

## »Wir sind alle Individuen!«

### Individuum und religiöse Vergemeinschaftung im Digitalen

Frederike van Oorschot

## 1 Gemeinschaft und Individuum – Individuum und Gemeinschaft

»We're all individuals!« – So schallt es Brian, der Jesusfigur im satirischen Film »Monty Python's Life of Brian« (1979) entgegen. Seit einiger Zeit folgen viele Menschen Brian in dem Glauben, er sei der Messias. Die Menschenmenge war zu Brian gekommen, um einen Segen zu erbitten. Brian tut sich schwer, aber er gibt zu, er hätte »one of two things to say« und beginnt: »Look, you got it all wrong. You don't need to follow me. You don't need to follow anybody. You've got to think for yourselves. You're all individuals!« »Yes, we're all individuals!« schallt es ihm wie aus einem Mund aus der Menge entgegen. »You're all different!«, fährt Brian fort. »Yes, we're all different!«, tönt es unisono zurück. »I'm not.«, sagt eine einzelne lakonische Stimme aus der Menge. »Shhh!«, wird der unsichtbare Sprecher zum Schweigen gebracht.

Zum Zusammenhang von Individuum und Gemeinschaft wäre aus dieser Szene viel zu sagen. Grundlegendes wird auf den ersten Blick erkennbar: Wenn Individuen sich für die gleiche Person oder Sache interessieren, entstehenden daraus schnell Vergemeinschaftungen. Ironisch gewendet in der Szene sogar dann, wenn die die orientierende Figur dem explizit widerspricht: »You're all individuals!« – »You're all different!«. Und auch wenn es individuelle Entscheidungen sind, rückt durch den gemeinsamen Bezug auf – in diesem Fall – eine Figur, schnell das Gemeinsame in den Vordergrund: »Yes, we're all

individuals!« – »Yes, we're all different!« Die Emphase des gemeinsam Individuellseins ist – zumindest in der satirischen Brechung – nicht verhandelbar: »I'm not.« – »Shhh!«

Die Grundkonstellation ist dabei alt bekannt: Gemeinschaften entstehen durch Individuen und Individuen werden durch Gemeinschaften geformt. Die jahrhundertelange Diskussion über religiöse Identitäts- und Gemeinschaftsbildung bleibt unentschieden: Ist es die Gemeinschaft, die das Individuum formt, sodass er oder sie zum Glauben kommt und seine religiöse Identität ausbildet – oder sind es die Glaubenden, die sich zu einer Gemeinschaft zusammenfinden und diese formen und prägen? Die unterschiedlichen Antworten lassen sich in der christlichen Tradition bis ins Neue Testament zurückverfolgen: Sind es in den Erzählungen der Apostelgeschichte die Jünger\*innen Jesu, die sich versammeln, und die Gemeinden in den Briefen des Apostels Paulus Zusammenschlüsse der Glaubenden vor Ort, so ist die christliche Gemeinschaft in den Pastoralbriefen als eigene Entität göttlicher Stiftung beschrieben, die es zu erhalten und der es zu entsprechen gilt.

Erstaunlich modern wirkt die eingangs zitierte Filmszene, schaut man sie vor dem Hintergrund von Individualisierung und Gemeinschaftsbildung 4.0. Mit der Rede von ›4.0‹ springt der vorliegende Beitrag im Kontext des Bandes den Blick auf gegenwärtige, durch digitale Medien vermittelte Formen religiöser Individualität und Gemeinschaftsbildung: Gottesdienste via Zoom, Tagesgebete auf X, Andachtsreels auf Instagram, Meditationen auf TikTok oder Facebook-Churches – die Phänomene sind ebenso vielfältig wie deren Beschreibungs- und Deutungsversuche.<sup>1</sup> Sichtbar sind primär religiöse Praktiken Einzelner. Sie leben vom Versprechen der Individualität und Authentizität und wirken doch oft gleich – müssen gleich wirken, damit der Algorithmus sie priorisiert: »We're all individuals!« – »We're all different!«. In sozialen Netzwerken sind sie auf Antwort, Interaktion und Vernetzung ausgerichtet. Sichtbar werden die sich um Einzelpersonen bildenden Vergemeinschaftungen auf unterschiedliche Weise: durch eine Reaktion auf einen Post, eine Verlinkung, durch Hashtags, durch ein ›Like‹, durch eine sich entwickelnde Debatte unter einem Post (wiederum mit Links und Hashtags versehen), durch Followerschaft oder die algorithmenbasierte Empfehlung weiterer Accounts mit ähnlichen Formaten und Themen, durch die Verwendung von Memes und vieles andere mehr.

Individuen und Gemeinschaft (und technische Architektur der Plattformen) stehen auch hier in einem Wechselspiel. Dieses soll im Folgenden in den Blick kommen mit dem Fokus auf die individuellen Praktiken.<sup>2</sup> Zur Beschrei-

1 Zur Einführung vgl. van Oorschot 2023.

2 Im Fokus steht dabei nicht die entstehende Gemeinschaft – dazu ist im vorliegenden Band etwa in den Beiträgen von Christina Costanza und Thomas Schlag Erhellendes zu lesen.

bung dieser Praktiken wird ein Konzept vorgeschlagen, das nicht nur in der medienwissenschaftlichen Debatte als analytische Figur etabliert ist, sondern auch eine theologische Zentralfigur der Beschreibung von christlichem Leben darstellt: die Figur des Testimonials oder der Zeug\*in. Was diese miteinander zu tun haben und welche Einsichten sich zudem aus den interdisziplinären Testimonial Studies für die Beschreibung und Interpretation des Wechselspiels von Individuum und Gemeinschaft gewinnen lassen, ist Gegenstand der folgenden Überlegungen.

Warum die Figur der Zeug\*in? Die Figur des oder der Zeug\*in in Gestalt von Testimonials in der Gegenwart allenthalben: Personalisiert, emotional eingebettet im quasi-privaten Rahmen der Onlinekommunikation etwa in sozialen Netzwerken aber auch in der politischen Kommunikation ist der Modus der Zeug\*innenschaft weit über das Marketing hinaus zu einem zentralen Modus öffentlicher Rede geworden. In seiner Weiterführung im Phänomen des Influencing ist sie für den Zusammenhang von individuellen Zeugnissen und Gemeinschaftsbildung von Bedeutung. Blickt man auf das digitale religiöse Feld, so ist erkennbar, dass auch religiöse Formen der Kommunikation zunehmend auf Testimonials und Influencing: In der Suche nach Sprach- und Vermittlungsformen ihrer Botschaft entdecken Kirchen das ›Zeugnis‹ neu – und die digital sozialisierten Christ\*innen jüngerer Alters nutzen die ihnen bekannten Kommunikationsmodi sehr selbstverständlich auch für ihre religiöse Onlinepraxis. Als Beispiel: Die Evangelisch-Reformierte Kirche Schweiz präsentierte sich bei der Vollversammlung des Ökumenischen Rats der Kirchen letztes Jahr durch eine Ausstellung von 13 ›Schweizer Glaubenszeuginnen und Glaubenszeugen‹. Das Zürcher RefLab – eine digitale Community rund um Glaube, Religion und Spiritualität – versteht seine Beiträge als »Zeugnis« – dezidiert in Abgrenzung gegenüber der ›Vermittlung‹ einer Weltanschauung. Und die Evangelische Kirche in Deutschland fördert mit dem YEET-Netzwerk christliche Influencer\*innen mit dem Ziel, eine zeitgemäße Glaubenskommunikation online zu ermöglichen. In selbstverständlichem Anschluss an eine seit den biblischen Texten selbstverständlich scheinende Kommunikationsform des Christentums – dem Zeugnis geben – adaptieren diese Zeug\*innen digitale Kommunikationsformen für die eigene Botschaft, wobei zugleich neue Formen der religiösen Vergemeinschaftung entstehen. Man könnte diese neuen Kommunikationsformen als reine Mittel des Marketings oder als Rückbesinnung auf einen genuin christlichen Kommunikationsmodus verstehen und deren Re-Interpretation als theologisch irrelevant abtun. Zweierlei spricht m. E. dagegen: Zum einen zeigen die Forschungen zu digitalen Testimonials und Influencing sehr deutlich, dass hier komplexe Kommunikationsformen in der Kombination von Text, Bild, Film und Musik entstehen. Zum anderen wird im Licht der Testimonial Studies die Eigenart dieser Kommunikationsform deut-

lich, auch wenn diese auf den ersten Blick so unkompliziert anschlussfähig für theologische Rede erscheint.

Der Zeugnisbegriff dient somit interdisziplinär sowohl als Phänomen als auch als Reflexionsfigur eine Schnittstelle: Erstens sind Testimonials und Influencing sowohl in den Medienwissenschaften und (empirischen) Sozialforschung sehr gut beforscht und die etablierte Beschreibungskategorie einer digitalen Kommunikationsform. Zweitens hat Zeug\*innenschaft als epistemische und ethische Kategorie in den letzten Jahren unter dem Titel ›Testimonial Studies‹ vermehrt Aufmerksamkeit erfahren. Zentral war dafür zum einen die Geschichtswissenschaft und eine dort herausgestellte Bedeutung von Zeitzeug\*innen insbesondere in der Holocaustforschung.<sup>3</sup> Diese wurde begleitet von einer philosophischen Debatte um den epistemischen Wert und Status von Zeug\*innenschaft, oft verbunden mit Debatten aus der Rechts- und/oder Geschichtswissenschaft. Und drittens ist er eingeführt in der theologischen Beschreibung dessen, wie Glaubende ihren Glauben kommunizieren. Gerade in Theologien des 20. Jahrhunderts wurde diese Figur in einigen Konzeptionen leitend, um die Verantwortung des individuellen Glaubenden herauszustellen.<sup>4</sup>

Diese drei bislang zumeist unverbundenen<sup>5</sup> Debattenstränge sollen im Folgenden verbunden werden um die Wechselwirkungen von Individuum und Gemeinschaftsbildung in sozialen Medien erhellen. Als Ausgangsthese lässt sich formulieren: In und durch individuelle Zeugnisse, an und um Zeug\*innen – oder im Sprachspiel 4.0 ›testimonials‹ – bilden sich religiöse Vergemeinschaftungen in digitalen Räumen, wodurch sich das Wechselspiel von Individuum und Vergemeinschaftung konstitutiv verändert. Wie sich der Zeugnisbegriff damit verändert und welche Implikationen sich durch die medialen Praktiken für die Verhältnisbestimmung von Individuum und Gemeinschaft ergeben, wird in drei Abschnitten entfaltet: Zunächst wird aus medienwissenschaftlicher Perspektive eine Beschreibung der vorfindlichen Formen von Testimonials, Influencing und der daran anknüpfenden religiösen Gemeinschaftsbildung vorgenommen (Abschnitt 2). Auf die Figur des oder der Zeug\*in wird sodann philosophisch reflektiert ausgehend von den Debatten in den testimonial studies (Abschnitt 3). Daran schließen sich theologische Erkundungen der Reformulierung von Zeug\*innenschaft und ihrem Verhältnis zu Vergemeinschaft an (Abschnitt 4).

3 Vgl. einführend Krämer/Schmidt/Schüle in 2017; Schmidt 2015; Schlie/Kalisky/Däumer 2017.

4 Vgl. Theißen 2017; Thomas 2017.

5 Zur Verschränkung von theologischer Reflexion und testimonial studies vgl. Theißen 2011; Theißen 2017; Thomas 2017, sowie die Beiträge zu »Cultural Witness and Public Theology«, die eine gleichnamige Tagung im November 2023 dokumentieren und von der Autorin derzeit zusammen mit Christine Schliesser und Graham Tomlin ediert werden.

