



© Alexander Klaus_pivello.de

smd transparent

Neues aus Schüler-SMD, Hochschul-SMD, Akademiker-SMD und SMD-International

Nr. 02_Juni 2012

Generation Facebook

„Zwischen missionarischen Möglichkeiten und Datenklau – ein Überblick

„Ich bin in Facebook, weil meine Freunde auch da sind“, so simpel erklärte es eine Studentin auf einer SMD-Konferenz. Sie setzte nach: „In Facebook hängen viele meiner Kommilitonen rum, die meine Posts und Meinungen zu verschiedenen Themen ganz automatisch mitbekommen. Und so lässt sich auch mal eine Brücke zum Glauben schlagen.“ Interessanterweise haben Facebook und die SMD manches gemeinsam: Sie wurden beide von Studenten gegründet und sollten zu deren Vernetzung dienen. Facebook macht diese Vernetzung, die bei der SMD nur punktuell sichtbar wird, öf-

Zum Thema

Wie Facebook funktioniert und unser Leben verändert **–5**

Interview mit Roland Werner über soziale Netzwerke **–9**

Warum ich nicht bei Facebook bin. Zwei Gegenstimmen **–10**

Außerdem

Blick zu den Nachbarn: die Schweiz **–4**

40 Jahre Fachgruppen **–19**

Neue DVD des Instituts **–21**

Zur Finanzlage **–23**

fentlich. Grafisch schön gestaltet und mit vielen Fotos oder gar Videos der entsprechenden Personen. Das hat seinen Reiz. Auf der letzten Delegiertenversammlung der Hochschul-SMD stellte sich heraus: bis auf wenige Ausnahmen waren die allermeisten Anwesenden in Facebook angemeldet. Bei Schülern ist es noch krasser: „klassische“ Medien wie E-Mail oder SMS sind out, die Kommunikation läuft fast nur noch über Facebook. Ganz anders bei der Akademiker-SMD, hier besitzen nur wenige einen Facebook-Account. Diese Transparent-Ausgabe ist für beide Gruppen gedacht. Den „digital natives“, die mit dem Internet groß geworden sind, wollen wir mit unseren Artikeln Denkanstöße und Reflexionsfläche bieten. Die andere Gruppe, die sich vorsichtig an das Thema herantastet, wollen wir informieren und dazu ermutigen, sich mit dem Thema weiter auseinanderzusetzen.

Denn eins steht fest: Wir erleben derzeit eine Medienrevolution, die Veränderungen auf vielen Gebieten nach sich zieht. Martin Luther hat beim letzten großen Umschwung dieser Art ordentlich mitgemischt und bezeichnete die Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern als ein Geschenk Gottes. Bei den neuen sozialen Medien wie Facebook, Twitter oder YouTube hängen die Christen heute noch ein wenig hinterher, so scheint es. Als SMD bemühen wir uns, hier am Puls der Zeit zu sein, unsere Hochschulgruppen machen uns da manches vor. Ganz natürlich haben sich in den letzten Semestern die meisten Gruppen eine Facebookpräsenz zugelegt, Videos werden online gestellt und Einladungen digital verbreitet. All das passiert trotz der massiven Datenschutzproblematik. Hinzu tritt die Frage: Muss man wirklich so viel Zeit in diese Medien investieren? Auch dazu finden Sie Beiträge in diesem Heft. Wir wünschen Ihnen gewinnbringendes Lesen! ■ *Christian Enders, Redaktion*



Generation Facebook

„Soziale Netzwerke verändern unser Leben immer mehr. Was heißt das aus christlicher Perspektive? Und wie funktioniert das alles überhaupt?“

von Ulrich Pontes

Das Gute an diesem Artikel ist, dass Sie ihn nicht gleich wegklicken können. Da Sie diese Transparent-Ausgabe nun einmal in der Hand haben, können Sie diesem längsten Text im Heft kaum entrichten. Gut, Sie könnten schnell wieder aussteigen. Aber immerhin stehen die Chancen gut, dass Sie an ein gedrucktes Heft mit etwas mehr Ruhe als an einen Online-Text herangehen.

Willkommen in der alten analogen Medienwelt! Hier gibt es noch Leser und Autoren, und auch wenn ersterer den zweiten weder kennt noch explizit empfohlen bekam, besteht eine realistische Aussicht, dass er den Text schlussendlich liest – womöglich sogar trotz des Themas – und so am Ende eine Horizonterweiterung erfährt, ganz ohne danach gesucht zu haben. Das Beispiel macht im Umkehrschluss deutlich, wie sehr das Internet unseren Umgang mit Medien verändert. Und dabei ist das Informationsmanagement nur einer der Bereiche, in denen sich das Leben der „Generation Facebook“ – und aller im Umgang mit Medien jung Gebliebenen – drastisch von dem unterscheidet, was noch vor zehn Jahren der Normalfall war.

