgegeben. Dies ist den meisten Internetnutzern bekannt und ein allgemeines Ärgernis. Als kleines Beispiel an dieser Stelle eine Homepage der Fachschaft Informationswissenschaft an der Universität des Saarlandes: Alles, was dort zu finden ist, ist ein kurzer Text aus dem Jahr 2000. „Zur Zeit ist das Webangebot der Fachschaft Informationswissenschaft nicht verfügbar...
Wir haben ein paar Infos für Neuanfänger zusammengestellt...

---

[62] http://www.sz-newsline.de/.
[63] Vgl. Meyer, Angela: Linkfäule, Wissenschaftler untersuchen die Lebensdauer von Hyperlinks, c't 9/2002, S. 54.

Wer mit zur ISI 2000, die vom 8. bis 10.11.2000 in Darmstadt stattfindet, fahren möchte, kann sich auf der ISI-Mailingliste anmelden. Zur Mailingliste der Fachschaft. Den Fachschaftsrat kann man unter der Email-Adresse fachschaft@is.uni-sb.de erreichen, z.B. für Fragen zum Studium..."[64]

Dies führt dazu, dass falsche Links, Adressen, Ansprechpartner, Angaben jedweder Art publiziert werden, die schlicht und einfach veraltet sind. Für den Nutzer stellt es sich im ersten Moment so dar, dass das Angebot für ihn aktuell ist, denn er hat es ja gerade erst aufgerufen; auf vielen Seiten ist jedoch nicht erkennbar, wann die Inhalte erstellt wurden. Viele Angebote werden nur einmal erstellt und gelten dann als fertig.
Der Grund hierfür ist sicher im hohen Personalaufwand zu finden, schon die Erstellung eines Angebotes kostet Zeit und Geld, es muss fachkundiges Personal zur Verfügung stehen. Viele Betreiber eines Angebotes, natürlich auch Universitätseinrichtungen, verstehen nicht, dass das Betreiben eines Webservers eher zu vergleichen ist mit der permanenten Erstellung einer Tageszeitung als mit der Erstellung einer Broschüre, die bald vergriffen ist. Denn ständig ändern sich Dinge und diese sollten dann auch ständig im eigenen Angebot aktualisiert werden.

Bei Newsgroups und Foren ist durch Datum klar ersichtlich, wie alt Beiträge und darauf aufbauend wie aktuell die Inhalte höchstwahrscheinlich sind. Bei Newsgroups ist es sogar so, dass wenn längere Zeit keine Beiträge eingestellt werden, die Gruppe früher oder später vollständig leer ist.

5.6 Netzgemeinde - Virtuelle Gemeinde?

Im Internet spricht man oft von der sogenannten Netzgemeinde. Gemeint ist hier die vermutete Gemeinschaft aller Nutzer des Internets. Dieser Begriff lässt sich

[64] http://fs-infowiss.phil.uni-sb.de/, zuletzt besucht am 14.5.2002.

schon früh im deutschsprachigen Raum nachweisen.[65] Die Verwender dieses Begriffes vermuten eine Gemeinschaft der Benutzer, gleiche Interessen, gleiche Ziele und wollen damit ausdrücken, dass eine bestimmte Bevölkerungsgruppe das Internet nutzt. Man darf jedoch nicht vernachlässigen, dass man hier die freie Übersetzung des Begriffs der "Online community" aus dem amerikanischen, was eigentlich eher Online oder Netz-"Gemeinschaft" bedeuten würde, sieht. Netzgemeinde wurde als verkürzendes und eher metaphorisches Synonym verwendet.

Im Zuge der Euphorie hinsichtlich der neuen Medien und sicher auch nicht unbeeinflusst vom Begriff der „Netzgemeinde" haben sich einige Autoren Ende der neunziger Jahre dazu hinreißen lassen, von „Cyber-Churches" oder virtuellen christlichen Gemeinden zu schreiben, so beispielsweise Hans Norbert Jankowski: „Gleichsam als Gegenbewegung zur hybriden 'Cyberreligion' bilden sich die ersten Cyberchurches, virtuelle christliche Gemeinden, die es nur im Internet gibt und bei denen Zugehörigkeit offener definiert wird als durch die Mitgliedschaft: intermediär, auf Kündbarkeit, aber auch auf intensive Teilnahme angelegt. Es scheint sogar der Tag nicht fern, an dem Menschen bevorzugt einer virtuellen Kirche angehören und nicht mehr unmittelbar am Leben einer Ortsgemeinde teilnehmen werden."[66] Was hier Jankowski unter „Gemeinde" versteht, bleibt im Dunkeln. Auch Nethöfel und Schnell sprechen von zu erwartenden Cyberchurches. Jankowski, Nethöfel und Schnell gehen sogar davon aus, dass es schon jetzt (1998) Cyberchurches gäbe.[67] Es stellt sich also die Frage: gibt es solche Gemeinden und kann man virtuelle christliche Gemeinden überhaupt als christliche Gemeinden bezeichnen?

---

[65] Doering, Nicola: Einsam am Computer? Sozialpsychologische Aspekte der Usenet Community ftp://ftp.uni-stuttgart.de/pub/doc/networks/misc/einsamkeit-und-usenet), zuletzt besucht am 14.5.2002.
[66] Nethöfel, Wolfgang; Schnell, Matthias (Hg.): Cyberchurch? Kirche im Internet, Frankfurt am Main 1998, S. 8.
[67] Vgl. auch Nethöfel, Wolfgang; Schnell, Matthias: Einleitung: auf dem Weg zur digitalen Kirche, In: Nethöfel, Wolfgang; Schnell, Matthias (Hg.): Cyberchurch? Kirche im Internet, Frankfurt am Main 1998, S. 9 f.

5.6.1 Gibt es Cyberchurches?

Schon nach kurzer Suche im Internet lassen sich Angebote finden, die sich selbst als „Cyberchurch" bezeichnen, beispielsweise die „First international Church of the Web", http://ficotw.org/. Doch dieses Angebot zeichnet sich wie die meisten anderen Angebote dadurch aus, dass es sich hierbei um eine Plattform eines einzelnen oder zumindest einer sehr kleinen Gruppe von Menschen zu handeln scheint, die lediglich Texte und Meinungen veröffentlichen. Eine Interaktion mit Nutzern ist bei diesem Angebot wie bei vielen anderen auch nicht zu erkennen. Zudem scheint der Enthusiasmus, die Webseite zu betreiben, stark nachgelassen zu haben: Gab es laut dem Newsletter-Archiv[68] bis Februar 2000 monatlich einen Rundbrief an alle Mitglieder, wurden seitdem lediglich einmal jährlich zu Weihnachten solche Rundbriefe per eMail verschickt. Andere selbsternannte „Cyberchurches" bestehen aus gerade mal einer einzigen Homepage ("The First Church of Cyberspace", http://www.godweb.org/), wurden seit Monaten nicht mehr aktualisiert („The WebChurch- The WorldWide Virtual Church from Scotland", http://www.webchurch.org/) oder sind vollständig verschwunden („Faith Chapel of the Internet", http://www.praisenet.com/faith/).
Im deutschsprachigen Raum gibt es auch nach längerer Suche kein Angebot, welches sich selbst als „Virtuelle Kirche" bezeichnet. Zu finden ist die bekannte „Virtuelle Diozese Partenia" (http://www.partenia.org/ger/) sowie eine virtuelle Kirche der FFN-Funcity (http://www.funama.de/). Ansonsten befinden sich viele reale Gemeinden auch mit verschiedenen Angeboten (Kirchenbesichtigung, Mailinglisten) im Internet.
Im übrigen scheint für alle vom Autor gesichteten selbsternannten „virtuellen Kirchen", egal ob deutsch oder englischsprachig, die nicht ganz ernst gemeinte Anleitung „Zehn Schritte zur eigenen virtuellen Kirche"[69] umgesetzt worden zu sein.

---

[68] http://ficotw.org/nwsarchive.html, zuletzt besucht am 2.5.2002.
[69] http://www.kath.de/quodlibe/ownchurc.htm, zuletzt besucht am 2.5.2002.

5.6.2 Gibt es virtuelle Gemeinden?

Um das Wort „Gemeinde" zu verwenden muss es zunächst einmal sinnvoll definiert werden. Der Begriff „Gemeinde" ist als Wort und Sache erst nach dem zweiten vatikanischen Konzil in den Mittelpunkt katholischer Theologie und Praxis gerückt. Mit Hilfe dieses Begriffs wollte man ein rein hierarchisches Kirchenverständnis vermeiden. „Gegenüber der zuerst als rechtlich-institutionellen Größe (als territoriale kirchl. Verwaltungseinheit) erscheinenden Pfarrei läßt 'Gemeinde' viel eher einen im gemeinsamen Glauben gründenden freien Zusammenschluß von Personen assoziieren. Gegenüber Kirche als weltweiter Großinstitution verweist 'Gemeinde' auf die konkrete Versammlung von bestimmten Gläubigen.“[70]

Dies ist ein Ansatz für eine Definition von Gemeinde, wie wir sie heute verstehen. Im LTHK definiert Wiedenhofer den Begriff noch genauer: „Mit dem G.[meinde] Begriff sind Konnotationen wie Gemeinschaftlichkeit, Versammlungscharakter, Personalität, Freiwilligkeit, Pluralität, Dynamik und Gleichheit verbunden. Die semant. Vielfalt gründet in der Sache, insofern in den kirchl. Sozialformen Gemeinschafts- u. Versammlungscharakter auf der einen, Ortsgebundenheit, Öffentlichkeit u. Universalität auf der anderen Seite in vielfältiger Weise ineinander übergehen."[71]

Die zentralen Punkte, die eine Gemeinde also erfüllen muss, um als christliche Gemeinde zu gelten, sind hier Gemeinschaftlichkeit, Versammlungscharakter, Personalität, Freiwilligkeit, Pluralität, Dynamik und Gleichheit. Diese Punkte gilt es abzugleichen, um festzustellen, ob vorhandene oder angenommene virtuelle religiöse Communities tatsächlich als virtuelle christliche Gemeinden bezeichnet werden könnten.

---

[70] Wiedenhofer, Siegfried: Das katholische Kirchenverständnis, Köln 1992, S. 299.

Der Begriff Gemeinschaftlichkeit ist ein sehr allgemeiner Begriff dafür, dass sich Menschen in welcher Form auch immer zusammen finden, um Dinge gemeinsam zu tun wie Feste zu feiern, Riten zu zelebrieren oder ähnliches. Im Internet ist dies natürlich durchaus möglich, gerade die virtuelle Gemeinschaft lässt dies zu, ja strebt dies sogar an. Allerdings beschränkt die Virtualität gleichzeitig die Möglichkeiten, gemeinsam Dinge zu tun. Ein Fest zu feiern ist durchaus auch virtuell möglich, allerdings kann man ein tatsächliches Fest mit Unterhaltung, Essen, Trinken und Musik nicht ernsthaft mit einem Fest im Chatraum vergleichen, in welchem man sich zwar unterhalten kann, aber jeder zuhause sitzt, seine eigene Musik hört und isst und trinkt was der eigene Kühlschrank hergibt.