## 2 Testimonials und digitale religiöse Vergemeinschaftung. Medienwissenschaftliche Annäherungen

### 2.1 Die Figur des Testimonials in Marketing und social media

Nähert man sich in interdisziplinärer Absicht dem Phänomen der Testimonials, so fällt der unscharfe Begriff ins Auge: Die Figur des Testimonials ist zunächst eine Kategorie des Marketings: Testimonials einzusetzen bedeutet: »Personen, die das Produkt selbst benutzen, überbringen die Werbebotschaft«. <sup>6</sup> Dabei ist sie im Marketing selbst umfassenden Wandlungsprozessen unterworfen. Caspers weist auf die lange Tradition dieses Verweises auf berühmte Vorbilder, wenn er Fürstenhäuser und die Verleihung der Bezeichnung als »Hoflieferanten« als erste Formen des Testimonials in der Werbung ausweist. <sup>7</sup> Hier wird schon eine Nuance deutlich: Zwar ist der Ausweis der königlichen Nutzer\*innen eines Produkts die werbende Botschaft, doch ist es mitnichten so, dass ein Hofmitglied selbst Werbung für ein Produkt macht, wie es die einführend zitierte Definition nahelegen würde. Die Werbung mit Prominenten hatte eine lange Tradition bis in die 1990er Jahre hinein: Seither dient in zielgruppenspezifischer Werbung eine dem Mainstream unbekanntere Personen gerade deren Glaubwürdigkeit in einer spezifischen Subkultur. <sup>8</sup> Testimonials stehen dabei anderen Formen der Personalisierung in der Werbung insofern entgegen, als sie gerade nicht mit idealtypischen Normfiguren oder role models arbeiten, sondern mit Individuen. <sup>9</sup>

Aus der Werbung hat die Kommunikationsform des Testimonials sich gerade in digitalen Medien sehr erfolgreich verbreitet: Das Phänomen der digitalen Testimonials der Gegenwart reagiert nach Prokić/Schankweiler auf die Entwicklung user\*innenfokussierter Plattformen in der Aufmerksamkeitsökonomie. <sup>10</sup> Dabei kommt es auch jenseits des professionalisierten Marketings zu »einer Nachahmung professioneller Mittel der Aufmerksamkeitsdirektion«, die die Sinne adressieren und Interesse hervorrufen. <sup>11</sup> Als solche findet sich die Figur des Testimonials in den vielfältigen Formen digitaler Kommunikation und wird entsprechend in der interdisziplinären Social-Media-Forschung verhandelt, wo er eng mit dem Begriff des Influencing verbunden ist, bzw. in diesen übergeht. Diese Debatten sind bislang nicht verbunden mit den Debat-

---

6 Schweiger/Schrattenecker 2005: 245.

7 Caspers 2009: 116.

8 A. a. O.: 118.

9 Ebd.

10 Prokić/Schankweiler 2023, 472.

11 Ebd.

ten in den vor allem in der Philosophie und Geschichtswissenschaft beheimateten Testimonial Studies (vgl. Abschnitt 3).

Testimonials in diesem weiten Sinn lassen sich nach Prokić/Schankweiler als »kommunikative Instanzen« zu beschreiben, die zwischen Inhalten und Adressat\*innen vermitteln:

»Darunter sind Personen zu verstehen, die bei der Zielgruppe Vertrauen herstellen sollen, um eine Werbebotschaft emotional zu bestärken. Dabei steht die abstrakte Erzeugung eines Gefühls gegenüber konkreten Merkmalen oder Leistungen im Vordergrund. Im Begriff ist der Zeuge (lateinisch *testis*) etymologisch erhalten geblieben. Die Person fungiert als Zeuge, ihr Statement legt Zeugnis ab und soll überzeugen. Das Testimonial kann unterschiedliche Funktionen erfüllen, etwa die Zuwendung zur Kommunikation (Aufmerksamkeit), Imagetransfer von Testimonial-Personen zur Marke oder Intensivierung der Positionierung durch Beweiskraft. Insbesondere Prominente, die als Testimonial fungieren (= *Celebrimonial*), erhöhen die Beweiskraft und können Image- und Persönlichkeitstransfereffekte auf die Marke erwirken.«<sup>12</sup>

Als besonders erfolgreich hat sich dabei die Art von Kommunikation erwiesen, die Prokić/Schankweiler im Anschluss an Rojek als »Kommunikation der gefühlten Nähe« (*presumed intimacy*<sup>13</sup>) bezeichnen.<sup>14</sup> Dieses löst das »Problem der Aufmerksamkeitsdiffusion« und das daraus entstehende »Problem der individuellen Selektion und Priorisierung«.<sup>15</sup> Die besondere Leistung eines Testimonials liegt also darin, durch rhetorische Mittel wie emotive Kommunikation und die entsprechende Inszenierung gefühlte Nähe trotz Distanz und maximaler Ablenkungen herzustellen.<sup>16</sup> Prokić/Schankweiler weisen hier auf das Zusammenspiel konfessorischer, vermeintlich intimer Rede und dem gesetzten Kommunikationsrahmens:

»Nicht in erster Linie das Bekenntnis selbst, sondern der vertraute Kommunikationsrahmen, in dem sich das Bekenntnis vollzieht, avanciert zur Ausdrucksform parasozialer Interaktion schlechthin. Dieser Kommunikationsrahmen lässt sich durch verschiedene Mittel – Rhetorik, Mimik und Gestik, Inszenierung, Performance – medial erzeugen und entsprechend verstärken. Andererseits kann die räumliche oder mediale Dimension eine zentrale Rolle spielen.«<sup>17</sup>

12 A. a. O.: 473.

13 Rojek 2015.

14 Prokić/Schankweiler 2023: 474.

15 Ebd.

16 Ebd. Inwiefern dies bereits in Fernsehformaten angelegt ist und welche Inszenierungsmechanismen dabei greifen, führen die Autorinnen überzeugend aus. Vgl. a. a. O., 474–477.

17 A. a. O.: 477 f.

Für den Erfolg der Kommunikation ist der mediale Modus von entscheidender Bedeutung: Audioformate wirken überzeugender als schriftliche Zeugnisse<sup>18</sup> und bildliche Darstellung rückt ins Zentrum. Dabei ist insbesondere die Selfie-Kultur entscheidend, die Prokić/Schankweiler im Kontext ihrer Bildforschung zu politischen Protestbewegungen als »Verschiebung von Zeugnis (testimony) zu Testimonial« beschreiben.<sup>19</sup> Das Selfie rückt zum einen die Person des Testimonials selbst als Botschaft in den Vordergrund als »Stellvertreter der fotografierten Personen« und macht diese zum Zentrum der im Netzwerk eingebundenen Akteur\*innen.<sup>20</sup> Zugleich verweist das Selfie auf den Zeugen zurück: »Der ikonische ausgestreckte Arm, mit dem man die Kamera auf sich selbst richtet, funktioniert als ein Selbstverweis und -zeugnis. Damit erklärt sich auch, inwiefern Selfies im Netz Resonanz fordern: Sie rufen Andere zum Bezeugen des eigenen Zeugnisses auf.«<sup>21</sup> Damit leisten Selfies nach Prokić/Schankweiler einen zentralen Beitrag zur »Intimisierung privater und darüber hinaus öffentlicher Kommunikation« in digitalen Medien.<sup>22</sup> Diese Überlegungen markieren nur Grundlinien der »image testimonies« in der Gegenwart.<sup>23</sup>

Testimonial verfasste Kommunikation hat in den letzten Jahren nicht nur im Marketing und der Gestaltung von Social-Media Bedeutung erlangt, sondern auch in verschiedenen Feldern der Wissenskommunikation etwa in der Medizinkommunikation oder der politischen Kommunikation Aufmerksamkeit erfahren und wird dort im Blick auf ihre Wirksamkeit intensiv beforscht.<sup>24</sup> Auch jenseits digitaler Netzwerke wird das Phänomen des Testimonials beforscht.<sup>25</sup>

---

18 Braverman 2008.

19 Prokić/Schankweiler 2023: 479.

20 Ebd.

21 Sie führen weiter: »Selfies übernehmen die Affordanzfunktion von kommunikativen Operatoren wie Gefällt-mir-Buttons, @-Zeichen, Hashtags oder Retweets. Sie etablieren eine Blicklinie vom Auge der Fotografierten zum Auge der Betrachtenden, die eine »unmittelbarste und reinste Wechselbeziehung« simuliert: Diese baut Vertrauen, Aufrichtigkeit und Nähe auf. Selfies erfüllen außerdem eine phatische Kommunikationsfunktion, indem sie Emotionen wie Anteilnahme, Freude, Trauer etc. figurieren (und dies konkret und individuell, nicht etwa generisch in Form von Emojis) und indem sie zu einer emotiven Spiegelung auffordern. Durch ihre Betonung des Situativen und Unmittelbaren, durch ihren Aufforderungs- und Zeugnischarakter sowie ihre Affektivität konvertieren Selfies Distanz in Nähe.« Ebd.

22 Ebd.

23 Vgl. im Detail die Beiträge in Schankweiler/Straub/Wendl 2019.

24 Braverman 2008, Fitrianto et al 2024, Longmire 2008. Dabei kommt Braverman mit Blick auf die ältere Literatur zu dem Schluss: »Testimonials are generally more interesting and enjoyable [...], easier to read [...], and more vivid [...]. All these three factors, namely, enjoyment [...], ease of reading [...], and vividness [...] might serve as heuristic cues and increase persuasiveness when the message is peripherally processed.« (Braverman 2008: 688) Ihre eigene Forschung widerspricht diesem eindeutigen Befund jedoch.

25 Longmire 2008.

## 2.2 Christliche Contentcreator\*innen und Influencer\*innen

Christliche Contentcreator\*innen haben in den vergangenen Jahren wachsende Bedeutung gewonnen. Im deutschsprachigen Bereich sind seit 2020 christliche Contentcreator\*innen im Netzwerk YEET organisiert. Mandatiert vom Rat der Evangelischen Kirche in Deutschland und als Teil des Gemeinschaftswerks für Evangelische Publizistik bietet YEET »als Teil der evangelischen Publizistik Contentcreators ein Netzwerk, das Menschen ansprechen will, die in den Sozialen Medien ihre Heimat finden und gefunden haben«. <sup>26</sup> Es verbindet derzeit 26 Accounts und ist mit anderen digitalen christlichen Initiativen wie ›nerdchurch‹, ›RefLab‹ oder ›Insta\_Diakoninnen‹ verbunden.

Im Phänomen des *Influencing* hat diese Kommunikationsform breit durchgesetzt. Neumaier definiert religiöse Influencer\*innen im Anschluss an Schach als Meinungsmacher, die »aufgrund ihres digitalen Netzwerkes, ihrer Persönlichkeitsstärke, einer bestimmten Themenkompetenz und kommunikativen Aktivität eine zugesprochene Glaubwürdigkeit für bestimmte Themen besitzen und diese einer breiten Personengruppe über digitale Kanäle zugänglich machen« und dabei die Einstellungen und das Verhalten ihrer Follower prägen. <sup>27</sup> Costanza benennt für religiöse Influencer\*innen in ihrem Beitrag zu diesem Band sechs Kennzeichen <sup>28</sup>: Persönliche und alltagsnahe Kommunikation, Verschiebungen der Grenze zwischen privat und öffentlich, narrativ-emotive Texte in Verbindung mit Bildern, wechselseitige Kommunikation, Seelsorge als Lebensbegleitung, sowie Vernetzung und Gemeinschaftsbildung.