Im vergangenen Jahrzehnt ist aus dem Internet das Web 2.0 geworden, das soziale Netz, und Facebook zu dessen Inbegriff. Der Platzhirsch aus Kalifornien und zahllose weitere Communities, die vorwiegend der Interaktion der Nutzer untereinander dienen, bestimmen weite Teile des Geschehens im World Wide Web. Nach Brief und Telefon verlieren dadurch mittlerweile auch SMS und E-Mail an Bedeutung für die persönliche Kommu-

nikation (nicht jedoch das Handy, schließlich ermöglicht es den Internet-Zugang von unterwegs!). Daten über den Nutzer sind zur wertvollen Ware für Werbetreibende und damit zur Triebkraft eines ganzen Wirtschaftszweigs geworden. Der User selbst ist derweil zum „producer“ avanciert: Dank immer einfacher zu bedienender Technik ist er längst nicht mehr nur Konsument, sondern Inhalte-Produzent. Ohne technische oder Programmier-Kenntnisse kann er auf den diversen Plattformen des Mitmach-Netztes Texte, Bilder oder Videoclips veröffentlichen.

Soziale Netzwerke: Die Verlagerung des Lebens ins Internet

Ältere Semester können sich noch an Poesie- und ähnliche Alben aus ihrer Jugendzeit erinnern, in denen sich Freunde und Mitschüler mit Foto, Steckbrief, Lieblingstier, -gericht und -musikgruppe, Sinnspruch oder kreativeren Beiträgen verewigen konnten. So ähnlich startete Anfang 2004 auch die zunächst für Studierende gedachte Seite Facebook – nur dass die Einträge nicht einem individuellen Adressaten galten, sondern von Beginn an mindestens für eine campusweite Öffentlichkeit einsehbar waren. Gut anderthalb Jahre später kopierte StudiVZ die Idee. 2003, also noch vor Facebook, gingen das mittlerweile fast vergessene MySpace sowie die auf Business-Kontakte zugeschnittenen Netzwerke OpenBC (heute Xing) und LinkedIn an den Start.

Über Jahre waren StudiVZ und seine Ableger SchülerVZ und MeinVZ in Deutschland Marktführer. Heute ist Facebook der unangefochtene Branchenprimus, auch wenn immer mal Unkenrufe laut werden, das Wachstum könnte abreißen. 845 Millionen Nutzer hat das Netzwerk laut eigener Statistik derzeit, davon gut 23 Millionen in Deutschland. Mitbewerber sind allenfalls in Nischen erfolgreich. Auch Special-Interest-Netzwerke haben es schwer, eine kritische Masse an Nutzern zu erreichen. So vegetierten das evangelische Jugendportal Youngspirix und später sein erwachsenes Pendant, die Community von evangelisch.de, trotz eines guten, eigenständigen Ansatzes jahrelang weitgehend unbekannt und ungenutzt dahin und wurden schließlich wieder eingestellt. Behaupten kann sich dagegen, trotz – oder wegen? – der viel enger gefassten Zielgruppe, das evangelikal geprägte Jesus.de. Die Com-

„The Filter Bubble“. Die virtuelle Welt könnte in Milieus zerfallen, die sich untereinander kaum noch wahrnehmen.

Kommunikationsmoral. Die schriftliche Form erlaubt auch weniger schlagfertigen Menschen, sich am Online-Diskurs zu beteiligen. Die fehlenden nonverbalen Kanäle, womöglich gar in Verbindung mit der Möglichkeit anonymer Äußerungen, haben freilich auch eine Kehrseite: Provokateure streuen gezielt extremistische Kommentare, zudem kippen Diskussionen schnell ins Persönliche, Unsachliche und Beleidigende. Mitunter fegen Wellen der Empörung wie Tsunamis durchs Netz. Opfer solcher „Shitstorms“ werden bevorzugt Politiker und Unternehmen.

„Long-tail effect“. Festplatten vergessen nicht. Wer langfristig relevante Informationen veröffentlichen will, den freut es – wer in sozialen Netzwerken gern mal impulsiv ist, bekommt ein Problem. Denn ob Daten tatsächlich gelöscht oder nur verborgen werden, wenn man auf „Löschen“ klickt, darauf hat der Nutzer keinen Einfluss. Ganz abgesehen davon, dass das nachträgliche Ausmisten eingestellter Inhalte extrem mühsam ist. Sie per Suchfunktion aufzufinden, gelingt dagegen oft im Handumdrehen – sogar für ungebetene Gäste, vom Personalchef bis zu in- und ausländischen Behörden.

Soziale Beziehungen. Unterstützt Facebook persönliche Kontakte oder macht es einsam? Betrügen uns die virtuellen Welten um unser reales Leben, oder bereichern sie es? Als gesichert darf bislang nur gelten, dass allzu einfache, einseitige Antworten auf diese Fragen wohl nicht der empirischen Realität entsprechen. Frei von realen Risiken ist die virtuelle Welt jedenfalls nicht. Zwar sind „Social Media Burn-out“ und Online-Sucht als Diagnosen noch umstritten. Immer aber steht eine der knappsten Ressourcen unseres heutigen Lebens auf dem Spiel: Zeit.