Zum Versammlungscharakter: man kann sich im Internet natürlich virtuell versammeln. Dies ist kein Problem, Chaträume bieten natürlich ausreichend Gelegenheit dazu, gleichzeitig an einem bestimmten Ort virtuell präsent zu sein, um sich dort zu unterhalten. Abgesehen von möglichen technischen Schwierigkeiten trifft dieser Versammlungscharakter tatsächlich ausschließlich für Chaträume - bestenfalls noch für die seltenen Live-Konferenzen per Video-Stream - zu, in anderen Bereichen, wie Webseiten, ist jeder Besucher tatsächlich nur Rezipient. Der Besucher sieht nicht, was andere gerade tun, und hat auch keinen Einfluss auf das Dargebotene. Er kann nicht einmal sicher sein, ob er nicht zur Zeit der einzige Besucher dieses Angebotes ist. Auch in den schon erwähnten Foren und Newsgroups kann keine Versammlung stattfinden: jeder schreibt seinen Beitrag zu Themen und erst wenn dieser abgeschickt wurde haben andere Sekunden oder Tage später die Möglichkeit, darauf zu antworten. Man stelle sich dies einmal im realen Leben vor: ein Mensch stellt eine Frage und je nachdem bekommt er sofort oder erst 8 Tage später eine Antwort.

---

[71] Wiedenhofer, Siegfried: LTHK, Artikel "Gemeinde", Spalte 420 f.

Ein Versammlungscharakter kann im Internet also nur eingeschränkt für den Bereich Chat konstatiert werden.

Der Aspekt Personalität dürfte die größte Schwierigkeit hinsichtlich der Erfüllung der Definition von Gemeinde bergen. Gerade beim Personalen kommen viele Faktoren im Cyberchat zum Tragen. Im Internet ist es problemlos möglich, sich verschiedene eMailadressen oder Chatnamen anzulegen und zu nutzen. Hierbei werden gleichzeitig virtuelle Identitäten erzeugt, die vom Nutzer je nach Bedarf eingesetzt werden können und die sich häufig tatsächlich auch wie völlig verschiedene Menschen verhalten. „Einmal drinnen [gemeint ist das Internet], fällt es mir schwer zu sagen, mit wem man es zu tun hat. Bei der Jane Fonda, die in einer Rücksendeanschrift auftaucht, könnte es sich gut um einen Typen handeln; jemand anderer ist vielleicht nur als K8366 aufgeführt. Da man sich im Internet nicht ausweisen muss, können sie so anonym bleiben, wie sie es wünschen. Sie können Namen und Identität wechseln, wenn es ihnen gefällt, und ihre Ortsangabe muss nicht viel mehr sein als ein Rechner mit Netzzugang. Sie können eine selbstbewusste Person erfinden, die frei von Schüchternheit und körperlichen Handicaps ist. Eine Hausfrau in Boise, Idaho, nennt sich Amazon Gal; ein Teenager aus New York City wird zur Ranchhand. Bei diesem Maskenball wissen sie wirklich nicht, mit wem sie sich einlassen."[72]

Diese frei erfindbare Personalität tritt in allen Bereichen des Internets auf, in dem ein Mensch agieren kann: man kann sich fiktive eMailadressen anlegen, kann im Chat unter ständig neuen Namen auftreten, in Newsgroups mit frei erfundenen Absendern posten. Auch wenn eine Gruppe vereinbart, nur unter dem echten Namen aufzutreten oder feste Pseudonyme zu wählen und sich nicht zu verstellen, wie kann man sicher sein, dass dies auch alle so tun?

[72] Stoll, S. 92.



"On the internet, nobody knows you´re a dog"

“On the Internet, nobody knows you're a dog."[73] gilt also weiterhin: man kann nie sicher sein, wer auf der anderen Seite sitzt.

Der Punkt „Personalität" hinsichtlich der Definition von Gemeinde muss also verneint werden.

Die Freiwilligkeit ist im Internet grundsätzlich gegeben: man muss sich freiwillig einwählen, freiwillig bestimmte Angebote, Webseiten, Chaträume, Foren aufsuchen und wird nicht dazu gezwungen. Es bedarf immer einer aktiven Handlung. Nicht einmal sozialer Druck lässt sich an dieser Stelle konstatieren, hiervor ist der Nutzer durch die schon erwähnte Anonymität geschützt.

In vielen Foren, Chaträumen und Newsgroups treffen viele verschiedene Meinungen aufeinander, was von einer großen Pluralität der sozialen Herkunft oder der politischen Einstellung vieler Nutzer zeugt. Dies ist der positive Aspekt der Pluralität im Internet. Leider ist es erfahrungsgemäß so, dass gerade diese Möglichkeit der unkontrollierten oder gar unzensierten Meinungsäußerung negative Begleiterscheinungen hat. „Treffen sie auf der Straße einen Fanatiker, der Obszönitäten brüllt, suchen sie schnell das Weite. Wenn dieselbe Person etwas in die Netznachrichten schickt, haben Sie den größten Teil der Botschaft schon gelesen, bevor sie zur nächsten wechseln. Der Zugang zum Netz verschafft extremistischen Auffassungen Glaubwürdigkeit und Publikum."[74]

---

[73] Zeichnung von Peter Steiner (1993). Ursprünglich erschienen in: The New Yorker Magazine. http://www-public.rz.uni-duesseldorf.de/~kehr/kap2_3_3.htm#10.
[74] Stoll, S. 93.

Dieses Phänomen ist vielen Internetnutzern bekannt: ganze Chaträume, in denen zuvor friedlich diskutiert wurde, werden plötzlich von einem oder mehreren Nutzern betreten, die nichts anderes zu tun zu haben scheinen, als den Chatverlauf zu stören und Feindseligkeiten zu erzeugen. Auch offene Mailinglisten sind ein beliebtes Ziel von Leuten, denen sonst offensichtlich niemand zuzuhören gewillt ist. Bekannt sind auch die sog. „Flamewars" oder kurz „Flames" in Newsgroups, bei denen sich eine kleine Gruppe von Nutzern über ein Thema streitet, und dieser Streit über Wochen in dieser Newsgroup ausgetragen wird mit dem Motto: „Ich habe das letzte Wort". Für alle anderen Nutzer wird diese Newsgroup schnell uninteressant.

„Schulhoftyrannen, die jetzt vor der Tastatur hocken, attackieren Sie, wenn Sie anderer Meinung sein sollten. Grobiane lassen ihre Aggressionen an Neulingen aus und pöbeln sie wegen kleiner Ungeschicklichkeiten an, was an die heftige Feindseligkeit von Autofahrern in einem Verkehrsstau erinnert. Wieder andere tun ihr bestes, um Diskussionen kaputtzumachen, indem Sie provozierende Botschaften senden."[75]

Die Pluralität, die unserer Definition nach von einer Gemeinde verlangt wird, ist im Cyberspace ein zweischneidiges Schwert. Sie ist zwar auf jeden Fall vorhanden, wird aber aufgrund verschiedener Faktoren allzu oft in ihr negatives Extrem verkehrt.

Wenn man etwas über das Internet sicher sagen kann, dann dass es dynamisch ist: ständig neue Entwicklungen, ständig neue Möglichkeiten, die Grenzen der Technik werden tagtäglich erweitert. Die Nutzer, und hier gerade die erfahrenen Nutzer, wissen sich dieser neuen Techniken meist auch sehr schnell zu bedienen. Ein weiterer dynamischer Prozess ist die ständig steigende Nutzerzahl. Allein im zweiten Halbjahr 2000 sind verschiedenen Statistiken zufolge etwa 6 Millionen Nutzer hinzugekommen.

---

[75] Stoll, S. 319.

Mit steigenden Nutzerzahlen steigt auch die Menge der möglichen Interessenten an einem Thema, beispielsweise der Religion, also auch die mögliche Menge der Menschen, die sich in interaktiven Gemeinschaften einbringen können.

Der Aspekt „Gleichheit“ meint sicher auch die Gleichwertigkeit von Meinungen und von Menschen. Eines wurde im Laufe dieser Arbeit schon festgestellt: nicht alle Menschen haben die Möglichkeiten, was allein die Basisressourcen (Energie, Telefon usw.) angeht, siehe hier auch das Kapitel „5.1. Zugang zum Medium". Hier ist definitiv schon eine Ungleichheit vorhanden, die sich nicht leugnen lässt. Die Tatsache, dass immer noch mehr Männer als Frauen im Internet zu finden sind, ist auch zumindest ein Indiz dafür, dass keine vollständige Gleichheit unter den Internetnutzern und denen, die es werden wollen, herrscht. Im Internet scheinen dann alle gleich zu sein, denn alle benötigen eine gewisse Hardware und ein gewisses Technikverständnis. Jedoch weiss der Fachmann: ein Systemoperator oder Administrator kann beliebige Nutzer jederzeit aus einem Chat werfen, sei es, weil sie den Chatverlauf offensichtlich stören, oder auch, weil ihm persönlich die Meinung des Nutzers nicht passt.

5.6.3 Fazit

Viele Ansätze sind zwar vorhanden, wie beispielsweise unter www.internetseelsorge.de, aber auch hier sind lediglich Botschaften oder Texte veröffentlicht. Von einem Gemeindeleben, wie es aus real existierenden Gemeinden bekannt ist, ist keine Spur vorhanden.[76]

[76] „Sie finden auf diesen Seiten zum Beispiel einen umfangreichen Einführungskurs ins Christentum (e-mail-Abonnement), Kurzinformationen darüber, was Katholiken glauben und darüber, wie sie leben (Spiritualität); ein Kurzüberblick über die Kirchengeschichte lässt ahnen, wie die Kirchen wurden, was sie sind. Ein kleines theologisches Glossar, ein Durchgang durchs Kirchenjahr und die Liturgie erkären Begriffe und Ereignisse, die man hört und kennt, deren Bedeutung und Sinn viele nicht mehr verstehen".
http://www.internetseelsorge.de/information.html, zuletzt besucht am 16.3.2002.

Echte Cybergemeinden oder virtuelle Gemeinden haben sich also wohl nicht gebildet oder sind längst wieder verschwunden. Auch die Angebote wie Churchmail scheinen unter Mitgliedermangel zu leiden.