## 2.3 Religiöse Vergemeinschaftung online

Wie online religiöse *Gemeinschaften* entstehen und was sie prägt, ist seit einigen Jahrzehnten Forschungsthema im Feld »Digital Religion«. <sup>29</sup> Prägend ist weiterhin die Beschreibung der US-amerikanischen Religionswissenschaftlerin Heidi Campbell, die online Gemeinschaften als »loose social networks with varying levels of religious affiliation and commitment« beschreibt. <sup>30</sup> Grundlegend für die Beschreibung des Verhältnisses von Religion und Medien ist Campbells Beschreibung der verschiedenen Modi der Aneignung von

26 Evangelisch.de 2020.

27 Neumaier 2022.

28 Vgl. den Beitrag von Costanza in diesem Band.

29 Zum Forschungsstand vgl. Neumaier 2019: 24–27; Rota/Krüger 2019: 5–7.

30 Campbell 2013: 64.

Technologien durch religiöse Akteur\*innen.<sup>31</sup> Im Blick auf digitale kirchliche Angebote während der Coronapandemie beschrieb Campbell drei Strategien:<sup>32</sup> »transferring their standard offline worship services to an online platform«, »translation« verstanden als Versuch »to modify their worship rituals and space to fit onto a limited screen« und »transforming« im Sinne der Neuentwicklung religiöser Formate im Digitalen. Campbells Beschreibung ist dabei sehr fokussiert auf institutionalisierte Religiosität und das dynamische Zusammenspiel von Medienrezeption und -produktion steht im Hintergrund.<sup>33</sup>

In den Fokus rückt damit der Vergleich von Onlinegemeinschaften und bestehenden religiösen Gemeinschaften, die Campbell empirisch in mehrjährigen interviewbasierten Studien untersucht. Sie beschreibt sechs zentrale Eigenschaften<sup>34</sup>: Die interviewten Personen suchen nach Beziehungen, Fürsorge, Wertschätzung, Verbindung, nach einem sicheren Ort (safe place) für vertrauliche Kommunikation, sowie nach Möglichkeiten ihren Glauben zu teilen und gemeinsam zu leben (fellowship).<sup>35</sup> Insofern sind Online-Gemeinschaften nach Campbell für viele Nutzende eine gleichwertige Gemeinschaftsform zu Offline-Gemeinschaften.

Die deutsche Religionswissenschaftlerin Anna Neumaier erweitert in ihrer empirischen Studie religionsbezogener Online-Plattformen das Tableau der Vergleichspunkte von Online- und Offline-Gemeinschaften, indem sie die Verschiebung der Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit herausstellt.<sup>36</sup> So kommt Neumaier in einer Überblicksarbeit zu dem Schluss: »If online platforms are capable of being used to create and sustain religious communities, they are potentially able to substitute for an important feature of offline religion«. <sup>37</sup> Damit erschließen sie zugleich neue Adressat\*innen religiöser Angebote, wie Campbell formuliert: »online community augments and is an addition to, rather than a replacement for, an embodied, offline worship experience«. <sup>38</sup> Die – bisher schmalen – empirischen Rezipient\*innen-Studien digitaler religiöser Angebote im deutschen Raum bestätigen diese Beobachtungen.<sup>39</sup>

Diese Beobachtung lässt nun nach den spezifischen Charakteristika von Onlinegemeinschaften fragen. Neumaier führt hierzu die hilfreiche Unter-

---

31 Ebd.

32 Campbell 2020: 51.

33 Rota/Krüger 2019: 8–10.

34 Vgl. Campbell 2020: 50.

35 Ebd.

36 Neumaier 2016: 426 f.

37 Neumaier 2019, 21.

38 Campbell/Garner/Dyrness/Johnston 2016: 67.

39 Vgl. Hörsch 2020; Sievert/Reimann 2021; Schlag et al. 2023.

scheidung zwischen »physical properties« (räumliche Nähe), »action-related properties« (Interaktion, gemeinsame Rituale) und »symbolic or idea-related properties« (gemeinsames Gefühl, geteilte Identität):

»From a systematizing perspective, the diverse characteristics described in the various approaches can be categorized into three sets: a) physical properties; b) action-related properties; and c) symbolic or idea-related properties. *Physical attributes* of a community generally refer to living in close proximity to one another (e. g., in one house, street, or village) and knowing one another face-to-face. [...] *Action-related properties* include internal interaction and support as well as shared rituals and activities. The approaches discussed above do not foreground these aspects, although exchange, communication, support or other joint activities play a role in almost all of the approaches, and with the Internet, communication as a basis for a community takes on a particularly important role. With regard to *symbolic or idea-related properties*, the various approaches often only mention a ›corporate feeling‹ or a ›shared identity‹. Others go into greater detail, referring not only to the feeling of belonging together, but also to shared norms, values, narratives, and frameworks of interpretation, recognition of the external borders of the community, and relationships to individuals (rather than professional roles) – in a nutshell, the awareness of being a member of a community.«<sup>40</sup>

Sowohl Interaktion und gemeinsame Rituale als auch eine geteilte Identität stellen wesentliche Merkmale digitaler Gemeinschaften dar, wobei Neumaier aus der Nutzer\*innenperspektive letzteres herausstellt: In digitalen Gemeinschaften wird räumliche Distanz als überbrückbar erlebt und die empirischen Daten zeigen, dass hier verlässlich religiöse Gemeinschaft als »symbolic communities« erlebt wird.<sup>41</sup> Mit Neumaier wird Religion zur Sache des Individuums in einem Zwischenbereich von privat und öffentlich.<sup>42</sup> So entstehenden neue Identitäten – individuell und in den Gemeinschaften.<sup>43</sup>

Es handelt sich um Kommunikationsgemeinschaften, die von der Partizipation, Beteiligung und Reziprozität leben, wie Nord/Luthe herausstellen.<sup>44</sup>

40 Neumaier 2019: 24. Vgl. Zur Forschungsdebatte um Typologisierungen von community und belonging a. a. O., 24–27.

41 Neumaier 2019: 36 f.

42 Neumaier 2016: 426.

43 Baym 2015; Duff 2013: 24.

44 »Church online during the coronavirus pandemic mainly includes being active in social media formats, including both institutional communications and personal communications between individual Christians. But both are based on reciprocity [...]. In our view, one-to-many communication hardly ever reaches resonance here, because people are not only consumers of (digital) offers, neither online nor offline. They are, at the same time, producers and co-constructors (prosumers) of their relationships to themselves and to the world, as well

Im Anschluss an Campbells Beschreibung der geteilten Narrative lässt sich aus der Perspektive der geteilten Inhalte die Bedeutung der »action-related properties« ergänzen: Der geteilte und erzählte subjektive Glaube ist Teil der geteilten Identität. Dabei bleibt gemeinsame Glaube bleibt aber oft unbestimmt: Das gemeinsame Narrativ, die geteilte Geschichte, ist oft nicht klar zu erkennen. So bleibt offen, ob und wie diese Narrative eine Gemeinschaft tatsächlich zusammenhalten – oder ob sie implodieren würden in dem Versuch, ihren gemeinsamen Glauben zu bestimmen. Nach Felix Stalder ist dieses Phänomen typisch für digitale Gemeinschaften<sup>45</sup>: Digitale Gemeinschaften sind nach Stalder Praxis-Gemeinschaften der Praxis. Wissen und gemeinsame Erkenntnisse entstehen aus der gemeinsamen Praxis, sind aber kein Ziel an sich. Beck spricht von einer »rhizomatische[n] Identität in szenischen Sozialformen« durch die Kombination verschiedener Traditionselemente, die zur Entstehung dezentraler Praxisgemeinschaften führt.<sup>46</sup>

## 2.4 Zusammenfassung

Testimonials haben sich, so lässt sich zusammenfassend festhalten, als Kommunikationsform aus dem Marketing heraus in vielfältigen Bereichen der Gegenwartskommunikation etabliert: Primär in sozialen Netzwerken, aber auch in der digitalen Medizin-, Politik- oder Wissenschaftskommunikation kommt dieser personalisierten, erfahrungsbasierten und auch emotiv geprägten Kommunikationsform Bedeutung zu. In diese Phänomene lassen sich die religiösen Testimonials einordnen, die sowohl institutionell initiiert als auch dezentral als Teil der individuellen Lebensführung in der hybriden Lebenswelt zu beobachten sind.

Auch das in der Ausgangsthese formulierte Verhältnis von Individuum und Gemeinschaftsbildung wird nun präziser greifbar: In geteilten Symbolwelten kommunizierende und in und durch Interaktion und gemeinsame Rituale gebildete Gemeinschaften beruhen auf den Zeugnissen einzelner, von denen einige als Influencer\*innen stärkere integrierende Kraft entfalten und zugleich selbst in Gemeinschaften eingebunden sind.

---

as their modes of representation in the game of networked discourse communities. When churches now go online in the field of social media, they should clearly encourage interaction«. Nord/Luthe 2020: 68; Gorell 2020.

45 Stalder 2017: 135 ff.

46 Beck 2021: 313.

### 3 Zeug\*innenschaft als soziale Praxis. Interdisziplinäre Reflexionen

Im interdisziplinären Forschungsfeld der Testimonial Studies wurden verschiedene Dimensionen des Zeugnisbegriffs in den letzten Jahrzehnten umfassend diskutiert.<sup>47</sup> Aus der Breite der Debatte sollen nun diejenigen Aspekte in den Blick kommen, die zur vertieften Deutung der gerade beschriebenen medialen Phänomene des christlichen Testimonials und Influencing fruchtbar gemacht werden können.<sup>48</sup>

Dass zeugnishaftes Rede subjektive Rede ist, ist die Grundform – und den Debatten des Marketing und der Social-Media-Forschung nach der zentrale Vorteil der Kommunikationsform – des Testimonials: In der erfahrungsbasierten, emotiv vermittelten und entsprechend inszenierten Zuordnung einer Person zu einem Produkt oder einer Meinung liegt der Gewinn dieser Kommunikationsform gegenüber allen anderen Formen. In der Frage nach deren epistemischen Status liegt jedoch die entscheidende Konfliktlinie der Testimonial Studies: Bereits Platon unterscheidet in seinem Dialog *Thaitetos* zwischen dem Wissen aus eigener Wahrnehmung und dem Wissen Anderer, das nur in Form des Zeugnisses zugänglich ist.<sup>49</sup> Zeugnisse sind also eine Wissensform – aber welchen Wert haben sie?

Hier gehen die Positionen auseinander:<sup>50</sup> Aus juridischer und philosophischer Perspektive wurde die Subjektivität des Zeugniswissens als Schwäche herausgearbeitet. Zeugniswissen ist begrenzt, Erinnerungen trügen, Wahrnehmungen sind gefärbt – das ist vor Gericht problematisch. Epistemologisch scheint Zeugniswissen also wenig Wert zu haben und somit einen schwachen Status. Demgegenüber stellten Vertreter\*innen der sozialen Epistemologie, sehr einflussreich in der Debatte etwa Cecil A. J. Coody, heraus, dass wir nicht auf das Wissen Anderer verzichten können<sup>51</sup>: Wir wüssten nur sehr wenig, wenn wir uns nur auf das Wissen unserer eigenen Anschauung verließen. Folglich soll es als gleichwertiges Wissen behandelt werden. Einem sehr weiten Verständnis der sozialen Epistemologie folgend sind somit alle Formen der Rede im epistemischen Sinn Zeugnis: Nämlich Aussagen Einzelner über Erfahrungen oder Dinge, die Andere aus bestimmten Gründen folgen oder ablehnen. Eine solche Position des gleichwertigen Wissens überbieten Ansätze etwa in

47 Vgl. zur Einführung Fußnote 3.

48 Vgl. vertiefend zu den ethischen und epistemischen Dimensionen des Zeugnisses jenseits von Testimonials und Influencing van Oorschot 2025.