Realitätsflucht. Auch wenn nichts für einen massenhaften Rückzug aus dem „echten“ Leben spricht – das Netz bietet etwa für Selbstmordgefährdete und Extremisten Rückzugsräume, in denen sie Gemeinschaft finden, während ihnen die heilsame Konfrontation mit „Normaldenkenden“ erspart bleibt.

Authentizität. Unser Auftreten ist im Netz viel flexibler gestaltbar als sonst im Leben. Mit erfundenem Profil wie eine existierende Person aufzutreten, ist technisch kein Problem. Wenn man als realer Mensch nach Kontakt, Beachtung und Anerkennung sucht, ist es allerdings auch wenig sinnvoll. Aber auch, wenn die meisten intuitiv anerkennen, dass Vertrauen, Verlässlichkeit, soziales Miteinander ohne ein Mindestmaß an Authentizität unmöglich sind: Die Strategien der Selbstdarstellung im Netz sind andere als im sonstigen Leben. Identitätsmanagement wird zur bewusst betriebenen Tätigkeit. So sind negative Affekte in Facebooks „Gefällt mir“-Kultur schlecht gelitten. „Sei ehrlich, aber sag nichts Falsches“ könnte als Maxime gelten. Ande-

rerseits fordert ein Facebook-Profil dazu heraus, ein für Kollegen, Freunde und Familie gleichermaßen gültiges Gesicht zu zeigen – für manchen ein Authentizitäts-Gewinn.

„Clicktivism“. Bei Themen mit Aufreger-Potenzial werden soziale Netzwerke zum idealen Kampagnen-Instrument. Per Mausklick sein Missfallen zu Gesetzesvorhaben auszudrücken oder eine Protest-E-Mail an menschenrechtsverachtende Regimes zu senden ist bequemer als Unterschriftensammlungen in der analogen Welt; durch einen weiteren Klick alle Bekannten in Kenntnis zu setzen vergrößert den Effekt exponentiell. So entstehen ganz neue Formen zivilgesellschaftlichen Engagements.

Partizipation. Da jede Kommunikation einen Rückkanal beinhaltet und auch komplexere Moderationsprozesse abgebildet werden können, eröffnet das Web 2.0 nie dagewesene Möglichkeiten, politische Debatten transparenter zu gestalten und die Öffentlichkeit direkt in die Meinungsbildung einzubeziehen. Mehr als andere steht bisher die Piratenpartei für diesen Ansatz der „Li-



© istockphoto.com/nlyl

quid Democracy“. Bisher finden vor allem netzpolitische Themen Resonanz im Netz. Das dürfte sich aber ändern, wie das Beispiel des „Zukunftsdialogs“ zeigt: An der Grundsatzdiskussion, wie wir in fünf bis zehn Jahren als Gesellschaft leben wollen, hat die Bundeskanzlerin neben Experten auch die breite Öffentlichkeit per interaktiver Onlineplattform beteiligt.³

Digitale Gräben. Das Internet schafft neue Möglichkeiten und bündelt zunehmend die Prozesse, in denen über unser künftiges Miteinander in der Gesellschaft insgesamt verhandelt wird. Wer nicht online ist, bleibt dabei außen vor. Die Diskussion um diese digitale Kluft ist nicht neu. Eine Studie von 2011⁴ weist allerdings zurecht darauf hin, dass die Situation mittlerweile komplexer sein könnte: Nicht On- und Offliner müsse man unterscheiden, sondern – je nach Nutzungskompetenz und -verhalten – verliefen die entscheidenden Gräben zwischen den „digitalen Eingeborenen“ (digital natives), den sich herantastenden „digitalen Einwanderern“ und den stark verunsicherten „digitalen Außenseitern“, wobei die letztgenannte Gruppe mit 40 Prozent deutlich größer sei als die der Offliner.

Fazit: Von virtuellem Licht und vollkommener Freude

Zwar ist heute erst ein gewisser Bruchteil der Menschen an den skizzierten Veränderungen aktiv beteiligt. Die zitierte Studie stuft 41 Prozent als „digital natives“ ein – wobei der Prozentsatz unter Studierenden nahe hundert, der unter Rentnern sehr niedrig liegen dürfte. Und sicher gibt es keine moralische Pflicht, bei Facebook & Co. mitzumachen. Gerade beim Marktführer, vermutlich aber bei jedem sozialen Netzwerk, finden sich gute Gründe zur Genüge, die eine persönliche Verweigerungshaltung rechtfertigen können – wie es ja auch Leute gibt, die aus respektabler Überzeugung keinen Fernseher besitzen. Wer als Firma, Organisation oder auch als Kirche Menschen erreichen und Gesellschaft mitgestalten will, darf sich dem Social Web aber nicht verschließen. Dort engagieren müssen sich freilich eher einzelne Menschen als die Institutionen, denn letztere haben im zwischenmenschlichen Miteinander oft wenig zu melden. Es braucht also Christen, die sich vorwa-