Die Gründe sind offensichtlich: zum einen lässt sich das, was wir als christliche Gemeinde definiert haben, nur schwer oder doch wohl eher gar nicht im Cyberspace verwirklichen, zum anderen ist der Aufwand, eine virtuelle Gemeinschaft am Leben zu erhalten (Aktualisierung, neue Features, Nutzerverwaltung) in der Vergangenheit häufig unterschätzt worden.[77]

[77] Vgl. den angegebenen Aufwand für eine Community-Seite im WWW bei Döring, Dr. Nicola: Netzwärme im Ausverkauf. Online-Communities zwischen Utopie und Profit, c't 11/2001, Seite 92.

6 Vorteile des Internets

6.1 Ortsungebundenheit

Wie bereits mehrfach geschildert ist das Internet nahezu weltweit verfügbar, mit den schon bekannten Ausnahmen wie großen Landstrichen in Entwicklungsländern. In den meisten bekannten Urlaubsländern ist das Internet durchaus verfügbar. Es gibt weltweit so genannte „Internet Cafes", sei es in Bogota,[78] auf Mallorca, oder in Japan. In diesen Internet Cafes hat der Gast die Möglichkeit, gegen ein Entgelt alle Internetdienste zu nutzen, ähnlich wie am heimischen Rechner. Hat nun ein Nutzer Zugriff auf das Internet, egal ob es als Gast irgendwo, an einem frei zugänglichen PC mit Internetanschluss oder in einem Internet Cafe, hat er die Möglichkeit, auf die selben Dinge wie zuhause zuzugreifen. D.h. er kann die selben Webseiten besuchen wie vom heimischen PC aus, er kann die selben Foren aufsuchen oder die Online-Ausgabe seiner Lokalzeitung lesen, wie beispielsweise die Saarbrücker Zeitung unter www.sz-newsline.de. Das Interessanteste ist, dass der Nutzer tatsächlich auf seine eigenen eMails von jedem Ort der Welt aus zugreifen kann.
Vergleicht man das mit der gewöhnlichen Post, ist dies dort bestenfalls per Nachsendeantrag, der wiederum bürokratisch aufwendig ist und sich für einen zweiwöchigen Urlaub kaum lohnt, möglich. D.h. der Nutzer kann seine elektronische Post an seinem Urlaubsort genauso lesen als wäre er zuhause.

---

[78] Zum Beispiel: http://www.proheads.net
ENJOYMENT INTERNET AND COFFE SHOP
19th street No. 6 - 19
Bogota 57 COLOMBIA, South America
Phone: 57 1 342 1577
Fax: 57 1 342 15 77
Email: enjoyment@proheads.net
Price/Hour: us$2,5
Hours: 7 Days 08 hrs to 21:30 hrs
The best and bigger place in the downtown, fast food Crepes & papini, blintzes,Capuccino, Coffe, wine & liquors. The ideal place to surf in the WWW, enjoy our delicious cuisine, have a coffee or a glass of wine, and chat with your friends; zu finden unter: http://www.netcafeguide.com/countries/colombia.html.

Auch Chaträume und ähnliche interaktive Elemente sind von überall aus zugänglich.
Dies ist natürlich der Idealfall, wenn alle technischen Notwendigkeiten erfüllt sind.
Was heißt dies nur für unser Thema insgesamt? Man könnte fast postulieren, dass der Internetnutzer zumindest nachrichtentechnisch überall zuhause ist, d.h. von überall auf der Welt kann er seine gewohnten elektronischen Medien lesen, Nachrichten empfangen und senden, usw. Für das Gemeindewesen hieße dies, dass er in diesem Bereich auch im Urlaub am virtuellen Gemeindeleben, der ein Zusatzaspekt zum realen Gemeindeleben wäre, teilnehmen könnte. Natürlich ist dies keine umfassende reale Teilnahme am Gemeindeleben, wie wir im letzten Kapitel gesehen haben, aber doch mehr, als ohne das Internet möglich wäre. Hierbei muss nicht einmal eine vollständig virtuelle Gemeinde nach Nethöfel gedacht werden, auch das Lesen von Nachrichten aus der heimatlichen Gemeinde oder die Nutzung eines möglichen Chatraumes, der zusätzlich zum realen Gemeindeleben möglich ist, sind durchaus als Teilnahme am Gemeindeleben aufzufassen.
In wie weit dies im Sinne der Erholung ist, sei an dieser Stelle dahin gestellt.

6.2 Neugier als Einstieg

Für einen wissbegierigen Menschen hat das Internet sehr viele Vorteile. Zunächst die einfache Zugriffsmöglichkeit: man hat im Internet, wie schon erwähnt, von überall in der Welt aus auf alle Internetangebote Zugriff. Durch einen einfachen Mausklick oder Aufruf einer Adresse ist man sofort beim gewünschten Angebot. Man muss also nicht, wie dies bei einer Bibliothek der Fall wäre, das Haus verlassen oder sogar eine längere Reise antreten, wenn die gewünschten Informationen beispielsweise nur in den USA zu finden sind.
Es ist die Möglichkeit gegeben, spontan Dinge anzuschauen oder zu besuchen, ohne dass es notwendig wäre, Termine zu vereinbaren oder Öffnungszeiten einzuhalten. Auch nachts um 3 Uhr kann der Nutzer, wenn er möchte,

Internetangebote aufsuchen. Dies ist natürlich gerade in einer Gesellschaft, in der durch den Dienstleistungsgedanken bestimmte Arbeitszeiten immer mehr die Regel als die Ausnahme sind, von Vorteil. Die Arbeitszeiten sind nicht mehr die wie noch vor einigen Jahrzehnten, ein großer Anteil der arbeitenden Bevölkerung arbeitet in Wechselschicht oder immer nachts oder ausschließlich am Wochenende[79]. Viele Menschen haben also im realen Leben oftmals nicht die zeitlichen Möglichkeiten, interessante Veranstaltungen aufzusuchen oder regelmäßig an einem Gemeindeleben teil zu nehmen.
Ein weiterer Vorteil ist das Fehlen des sozialen Drucks. Begibt man sich erstmals in eine Einrichtung wie eine Gemeinde oder ein Vereinsheim, richtet sich gerade in einer kleineren Gemeinde bzw. unter den Stammbesuchern die Aufmerksamkeit und eine Erwartungshaltung auf „den Neuen". Für viele Menschen birgt diese Aufmerksamkeit einen enormen Druck und führt häufig zur Vermeidungshaltung, eben dem fernbleiben von sozialen Treffpunkten, in die man nicht durch Freunde oder Bekannte eingeführt wird. Im Internet ist dieser Druck praktisch nicht vorhanden: das besuchen ist ja tatsächlich nur ein virtuelles Besuchen, d.h. der Gast sitzt immer noch am heimischen Rechner, sucht Angebote virtuell auf. Selbst wenn er aktiv wird, etwa in einem Chatraum oder einem Forum, ist er immer noch geschützt dadurch, dass er nicht persönlich auftaucht, sondern lediglich als Online-Name in Erscheinung tritt. So hat er die Möglichkeit, sich jederzeit zurückzuziehen, ohne irgendwelche Nachteile befürchten zu müssen.
Durch diese einfachen Einstiege ohne jeden sozialen Druck oder zeitliche Einschränkungen kann sich ein neugieriger Mensch also sehr viel Wissen anlesen, er kann mit Experten Kontakt aufnehmen oder mit Menschen, die schon in einer für den Nutzer interessanten Gemeinschaft integriert sind, Kontakt aufnehmen. Dadurch werden Hemmungen ab- und Wissen aufgebaut, was für zurückhaltende Zeitgenossen ansonsten eher schwierig ist. Nachdem die ersten diesbezüglichen Hemmschwellen abgebaut sind, hat es der

[79] iwd, Informationsdienst des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln, Ausgabe Nr. 41, 12. Oktober 2000, Jahrgang 26, Seite 3, zu finden unter http://www.iwkoeln.de/IWD/I-Archiv/iwd41-00/i41-00-3.htm, zuletzt besucht am 12.5.2002.

Neueinsteiger entweder einfacher, sich tiefer in Themen einzuarbeiten oder sogar aktiv und real in einer Gemeinschaft mitzuarbeiten, oder er stellt fest, dass seine Erwartungen nicht erfüllt werden und nimmt grundsätzlich Abstand von einem Thema.

6.3 Informationen und deren Verfügbarkeit

Wie bereits geschildert sind Informationen zu praktisch allen Themen des menschlichen Daseins, zu Technik oder zur Natur in irgend einer Form vorhanden, ob nun Webseiten, Newsgroups, Foren oder eine der anderen schon genannten Möglichkeiten.
Die Vorteile hierbei, die Verfügbarkeit von Informationen, liegen auf der Hand. Man hat die Möglichkeit, beispielsweise direkt von einer Organisation Stellungnahmen, Einschätzungen und Informationen zu erhalten. Ein Beispiel: ein interessierter Netznutzer kann, wenn er zum Thema „katholische Kirche" Informationen sucht, sich direkt auf der Homepage der Deutschen katholischen Kirche oder dem Webangebot des Vatikans informieren. Diese Angebote werden von Beauftragten der katholischen Kirche ins Netz gestellt. Anhand dieser Informationen kann sich nun der Nutzer ein eigenes Bild von der katholischen Kirche machen, ohne ausschließlich auf die Informationen Dritter angewiesen zu sein.
Diese Möglichkeit steht dem engagierten Interessierten allerdings zudem offen. Auch hier das Beispiel katholische Kirche: wer sich zum Thema ein umfassendes Bild schaffen möchte hat auch schnell die Möglichkeit, die Angebote von kirchenkritischen Organisationen zu besuchen.

Zum Thema kann der Interessierte auch Informationen und Meinungen per Internet austauschen. Besonders beliebt hierfür sind Newsgroups und Mailinglisten. Somit wird der nach Informationen Suchende schnell zum Informationsanbieter.

Es ist immer der Anbieter, der den Umfang der von ihm zur Verfügung gestellten Informationen bestimmt. Das heißt, er ist dafür verantwortlich, was ein Besucher bei seinem Angebot findet und wo die Schwerpunkte liegen.

Das Internet ist, wenn man es genauer betrachtet, meist in schriftlicher Form, gehalten. Eine schriftliche Fixierung der zu übermittelnden Inhalte vom Anbieter zum Empfänger hat mit der Einstellung von Inhalten ins Internet stattgefunden[80]. Über das mögliche schnelle Verschwinden von Informationen wurde in dieser Arbeit schon berichtet, festgehalten werden kann an dieser Stelle: Zum Zeitpunkt X ist eine Information Y schriftlich vorhanden.
Ein Nutzer kann sich diese schriftliche Information selbst fixieren, beispielsweise durch Ausdrucken, und immer wieder nachlesen. Dies ist spätestens dann ein Vorteil wenn man es mit einem persönlichen Gespräch vergleicht: bei einem Missverständnis ist es schwierig zu belegen, wo der Fehler herrührt. Wer schon einmal ein Verkaufsgespräch miterlebt hat, weiss, dass eine Sender-Empfänger-Situation später oft zu Problemen führt: was hat der Verkäufer (Sender) über das Produkt Z denn nun wirklich gesagt und was meint der Käufer (Empfänger) gehört zu haben? Von der Problematik der Beweisführung bei derartigem mündlichen Informationsaustausch im Streitfall einmal ganz zu schweigen.