49 Vgl. Schmidt 2015: 7–8.

50 Vgl. a. a. O.: 7–20; Wischhoff et al. 2022: 2–5.

51 Liebsch 2012: 220; Schmidt 2019: 974; Krämer 2021.

der Zeitgeschichte, die vor allem im Zuge der Holocaust-Forschung das Zeugnis als einzigartigen Zugang zu Wissen herausstellen. Die Stärke liegt im Sichtbarmachen eines Geschehens, der »ethischen Zeugenschaft«. <sup>52</sup> In der neueren Forschung verbindet sich der epistemologische Fokus der ersten Position und der ethische Fokus der letzten Position konstruktiv. <sup>53</sup>

Folgt man dieser Verbindung von ethischer und epistemologischer Dimension von Zeug\*innenschaft, so rückt die Person des Zeugenden in den Mittelpunkt (3.1), wodurch sich die Modi der Verifizierung von Zeugniswissen verändern (3.2) und die soziale Konstituierung von Zeug\*innenschaft als geteilte Praxis erkennbar wird (3.3).

### 3.1 Zeug\*in sein und Zeugnis geben. Inhalt und Identität

Zeug\*innen stehen mit ihrer Person für die Botschaft, die sie vermitteln. Somit ist das Zeugnis einer Person abhängig von und vermittelt durch das individuelle Erleben, zugleich aber von diesem losgelöst und nicht mit ihm identisch. Anders gesagt: Wer Zeugnis ablegt, prägt wesentlich den Inhalt des Zeugnisses, ohne diesen vollständig fassen zu können. Somit haben Zeug\*innen verweissende Funktion auf das, was sie vermitteln: »Im apostolischen Sinne: Zeugen erzeugen nichts.« <sup>54</sup> Sie verweisen, geben etwas weiter – und stehen mit ihrer Person für diesen Inhalt ein.

Diese Beschreibung beruht auf zwei Voraussetzungen: In dieser Verbindung klingt *erstens* an, dass Zeugnisse auf ihre Verstehbarkeit angewiesen sind. Die deutsche Philosophin Sybille Krämer formuliert treffend:

»Der Zeuge spricht; das, wovon er spricht, ist, was er hörend und sehend wahrgenommen hat, die Kundgabe und die Auskunft über das Erlebnis einer in der Vergangenheit liegenden Situation. Das Bezeugen artikuliert eine singuläre und zugleich persönliche, subjektive Erfahrung in einer überpersönlichen, für andere verstehbaren Sprache.« <sup>55</sup>

52 Schmidt 2015: 12–15; Wischhoff et al. 2022: 4.

53 Käser 2023; Schmidt 2015.

54 Sie führt weiter: »So wird verständlich, warum Zeugen – inkarniert in dem Modell des zu verhörenden Gerichtszeugen – möglichst nicht argumentieren und beurteilen, sondern lediglich weitergeben sollen, was jeweils wahrgenommen und erlebt wurde. Gemessen an den Gepflogenheiten der universalpragmatischen Kommunikationstheorie ist der Zeuge diskursiv ohnmächtig: Dieses ›Schicksal‹ teilt er mit allen Boten. Er repräsentiert nicht das Vergangene mit seinen Worten, sondern er präsentiert es in und durch seine Worte.« Krämer 2017: 162.

55 A. a. O.: 147. Krämer spricht hier von einer paradoxen Doppelheit von Personalisierung und De-Personalisierung: »Die Paradoxie der Zeugenrede liegt in der einander opponierenden Doppelrolle zwischen neutraler De-Personalisierung und subjektivem Personsein. Für das Ers-

Sie führt diesen Gedanken weiter in der Beschreibung des Zeugen als Spur.<sup>56</sup> Das heißt, die Wahrheit »hinter« dem Zeugnis ist nicht mit der Aussage der Person identisch, die Person kann aber mit ihrem Körper und Leben als Effekt dessen, was sie bezeugt, gelesen werden.<sup>57</sup> Diese Decodierbarkeit ist zweitens in der Sprachform angelegt: Die Zeug\*in möchte eine denk-bare Verbindung schaffen zwischen dem Erlebten und Anderen. Was die Göttinger Dogmatikerin Christine Axt-Piscalar für die biblischen Zeugnisse herausgearbeitet hat, gilt für sprachlich formiertes Zeugnis insgesamt:

»Die neutestamentlichen Texte sind aus der Ostererfahrung entsprungene Glaubenszeugnisse. Dieser ihr Charakter als Glaubenszeugnis bedeutet jedoch nicht, dass sich in ihnen nicht zugleich Glaubensreflexion ausdrückt. Sie bezeugen den christlichen Glauben – und dies ist für den genuinen Charakter desselben kennzeichnend – so, dass sie den Grund des Glaubens – das Heilsgeschehen in Person und Geschichte Jesu Christi, dem auferweckten Gekreuzigten – entfalten und die im Glauben gewährte Teilhabe an der in Jesus Christus geschehenen Versöhnung sowie das darin begründete neue Gottes-, Selbst- und Weltverhältnis des Glaubenden auslegen.«<sup>58</sup>

Zeugnisse enthalten Deutungen des Erlebten und damit Reflexion.<sup>59</sup> Zeugnis-hafte Rede hat also in unterschiedlichen Graden einen inhärenten explikativen Anspruch zwischen dem Bezeugten, der eigenen Erfahrung und der geteilten Wirklichkeit.

### 3.2 Diskurslogiken: Wahrheit, Vertrauen – und Inszenierung

Nun ist diese Beschreibung etwas hochtrabend, geht es um ein Testimonial für eine Gesichtscreme. Wird mit dem inhärenten explikativen Anspruch jedoch eine politische Position oder auch ein Glaubensinhalt verbunden, so wird schnell deutlich: Diese Verweisbeziehung impliziert einen spezifischen

---

tere spricht die Zeugin im Namen einer Autorität, die ihr der Umstand verleiht, leiblich-physisches Fragment eines Ereignisses zu sein, als dessen potenzieller ›Seismograph‹ sie fungiert. Doch nur weil sie die singuläre Verkörperung dieses Ereignisses ist, kann sie als glaub- und vertrauenswürdige Subjekt dieses Ereignis eben nicht einfach ›aufzeichnen‹, sondern über dieses auch sprechen.« A. a. O.: 164.

56 Krämer 2011: 127.

57 Krämer 2017: 162.

58 Axt-Piscalar 2013: 12.

59 Ebd.

normativen Anspruch. Das Spezifikum liegt in der Hoffnung zu überzeugen, nicht mit Argumenten, sondern mit einer gedeuteten Erfahrung.

Krämer schlägt vor, zwischen diskursiver und existentialer Wahrheit zu unterscheiden: Beide Dimensionen verbinden sich im Zeugnisgeben.<sup>60</sup> Dies bringt Krämer im Anschluss an Derrida mit dem Begriff des »Wahrsprechens« auf den Punkt: Ein wahres Zeugnis hat einen Erfahrungsanspruch, der sich mit einem Geltungsanspruch verbindet.<sup>61</sup> Dieser ist zum einen epistemisch: Zeug\*innen wollen einen Inhalt vermitteln. Zum anderen ist es ein ethischer Anspruch, da er nur unter Bezug auf die Wahrhaftigkeit einer Person und im Licht von Kategorien wie Täuschung oder Lüge entschieden werden kann.

Die Herausforderung im Umgang mit dem »Wahrsprechen« ist daher eine doppelte: Zum einen muss der Hörer oder die Zuschauerin über die Glaubwürdigkeit des Zeugen oder der Zeugin entscheiden. Zum anderen muss der vermittelte Inhalt identifiziert und kritisch evaluiert werden. Beide Prozesse müssen sich verbinden, um den epistemischen Wert des Zeugniswissens bestimmen zu können. In der Interaktion zwischen Zeugnenden und Hörenden verortet Sybille Krämer somit die epistemische Verantwortung:<sup>62</sup> Denn die Vertrauenswürdigkeit eines Zeugen muss geprüft werden, seine Aussagen mit anderen Aussagen und eigenen Erfahrungen abgeglichen werden.

Ergänzen lässt sich aus der Phänomenbeschreibung eine dritte Dimension, die in den Debatten der Testimonial Studies bislang unterbestimmt ist: Auch die Inszenierung zur Herstellung der »presumed intimacy«<sup>63</sup> benötigt eine kritische Reflexion und ausreichend Medienkompetenz.

---

60 Damit widerspricht Krämer einem rein diskursiven Wahrheitsbegriff, der den »Wahrheitsanspruch der Zeugnisrede« in Abrede stellt: »Und unser Argument besteht darin, zu zeigen, dass am Wahrheitsanspruch der Zeugenrede dann festzuhalten ist, wenn die sich in der Zeugenrede artikulierende Wahrheit im Horizont eines doppelten Wahrheitsbezuges gedeutet wird, insofern dabei die Dimensionen ›diskursiver‹ wie auch ›existenzialer‹ Wahrheit miteinander interagieren.« Krämer 2017: 148.

61 Die Terminologie Erfahrungsanspruch/Geltungsanspruch kommt von Liebsch (Liebsch 2012: 224) – er sagt aber, dass Zeugnisse nur ersteres haben. Dann hat man aber das Problem, dass man den diskursiven Anspruch aufgibt und einem Nebeneinander von Erfahrungsansprüchen nichts entgegensetzen kann. Daher nehme ich den Begriff hier auf, aber verwende ihn in der Zuordnung im Anschluss an Krämer und gegen Liebsch.

62 Verantwortung geschieht, wenn Jury die Spur zu lesen bekommt: »Den Zeugen als Spur eines Geschehens anzusehen, ist dann kein bloßer Akt der Dehumanisierung einer Person, sondern ein Akt der Sozialisierung eines epistemischen Verfahrens.« Krämer 2011: 128.

63 Rojek 2015.

### 3.3 Sprechen und Hören. Oder: Der Übergang von Individuum zu Gemeinschaft

Erkennbar wird in der nun dreifach bestimmten Prekarität des Zeugnisses<sup>64</sup> die soziale Dimension dieser Kommunikationspraxis:

»Da der Zeuge etwas mitteilt, das seinen Hörerinnen grundlegend entzogen ist, ist sein Zeugnis kein Beweis und schafft auch keine Evidenz; anderenfalls wäre es kein Zeugnis. [...] Dass durch das Zeugnis gleichwohl ein Wissen mit einem Wahrheitsbezug entstehen kann – und das wiederum hat Derrida übersehen – ist möglich, weil es im Akt des Bezeugens eine Interaktion, eine soziale Relation entsteht zwischen Zeuge und Hörern. [...] Zu bezeugen ist nicht einfach ein Akt der Informationsübermittlung, sondern erzeugt eine soziale Relation zwischen Zeuge und Auditorium, die auf Seiten der Hörer bedeutet, dem Zeugen ›Vertrauen zu schenken‹. Erst die vom Auditorium anerkannte Glaub- und Vertrauenswürdigkeit des Zeugen und dessen Bereitschaft für seine Worte einzustehen, verwandeln bezeugende Kundgabe in bezeugtes Wissen.«<sup>65</sup>

Zur Disposition steht zum einen der oder die Zeug\*in selbst und deren Glaubwürdigkeit:<sup>66</sup> Auch der Zeuge exponiert sich im Zeugnis mit seiner Person:

»Als Zeuge gilt nur der, der als solcher von einer Zuhörerschaft akkreditiert wird [...]. Zum ›Zeugen‹ wird man erst von einem Publikum gemacht, das Aufmerksamkeit und Vertrauen schenkt. Zeugenschaft findet genau genommen stets zwischen Sprecher und Publikum statt.«<sup>67</sup>

64 Den Begriff übernehme ich von Mathias Käser, der ihn jedoch im Kontext seiner Überlegungen zu den Zeugnissen von Unrecht- und Gewaltopfern anders zuspitzt: Die epistemische und ethische Ambivalenz verschärft sich hier hin zur – mit Matthias Käser formuliert – die Prekarität des Zeugnisses. Diese liegt, wie Käser richtig anmerkt, nicht nur in der Vertrauensbeziehung allgemein begründet, sondern in einer spezifischen Asymmetrie dieser Beziehung: »Was der Position Schmidts meines Erachtens neben dem Einzelfall und dem Allgemeinen fehlt, ist der Zweifelsfall bzw. das Postulieren einer asymmetrischen Reziprozität von Anerkennung und Erkenntnis im Kontext von Zeuginnenschaft an den Grenzen des Verstehbaren.« Käser 2023: 295 [Hervorhebungen im Original]. Käser führt zu den Grenzen der Verstehbaren an anderer Stelle aus: »Doch gilt dies auch für das, was die vorliegende Arbeit die *Zeuginnenschaft an den Grenzen des Verstehbaren* nennt – nämlich an den Orten und in den Momenten, an und in denen Menschen Opfer von extremem Unrecht und Gewalt werden? Welche Erkenntnis ziehen Menschen aus den Zeugnissen von Personen, die vergewaltigt wurden, Krieg, Terror und Folter erlebt haben?« A. a. O.: 21.