gen in die terra incognita, die sich von Chancen inspirieren statt von Risiken übermäßig irritieren lassen. Genau dazu hat übrigens wiederholt der Papst in seinen lesenswerten Botschaften zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel aufgerufen.⁵ So schrieb er 2011, nach einer Analyse der Chancen und Risiken sozialer Netzwerke: „Ich möchte jedenfalls die Christen dazu einladen, sich zuversichtlich und mit verantwortungsbewusster Kreativität im Netz der Beziehungen zusammenzufinden, (...) weil dieses Netz wesentlicher Bestandteil des menschlichen Lebens ist.“ Auch in der digitalen Welt gebe es „einen christlichen Stil der Präsenz“, der sich etwa in der Art der Kommunikation, in Präferenzen und Urteilen äußere. Und: „Auch in diesem Bereich sind wir aufgerufen, unseren Glauben zu verkünden, dass Christus Gott ist, der Erlöser des Menschen und der Geschichte, in dem alle Dinge ihre Erfüllung finden (vgl. Eph 1,10).“

Man könnte auch sagen: Jesu Wort vom Salz und Licht gilt auch in der virtuellen Welt. Nur eines sollte bei aller Begeisterung nicht in Vergessenheit geraten: Dass der Kontakt über soziale Netzwerke – wie jede medial vermittelte Kommunikation – letztlich nur ein Mittel zum Zweck ist. Da bleibt das Ende

des (von seiner Kürze her fast für ein Facebook-Posting tauglichen) zweiten Johannesbriefs auch heute gültig: „Vieles hätte ich euch noch zu schreiben; ich will es aber nicht mit Papier und Tinte tun, sondern hoffe, selbst zu euch zu kommen und persönlich mit euch zu sprechen, damit unsere Freude vollkommen wird.“ ■

Ulrich Pontes (Mainz),
freier Journalist für Wissenschaft und mehr



- 1 „Soziale Netzwerke – Zweite, erweiterte Studie“, online unter <http://bit.ly/bitkom2>
- 2 GlobalWebIndex 2011 – siehe <http://bit.ly/GWindex5>
- 3 www.dialog-ueber-deutschland.de
- 4 „DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet“ – online unter <http://bit.ly/GWindex5>
- 5 <http://bit.ly/PapstSocialMedia>

Inspirierendes aus dem Web 2.0

– Von viralen Weihnachten bis zum Wissensmanagement

Entscheidend für das soziale Web ist der Austausch zwischen individuellen Nutzern. Trotzdem können natürlich auch Gruppen oder Organisationen mitmischen – indem sie Inhalte in bestehende Plattformen einspeisen oder eigene Plattformen schaffen. So ist nicht nur die SMD auf Facebook vertreten (www.facebook.com/smd.org), sondern auch viele einzelne Hochschulgruppen. Wer auf dem Laufenden bleiben will, braucht nur „Gefällt mir“ zu klicken. Im Folgenden einige Beispiele, was darüber hinaus alles möglich ist.

Wer gewohnt ist, am Bildschirm interaktiv zu kommunizieren, gern auch mit mehreren Gesprächspartnern, für den ist die Idee ziemlich naheliegend: Wieso sollte man im virtuellen Stuhlkreis nicht auch interaktive **Online-Andachten oder Gottesdienste** veranstalten? Beides wird hier und da versucht. So hat evangelisch.de etwa in der Passionszeit regelmäßig Chat-Andachten angeboten – einen Erfahrungsbericht gibt's unter <http://bit.ly/OnlineAndacht>. Und zum 1. April 2012 (kein Scherz) hat sich die katholische Kirche an einen von vielen Medien besprochenen „Facebook-Gottesdienst“ gewagt: Gehalten von einem Priester, übertragen per Video-Livestream und mit beeinflusst von Rückmeldungen von der Facebook-Gemeinde.

Weniger an Kirchenferne denn an aktive Mitarbeiter richtet sich das evangelische Portal geistreich.de. In einer Mischung aus Wikipedia-ähnlicher Wissenssammlung, an der alle mitschreiben können, und Community-typischem Austausch sollen Haupt- wie Ehrenamtliche von Erfahrungen anderer Gemeinden profitieren – kirchliches **Wissensmanagement** per Web 2.0.

Als „Clicktivism“ wird manchmal **Internet-basierter Aktivismus** bezeichnet. Im weltweiten Kampf gegen verschiedenste Missstände hat sich in diesem Feld in den vergangenen Jahren vor allem Avaaz.org einen Namen gemacht. Die „weltweite Bürgerbewegung“ engagiert sich für Klimaschutz und Umwelt, gegen menschenverachtende Diktaturen, Korruption und organisiertes Verbrechen – per Online-Unterschriftenlisten, Mail- und Telefonaktionen, Anzeigenkampagnen, Fundraising und und und. Keine christliche Organisation, aber vielleicht ein Betätigungsfeld für engagierte Christen?