Ein weiterer Vorteil: mit einigen Ausnahmen wie in Newsgroups kann der Anbieter die von ihm zur Verfügung gestellten Informationen bebildern, um dem Besucher des Angebots Aufnahme und Verständnis der Inhalte zu erleichtern. Hier sind in einigen Bereichen sogar kleinen Filme, Animationen oder Tonbeispiele.[81]

---

[80] Außen vor bleiben müssen an dieser Stelle Multimedia-Inhalte wie Musikstreams oder Video-on-demand, die aber für den Kern der Aussage unerheblich sind.
[81] Wie beispielsweise einige Choräle beim "Pontificium Institutum Musicæ Sacræ Roma" im Webangebots des Vatikans http://www.vatican.va/roman_curia/institutions_connected/sacmus/documents/rc_ic_sacmus_sound-lent_it.html, zuletzt besucht am 2.5.2002.

6.4 Vergleiche

Ebenso einfach wie das Einholen von Informationen bei Anbietern oder Kritikern ist das Vergleichen von Standpunkten. Hier hat der Nutzer quasi die Möglichkeit, Informationen von Befürwortern und Kritikern eines Standpunktes nebeneinander zu stellen.
Zudem ist es ihm sehr einfach möglich, mit anderen über Punkte zu diskutieren und dabei weitere Aspekte und Sichtweisen zu erfahren, um sich eine fundamentierte Meinung zu bilden.
Um noch mal das Beispiel „katholische Kirche" zu bemühen: nachdem der interessierte Nutzer sich auf der Homepage der katholischen Kirche in Deutschland[82] informiert hat, besucht er Angebote wie „Kirchenkritik.de"[83] oder die Homepage der Zeitschrift Publik Forum[84], um sich dann über die hier angelesenen Standpunkte in der Newsgroups „de.soc.weltanschauung. christentum" oder „z-netz.forum.religion" mit anderen auszutauschen.
Hier sind auch internationale Vergleiche einfach möglich, da Ländergrenzen im Internet praktisch keine Rolle spielen und lediglich Sprachbarrieren zu überwinden sind. So könnte ebenso einfach eine englischsprachige Newsgroup zum Austausch von Meinungen genutzt werden, wie beispielsweise „alt.religion.christian.roman-catholic"

6.5 Cyberspace - ein unhierarchischer Ort

Der vielleicht größte Vorteil im Cyberspace oder im World Wide Web ist das Fehlen von Hierarchie oder genauer es existiert eine ungewohnte Art der Hierarchie, anders, als man sie in der realen Welt kennt. In den Nachteilen wurden bereits einige Schlagworte, die bei genauer Betrachtung zu den negative Aspekten zählen, wie beispielsweise die demokratische Ordnung im Internet oder der freie Zugang für alle, genannt.

---

[82] Beispielsweise http://katholische-kirche.de.
[83] Beispielsweise http://www.kirchenkritik.de/.
[84] http://www.publik-forum.de/.

Nicht Geldmittel oder besonders große Organisationen sind zum Betreiben einer Homepage notwendig. Ein Einzelner, der sich besonders viel Mühe gibt oder besonders enthusiastisch ist, hat eine ebenso große Chance auf Aufmerksamkeit von Internetusern wie eine große Organisation, die eine Agentur mit der Erstellung und Pflege des eigenen Internetangebotes beauftragt.
Wer sich in Newsgroups umschaut, wird feststellen, dass sich hier ausschließlich Privatpersonen äußern, ein direkter Austausch zwischen Einzelpersonen findet statt. Nicht nur Werbung in Newsgroups ist sehr verpönt, eine Plattform für Organisationen oder kommerzielle Anbieter ist hier überhaupt nicht vorgesehen.
Auch bei Webseiten lässt sich ein Phänomen beobachten: von einzelnen Netznutzern erstellte Seiten erfahren größeren Zulauf als umfangreiche Angebote größerer Organisationen oder Unternehmen, zumindest, wenn man den Erfolg im Verhältnis zu den entstandenen Kosten (Seitenerstellung, Werbung etc.) berücksichtigt.
Um auch hier ein Beispiel zu nennen: das Webangebot der offiziellen Amtskirche in Rom (www.vatican.va) ist genau so einfach und schnell zu erreichen, wie die virtuelle Diozese Partenia des katholischen Bischofs Jacques Gaillot,[85] der 1995 sein Amt als Bischof von Evreux verlor um zum Bischof von Partenia, einem ehemaligen, praktisch nicht mehr existenten Bistum in Algerien, ernannt zu werden.[86]

Eine Organisation wie die katholische Amtskirche hat also genau die selbe Chance, ihre Meinungen zu äußern und ihre Standpunkte zu vertreten, wie ein einzelner oder eine kleine Gruppe von Engagierten.

---

[85] Nach eine Notiz bei ARTE TV hat Partenia.org durchschnittlich 300.000 Besucher pro Woche, http://www.arte-tv.com/thema/19961119/dtext/partenia.html, zuletzt besucht am 4.4.2002.
[86] Hintergründe um die Virtuelle Diozese Partenia in einem Interview des schweizer Tages-Anzeigers http://www.tages-anzeiger.ch/archiv/96mai/960523/74618.htm, zuletzt besucht am

Oft wird gemutmaßt, dass gerade große Organisationen in Suchmaschinen ihre Plätze erkaufen können. Dem ist tatsächlich so, es gibt verschiedene Dienste, die gegen Geld bei einer Anfrage eines Nutzers bestimmte Suchergebnisse nach oben platzieren.[87]
Eine der zur Zeit meist genutzten Suchmaschinen, google.com/de, nutzt jedoch eine andere Methode: Google sortiert seine Suchergebnisse unter anderem danach, wie häufig eine bestimmte Seite von anderen als Referenz genannt wird.[88] Somit werden also suchenden Internetnutzern weit oben in den Trefferlisten solche Webseiten präsentiert, die von anderen Webseiten in irgendeiner Weise verlinkt wurden. Auch hier ist somit nicht die Größe der Organisation entscheidend, sondern die Wichtigkeit des Inhaltes in den Augen anderer Homepagebetreiber.
Dies ist ein weiterer Beitrag zu einer hierarchiearmen Struktur im Internet, denn es ist quasi eine Abstimmung und nicht ein bloßes Kaufen von Besuchern.

Auch beim Angebot selbst, hier sei wiederum vor allem das Webangebot genannt, ist es dem Einzelnen durchaus möglich, großen Unternehmen oder anderen Einrichtungen, die mit großem finanziellen Potential arbeiten, Paroli zu bieten. Denn auf technischer Ebene liegt das Wissen sozusagen offen, denn HTML, PHP oder Perl, um nur drei notwendige Scriptsprachen für das Internet zu nennen, können vom einzelnen Nutzer erlernt und kostenlos oder gegen geringes Entgelt eingesetzt werden. Hier ist also eine gleiche Ausgangsposition für Einzelpersonen wie kommerzielle Anbieter oder große Organisationen gegeben. Es ist also nicht so, um einen Vergleich zu ziehen, wie bei Werbung in Tageszeitungen oder im Fernsehen, bei der man eine große Summe zum einen für die Erstellung der Werbung und für den Abdruck oder die Ausstrahlung zum anderen investieren muss, um ein Publikum zu erreichen und Aufmerksamkeit zu erregen.

4.5.2002 bzw. in einem Bericht: http://www.tages-anzeiger.ch/archiv/96mai/960523/72953.htm, zuletzt besucht am 4.5.2002.
[87] Plazierung gegen Geld, Florian Rötzer, 15.04.1999, http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/te/2748/1.html, zuletzt besucht am 3.5.2002.
[88] http://www.google.de/intl/de/faq.html#nonindex, zuletzt besucht am 3.5.2002.

7 Würdigung einzelner Angebote

Um die bisher hier aufgezeigten Punkte an Beispielen zu verdeutlichen, sind im weiteren drei exemplarische Webangebote von verschiedenen Betreibern aufgezeigt und analysiert.
Hierfür wurden ausgewählt „katholische-kirche.de“, „imprimatur-vatikan.de“ sowie „marienerscheinung.de.“
Diese Auswahl geschah aus mehreren Gründen. So findet man unter dem in mehreren Sprachen verständlichen Suchbegriff „Religion“ rund 12 Millionen Treffer bei einer der meistgenutzten Suchmaschinen Google, beim deutschsprachigen Suchbegriff „Kirche“ immer noch rund 1,5 Millionen.
Also schon auf Grund der Menge der Möglichkeiten musste eine Auswahl getroffen werden. Da hier verschiedene Bereiche berücksichtigt werden sollten – Amtskirche, Kirchenkritik und Frömmigkeitsbewegung – waren mindestens drei Angebote auszuwählen. Um eine Mindest - Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurden alle kommerziellen Angebote ausgeschlossen, ebenso war ein eigener Domain-Name notwendig, um in Betracht gezogen zu werden. Grund hierfür ist, dass bei einer eigenen Domain (www.name.de) mindestens eine Person als Inhaber bei Denic, dem Verwalter von .de-Domains, eingetragen ist. Somit sind Inhalte und Angebote im Zweifelsfall rechtlich verfolgbar. Damit wurde der Kreis der Möglichkeiten stark eingeschränkt. Zudem kann man eine gewisse Ernsthaftigkeit sowie das Ziel eines längerfristigen Betreibens eines solchen Angebotes vermuten.
Als Beispiel für eine offizielle Webseite der Amtskirche wurde katholische-kirche.de ausgewählt. Ein unbedarfter Besucher, der nach offiziellen Informationen von und zur katholischen Kirche in Deutschland sucht, wird sicher auch versuchen, die Begriffe „katholisch“ und „Kirche“ im Domainnamen auszuprobieren. Zudem wird dieser Domainname bei dem Suchbegriff „katholische Kirche“ als erster von 114 000 Treffern bei der Suchmaschine Google angegeben. Alternativen wären gewesen kath.de oder als Beispiel für die Homepage einer Diözese dioezese-trier.de.