65 Krämer 2021: 32.

66 Wischhoff et al. 2022: 3.

67 Schmidt 2019: 7–8.

Persönliche Wahrnehmung wird zu einem öffentlichen Sprechakt durch die Resonanz der Hörenden. Ist Sprechen im Modus des Zeugnisses ist auf das Hören angelegt steht zum anderen auch der oder die Hörende zur Disposition: Das ›Spurenlesen‹ ist Aufgabe des Betrachters oder der Hörerin. Dabei ist das Vertrauen der Zuhörenden in die Glaubwürdigkeit des Zeugnisses ist eine riskante Vorleistung,<sup>68</sup> da die Fehlbarkeit des Zeugnisses im Zeugnis mitenthalten ist.

Das Zeugnis basiert somit auf einer fragilen Vertrauensbeziehung zwischen Zeug\*innen und Adressat\*innen: Zeugnisse sind ein vom individuellen Erleben und Erfahren zutiefst überzeugtes Sprechen – und zugleich mehr als andere Wissenspraktiken auf die Anerkennung der Hörenden angewiesen. Wahrsprechen ist – noch einmal mit Sybille Krämer gesprochen – ein »Kooperationsgeschehen, dessen Aktivitätszentrum keineswegs der sprechende Zeuge, vielmehr ein interessiertes und die Zeugin befragendes Auditorium bildet. Das Sprechen des Zeugen ist ein Antworten.«<sup>69</sup> Zeugnis wird so zu einer sozialen gemeinschaftlichen Praxis.

#### **4 Individuum und Gemeinschaft revisited. Theologische Erkundungen**

In und durch individuelle Zeugnisse, an und um Zeug\*innen – oder im Sprachspiel 4.0 ›testimonials‹ – bilden sich religiöse Vergemeinschaftungen in digitalen Räumen, wodurch sich das Wechselspiel von Individuum und Vergemeinschaftung konstitutiv verändert. So lautete die Ausgangsbeschreibung des Zusammenhangs von Individuum und Vergemeinschaftung. Die medienwissenschaftliche Beschreibung zeigte, dass sich Testimonials in vielfältigen Bereichen der Gegenwartskommunikation etabliert haben, so eben auch im religiösen Feld. Die empirische Beschreibung präziserte das Verhältnis von Individuum und Vergemeinschaftung insofern als erkennbar wurde, dass in geteilten Symbolwelten kommunizierende und in und durch Interaktion und gemeinsame Rituale gebildete Gemeinschaften beruhen auf den Zeugnissen einzelner, von denen einige als Influencer\*innen stärkere integrierende Kraft entfalten und zugleich selbst in Gemeinschaften eingebunden sind. Im Licht der Debatten aus den Testimonial Studies wurde deutlich, dass dies nicht nur

---

68 Krämer 2011: 124.

69 Krämer 2017: 165. Krämer fährt fort: »Doch das ›Spuren lesen‹ liegt im Auge der Betrachter. Daher ›machen‹ die Adressaten des Zeugnisses erst aus einer Person den ›Sendboten‹ eines Ereignisses, dessen materiale Spur sich in ihr personifiziert. Die existenzielle Wahrheit gründet darin, dass ein menschliches Leben – im buchstäblichen Sinne – als Ausdruck eines Ereignisses, als geprägt, geformt und ›gestempelt‹ durch ein Ereignis gilt.« A. a. O.: 163–164.

den medialen Strukturen geschuldet ist, sondern dass Zeug\*innenschaft selbst eine soziale Praxis ist.

Nimmt man diese Phänomene von Zeug\*innenschaft aus theologischer Perspektive in den Blick, so gilt es gerade angesichts der zentralen Bedeutung dieses Konzepts in Teilen der evangelischen Tradition<sup>70</sup> vorschnelle Übersprünge zu vermeiden. Den »Komplex der Zeugenschaft« im Licht der skizzierten Praktiken und ihrer Interpretamente theologisch zu erkunden, kann sich an den von Liebsch beschriebenen Komponenten orientieren:

»So gesehen beinhaltet der Komplex der Zeugenschaft (a) Das Selbst des Zeugen, der für das zu Bezeugende einstehen kann; (b) die Bezeugung als das Geschehen in dem das Selbst ›Zeugnis ablegt‹; (c) das Zeugnis als Resultat dieses Geschehens und (d) die sozialen, politischen, historischen und rechtlichen Beziehungen und Ordnungen, in die dieses Resultat eingeht und die sich des Zeugnisses vielfach ohne Rücksicht auf die Quelle bemächtigen, aus der es entspringt: aus der Zeugenschaft des Selbst, das im Zeugnis stets auch sich selbst bezeugt – als dem Anspruch auf Bezeugung mehr oder weniger glaubwürdig, wahrhaftig, aufrichtig Antwort gebendes.«<sup>71</sup>

Zu erkunden ist folglich, wie sich das »Selbst des Zeugen« in der Figur des digitalen Testimonials für Christus deuten lässt (4.1), was das für das Verständnis von Zeug\*innenschaft bedeutet (4.2) und wie sich die damit verbundenen Beziehungen, Ordnungen und Institutionen in diesem Wechselspiel beschreiben lassen (4.3 und 4.4).

#### 4.1 Testimonials für Christus?!

Die in der medienwissenschaftlichen Beschreibung in den Blick genommenen Phänomene rücken Einzelpersonen in den Fokus christlicher Zeug\*innenschaft. Wenig scheint aus der theologischen Tradition naheliegender zu sein, ist doch die Beschreibung der christlichen Existenz als Zeug\*in eine Grundbeschreibung, vor allem in der reformierten Tradition: Erfahrungsbasiert, mit verweisendem Charakter, mit dem Ziel zu überzeugen und als Gesamtinszenierung von Botschaft und Leben der Zeug\*in liest sich die Beschreibung der Testimonials wie eine Idealvorstellung christlichen Leben oder gar pastoraltheologischen Wunschträumen der hauptamtlichen christlichen Existenzen. Hinterlegt mit der reformatorischen Rede vom Priestertum aller Gläubenden scheint hier die Abbildung der Vielfalt christlicher – oder zumindest

70 Vgl. einführend Theißen 2013; Thomas 2017: 244.

71 Liebsch 2012: 218.

evangelischer – Zeug\*innenschaft verwirklicht.<sup>72</sup> Diese wirkt erstaunlich modern, legt man die medialen Logiken der Social-Media-Kommunikation daneben. Dabei harrt die auf der Phänomenebene beschriebene Identifizierung religiöser Kommunikation online als Testimonial der theologischen Interpretation sowohl im Blick auf die Person des oder der Zeug\*in als auch im Blick auf die gewählten Medien. Anders gefragt: Kann die Existenz als Zeuge gleichgesetzt werden mit einer Kommunikationsform, die (vermutlich) vor allem deswegen so gefragt ist, weil sie medial ›funktioniert‹? Ein klares ›Ja, aber‹ ist meine Antwort.

›Ja‹, denn: Es geht in der Rede vom christlichen Leben als Zeugnis seit den Beschreibungen in den neutestamentlichen Texten darum, die Botschaft zu verbreiten und sich als Person mit dieser Botschaft zu identifizieren. Im Blick auf die Person des oder der Zeug\*in ist die epistemologische und ethische Verschränkung im Zeug\*innenbegriff ist daher in diesem Verständnis angelegt. Und Zeug\*in wird der oder die Christ\*in im Akt des Bezeugens, angewiesen auf die Rezipient\*innen, die diesem Zeugnis zutraut, von dem Bezeugten wahr zu sprechen. Und im selbstverständlich bedienen sich Christ\*innen in ihrer Zeit jeweils (auch) denjenigen medialen Formen, die ›funktionieren‹. Das waren Briefe, Lieder, Bilder, Bücher, Oratorien Zeitschriften, Musikspiele – und nun eben Socialmedia-Kanäle mit ihren jeweiligen Erfordernissen. In diesem Sinne kann die christliche Existenz als Zeug\*in (auch) Existenz als Testimonial bedeuten, kann die christliche Zeug\*innenschaft auch eng verbunden sein mit einer Kategorie des Marketing – fromm formuliert: Der Verkündigung und Mission.

›Aber‹, denn: Bei aller möglichen Euphorie, die eine solche Konvergenz bei Social-Media-Managerinnen im kirchlichen Feld – und bei einigen Kirchenleitungen – auszulösen scheint, nimmt man den Zuwachs an zeugnisbasierten Medienkampagnen in den letzten Monaten als Indikator, ist mit drei Gründen Reflexion geboten. So ist erstens – zusammen mit den Beschreibungen in den Testimonial Studies – auf den epistemisch und ethisch prekären Status der

---

72 Dieser Rekurs findet sich z. B. prominent beim schon erwähnten Netzwerk YEET, wo zur Begründung des dezentralen Netzwerks auf das Priestertum aller Glaubenden verwiesen wird: »Das protestantische Prinzip des Priestertums aller Gläubigen ist yeet ganz wichtig. Jede\*r Getaufte hat einen eigenen Zugang zu Gott. Diese Haltung zu Gott, zum Leben und Sterben, durchzieht das ganze Dasein: im Supermarkt genauso wie am Strand oder auf dem Spielplatz. Die explizite Sprache der Kirche und des Glaubens wird von vielen jungen Menschen nicht mehr verstanden – geschweige denn gesprochen. Die neuen digitalen Formate erinnern auch an die Zeiten der Reformation, als Luther »dem Volk aufs Maul geschaut« hat, die Bibel ins Deutsche übersetzt und Gassenhauer zu Kirchenliedern umgedichtet wurden. In diesem Sinne erreichen die Akteur\*innen in den Sozialen Medien mit ihren Angeboten Menschen in ihrem – auch sprachlichen – Alltag. yeet setzt sich dafür ein, dass mit dem Wandel der Sprache nicht auch die Glaubensinhalte verloren gehen, die den jungen Generationen in den traditionellen Formen nicht mehr vermittelbar sind.« Evangelisch.de 2020.