Wohl wegen des hohen Produktionsaufwands vergleichsweise wenig für christliche Inhalte genutzt werden **Videoportale**. Ausnahmen machen im deutschsprachigen Bereich Bibel-TV und der offenbar von einer Einzelperson betriebene jesuskanal.de. Was man noch alles mit Videos machen kann, zeigt die



UCCF – das (finanzkräftigere) britische SMD-Pendant. Unter www.youtube.com/user/uccfmedia/ gibt es animierte Illustrationen zentraler biblischer Geschichten, Interviews mit bekannten christlichen Autoren, Videos zum Einsatz bei evangelistischen Veranstaltungen, UCCF-Werbung ... Verbreitet werden die Filme etwa über Facebook, aber auch über eigene UCCF-Smartphone-Apps.

Videos, die richtig gut sind, werden „viral“ – sie verbreiten sich quasi selbstständig im sozialen Netz, weil sie vielen Nutzern so gut gefallen. Dabei hat durchaus auch Christliches eine Chance, wie etwa eine anhand von Google Maps, Twitter-Nachrichten und anderen Web-2.0-Tools nacherzählte Weihnachtsgeschichte mit über fünf Millionen Klicks auf Youtube beweist: <http://bit.ly/Weihnachten20>. Typische Kandidaten für **virale Videos** sind auch Aufnahmen von Flashmobs – am bekanntesten vielleicht die unerwartete Aufführung von Händels „Halleluja“ in einer Einkaufspassage: <http://bit.ly/HallelujaFlashMob>. ■

Ulrich Pontes

„Authentisch und vernünftig sein“

Interview mit Roland Werner über Christen und soziale Netzwerke

„Roland, du bist auf Facebook recht aktiv und bloggst wöchentlich beim CVJM. Warum nutzt du soziale Medien so offensiv?“

Vielleicht sieht es mehr aus als es wirklich ist. Ich sehe meine Facebook-Präsenz als einen weiteren Weg, mit Freunden und Bekannten in Verbindung zu bleiben. Mich interessiert auch das, was gerade „in“ ist und diskutiert oder gepostet wird. Ich habe mal – mit einem Freund zusammen – eine Gruppe für meine Bibelübersetzung „das buch“ gestartet und sie eine Zeitlang auch aktiv benutzt, zum Beispiel über die Passionszeit zum Versenden von Abschnitten aus den Passionsberichten in den Evangelien. Das ist aber etwas zum Erliegen gekommen. Ich kenne und beherrsche längst nicht alle Funktionen. Ich würde mich sogar fast als Facebook-Alphabeten bezeichnen.

„Immerhin hast du dort rund 3.500 „Freunde“ ...“

Also, ich habe nur ganz wenige Anfragen selbst gestartet, sicher unter 20 insgesamt. Die anderen fragen mich an, ob wir „Freunde“ werden wollen. Ich habe mich irgendwann entschieden, dass ich unter bestimmten Bedingungen „ja“ sage beziehungsweise akzeptiere. Allerdings nicht alles und jeden. Da gibt es einige Richtlinien, die ich versuche einzuhalten. Wenn jemand zum Beispiel offensichtlich extreme Ansichten vertritt oder eine absolut eingeschränkte Weltsicht, dann überlege ich mir, ob ich wirklich ja sagen kann. Aber insgesamt kenne ich auch im wirklichen Leben mehrere Tausend Leute, und lerne dauernd neue kennen. Und Zehntausende haben mich schon mal irgendwo erlebt, bei einem Jugendgottesdienst, einer Konferenz, beim Christival oder bei JesusHouse. In meiner Sicht sind die Facebook-Kontakte nur eine weitere Form der lockeren Bekanntschaft, genauso wie ein Smalltalk am Rande einer Konferenz.

„Facebook-Befürworter im christlichen Umfeld verweisen auf die rund 20 Millionen deutschsprachigen Nutzer. Erlebst du es, dass sich Menschen via Facebook auf Fragen über den Glauben einlassen oder vielleicht sogar über das Internet zum Glauben kommen?“

Ich denke, das ist möglich. Gerade heute hat mir ein Freund erzählt, der ein Fantasy-Buch für Kinder geschrieben hat (Das Amulett von Gan), dass er über Facebook eine begleitete Lesegruppe organisiert hat. Es waren alles Erwachsene. Und es kam dabei zu guten und interessanten Unterhaltungen über die christlichen Symbole in seiner Geschichte. Ich denke, dass so etwas an vielen Stellen im Internet passiert. Ich selbst habe Facebook noch nicht intensiv zur Glaubensinformation oder Glaubensvermittlung verwendet. Ich würde das aber nicht ablehnen und eher nach Wegen suchen, das so zu tun, dass es die Leute wirklich anzieht und interessiert, und nicht abschreckt.