Als Beispiel für ein kirchenkritisches Angebot wurde imprimatur-vatikan.de ausgewählt. Zum einen aufgrund des wissenschaftlichen Renomees der Zeitschrift Imprimatur, zum anderen aufgrund des Regionalbezuges, sind doch die meisten ständigen Autorinnen und Autoren im Südwesten beheimatet.
Für die Frömmigkeitsbewegung wurde marienerscheinung.de ausgewählt. Hier war nicht nur der Regionalbezug ausschlaggebend, sondern auch das Presseecho, dass die vermeintlichen Erscheinungen im Sommer 99 ausgelöst hatten, und den Ort und die Ereignisse weit über die saarländische Landesgrenze hinaus bekannt gemacht hatten.

7.1 katholische-kirche.de

7.1.1 Technischer Aufbau, Administration und Oberfläche

Unter der URL katholische-kirche.de (mit oder ohne Bindestrich) ist die offizielle Homepage der Katholischen Kirche in Deutschland zu finden.
Auf der Startseite finden wir die aktuellen Pressemeldungen der letzten Woche, beispielsweise „08.05.2002 - Bistum Eichstätt: Diözesanwallfahrt am 8. Juni", „03.05.2002 - Kath. Militärbischofsamt (KMBA), Berlin: 22. Soldatenwallfahrt nach Altötting vom 06.-08. Mai 2002" oder „03.05.2002 - Zentralkomitee der deutschen Katholiken (ZdK), Bonn: ZdK-Präsident Meyer fordert angesichts des Verbrechens in Erfurt mehr mitmenschliche Achtung"[89].
Auf der rechten Seite sind verschiedene grafische Links zu externen Angeboten wie „Renovabis" oder „Beteiligung schafft Gerechtigkeit" sowie Verweise beispielsweise zu Angeboten im Ausland.
Unter der Rubrik „Kalenderblatt" sind verschiedene Unterrubriken, wie das „Gebet für den Tag", „Lesungen der Messfeier", das „Schott-Messbuch" oder der tägliche Kommentar von Bruder Paulus zu den Bild-Schlagzeilen zu lesen.

[89] http://katholische-kirche.de/, Stand 8.5.2002.

Weiterhin zu finden sind eine Link-Plattform für verschiedene Organisationen und Einrichtungen wie Bistümer und Pfarreien, Erwachsenen-Gruppierungen, Presse und Medien sowie Weltkirche und Ökumene, um nur einige zu nennen.

Hier kann man innerhalb dieses Angebotes nach Postleitzahl oder Begriffen die Linksammlung durchsuchen. Ein kleiner Test ergab bei der Suche nach der Postleitzahl 66123 (Universität des Saarlandes, Campus Saarbrücken und Umgebung) folgendes Ergebnis:



Screenshot erstellt: 8.5.2002 13:30 Uhr

In der Rubrik „Service" finden sich wiederum verschiedene Texte im Angebot wie „Web Highlights", „Die Bibel in der Einheitsübersetzung", „Heiligen- und Namenstagskalender" und vieles mehr.
Zu beachten ist, dass dies lediglich externe Angebote sind, die hier nur verlinkt werden.

In der Rubrik „Download" sind lediglich 4 Grafiken zum Thema „Jahr 2000" zu finden sowie 2 Dokumente[90].

Als weitere Unterrubrik in der Kategorie Service ist eine Stellungnahme „Was ist katholisch? Versuch einer Kurzdarstellung" enthalten.

Für die vorliegende Arbeit tatsächlich besonders wichtig war die nächste Rubrik. Unter dem Punkt „Literatur zu 'Kirche+Internet' " ist eine Sammlung von Literatur zum Thema angelegt. Die einzelnen Dokumente liegen entweder direkt bei „katholische-kirche.de" oder sind extern verlinkt. Hier sind leider nicht mehr alle Angebotenen Dokumente tatsächlich auch vorhanden.

Unter dem Punkt „Kommunikation" findet der Nutzer verschiedene Unterrubriken. Wie der Name schon sagt: unter „Mailinglisten" sind schon bestehende Mailinglisten aufgeführt.
Unter dem Punkt „Praxis-List" hat die KOK-Redaktion (Kirche-Online-Koordination) unter der eMail-Adresse praxis-list@ecircle.de eine moderierte Mailingliste einrichten lassen, die, laut Eigenaussage, den Austausch von Praxisanregungen für die Pastoral erleichtern solle.

Der Punkt Internetseelsorge enthält verschiedene externe Internetangebote der seelsorglichen Beratung und Begleitung, vor allem von einzelnen Bistümern.

Unter dem Punkt Kontakt sind alle Angebote des Webangebotes unter zusätzlichen Stichwörtern aufgelistet, denn: „Unsere Erfahrung mit mehreren tausend E-Mails pro Jahr zeigt uns nämlich, dass es viele WWW-Seiten gibt, die

---

[90] „Das soziale Kapital: Ein Baustein im Kampf gegen Armut von Gesellschaften - Eine Studie der Sachverständigengruppe „Weltwirtschaft und Sozialethik". Herausgegeben von der Wissenschaftlichen Arbeitsgruppe für weltkirchliche Aufgaben der Deutschen Bischofskonferenz" sowie - „Die vielen Gesichter der Globalisierung : Perspektiven einer menschengerechten Weltordnung. - Eine Studie der Sachverständigengruppe „Weltwirtschaft und Sozialethik" und der kirchlichen Werke Adveniat, Caritas international, Misereor, missio Aachen, missio München und Renovabis. Herausgegeben von der Wissenschaftlichen Arbeitsgruppe für weltkirchliche Aufgaben der Deutschen Bischofskonferenz".

auf die meisten Anfragen weitere Informationen bieten. Damit Sie eventuell gleich die gesuchten Informationen finden und nicht unsere Antwort abwarten müssen, haben wir hier einige Links für Sie zusammengetragen."[91]
Ganz am Ende dieser Seite findet der Interessierte dann die Telefonnummer der Telefonseelsorge sowie ein Kontaktformular.

Passend zur Größe der hier repräsentierten Organisation merkt man, dass das Webangebot sehr professionell aufgebaut und umfangreich ist, wahrscheinlich von einer Agentur. Im Impressum ist angegeben, dass das Angebot von der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz verantwortet wird.[92]
„Ausgangspunkt der KOK war, die zahlreicher werdenden Internet-Angebote der verschiedenen katholischen Einrichtungen und Verbände zu sammeln, in verschiedene Kategorien zu sortieren und bedienungsfreundlich zu präsentieren. Dies wurde 1997 mit der ersten Version der Website "katholische-kirche.de" umgesetzt, die sich im Laufe der Zeit zu einem wichtigen Ausgangspunkt für Recherchen im katholischen Deutschland entwickelte."[93]

Bei Denic ist katholische-kirche.de bei UU-net (jetzt: „Worldcom") registriert. Registriert ist katholische-kirche.de übrigens auf das Generalvikariat Erzbistum Köln, der administrative Ansprechpartner ist Wolfgang Koch-Tien, Referent für Medienarbeit in der Medienzentrale des Erzbistums Köln.

7.1.2 Inhalte

Die Inhalte der Seite sind schon aufgrund der genannten Rahmenbedingungen sehr amtskirchenfreundlich. Den Hauptteil des eigenen Angebotes bilden die offiziellen Pressemeldungen kirchlicher Organisationen und die Linksammlung von kircheneigenen oder kirchennahen Webseiten und Aktionen. Hier geht es

---

[91] http://katholische-kirche.de/Kommunikation/Rueckmeldung.htm, zuletzt besucht am 3.5.2002.
[92] „Die Website "Katholische Kirche in Deutschland" ist ein Projekt der Kirche-Online-Koordination (KOK), die im Auftrag der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz (DBK) handelt und im Verantwortungsbereich der Zentralstelle Medien der DBK liegt." Unter http://katholische-kirche.de/Impressum.html, zuletzt besucht am 14.5.2002.

zum Beispiel auch zu einer gemeinsamen Aktion der Deutschen Bischofskonferenz und der Evangelischen Kirche in Deutschland.[94]
Für den Nutzer liegt der Anreiz diese Seite aufzusuchen sicher in der guten, wenn auch nicht perfekt gepflegten Linksammlung mit interessanten Themen. Was sicher fehlt sind interaktive Elemente wie ein einfaches Gästebuch oder ein eigenes Forum.

Die Seite wird tatsächlich von den Betreuern hauptsächlich als Linksammlung verstanden, der Hauptteil der Pflege wird in die Aktualisierung der Nachrichten und Pressemitteilungen gelegt.

7.1.3 Wertung

Vermutlich sind es hauptsächlich kirchennahe Menschen, die diese Seite besuchen, denn einen großen Anreiz, sich mit religiösen Themen zu beschäftigen, kann dieses Angebot sicher nicht leisten. Die trockenen Pressemitteilungen und Verlautbarungen bieten sicher wenig Anreiz für Menschen, die sich nicht sowieso schon für kirchliche Themen interessieren. Allerdings bietet diese Homepage eine hervorragende Einstiegsmöglichkeit für Interessierte oder Neugierige, die bereit sind, sich weiter in christliche Themen zu vertiefen oder den Austausch mit anderen suchen, denn in den Linksammlungen sind unter anderem auch Mailinglisten mit aufgeführt.
Als offizielle Homepage der katholischen Kirche in Deutschland und einer der Einstiegsmöglichkeiten zum Thema ist dieses Webangebot sehr gut geeignet, da hier nicht nur Nachrichten und Pressemitteilungen aufgeführt sind. Besonders die Linksammlung, bei der man nach Postleitzahlen geordnet reale Angebote in der Nähe des Wohnortes finden kann, ist für Interessierte ein hervorragender Service.

---

[93] http://katholische-kirche.de/Impressum.html, zuletzt besucht am 14.5.2002.
[94] „Um Gottes Willen für den Menschen!", http://dbk.de/woche/2002/.

7.2 imprimatur-vatikan.de

Unter der URL www.imprimatur-vatikan.de ist die Homepage des Projekts Kritischer in der Kirche des Fachbereichs Katholische Theologie und der Redaktion der Zeitschrift Imprimatur zu finden.

Der Name der Domain spielt auf die nach katholischem Recht notwendige bischöfliche Druckerlaubnis „Imprimatur", sowie auf den Namen der obersten Behörde der römisch-katholischen Kirche bzw. den Sitz des Papstes an.

Die Webseiten sind auch zu finden unter http://www.phil.uni-sb.de/projekte/imprimatur/.