Zeug\*innenschaft hinzuweisen. Dieser liegt, wie Käser richtig anmerkt, nicht nur in der Vertrauensbeziehung allgemein begründet, sondern in einer spezifischen Asymmetrie dieser Beziehung: »Was der Position Schmidts meines Erachtens neben dem Einzelfall und dem Allgemeinen fehlt, ist der Zweifelsfall bzw. das Postulieren einer *asymmetrischen* Reziprozität von Anerkennung und Erkenntnis im Kontext von Zeuginnenschaft *an den Grenzen des Verstehbaren*.«<sup>73</sup> In einer theologischen Deutung bestimmen Benedikt Friedrich, Hanna Reichel und Thomas Renkert in ihren Überlegungen zu einer *citizen theology* das Zeugnis als grundlegende epistemische Kategorie der Theologie:

»Erkenntniswege und Inhalt des Glaubens sind testimonial stark miteinander verschränkt. [...] Die von Paulus vehement vertretene kreuzestheologische Umwertung aller Werte (1 Kor 1,18–29) erkennt auch epistemisch die schwächsten Glieder als von Gott besonders privilegiert (1 Kor 12,24).«<sup>74</sup>

Neben dieser kreuzestheologischen Dimension ist zweitens die offenbarungstheologisch hoch relevante Unterscheidung zwischen Zeugnis und Bezeugtem einzuhalten.<sup>75</sup> Die medienwissenschaftlichen Forschungen zeigen, dass die Dynamik testimonialer Rede online zur Identifizierung von Zeug\*in und Bezeugtem läuft. Der oder die Zeug\*in hat verweisenden Charakter, das Zeugnis ist deiktisch in seiner Dynamik. Bis in die Amtstracht von Pfarrpersonen hinein ist dieses Anliegen zu erkennen als Person hinter das, auf das verwiesen werden soll, zu treten. Erinnert sei drittens an die Unterscheidung zwischen Gottes Handeln und Menschenhandeln. Dies ist in den Kategorien ›Verkündigung‹ und ›Mission‹ traditionell eingeholt, sind diese doch konstitutiv daraus ausgelegt, im menschlichen Handeln mit der Wirkung Gottes zu rechnen, ohne das eine gegen das andere auszuspielen. Ob und wie sich dieses Handeln Gottes im zwischenmenschlichen Zutrauen und in einer wie auch immer zu messenden ›Wirkung‹ niederschlägt, ist eine offene Frage. In diesen drei Dimensionen ist das Zeugnis prekäres Sprechen, verweisend und auf Hoffnung hin gesprochen.

73 Käser 2023: 295. Käser führt zu den Grenzen der Verstehbaren an anderer Stelle aus: »Doch gilt dies auch für das, was die vorliegende Arbeit die *Zeug innenschaft an den Grenzen des Verstehbaren* nennt – nämlich an den Orten und in den Momenten, an und in denen Menschen Opfer von extremem Unrecht und Gewalt werden? Welche Erkenntnis ziehen Menschen aus den Zeugnissen von Personen, die vergewaltigt wurden, Krieg, Terror und Folter erlebt haben?« A. a. O.: 21.

74 Friedrich/Reichel/Renkert 2020: 179.

75 Auch diese Dimension wird in den testimonial studies diskutiert, wird jedoch vor allem temporal eingezogen: Eine Zeugin zeugt von einem Ereignis, das vergangen ist und anders nicht zugänglich ist. Die existenziale Betroffenheit wird vor allem in Bezug auf etwa Zeugniswissen im Kontext von Verbrechen diskutiert.

Ob und wie diese Prekarität auch Niederschlag im Modus der Kommunikation bis hin zur Inszenierung finden kann, ist die entscheidende Frage im Umgang mit den Phänomenen testimonialer Religionskommunikation online und offline: Die Hinwendung zu einer aus dem Marketing stammenden Kategorie verlangt es, sich in der Form der Medien anzupassen, derer man sich bedient. Die algorithmische Steuerung, die emotive Aufladung, die Personalisierung der Inhalte und nicht zuletzt die inszenatorischen Zwänge gelungener Social-Media-Kommunikation können theologisch zu Problem werden. Sehr plastisch führt dies Claudia Daniel-Siebenmanns Kritik an der Inszenierung des Abendmahls während der Coronapandemie vor Augen:

»In einigen Posts auf sozialen Medien, haben Menschen ›ihr‹ Karfreitagsabendmahl festgehalten und der Welt kundgetan. Und da sieht man dann ein malerisch-frisches Stück Brot, neben einer teuren Flasche Wein in idyllischer Balkonkulisse Influencer-mässig inszeniert. Man gönnt sich das Abendmahl als Wellness-Lifestyle-Element, als sakramentale Selbstbefriedigung. ›Weil ich mir etwas Gutes tun wollte‹, scheint die Devise zu sein. Dieser Trend zum Narzissmus und zur Selbstinszenierung und Selbstisolation läuft der Absicht und Intention des Abendmahls absolut zuwider.«<sup>76</sup>

Es gilt also Marketingstrategie und Verkündigung des Evangeliums nicht zu verwechseln, beziehungsweise sauber zwischen den Kategorien zu differenzieren. Gelungenes testimonial verfasstes Religionsmarketing muss keine gelungene Zeugniskommunikation sein – und anders herum. Dass theologisch der oder die Zeug\*in vom Zeugnis her gedacht wird und die Brechung zwischen Zeugnis und Bezeugtem konstitutiv ist, bedeutet eben auch, dass der oder die Zeug\*in nicht zu authentisch sein darf, die für das Marketing nötige Identifikation nicht zu gut gelingen darf. Diese Differenzierung gilt es gerade im Kontext der vermehrt hart geführten Debatte um kirchliche ›Relevanz‹ offen zu halten. Dass eine Trennung unmöglich ist, ist – im Gefolge von McLuhans Beschreibung des Mediums als Botschaft (›the medium is the message‹) – offenkundig. Dass die breite Tradition vor allem der christlichem Amtstheologie dazu einiges beitragen kann, sei hier nur genannt: Die Differenz von Person und Amt, von notwendiger Personalisierung und – auch als psychologischen Gründen – notweniger Entkopplung von Person und Botschaft bis hin zur Überforderung von Einzelpersonen, für eine Botschaft – und eine Institution! – zu stehen, ist

---

76 Daniel-Siebenmann 2020.

dort breit reflektiert und wartet darauf, für die weitere Reflexion von Zeug\*innenschaft im Digitalen fruchtbar gemacht zu werden.<sup>77</sup>

#### 4.2 Zeug\*innenschaft zwischen Individualisierung und Vergemeinschaftung

Während in den bisherigen Überlegungen der Zusammenhang zwischen Zeug\*innenschaft und Vergemeinschaftung sehr direkt gezogen wurde, gilt es – nicht nur, aber auch – im Kontext christlicher Vergemeinschaftungen weiter zu differenzieren: Zeug\*innenschaft kann im Anschluss an die Testimonial Studies als soziale Praxis beschrieben werden, bleiben dabei jedoch in dreifach in der konstitutiven Spannung zwischen Individuum und Gemeinschaft verortet.

Digitale Zeug\*innenschaft ist erstens hoch individualisiert und im medialen Kontext sozialer Netzwerke zugleich streng inszenatorisch komponiert und reglementiert. Will sie sich in der Aufmerksamkeitsökonomie digitaler Plattformen durchsetzen, ist sie auf das Bespielen der algorithmischen Logiken einlassen. So entstehen neue diskursive Ordnung und Machtverhältnisse, wie im folgenden Abschnitt beleuchtet wird.

Neben dieser medialen Dimension führt die Beschreibung von Zeug\*innenschaft als soziale Praxis zweitens in ein konstitutives Wechselverhältnis von Zeug\*in, Zeugnis und Rezipient\*innen. Der oder die Zeug\*in ist in Per-

---

77 Interessant ist dies vor allem in den Zusammenhängen, in denen das religiöse Zeugnis als Vorbild für Wissenskommunikation verwendet wird. So beschreibt etwa Longmire im »Digital Narratives Project« explizit einen Zusammenhang zwischen der religiösen Form des Zeugnisses und seinem Wert für die Kommunikationswissenschaften: Untersucht wurde, ob und inwiefern Patient\*inneninformation und Aufklärung über Diabetes in Form von testimonials besser angenommen wird in der African-American Community in der US-amerikanischen Stadt Columbus/Ohio als bisherige Informationsmaterialien. Erprobt wurde eine DVD mit »testimonial accounts that provide insights into ›Living with Diabetes« (Longmire 2008: 1) für Personen, die kein Vertrauen oder keinen Zugang zu medizinischen Informationen haben. Die Autorin stellt heraus: »The goal of testimonies is to influence or encourage the audience to evaluate their behavior based on an account of someone else's experience, to reassure them that it is possible to endure difficult circumstances, or remind them to appreciate the positive occurrences in their lives.« (Ebd.) Dieses gründet für die von ihr bestimmte Zielgruppe explizit in den Gepflogenheiten des Zeugnisgebens in den christlichen Gemeinden: »Communities of faith, particularly those that subscribe to Christianity, often rely on personal testimonials to deliver messages and influence behavior evaluation and change. During many church services, notably in predominately African American congregations, attendees are encouraged (and often expected) to testify, or give an account of a situation that they have experienced, and explain how their faith and blessings have helped them endure, overcome, or enjoy their circumstances. The testimonial can serve as a message or lesson to others that may one day encounter or have already encountered a situation similar to that told by the person testifying. It can also provide comfort, relief and reassurance to the person who delivers the testimony.« (a. a. O.: 3 f.).

son, Inhalt und Inszenierung auf ihre Rezipient\*innen angewiesen. Insofern prägt der oder die Zeug\*in in und durch ihr Zeugnis die Gemeinschaft – und zugleich spielt das Zeugnis auf den oder die Zeug\*in zurück. Dabei formatiert das Zeugnis auch den oder die Zeug\*in über die Rezeptionsgemeinschaft: Denn die Anerkennung des Zeugnisses als Zeugnis ist eine Zuschreibung der Rezipient\*innen – Zeugnis ist, was als Zeugnis gelikt wird. Dies verschiebt die Marker erfolgreicher (Glaubens-)Kommunikation: Authentisch ist, was als authentisch wahrgenommen wird.<sup>78</sup> Zeug\*innenschaft ist also stärker passiv konstituiert als es die eingeführte theologische Rede von der Christ\*in als Zeug\*in vermuten lässt, zeigen die Debatten in den Testimonial Studies. Diese Response- oder Rückkopplungseffekte prägen die Dynamik der entstehenden Zeugnissgemeinschaften – in der eben schon skizzierten Brechung durch die Differenz zwischen Zeugnis und Zeug\*in.

Drittens lässt die Praxis der Zeug\*innenschaft eine tiefe Ambivalenz zwischen Individuum und Vergemeinschaftung: Zeug\*innenschaft führt sowohl in Gemeinschaften als auch davon weg. Die Fokussierung auf individuelle Zeug\*innen hat nicht erst in digitalen Räumen eine individualisierende, ja in Teilen antiinstitutionelle Tendenz. Schon im ersten Korintherbrief lässt sich nachlesen, wie Paulus versucht, die Nachfolgegemeinschaften einzelner Christuszeugen durch den Verweis auf das gemeinsame Bezeugte zu transzendieren. Dass gerade die durch den Weltkrieg geprägt Krisentheologie Karl Barths das Zeugnis zum Grundbegriff seiner Theologie machte, lässt sich auch lesen als Indikator für schwindendes Vertrauen in Vergemeinschaftungen und gewachsene Institutionen und der Hoffnung, die (Neu-)Konstituierung des christlichen Lebens bei Individuen verorten zu können. Viele ähnliche Beispiele lassen sich in der Theologie- und Kirchengeschichte finden. Dass derzeit nicht nur die Krise der Institution, sondern damit verbunden auch die Krise des theologischen Amtes diskutiert wird, ist kein Zufall: Denn durch die Krise der Institution trägt das Amt die Person eben nicht (mehr?) und die Orientierung auf den oder die individuelle Zeug\*in führt zu strukturellen Überlastung der dauerhaft als authentisch in Anspruch genommenen Zeug\*innen.

Wenn Zeug\*innenschaft trotz dieser medialen, relationalen und institutionellen Spannungsverhältnisse in neue Vergemeinschaftungen führt, wie es die oben ausgeführten medienwissenschaftlichen Studien nahelegen, stehen die neu entstehenden Gemeinschaften vielfach vor ähnlichen Herausforderungen wie digitale Zeug\*innengemeinschaften heute: Zum einen kommen die intersubjektiven Verschränkungen von Zeugnissen in den Blick sowohl in ihren Konvergenzen als auch in ihrer Konfliktivität (4.3). Zum anderen entstehen Instanzen der Zeugnissicherung (4.4). Diese Dimensionen sind erste Eck-

78 Zu Authentizität als Leitwährung digitaler Kommunikation vgl. Abschnitt 4.4.

punkte für eine Neubestimmung des Begriffs von »Gemeinschaft« im digitalen Raum (4.5).