„Wie sollte das aussehen?“

Ich denke, wenn Christen authentisch und vernünftig, aber nicht überdreht ihren Glauben und ihre Überzeugungen dort hineinschreiben, dann kann das andere zum Nachdenken anregen. Manches ist aber auch überspannt oder einseitig. So finde ich den Versuch, eine oder mehrere Millionen Christen auf Facebook zu finden, zwar nett, aber irgendwie auch unsinnig. Jesus hat niemals den Wert auf die große Zahl gelegt, sondern auf Ernsthaftigkeit. Qualität geht über Quantität. Sicher sind viele Millionen Christen auf Facebook, doch was bringt es, solche Gruppen zu bilden? Wollen wir beweisen, dass wir ernst zu nehmen sind? Das geschieht nicht durch riesige Gruppen in den sozialen Medien, sondern durch ein authentisches Leben.

Dennoch sollten wir die missionarische Möglichkeit dieser Netzwerke nicht unterschätzen. In einer Zeit, in der viele keine Bücher mehr lesen, sondern sich hier tummeln, sind gute, verständliche Texte und inhaltvolle Videos und Musiktrailer sicher eine Möglichkeit, Botschaft weiterzugeben. Und vor allem die Bereitschaft, in ein respektvolles und interessiertes Gespräch mit anderen einzutreten. Doch manche Spleens schaden, zum Beispiel die Vermischung von geistlichen und politischen Inhalten, wie sie leider etwa bei der unkritischen Israeleuphorie mancher Christen vorkommt. Christen sollten alle Menschen gleichermaßen achten und lieben, hier also Juden und Palästinenser, und nicht Gottes Reich mit den Reichen der Welt verwechseln.



Dr. Roland Werner, Theologe und Afrikawissenschaftler, ist seit April 2011 Generalsekretär des CVJM-Gesamtverbandes und war zuvor Leiter des Christus-Treffs Marburg. Anfang der 90er-Jahre war er Hochschulevangelist der SMD.

„Wo siehst du Gefahren, die soziale Medien mit sich bringen?“

Mobbing in Facebook ist sicher ein Problem, zum Beispiel wenn Schüler irgendwelche negative Kommentare über Mitschüler schreiben. Dann kann es passieren, dass Menschen zu viel Zeit in diesen Medien verbringen und reale Beziehungen vernachlässigen. Eine weitere Gefahr steht in der mangelnden Abschätzung, dass man sich aus Augenblickslaunen heraus langfristig kompromittieren und schaden kann – etwa durch vermeintlich witzige Partybilder, die von anderen gefunden werden können, wenn man die Privatsphäreinstellungen nicht richtig eingestellt hat.

„Hinzu kommt, dass ein einzelnes Unternehmen vielleicht mehr über uns weiß, als unser Familie oder Freunde ...“

Das stimmt. Allerdings leben wir immer öffentlich. Und letztlich entscheiden wir zum großen Teil selbst, was über uns bekannt ist.

„Was heißt das für Christen, die in Verfolgungssituationen leben?“

Das ist eine Gefahr, die für uns im Westen gegenwärtig eher theoretisch ist. Für Christen in anderen Ländern, zum Beispiel im islamischen Bereich, ist das aber sehr real. Da ist es in der Tat schon wirklich zu Verfolgungen und auch Tötungen gekommen, etwa in Saudiarabien, wo eine Frau, die zum Glauben an Jesus gefunden hatte, ihre Gebete zu Jesus und geistliche Gedichte gepostet hatte. Sie wurde daraufhin umgebracht. ■



Die Fragen stellte Christian Enders

Warum ich nicht bei Facebook bin

„Zwei gute Gründe, die gegen das soziale Netzwerk sprechen

Ich mag Beziehungen! Beziehungen zu Menschen, mit denen ich echtes Leben teilen kann: Ereignisse, Ironie, Sorgen, Hoffnungen kommunizieren. Das erfüllt mich. Solche Beziehungen fordern aber vor allem Zeit und Aufmerksamkeit. Vor einem Jahr habe ich gemerkt, dass Facebook diese Investitionen nicht ersetzen kann, obwohl es das gerne suggeriert. Mal eben nebenbei via Internet an irgendwas teilhaben – das funktioniert nicht. Denn wenn etwas beim Posten und Twittern verlorengeht, dann sind es eben die Emotionen, die Beziehungen ausmachen. Mut ist auch eine Emotion. Und Mut erfordert es, nach langer Pause mal wieder den Telefonhörer in die Hand zu nehmen und die schon längst verstaubte Beziehung zu einem alten Bekannten aufzufrischen. Jungs brauchen offenbar Mut, ein Mädchen nach seiner Adresse zu fragen. Mich hat es ein bisschen Mut gekostet, meine Sozial-Network-Ac-

counts zu löschen. Aber ich bin gerne mutig, wenn dafür meine Beziehungen wieder mehr Leben teilen – und das findet nicht bei Facebook statt. ■