7.2.1 Technischer Aufbau, Administration und Oberfläche

Schon auf der Startseite ist die Intention des Angebotes angegeben: „Wir wollen alle, dass nicht nur die Hochoffizielle Kirche im Netz vertreten ist, sondern dass auch die Kirche von unten präsent ist. So soll sichergestellt werden, dass der unbedarfte, neugierige Netz-Wanderer im Bannkreis des Glaubens auch auf normale Menschen trifft."[95]

Auch für den Anspruch an das Layout ist gleich zu Beginn eine Philosophie genannt: „Wir versprechen, zumindest für den Anfang, unserer grafischen Linie treu zu bleiben, und möglichst wenig Schnick-Schnack in unsere Seiten einzubauen, damit Sie nicht vom Inhalt abgelenkt werden."[96]

Und auch ein letzter Punkt ist auf der ersten Seite gleich implizit vorhanden: die Bemerkung „Wie bei allen Ansammlungen heftig Glaubender, gibt es auch schon in der Internet-Gemeinde große Schismata. Einer der unüberwindlichsten

[95] http://www.imprimatur-vatikan.de/, zuletzt besucht am 14.5.2002.

Gräben trennt die Frame-Anhänger von den Frame-Hassern."[97] verdeutlicht, dass die Autoren des Web-Angebotes ihr Angebot zwar ernst nehmen, dies jedoch nicht so verbissen sehen wie viele andere.

Nachdem sich der Besucher für die Version mit oder ohne Frames entschieden hat, kann er gleich feststellen, dass der Aufbau der Webseiten auch tatsächlich sehr einfach gehalten ist. Es gibt nur sehr wenige Rubriken: „Die Redaktion", „Ein Hilferuf in eigener Sache", „Die einzelnen Hefte", „Besondere Aktionen", „Das Abonnement" und „Kontakte".

Auf der Seite „Redaktion" sind die ständigen Mitglieder der Redaktion mit Bild sowie vollständiger Postadresse angegeben. Es zeigt sich, dass hier sehr viele akademisch gebildete Menschen in der Redaktion mitarbeiten, Universitätsprofessor, Pfarrer i.R. und Lehrer, um nur einige der aufgeführten Berufe zu nennen.

Unten auf der Seite ist eine Kontaktmöglichkeit angegeben: „Schicken Sie einem Redaktionsmitglied einen Gruß!", noch weiter unten ist ein Link zur Imprimatur-Webredaktion zu finden. Dort ist allerdings ein alter Verweis, denn dort ist eine alte Webseite zu finden, in der sogar noch der Autor der vorliegenden Arbeit als Mitglied der Webredaktion genannt wird, was schon seit vielen Jahren nicht mehr der Fall ist.

Unter dem „Hilferuf in eigener Sache" ist eine Aufforderung zum Abonnement der Druckausgabe der Imprimatur online gestellt. Hier erfährt man dann auch sehr viel zum Hintergrund der Zeitschrift Imprimatur. Beispielsweise, dass die Imprimatur 1967 gegründet wurde,[98] dass sie 1500 Abonnentinnen und Abonnenten hat. Weiter sind die Informationen zu finden, dass die Imprimatur

---

[96] ebd.
[97] ebd.
[98] „Nicht lange nach dem verratenen Konzil gegründet, von einem Dutzend Männer und Frauen im katholischen Kirchendienst", http://www.imprimatur-vatikan.de/hilferuf.html, zuletzt besucht am 14.5.2002.

selbstverständlich ökumenisch und die Beiträge kurz seien. Wobei „kurz" in diesem Zusammenhang bedeutet, dass Beiträge selten länger als drei bis vier Seiten sind, was im Kontext wissenschaftlicher theologischer Beiträge tatsächlich sehr kurz ist.
Ebenfalls aufgeführt sind Autorinnen und Autoren, die schon für die Imprimatur geschrieben haben. Hier sind unter anderem sehr bekannte Namen aufgeführt: Dorothee Sölle, Hans Küng, Walter Dirks, Eugen Drewermann, Leonardo Boff, Georg Denzler, Jacques Gaillot, um nur einige zu nennen..

Auf der selben Seite wird, was öfters vorkommt, süffisant die eigene Arbeit auf die Schippe genommen. Unter der Überschrift „Wer hat nicht für Imprimatur geschrieben?" sind aufgezählt: „Johannes Dyba, Friedrich Wetter, Joseph Ratzinger, Rita Waschbüsch, Joachim Meisner, Karl Lehmann, Johannes Joachim Degenhardt. Und viele ähnliche."

Weiterhin sind Abonnementspreise angegeben, hier noch in DM, auf den folgenden Seiten dann aber richtig in Euro.

Zum Punkt „Die einzelnen Hefte": Hier sind tatsächlich von Heft 1/1997, dem Zeitpunkt des Starts des Webprojekts Imprimatur bis zur neusten Ausgabe, Heft 2/2002, alle Ausgaben online kostenlos verfügbar. In der Ausgabe 1/1997 sind nicht alle Texte verfügbar, aber ab Heft 2/1997 sind dann alle Texte vorhanden. Die einzelnen Texte jeder Ausgabe sind genauso schlicht und einfach gehalten (und lassen sich damit auch gut ausdrucken) wie der Rest des Web-Angebotes. Auch hier ist somit belegt, dass man mehr Wert auf den Inhalt als auf Spielereien irgendwelcher Art legt.
Ab Heft 7/1998 ist bei jedem einzelnen Artikel ein Feedback-Formular eingebunden („Sagen Sie uns Ihre Meinung zu diesem Artikel!"). Wobei man sagen kann, dass diese Art von Feedbackmöglichkeit bei jedem Artikel erst sehr viel später Usus geworden ist; hier war der Webautor schon im Sommer 1998, was das Thema Interaktion angeht, seiner Zeit ein wenig voraus. Allerdings handelt es sich hier nicht um ein gebräuchliches Perl oder PHP-Script, sondern

lediglich um ein Webformular, welches eine richtige Browserkonfiguration nötig macht, um ein Feedback abzusenden. Auch der Klick auf „War nix", falls man seine Mitteilung doch nicht absenden möchte, zeugt vom Humor des Webmasters. Es erscheint dann nämlich ein Fenster mit dem eindeutigen Inhalt „Trottel".

Unter „Besondere Aktionen" ist der „Senf-Orden" angegeben: „Die Redaktion verleiht einmal im Jahr an eine verdiente Persönlichkeit den Senf*Orden."[99] Aufgezählt sind allerdings nur drei "geehrte": Erzbischof Johannes Dyba von Fulda, Friedrich Kardinal Wetter von München und Freising sowie Erzbischof Joachim Kardinal Meisner zu Köln am Rhein. Und nur beim letztgenannten findet sich eine Laudatio. Offensichtlich ist die Verleihung des Senf-Ordens wieder eingeschlafen.

Unter „Das Abonnement" findet man, wie schon unter dem oben genannten Weg, eine Möglichkeit, die Imprimatur zu abonnieren. Man erhält hier die Gelegenheit, die Imprimatur zu abonnieren, ein Geschenk-Abonnement zu stiften oder für die Imprimatur zu spenden.

Unter „Kontakte" sind dann noch einmal eine Postadresse, sogar eine Telefonnummer sowie eine eMailadresse aufgeführt, unter denen man die Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme hat.

7.2.2 Inhalte

Die Zeitschrift Imprimatur, und damit auch das Webangebot imprimatur-vatikan.de, möchte belegen, dass Kirche auch von unten präsent ist. Als Beispiel für die „Hochoffizielle Kirche" ist hinter dem Begriff "Hochoffizielle

[99] http://www.imprimatur-vatikan.de/aktion.html, zuletzt besucht am 14.5.2002.

Kirche" ein Link zum Webangebot der Diozese Trier gelegt (http://www.dioezese-trier.de/).
Ansonsten ist zu den Intentionen direkt außer den schon genannten nicht mehr viel zusätzliches zu finden, hier ist es notwendig, den Tenor der einzelnen Beiträge seit 1997 zu beachten.
Hier sind sehr kritische Standpunkte gegenüber der Haltung der Amtskirche zu finden. Um den Grundtenor der Zeitschrift Imprimatur anhand von einigen Überschriften aus der neusten verfügbaren Ausgabe (2/2002) zu zeigen heir einige Beitragstitel:

- Frauen im Priesteramt? Falls sich die Kirche vorher gründlich ändert: Ja.
- „Haben die Bischöfe Ihnen mal gedankt?" Donum Vitae: Fünftausend Kinder und ihre Fürsprecher
- Johannes Schmitt „Des Satans Synagoge" Katholischer Antisemitismus (I)
- Blamage Das katholische Willi Graf-Gymnasium in Saarbrücken ist durch das Bistum ins Gerede gekommen.[100]

7.2.3 Wertung

Imprimatur-vatikan.de ist eines der positiven Beispiele dafür, dass mit einfachen wenigen Mitteln und einem großen Engagement inhaltlich fundiert Schwerpunkte gesetzt und Standpunkte veröffentlicht werden können, hinter denen eben gerade nicht eine große Organisation oder große Geldmittel zur Verfügung stehen. Der Aufwand, um die Imprimatur Webseite zu betreiben, dürfte im Verhältnis zur Druckausgabe um ein vielfaches geringer sein. Höchstwahrscheinlich lediglich die Domain und der Platz auf dem Server sowie etwas Arbeitszeit, um die für die Druckausgabe schon vorhandenen Texte in HTML für das World Wide Web zu übertragen.

[100] alle http://www.imprimatur-vatikan.de/inh_2_02.html, zuletzt besucht am 14.5.2002.

Beim Druck sind, bei vermuteten 1500 Exemplaren, sicher einige hundert Euro Druckkosten pro Ausgabe notwendig, die erst über Abonnements eingebracht werden müssen.

Inhaltlich gesehen ist imprimatur-vatikan.de sehr interessant für Menschen, die sich mit den Standpunkten der Amtskirche auseinandersetzen wollen oder müssen oder sich zu einzelnen Themen weiter einlesen möchten.
Die hier geschriebenen Themen sind wissenschaftlich fundiert und ebenso belegt, auch wenn einige der Beiträge - die allerdings auch klar als nicht ganz ernstzunehmende Texte erkennbar sind, wie bspw. „5:0 für den FC Ratzinger"[101] - eher zum Lachen als zum Nachdenken anregen.
Die Beiträge sind zum Teil von sehr bekannten Autoren mit wissenschaftlichem Renomee geschrieben, so dass man an dieser Stelle einzelne Beiträge von imprimatur-vatikan.de auch in wissenschaftlichen Arbeiten zitieren könnte.

7.3 marienerscheinung.de

7.3.1 Technischer Aufbau, Administration und Oberfläche

Bei Marienerscheinung.de handelt es sich um ein Angebot, welches aus Anlass der vermuteten Marienerscheinung im Saarland erstellt wurde.[102]

---

[101] http://www.phil.uni-sb.de/projekte/imprimatur/2002/imp020207.html, zuletzt besucht am 13.5.2002.