Susann Heichel, Rostock, ist im Leitungskreis der Hochschul-SMD



Zugegeben, ich blogge und twitere – aber Facebook kriegt mich nicht! Ist das konsequent? Die Antwort darauf ist fachlich (und auch sozial, aber das führt hier zu weit). Als ehemaliger Informatiker schaue ich



mir genau an, was Facebook mit meinen Daten macht. Gut, in Zeiten des sogenannten Cloud-Computing ist Datenschutz sowieso relativ. Daten liegen irgendwo in der Welt auf nicht greifbaren Servern herum – aber was Facebook ganz offen propagiert, ist schon ein dickes Ding! Stück für Stück und ganz dreist werden die Datenschutzbestimmungen reduziert, Daten verkauft und vermarktet. Dazu die diversen Fallstricke und Tricks, um von Anfang an möglichst viele Informationen und „Transparenz“ zu erreichen. Da ist das nahegelegte Hochladen des Adressbuchs vom PC (ach, wie praktisch!) nur eine von vielen Tricksereien, um an Daten zu kommen. Spätestens wenn alle vernetzten Daten mit einer automatischen Gesichtserkennung wie in Picasa (von der anderen Datenkrake Google) verknüpft sind, wird es spannend! Solche Transparenz ist eben oft eine aus Unsicherheit geborene und paradoxerweise als reizvoll erfundene Form der Kontrolle. Und genau die muss ich mit „Gesichtsbuch“ nicht haben. Aus Überzeugung nicht. ■

Christof Lenzen, ehemaliger Informatiker und Pastor der FeG Eschweiler, bloggt unter wegbegleiter.wordpress.com



Immer „on“, auch in der Schule

„Praktisch: In Facebook lässt sich auch über Hausaufgaben reden

In der sogenannten „Generation Facebook“ macht das größte soziale Netzwerk der Welt natürlich auch nicht vor der Institution Schule Halt. Da es für Schüler mittlerweile völlig normal ist, einen Computer, Laptop oder ein Smartphone mit Internet zu haben, ist es auch völlig normal, in Facebook angemeldet zu sein. Und ehrlich gesagt ist es schon eine Ausnahme, jemand zu finden, der dort nicht angemeldet ist.

Für mich war es schon ziemlich früh normal, mit meinen Freunden und Mitschülern über das Internet zu kommunizieren. Oft war die letzte Frage bevor man von der Schule nach Hause ging: „Wann bist du on?“. Doch durch Facebook bekam das alles nochmal eine andere Dimension. Im Gegensatz zu frühen Chatprogrammen oder anderen Communities meldet man sich bei Facebook normalerweise mit seinem richtigen Namen an. Somit kann man hier ganz leicht alle Klassenka-

meraden finden und seine ganze Klasse als „Freunde“ haben. Dies bietet große Möglichkeiten zur Kommunikation untereinander. Wurde z.B. im Unterricht ein Plakat entworfen, so wurde in meiner Klasse dieses Plakat nicht von allen abgeschrieben, sondern einer fotografierte es mit seinem Handy ab und lud es entweder gleich noch mit seinem Smartphone oder spätestens zu Hause in Facebook hoch.

An meiner Schule hatten wir auch eine Facebookgruppe, in der alle Schüler des Physikkurses Mitglied waren. Hier wurden Infos wie und wann das nächste Physikpraktikum stattfindet weitergegeben oder Lerntipps für die kommende Klausur ausgetauscht. In Facebook haben wir uns auch über die alltäglichen Hausaufgaben ausgetauscht. Doch besonders in der Abiturvorbereitung wurde Facebook bei uns genutzt. Jedes einzelne Gremium (für Abi-Shirt, Abi-Zeitung, etc.) hatte seine eigene Gruppe, in der viel abge-



sprochen und abgestimmt wurde – ein „richtiges“ Treffen war dann meist nicht mehr nötig. Übrigens, wenn jemand während der Unterrichtszeit in Facebook online ist, heißt das nicht, dass er krank zu Hause ist. Viel öfter sind die Leute einfach mit ihren Smartphones im Unterricht online, um auch während der Schulzeit immer up-to-date zu sein. Dazu kamen die immer populärer werdenden Spielchen in Facebook, die auch über Smartphones im Unterricht gespielt wurden. ■

Joshy (Johannes) Nathan, hat letztes Jahr Abitur gemacht und ist nun FSJler der Schüler-SMD



Facebook = Evangelisation 2.0

„Wie das Netzwerk in Studentengruppen und Gemeinden genutzt wird

Sind wir nicht alle ein bisschen Facebook? Trotz der durchaus erschreckenden Datenschutz-Problematik kommen wir um eine Beobachtung nicht herum: Wäre Facebook ein Land, so hätte es mit seinen derzeit rund 845 Millionen aktiven Nutzern die drittgrößte Bevölkerungsdichte der Welt. Sein Motto: „Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten und Inhalte mit diesen zu teilen.“ Etlichen gefällt das, andere sind da eher skeptisch. Bei einigen dauert der Gang auf Facebook wenige Minuten, bei manchen einige Stunden.