[102] Zwischen dem 17. Mai und dem 17. Oktober 1999 haben in Marpingen, Saarland, genauer gesagt im Härtelwald, angeblich 13 Marienerscheinungen stattgefunden. Drei Frauen hatten diese Erscheinungen. Diese waren jeweils angekündigt, so dass sich Menschen zu den erwarteten Erscheinungsterminen versammelten. Bis zu 15.000 Pilger waren bei einzelnen Terminen anwesend. Die drei „Seherinnen" Marion Guttmann, Judith Hiber und Christine Ney, stammen aus Neunkirchen, Hierscheid und Ensdorf im Saarland. Erstmals am 17. Mai 1999 hatten die „Seherinnen" von einer Begegnung mit der Gottesmutter berichtet und damit Marienverehrer hellhörig gemacht.
Schon vor über 100 Jahren gab es in Marpingen eine Marienerscheinung: am 3. Juli 1876 soll die Gottesmutter drei achtjährigen Bauernmädchen erschienen sein. Dies ist im historischen Kontext auch interessant hinsichtlich des Bismarckschen „Kulturkampf" gegen die Katholische Kirche.

Direkt auf der Startseite von Marienerscheinung.de sind mehrere Landesflaggen abgelegt, hinter denen man nach einem Klick einzelne Texte des Angebotes in der jeweiligen Landessprache nachlesen kann. Gezeigt sind die italienische, die niederländische, die us-amerikanische, die spanische und die polnische Nationalflagge. Dass hier die us-amerikanische Flagge für die englische Übersetzung gewählt wurde, mag am größeren Interesse von us-amerikanischen Webseiten-Besuchern am Angebot liegen.
Unten auf der Startseite finden sich in einem eigenen Frame wenige Links, auf der Mitte der Startseite wird als „Aktuell" auf einen Bericht: „Keine Frage des Glaubens Landgericht: Marpinger Kapellenverein muss Gelände mit der Härtelwald-Kapelle räumen."[103] vom 25.11.2000 verwiesen.

Ebenfalls im ersten Fenster ist das Bild „Mutter mit Kind im Schoß" von Flavio Scholles abgebildet. Der Link hinter dem Bild führt allerdings lediglich zu einer leeren Suchseite www.artengo.com.

Unter „Bilder" finden sich Fotografien vom 18. Juli, 8. August, 21. August, 06. September und 17. Oktober 1999, also zu Zeitpunkten, an denen die „Seherinnen" die Mutter Gottes haben sprechen hören, sowie allgemeine Bilder der Erscheinungsstätte und von Marpingen.

Unter „Anreise" erhält man Hinweise zu Hotels in der näheren Umgebung von Marpingen sowie Informationen zur Anreise mit der Bahn oder dem Auto. Bei dem Web-Formular, welches die Anreise mit der Bahn vereinfachen soll, indem es Zugverbindungen anzeigt, wird auf ein Angebot der Deutschen Bahn AG verlinkt, allerdings wurde dieser Service der Bahn in dieser Form schon vor längerem eingestellt, mit dem Ergebnis, dass die Suche nicht funktioniert.
Für die Autofahrer werden eine skizzierte Karte von Marpingen und Umgebung einschließlich der Autobahn sowie eine Wegbeschreibung zur Verfügung gestellt.

---

[103] http://www.marienerscheinung.de, zuletzt besucht am 12.5.2002.

Unter dem Punkt „Serie" findet man die unvollständige Broschüre „Marpingen und seine Gnadenmonate", die mit Genehmigung des Ruhland-Verlags online gestellt ist und über Mutter-Gottes-Erscheinungen in früherer Zeit kurz berichtet. Auch hier ist der letzte Eintrag vom August 1999.
Unter „Sonstiges" findet der Nutzer weitere Texte, wie den Auszug aus einer Staatsarbeit, die den Kulturkampf zum Thema hat. („Die Marpinger Vorfälle 1876"), den offiziellen Analysebericht des „Gnadenwassers" durch das Gesundheitsamte St. Wendel, einen Auszug aus dem LTHK „Marienerscheinungen! Was ist das?", Augenzeugenberichte, eine offizielle Stellungnahme von Dr. Hermann Josef Spital, Bischof von Trier, sowie viele Zeitungsartikel zum Thema. Der aktuellste Beitrag ist vom 02. September 2000: „Der Strom der Pilger lässt nicht nach - weiterhin pilgern viele Gläubige zur Marienkapelle".

Unter „Bücher" findet man verschiedene Bücher zum Thema Marienkunde oder Jungfrauengeburt, alle mit Verlinkung zu einem externen Buchversand. Hier wird das „Partnerschaftsangebot" von Amazon.de genutzt.[104]

Unter „Links" findet man dann eine Ansammlung von URLs zum Oberthema Religion, zum Beispiel auch einen Link zu katholische-kirche.de, zur evangelischen Kirche Deutschlands (www.ekd.de), Amazon.de oder auch www.fatima.org.

Registriert ist Marienerscheinung.de bei Denic auf ARTENGO International in Theley, administrativer Ansprechpartner ist Herbert Ludwig, ebenfalls in Theley.[105]

---

[104] Von den Artikeln bei Amazon.de, die über einen Link des Werbepartners (hier: marienerscheinung.de) gekauft werden, wie Bücher, Software, Computer- & Videospiele usw. erhält der Werbepartner eine Werbekostenerstattung von 5 % bis 15 % des Warenwerts.
[105] Artengo ist eine Kunstgalerie, die Künstler wie Flavio Scholles, Matt Lamb oder Stefan Kuberek vertritt. Sie auch http://members.aol.com/artengo/.

Auf der Seite „Info", die nur über das Ausrufezeichen auf der ersten Seite zu finden ist, stellen sich die Autoren der Seite kurz vor: „Diese Seite wird von Herbert Ludwig, Galerist, und Christian Mähler, Informatiker, beide aus Theley betrieben."[106]
Das Gästebuch und das Forum, beide nur über die Startseite zu erreichen, sind Features des Betreibers Puretec. Der Aufruf des Forums gestaltet sich sehr langsam, da sehr viele Beiträge enthalten sind, das Gästebuch ist nicht erreichbar.

7.3.2 Inhalte

In der Selbstdarstellung findet sich folgende Aussage:
„Auf dieser Seite finden Sie seit dem 17. Juli 1999 Informationen rund um die angeblichen "Marienerscheinungen" 1999 in Marpingen. In einer weiteren Ausbaustufe sollen auch Informationen zu anderen Marienerscheinungen in das Angebot aufgenommen werden. Wir sehen uns als neutraler Beobachter und Dokumentationsseite der Ereignisse in Marpingen.
[...]
Warum tun wir das?
Anfangs begannen wir die Seite aus Spaß an der Freude mit einer Art Motivation ähnlich der, mit der man eine Homepage für den eigenen Ort gestaltet. Wir wurden dann vom Feedback und dem Ansturm völlig überrascht. Jetzt sehen wir uns in einer gewissen Verantwortung. Deshalb betreiben wir die Seite trotz dem sehr hohen Aufwand weiter. Unser Ziel ist die objektive Dokumentation der Ereignisse. Wir wollen Marpingen weder bekannt machen noch irgendwie steuernd in irgendwelche Ereignisse eingreifen.
Wer finanziert uns? Mit wem arbeiten wir zusammen?
Uns finanziert niemand. Wir sind unabhängig. Wir sind weder vom Kapellenverein noch von der Gemeinde noch von anderen Stellen abhängig."[107]

---

[106] http://www.marienerscheinung.de/about.htm, zuletzt besucht am 13.5.2002
[107] http://www.marienerscheinung.de/about.htm, zuletzt besucht am 13.5.2002

Wenn man sich die übersetzten Texte anschaut, lässt sich diese Selbstdarstellung etwas bezweifeln: hier sind lediglich die übersetzten Augenzeugenberichte der Marienerscheinungen abgelegt, die objektiveren Zeitungsartikel sind hier nicht zu finden, auch die Stellungnahme des damaligen Trierer Bischofs wurde nicht übersetzt.
Dies vermittelt den Eindruck, dass die Autoren zumindest am Anfang von den Erscheinungen überzeugt waren, was sich möglicherweise im Laufe der Zeit geändert hat.

7.3.3 Wertung

Man merkt der Seite an, dass sie von Laien gemacht wurde, zumindest zu Beginn mit großem Enthusiasmus, was die schnelle Aufeinanderfolge von Einträgen im Sommer 99 belegt. Spätestens seit September 2000 wurden allerdings keine Aktualisierungen mehr vorgenommen oder Inhalte neu eingestellt. Worin dies begründet liegt, ob in Zeitmangel oder geänderten Interessen, lässt sich von hier aus nicht feststellen.
Zu den Inhalten lässt sich lediglich festhalten, dass hier nur wenige objektive Informationen bereitgestellt worden sind. Erkennbar ist, dass nicht nur die Aktualisierungshäufigkeit nachgelassen hat, bis dann im Jahr 2000 keinerlei Überarbeitung der Seiten mehr stattgefunden hat.

8 Fazit

Zu Beginn dieser Arbeit wurden mehrere zu überprüfende Thesen aufgestellt, u.a. folgende: Die Kommerzialisierung im Internet habe in den letzten Jahren auch im Bereich Religion sehr viele Angebote mit unterstützt. Durch ein hohes Engagement eines Einzelnen oder eines kleinen Personenkreises sei es möglich, ein sehr gutes Angebot im Internet zu betreiben, auch wenn jederzeit die Gefahr bestünde, dass Webangebote wieder entfernt werden könnten.
Wie an dem Beispiel Marienerscheinung.de belegt werden konnte, ist dies wohl der Fall. Das heißt, das viele Angebote mit großem Elan angefangen werden und dann aufgrund fehlender Mittel, geänderten Interessen oder Zeitmangel die Homepage nicht weiter gepflegt wird und damit sukzessive veraltet. Dass auch größere kommerzielle Unternehmen davon nicht verschont bleiben, belegt an dieser Stelle Clickfish.com.
Auch die Beteiligung von Nutzern wie im Beispiel „Chr-Webinfo“ ist eher dürftig zu nennen, nach einer kurzen Euphoriephase schläft das Engagement ein. Zumindest scheint sich dies aus der belegten Menge der Mails und ihrer Art zu erweisen.
Die These, dass grosse Unternehmen, Organisationen und Einrichtungen wie beispielsweise die Katholische Kirche in Deutschland auch über eine längere Durststrecke hinweg arbeiten können, ist anhand des Beispiels katholische-kirche.de belegt, die Homepage ist nicht nur vorhanden, sondern wird auch gepflegt, es werden regelmäßig neue Meldungen eingestellt.
Dass man trotzdem mit Engagement und Einsatz ein Internetangebot aufrechterhalten kann, hinter dem keine finanzstarke Organisation steht, beweist Imprimatur-vatikan.de.