Franz von Assisi hat gesagt: „Wo du hingehst, verkünde den Glauben – notfalls auch mit Worten.“ Wir wissen zwar nicht, ob auch er ein aktives Facebook-Mitglied gewesen wäre, aber wir können doch eins feststellen: Soziale Netzwerke sind in der heutigen Zeit eine wunderbare Gelegenheit,

Menschen auf Jesus und das Evangelium aufmerksam zu machen. Erst neulich postete ein Freund von mir: „Jesus spricht zu ihm: Ich bin der Weg und die Wahrheit und das Leben.“ Daraufhin entwickelte sich ein tolles Gespräch mit jemandem, der mit Gott und Glauben (noch) nicht sonderlich viel anfangen konnte. Selbstverständlich sollte es nicht bei einer virtuellen Unterhaltung bleiben, nichtsdestotrotz ist es aber ein guter Anfang.

Auch für uns SMDler ist Facebook kein unwichtiges Tool. Über die Online-Pinnwand kann ich meinen „Freunden“ in Sekundenschnelle den neuen Semesterflyer ans Herz legen oder auf einzelne SMD- oder Gemeindeveranstaltungen hinweisen. Autoren von evangelistischen Blogs haben hier die Möglichkeit, ihre neuesten Beiträge werbewirksam an den Mann zu bringen. Als SMD-Gruppe haben wir erst kürzlich eine Facebook-Seite eingerichtet



(siehe Screenshot), um für unsere Hochschultage zu werben. Manche SMD-Gruppen haben es sich bereits zur Regel gemacht, ihre Vorträge online zu stellen. Zu diesen hat man natürlich zuvor über Facebook eingeladen. Und wo man spannende Leseempfehlungen posten kann, das dürfte mittlerweile klar sein. Wir stellen fest: Facebook öffnet die Tore zur Evangelisation 2.0 – wem das gefällt, der trete ein! ■

Stephan Lange ist Doktorand an der Uni Bielefeld und Mitarbeiter der Hochschul-SMD



„Faithbook“: Neue Chancen für die Kommunikation in Gemeinden

Um den Kontakt mit Jugendlichen zu behalten, war es meiner Gemeinde wichtig auch im Internet erkennbar und ansprechbar zu sein. Nach einem Pfingstgottesdienst sind wir vor einem Jahr mit drei Fans bei Facebook gestartet und haben inzwischen unsere Follower verzehnfachen können. An unserer Facebookseite schätzen wir die große In-

teraktion und Spontaneität im Austausch, vor allem von Informationen oder Fotos, gegenüber den traditionellen Medien, wie Gemeindebrief oder Homepage. So ist auf ganz natürliche Weise ein Glaubens- und Gemeindedateibuch von der Jugend für die Jugend

entstanden. Das Mitmach-Web bietet nicht nur Risiken, sondern neue Chancen der Zusammenarbeit und der Kommunikation. ■

Frank Pientka, Schwerte, Leiter der SMD-Fachgruppe Informatik



Dänemark: Über 400 Studenten nehmen am Facebook-Bibelkreis teil

In Dänemark hat die Studentin Lisa Rom Boye eine Facebookgruppe gegründet, um mit Kommilitonen in einem Jahr die ganze Bibel durchzulesen.

In ihrer Einladung zur Gruppe wies Lisa (Foto) auf den großen Einfluss der Bibel auf die europäische Kunst und Kultur hin. Wer unsere Kultur verstehen möchte, sollte die Bibel kennen. In kürzester Zeit verbreitet sich ihre Einladung in Facebook und immer mehr Studenten erklärten sich bereit, beim Bibellesen mitzumachen. Lisa erzählt: „Facebook ist schon ein witziges Medium. Die Freunde, die ich in die Gruppe eingeladen hatte, haben den Post wiederum an ihrer Pinnwand geteilt, sodass wir bereits am Tag nach Gründung der Gruppe 30 Leute waren. Eigentlich hatte ich nur mit acht bis zehn Leuten gerechnet, die tatsächlich interessiert sein

würden.“ Eine Woche später waren es 435 Studenten. Jeden Sonntag postet Lisa nun den Leseplan für die Woche. Wenn ein neues Buch anfängt, gibt es noch eine Einleitung gratis dazu. Wenige Tage nach Beginn der Aktion

entwickelte sich eine lebhaftere Diskussion über die gelesenen Bibeltexte. „Ich denke, die meisten Leute in der Gruppe sind Christen. Allerdings weiß ich auch, dass einige mitmachen, die sonst nie in der Bibel lesen“, so Lisa. Insgesamt sei sie ziemlich erfreut und auch ein wenig geschockt von den vielen Teilnehmern des Online-Bibelkreises: „Ursprünglich wollte ich ein monatliches Treffen aller Beteiligten bei mir zu Hause veranstalten – aber für so viele Leute ist meine Studentebude eindeutig zu klein.“ Nun sucht sie nach Räumlichkeiten, in denen sich die Facebook-Nutzer dann auch im realen Leben treffen können. ■ red