Eine weitere Hypothese, ein Nutzer sei im Internet innerhalb weniger Sekunden virtuell um die Welt gewandert, sei im Internet allerdings auch häufig leicht abgelenkt, konnten einige in der vorliegenden Arbeit aufgeführte wissenschaftliche Untersuchungen stützen.

Die Schwierigkeiten vieler Nutzer mit langen Texten oder komplizierten Sachverhalten, Inhalten also, die nicht zur reinen Unterhaltung dienen, konnten ebenfalls anhand wissenschaftlicher Untersuchungen, wie sie im Rahmen dieser Arbeit kurz umrissen wurden, belegt werden.
Insgesamt lassen sich aus den Ergebnissen einige Schlussfolgerungen ziehen. Es ist durchaus möglich und wünschenswert, dass sich auch religiöse, kirchliche oder theologische Einrichtungen im Internet präsentieren. Sei es nur, um diese mögliche Stelle, an der ein neugieriger Mensch eventuell nach Inhalten sucht, zu füllen, um dubiosen Anbietern nicht das Feld alleine zu überlassen oder einfach nur, um sich zu präsentieren, wie dies beispielsweise bei einem Fest, in einer Broschüre oder mittels einer Presseerklärung der Fall ist.
Hier hätte man die Möglichkeit, die schon vorhandenen Ressourcen wie Veröffentlichungen oder Pressemitteilungen, einfach noch mal in einem anderen Medium mit geringem Aufwand zu präsentieren und auch zu archivieren. Es ist eigentlich nur wissenschaftlichen Einrichtungen oder großen Organisationen möglich, ein eigenes Archiv zu gewissen Themen zu pflegen. Hier hätte einmal ein Privatnutzer die Möglichkeit, auf Informationen zuzugreifen, die schon vor längerer Zeit veröffentlicht wurden.

Wenn man Internetangebote oder das Engagement im Cyberspace mit der realen Welt vergleichen möchte, könnte man den Vergleich mit einer großen, frei zugänglichen Bibliothek ziehen. Hier lässt jeder Autor sein Buch einstellen, ob dieses Buch irgendwann gelesen oder gar ausgeliehen wird, hängt vom Thema vom Autor und dem Interesse des Bibliotheksnutzers ab. Der Autor hat, wenn man von der Themenwahl oder der Aufmachung absieht, keinen Einfluss darauf, ob, wann und wie oft sein Werk gelesen wird. Aber es wäre natürlich sehr schade, wenn nur ganz wenige Autoren dieses Angebot „Bibliothek“ nutzen würden und diese wenigen wiederum aufgrund des geringen Angebotes für ihre Präsenz Geld verlangen könnten.
Das Internet lebt quasi von der Beteiligung vieler Menschen ohne kommerzielles Interesse. Hier liegt der grosse Vorteil, da hier jeder zu einem beeindruckenden Gemeinschaftswerk beitragen kann. Dass sich dies gerade im Bereich Religion

sehr schwierig gestaltet, ob nun auf Grund von Dogmen, wissenschaftlichen Ansprüchen, komplizierten Sachverhalten oder technisch notwendigen Verkürzungen, sollte man eher als Herausforderung ansehen denn als unüberwindliches Hindernis. Es würde jeder Einrichtung theologischer oder religiöser Art gut zu Gesicht stehen, wenn sie zumindest einige wenige (oder eben je nach Aufwand mehr) Inhalte und Themen präsentieren würde, so dass Menschen, die dem Thema „Religion“ etwas entfernter stehen, jederzeit die Möglichkeit haben, sich fachlich zu informieren und somit einen vernünftigen Einstieg zum Thema erhalten.
Vielleicht ist das der Kern zumindest für den Bereich „Religion im Internet“: Kirchengemeinden oder Religionsgemeinschaften stellen Möglichkeiten zur Verfügung und hoffen darauf, dass diese Angebote angenommen werden.
Für wissenschaftliche theologische Einrichtungen ist es eine Möglichkeit, wissenschaftliche Standpunkte ohne oder mit geringem finanziellen Aufwand zu präsentieren und somit öffentliche Debatten zu beeinflussen.
Für den Einzelnen bietet sich hier die Gelegenheit, seine Meinungen und Ansichten nicht nur frei zu äußern, sondern in Kommunikation mit anderen hinsichtlich seiner Standpunkte zu treten. Dass hier wahrscheinlich auch viel Unsinn veröffentlicht wird, kann eine wissenschaftliche, also auch theologische, Debatte sicherlich zumindest befruchten, ist aber in jedem Fall auszuhalten.

9 Literatur

Bobert-Stützel, Sabine: „The medium is the message"? Zum medialen Wandel der Predigt im Internet, In: Magazin für Theologie und Ästhetik, Heft 7. Online unter http://theomag.de/7/sbs1.htm

Bollmann, Stefan (Hrsg.): Kursbuch Internet, Mannheim 1998

Döring, Nicola: Einsam am Computer? Sozialpsychologische Aspekte der Usenet Communitiy. Online unter: ftp://ftp.uni-stuttgart.de/pub/doc/networks/misc/einsamkeit-und-usenet

Döring, Nicola: Führen Computernetze in die Vereinsamung, In: Zeitschrift für angewandte Sozialpsychologie, 27. Jhg., Heft 3, Sept. 1996. Online unter: http://psychologie.fernuni-hagen.de/SOZPSYCH/GD/Artikel/doer13.htm

Döring, Dr. Nicola: Netzwärme im Ausverkauf. Online-Communities zwischen Utopie und Profit, c't 11/2001, Seite 92

Gabriel, Norbert: Kulturwissenschaften und neue Medien, Darmstadt 1997

Guggenberger, Bernd: Das digitale Nirwana, Hamburg 1997

Herrmann, Jörg und Mertin, Andreas: Virtuelle Religion, Die Herausforderung der neuen Medien für Theologie und Kirche, In: Magazin für Theologie und Ästhetik, Heft 7. Online unter http://theomag.de/7/mh1.htm

Jörns, Gerald: Chat mit dem Internet-Pfarrer, Steckt Gott auch im Internet? Online unter: http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/te/4502/1.html

Johannes Paul II.: Internet: Ein neues Forum zur Verkündigung des Evangeliums : Botschaft zum 36. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel, Online unter: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day_ge.html

Lengler, Ralph: In Netz der Psychologie, taz vom 21.6.2002. Online unter: http://www.taz.de/pt/2001/06/21/a0171.nf/text.name,askWeb7Rv.n,6

Luhmann, Niklas: Religion als Kommunikation, In: Tyrell, Hartmann (Hg.); Krech, Volkhard; Knoblauch, Hubert: Religion als Kommunikation, Würzburg 1998, Seite 134 – 145

Mertin, Andreas: Internet im Religionsunterricht, Göttingen 2000

Meyer, Angela: Linkfäule, Wissenschaftler untersuchen die Lebensdauer von Hyperlinks, c't 9/2002, Seite 54

Münker, Stefan: Mythos Inthernet

Nethöfel, Wolfgang. Tiedemann, Paul: Internet für Theologen, Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt 1998

Nethöfel, Wolfgang: Theologie heute, In: theologia.deutsch, Dezember 1999 (15), Online unter: http://www.theologia.de/beitraege/wolfgang_nethoefel_1.htm

Nethöfel, Wolfgang; Schnell, Matthias (Hg.): Cyberchurch? Kirche im Internet, Frankfurt am Main 1998

Hier besonders:

- Nethöfel, Wolfgang, Schnell, Matthias: Einleitung: Auf dem Weg zur digitalen Kirche?, Seite 9 – 13
- Meiser-Reutti, Gerhard: Zwischen Markt und Mandat. Kirche in der Mediengesellschaft, Seite 17 – 28
- Meier, Urs: Fundamentalismus mit Umkehrschub. Die „Cyber-Church" wird zum Test für die zeitgenössische Kirche, Seite 40 – 47
- Vetsch-Thalmann, Jakob: Ankerplatz für Net-Surfer. Das Internet als neues Medium für die Seelsorge, Seite 141 - 146

Nethöfel, Wolfgang: Wissen macht Glauben. Informationsmanagement revolutioniert Kirchen und Gemeinden, In: theologia.deutsch, April 2000 (17), Online unter: http://www.theologia.de/beitraege/wolfgang_nethoefel_3.htm

Päpstlicher Rat für die sozialen Kommunikationsmittel: Kirche und Internet, Online unter: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_ge.html

Päpstlicher Rat für die sozialen Kommunikationsmittel: Ethik und Internet, http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_ge.html

Religionen im Internet, Interview mit Religionswissenschaftler Gregor Ahn, In: Ruperto Carola 2/2002. Online unter: http://www.uni-heidelberg.de/presse/ruca/ruca2_2001/ahn.html

Rösler, Antje: Internet und Religion, Online unter: http://www.seggeluchbecken.de/projekt/pro-03.htm

Schnurr, Msgr. Dennis M.: Your Family and Cyberspace, A Statement of the U.S. Catholic Bishops, Online unter: http://www.nccbuscc.org/comm/cyberspace.htm

Schwenzer, Andreas: Theologie im Internet - aus Würzburger Perspektive. In: Uni-Intern: (1996), Heft 4, S. 6f. Online unter: http://katholische-kirche.de/Service/Publikationen/tzw-in-1.htm

Schwenzer, Andreas: Unbegrenzte Möglichkeiten? : Das Internet als Chance und Herausforderung. In: Herder-Korrespondenz 50 (1996), 519-524. Online unter: http://katholische-kirche.de/Service/Publikationen/as-hk-01.htm.

Schwenzer, Andreas: Zwei Welten? Die Kirche und das Internet, In: Herder-Korrespondenz 50 (1996), S. 637 – 641, Online unter: http://katholische-kirche.de/Service/Publikationen/as-hk-02.htm.

Schwenzer, Andreas: Kirche Online, Gemeinde im Internet, Themenhefte Gemeindearbeit 38

Stoll, Clifford: Die Wüste Internet, Frankfurt am Main 1998

Strittmatter, Peter, Niegemann, Helmut: Lehren und Lernen mit Medien, eine Einführung, Darmstadt 2000

Text on computer screens harder to understand, less persuasive, Online unter: http://www.acs.ohio-state.edu/units/research/archive/comptext.htm

Vattimo, Gianni (Hrsg.): Medien-Welten Wirklichkeiten, München 1997

von Barloewen, Constantin: Der Mensch im Cyberspace, München 1998

Wallich, Matthias: Gott im Cyberspace – Thesen zur Medientheologie, Seminar-Handout, Wintersemester 2000/2001 Universität des Saarlandes

Wiedenhofer, Siegfried: Das katholische Kirchenverständnis, Köln 1992

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe angefertigt und mich nicht anderer als der angegebenen Hilfsmittel und Quellen bedient habe.

Saarbrücken, den 22.7.2002 Frank Puhl