### 4.3 Zeugnismgemeinschaften zwischen geteilten Stories und Streit

Ist Zeug\*innenschaft eine soziale Praxis, so konstituiert jedes Zeugnis zumindest potentiell Gemeinschaften: Ein Zeugnis lädt zur Zustimmung ein, ein anderen zum Widerspruch. Bestehen solche Wechselwirkungen nicht nur punktuell, können Vergemeinschaftungen entstehen.

Bei Zustimmung und überlappenden Zeugnissen verbinden sich die individuellen Zeug\*innen durch eine gemeinsame Geschichte, ein geteiltes Narrativ oder ähnliche Erfahrungen, von denen sie berichten, wie Campbell treffend formuliert: »In storied identity we recognize that the religious self is malleable rather than fixed yet unified through connection to a shared religious narrative.«<sup>79</sup> Diese konstituieren sich in einem spezifischen Symbolsystem, das Gemeinschaft herzustellen vermag, wie oben im Anschluss an Neumaier skizziert. So entsteht eine dezentrale, fluide Struktur durch Zitate, Verweise, Likes oder Memes. Geteilte Praxis und gemeinsame Symbolwelten konturieren die Gemeinschaft. Inhaltliche Aushandlungsprozesse oder Traditionsbezug spielen dabei kaum eine Rolle jenseits der inszenatorischen Wirkung religiöser Symbole oder Artefakte.<sup>80</sup> Anders als klassische Beschreibungen christlicher Vergemeinschaftungen, die in der systematischen Theologie traditionell in der Ekklesiologie formuliert werden, stehen die gemeinsamen Glaubensüberzeugungen, fixiert in Schrift und Bekenntnis, im Hintergrund.

Dass in diesen Vernetzungen nicht nur Konvergenzen erkennbar werden, sondern auch Dissens, liegt auf der Hand. Dies gilt umso mehr wenn Zeug\*innen sich auf einen gemeinsamen Inhalt bezogen wissen – sei es eine Hautcreme oder eine religiöse Überzeugung. So kommt es zur konstitutiven Strittigkeit der Zeugnisse: Als Diskursform ist Zeugniswissen ein strittiger Diskurs, in dem unterschiedliche Perspektiven miteinander im Gespräch stehen.<sup>81</sup> Mit einem biblischen Bild: Die »Wolke der Zeugen« (Hebr. 12,1) ist jeweils perspektivisch auf das Bezeugte bezogen und bringt so divergente, ja konkurrie-

79 Campbell/Garner 2016: 77f.; van Oorschot 2021. Zur Reflexion dieser Formen von Gemeinschaft vgl. auch den Beitrag von Costanza in diesem Band. Die gemeinschaftstheoretischen Implikationen entfaltet die Autorin in einer derzeit entstehenden kollaborativen Monographie zur digitalen Ekklesiologie.

80 Wobei gerade letztere eine massive Bedeutung hat und unbedingt weiterer Reflexion bedarf. Doch auch dies würde den anthropologischen Fokus des Bandes verlassen und muss daher an anderer Stelle erfolgen.

81 Vgl. zur Strittigkeit des Zeugnisses weiterführend De Gruchy 2007; von Sinner 2011.

rende Deutungen in den Blick. Dabei verweisen die Zeugnisse sowohl aufeinander – weswegen Günter Thomas Religion als »verzweigte Zeugnisketten« beschreiben kann<sup>82</sup> – als auch direkt auf das Bezeugte verwiesen.

Zeugnisorientierte Theorien religiöser Gemeinschaft stellen daher die notwendige Diversität von Zeug\*innen heraus: Die Multiperspektivität der Zeuginnen sichert die Multiperspektivität auf den Inhalt, der nicht in einer Perspektive aufgeht. Weil der Inhalt des Zeugnisses unterschieden, aber nicht unabhängig von der Person ist, die Zeugnis ablegt, ist das Zeugnis umso beispielhafter, je unterschiedlicher die Personen sind, die bezeugen. Das Zeugnis der Kirche wird der Botschaft des Evangeliums umso mehr gerecht, je unterschiedlicher die Personen und ihre Lebensgeschichten sind, die es aus ihrer konkreten Perspektive ablegen, weil dies der Spannung zwischen der radikalen Partikularität des Zeugnisses und der Transsubjektivität des Bezeugten entspricht.

Will sich eine so entstehende Gemeinschaft auf Dauer stellen, ihre Identität nach außen beschreiben und/oder die Grenzen dieser Gemeinschaft bestimmen, ist die intersubjektive Aushandlung von Zeugniswissen über die geteilten Praktiken hinaus gefragt. Ich habe an anderer Stelle<sup>83</sup> argumentiert, dass hier – folgt man einer Unterscheidung der reformierten Tradition – der Übergang zwischen Zeugnis und Bekenntnis berührt ist: Zeugnisse können in Bekenntnissen kondensieren – d. h. zu einem bestimmten Zeitpunkt für eine bestimmte Gruppe können fluide, individuelle Sprachformen sich zu einem verbindlichen öffentlichen Zeugnis verfestigen – also Bekenntnis werden. Anlass sind Krisensituationen, Identitätsbildungsprozesse oder Streit um das gemeinsam Bezeugte oder auch eine Konkretion aus dem gemeinsam Bezeugten.<sup>84</sup> Ein Bekenntnis ist also ein gemeinschaftsbezogenes, öffentliches und situationsbezogenes Durchsichtigmachen der Glaubensüberzeugungen einer Gruppe. Bekenntnisse dienen der Selbstdefinition ebenso wie der Gemeinschaftsbildung oder der Abgrenzung/Verteidigung, wobei verkündigende (kerygmatische), lobpreisende (doxologische) und lehrende (katechetische) Funktionen zusammenkommen.<sup>85</sup> Auch Bekenntnisse changieren zwischen der Vermittlung von Inhalten und dem Ausdruck eigener Überzeugungen, ha-

82 Thomas 2017: 243. Vgl. Theißen 2017: 213–226.

83 Van Oorschot 2024.

84 Anlass meines Nachdenkens über diesen Zusammenhang war die aufbrechende Debatte, ob Klimaschutz Gegenstand kirchlichen Bekenntnisses ist oder sein soll. Anders formuliert: Lassen sich die individuellen Zeugnisse im Feld des christlichen Klimaaktivismus zu einem gemeinsamen Bekenntnis verdichten – oder müssen sie das sogar, wie von denjenigen gefordert wird, die die Klimakrise als Marker eines *status confessionis* zur Geltung bringen wollen. Vgl. van Oorschot 2024.

85 Reichel 2015: 261.

ben also eine inhaltliche und existentielle Dimension, und werden zugleich individuell gesprochen und auf eine Gemeinschaft hin artikuliert.<sup>86</sup>

Mit der Frage nach dem gemeinsamen Bekenntnis ist in sehr klassischer theologischer Terminologie eine Frage adressiert, die nicht nur religiöse Gemeinschaften beschäftigt, sondern die in der intersubjektiven Verhandlung von Zeugniswissen allgemein zur Diskussion stehen: Wie verhalten sich die einzelnen Zeugnisinhalte zum gemeinsam Bezeugten? Wie lässt sich der inhaltliche Gehalt eines Zeugnisses intersubjektiv erfassen und mit anderem Zeugniswissen verbinden? Was ist das geteilte Narrativ, von dem Campbell spricht – lässt es sich fassen? Wenn ja, in welcher medialen Form? Wie lassen sich die multi-medialen Symbolwelten zusammenbringen? Und ist die seit der Alten Kirche die Debatten um christliche Vergemeinschaftung begleitende Frage nach gemeinsamen Bekenntnisinhalten überhaupt richtig gestellt – oder muss sie angesichts einer fluiden netzförmigen Struktur verabschiedet werden?

#### 4.4 Zeugnissicherung und Zeugnisforum

Zeugnissgemeinschaften entwickeln für diese Fragen Foren der intersubjektiven Verständigung und Prozesse der Zeugnissicherung. Während Krämer insgesamt auf die Verrechtlichung und Institutionalisierung epistemischer Verantwortung hinweist<sup>87</sup> – etwa in Schulen oder Gerichten –, legt Günter Thomas eine konfessionell orientierte Differenzierung religiöser Formen der Zeugnissicherung vor: Durch Organisation und Experten werde von Seiten der katholischen Kirche versucht, Konsens in der Zeugnisgemeinschaft zu erlangen. Die Fokussierung auf das Ursprungszeugnis – die Schrift – und eine mediale Reduktion sollen dies auf der protestantischen Seite leisten. Und charismatische Theologien setzen auf die »Macht der Überzeugung«, so Thomas.<sup>88</sup> Interessant ist an beiden Vorschlägen, dass in der Frage nach der Zeugnissicherung auf die institutionellen Rahmungen von Zeugnisgemeinschaften verwiesen wird. Diese gibt es für digitale Formen von Zeug\*innenschaft in sozialen Netzwerken nicht oder zumindest nicht in derselben Weise wie für die Situationen von Zeugniswissen vor Gericht oder auf den Kanzeln, die Krämer und Thomas vor Augen stehen.

Zeugnissicherungsprozesse in digitalen Gemeinschaften liegt primär in der sozialen Praxis der Anerkenntnis oder Nichtanerkennung eines Zeugnisses und seiner Weiterverbreitung. Auf diese Weise entstehen Knotenpunkte in

---

86 Opitz 2017: 31.

87 Krämer 2011: 132.

88 Thomas 2017: 251.

den netzförmigen Gemeinschaften. Wie diese entstehen, ist nicht nur Gegenstand der intensiven Marketingforschung, sondern auch der Debatte in Social-Media-Forschung und darüber hinaus. Schon in der antiken Philosophie wurde das Zeugnis nicht im Rahmen der Logik eingeführt, sondern von Aristoteles im Kontext der Rhetorik vorgestellt: Dieses mit Aristoteles »kunstlose Überzeugungsmittel« zeigt sich als rhetorische Strategie ambivalent, da sie zugleich Wissensvermittlung und Überzeugung ist. Zugleich scheint der Verzicht auf Rhetorik besondere Glaubwürdigkeit zu implizieren – wie sich an Testimonials etwa in sozialen Netzwerken ablesen lässt – kennzeichnet sich jedoch zugleich durch den »Pathos der Authentizität«. <sup>89</sup> Die Kategorie der Authentizität wird in der – inzwischen sehr breiten – Debatte vor allem im Blick auf das Subjekt diskutiert, wobei interessante Nähen zu den hier beschriebenen Dynamiken von Zeug\*innenschaft entstehen: So stellt etwa Christoph Wiesinger die Zirkularität von Authentizität als »Effekt von Kongruenz und Kontingenz, Kohärenz und Differenz« heraus, bei denen Authentizitätserwartungen als »Möglichkeits- und Hoffnungshorizonte« zugleich erfüllt werden wollen und um der eigenen Freiheit willen unterlaufen werden müssen. <sup>90</sup> Weniger im Blick ist bisher die Bedeutung der Inszenierung, die Prokić/Schankweiler im Zuge ihrer medienwissenschaftlichen Analyse von Zeug\*innenschaft herausstellen: »Kommunikation der gefühlten Nähe« <sup>91</sup> entsteht durch das Zusammenspiel von Rhetorik, Mimik, Gestik, Inszenierung und Performance, welche einen »vertraute[n] Kommunikationsrahmen« <sup>92</sup> setzen. Dass in diesen Dynamiken »die Zuschreibung von religiöser Autorität« und Expertise neu verhandelt wird – auch im Blick auf religiöse Autorität – stellt Neumaier treffend heraus:

»Dabei scheint es kein einfaches Patentrezept zu geben, wie die Zuschreibung religiöser Expertise erfolgt [...]: Das kann eben ein tiefergehendes religiöses Wissen sein, das davon überzeugt, jemanden vor sich zu haben, der zuverlässig und vertrauenswürdig über religiöse Fragen Auskunft geben kann. Es kann auch eine herausragende Kompetenz der empathischen Zuwendung sein oder die besonders lebens- und alltagsnahe Behandlung religiöser Themen, die den Anliegen der Follower entsprechen. Nicht zuletzt führt die Kombination von individuellen Charakteristika und routinierter Mediennutzung zur Zuschreibung von Authentizität als besonderer, vermeintlich integraler persönlicher Eigenschaft der Influencer.« <sup>93</sup>

---

89 Schmidt/Voges 2014: 13.

90 Wiesinger 2019: 281.

91 Prokić/Schankweiler 2023: 474 mit Verweis auf Rojec 2015.

92 Prokić/Schankweiler 2023: 477 f.

93 Neumaier 2022. Neumaier setzt fort: »Genannt werden müssen auch Aspekte, die wohl nicht ursächlich für die Zuschreibung religiöser Autorität sind, aber die Popularität beför-

Ob mit diesen Dynamiken, wie Liebsch postuliert, die »Vorherrschaft von Epistemologie und Juridismus« nun »zur Revision steht«<sup>94</sup> und darin allein die »Macht der Überzeugung«<sup>95</sup> wirkt, ist eine offene Frage. Zur intersubjektiven Zeugnissicherung muss diese Spannung zwischen inhaltlicher, personeller und inszenatorischer Dimension von Zeug\*innenschaft bearbeitet werden. Möglicherweise sind hier alte Institutionen als neue Zeugnisforen gefragt: Akademische Theologie könnte – in enger interdisziplinärer Anbindung – sich im Blick auf die Vielfalt digitaler Zeug\*innenschaft anbieten als Diskursort zur Aushandlung intersubjektiver Verständigung über Zeugniswissen. Sie ist zugleich zentrales »Speichergedächtnis« und »Funktionsgedächtnis« für Zeugniswissen der christlichen Tradition, wie Käser treffend formuliert.<sup>96</sup> Als Zeugnisforum müsste sie das Ineinander von ethischer und epistemischer Dimension von Zeug\*innenschaft ebenso reflektieren wie die Marker des Fürwahrhaltens von Zeugniswissens im Blick auf den oder die Zeug\*in und das die Inszenierung des Bezeugens.

Diese Fragen scheinen mir nicht nur für den theologischen und kirchlichen Kontext relevant, wird doch Zeug\*innenschaft zunehmend auch in anderen Feldern zu einem zentralen Sprachmodus: Wie kann etwa in einer politischen Gemeinschaft intersubjektive Verständigung über politische Prozesse gelingen, wenn die politische Kommunikation zunehmend zeugnishaft agiert – erfahrungsbasiert, auf Personen bezogen, emotiv – und sich so der rationalen Debatte nicht unmittelbar erschließt, sondern für sie erschlossen werden muss? Diese Frage führt weit über diesen Beitrag hinaus und markiert somit die gemeinsame Herausforderung im intersubjektiven Umgang mit Zeugniswissen.

#### 4.5 Ekklesiologische Implikationen: Das Netz der Zeug\*innen

Angeklungen ist in den bisherigen Überlegungen wiederholt die Frage, was da eigentlich für eine Gemeinschaft entsteht. Festhalten lässt sich aus den bisherigen Überlegungen zu religiösen Vergemeinschaftungen: Es handelt sich um eine Zeugnismgemeinschaft, erwachsen aus sich positiv verstärkenden, sich überlappenden und/oder durch symbolische Verschränkungen aufeinander

---

dern, etwa die Kompetenz, Inhalte unterhaltsam aufzubereiten und mit einem geeigneten Storytelling zu versehen, oder die zuverlässige und – zumindest gelegentliche – zugewandte Interaktion mit den Followern. Für viele ist auch die Fähigkeit wichtig, in Bezug auf Sprache und Themen respektvoll und diskriminierungssensibel zu agieren, für andere vielleicht stärker die Neigung zur Polarisierung und Zuspitzung.«

94 Liebsch 2012: 224.

95 Thomas 2017: 251.

96 Käser 2023: 433–435.

bezogene Zeugnisse und Antworten auf diese Zeugnisse. Die als soziale Praxis auch punktuell erkennbare Zeug\*innenschaft verstetigt sich somit in Vergemeinschaftung. Diese umfassend zu reflektieren, ist Aufgabe einer noch ausstehenden digitalen Ekklesiologie. Begründet werden soll hier ausblickend nur die Notwendigkeit einer solchen.

Die Beschreibung aus den Medienwissenschaften der durch Testimonials suggerierten ›presumed intimacy‹ legen nahe, die durch digitale Testimonials entstehenden Interaktionen als vorgetäuscht, nicht real oder Simulation zu beschreiben.<sup>97</sup> Verbindet man die Phänomenbeschreibung hingegen mit den Debatten um den Zeugnisbegriff in den Testimonial Studies wird deutlich, dass auch die Marketingfigur des Testimonials auf eine basale Anerkenntnis durch die Rezipient\*innen angewiesen ist, soll die vermittelte Botschaft Zeugnis wahrgenommen werden. Damit ist noch nicht Gemeinschaft in einem aufgeladenen Wortsinn enthalten – widersprochen ist allerdings der Annahme aus einer solchen Kommunikationsform könne keine ›echte‹ Gemeinschaft entstehen da diese qua genus eine Simulation – und damit eine Fälschung echter Sozialität – darstelle. Dies spiegeln die Befragungen von Mitgliedern digitaler religiöser Gemeinschaften: Die von Campbell interviewten Personen suchen Beziehungen, Fürsorge, Wertschätzung, Verbindung, einen sicheren Ort und Fellowship – und finden diese äquivalent zu Offlinegemeinschaften online.<sup>98</sup> Ein ähnliches Ergebnis formuliert Neumaier in ihrer Studie im deutschsprachigen Raum: In digitalen Gemeinschaften wird räumliche Distanz als überbrückbar erlebt und die empirischen Daten zeigen, dass hier verlässlich religiöse Gemeinschaft als »symbolic communities« erlebt wird.<sup>99</sup> Welche der digitalen Vergemeinschaftungen dann parasoziale Beziehungen<sup>100</sup> darstellen und wo Gemeinschaft stattfindet, ist somit Teil der Aushandlung eines neu zu fassenden religiösen Gemeinschaftsbegriffs – und mithin Aufgabe einer digitalen Ekklesiologie.

Anschließen kann die Diskussion um eine digitale Ekklesiologie dabei an die wachsende Diskussion zur Reflexion der religiöser Gemeinschaftsformen online. Zentral ist dabei das Bild des Netzwerks.<sup>101</sup> Auf der einen Seite hat das Bild reflexiven Charakter, da es zur Reflexion digitalen kirchlichen Lebens im kulturtheoretischen Konzept der Netzwerkgesellschaft dient. Auf der an-

---

97 Zur Differenzierung in der Begriffsbildung vgl. den Beitrag von Moxter in diesem Band ›Erweiterte, reduzierte und ›richtige‹ Realitäten. Zur Plastizität des Wirklichkeitssinnes‹, sowie den Beitrag von Friesen.

98 Campbell 2020: 50.

99 Neumaier 2019: 36 f.

100 Vgl. den Beitrag von Costanza in diesem Band.

101 Vgl. einführend van Oorschot 2023.

deren Seite wird das Bild des Netzwerks theologisch, anthropologisch und ekklesiologisch gedeutet und bekommt als dogmatisches Leitbild orientierenden Charakter. In seiner Funktion als Leitbild dient es erstens nach innen zur Beschreibung einer Gemeinschaft. Zwischen den Beteiligten bestehen fluide Verbindungen, die jederzeit veränderlich sind und. Entscheidend ist die persönliche Wahl Einzelner, die zu starken oder schwachen Verbindungen führen.<sup>102</sup> Diese Netzwerkstruktur wird zweitens egalitär gedeutet: Das Netzwerk ist eine Gemeinschaft unter Gleichen, es wird als »demokratisch«, »flattened« und »antihierarchisch« beschrieben und stellenweise durch den Verweis auf das Priestertum aller Glaubenden dogmatisch gedeutet. Autorität wird durch Authentizität und Kompetenz erworben (shifting authority).<sup>103</sup> Amt und Beauftragung verlieren ebenso an Bedeutung wie Institutionen und Organisationen. Die Identität der Gemeinschaft gründet drittens in einem verbindenden religiösen Narrativ, das als Kristallisationspunkt und Gravitationszentrum der Netzwerke dient (storied identity).<sup>104</sup> Gegründet im Geist werden die Netzwerke als variabel in Zeit und Raum beschrieben – es handelt sich zugleich um eine asynchrone wie zeitlose und ortlose Gemeinschaft.<sup>105</sup> Stellenweise wird diese potentiell universale Vernetzung mit der Figur des universalen Leibes Christi verbunden.<sup>106</sup> Nach außen kennzeichnen sich Netzwerke viertens durch eine Vielzahl von Interaktionen an ihren offenen Rändern. So können sie als Teil verschiedener sich überlappender Lebenswelt-Netze und ihrer Praktiken beschrieben werden (convergent practise). Deutlich wird dabei auch eine enge Verbindung zwischen online und offline-Netzwerken (multiside reality).<sup>107</sup> Dass diese netzförmigen Gemeinschaften nicht ohne Spannung zu bestehenden religiösen Gemeinschaften existieren, stellt Thomas Schlag treffend heraus.<sup>108</sup>

Wieweit diese Beschreibungen tragen und was darüber hinaus ekklesiologisch zu konzipieren ist, macht die Zusammenfassung der bisherigen Erträge erkennen: In geteilten Symbolwelten kommunizierende und in und durch Interaktion und gemeinsame Rituale gebildete Gemeinschaften beruhen auf den

102 Vgl. Cloete 2015; Campbell/Garner: 73.

103 Vgl. Campbell/Garner: 73. 77–78; Friesen 2009: 115.

104 Vgl. Campbell/Garner 2016: 68.

105 Vgl. Dyikuk 2020: 34.

106 Vgl. Ebd.

107 Vgl. Campbell/Garner 2016: 77–78.

108 »Dadurch haben sich längst Kommunikationskontexte außerhalb kirchlicher Planung- und Steuerungsmacht entwickelt, deren Akteur\*innen sich auf Inhalte des christlichen Glaubens beziehen, ohne sich an bestimmte kirchliche oder theologische Normvorgaben und Logiken gebunden zu fühlen –, man denke beispielsweise an die inzwischen vielen Trauerforen, in denen sowohl implizit wie explizite intensive theologische und seelsorgerliche Ausdrucksformen zu beobachten sind.« Schlag 2021: 285. Vgl. Beck 2021: 310, 312.

Zeugnissen Einzelner. Diese *symbolic communities* sind als Zeugnisgemeinschaften Praxisgemeinschaften, die in einem komplexen und dauerhaft fluiden Wechselspiel zwischen Zeug\*innen, Zeugnis und Gemeinschaft stehen. Ihre Dynamik entsteht durch Prozesse von Anerkennung und den damit verbundenen Praktiken des Liken, Weiterleitens, Verlinken, Antwortens und ähnlichem als hybride Konstruktionen privater und öffentlicher Kommunikation. Es handelt sich um Kommunikationsgemeinschaften, die von der Partizipation, Beteiligung und Reziprozität leben. Damit formen sich neue Formen von Autorität und Steuerung.

## 5 Wir sind alle Individuen!?

»We're all individuals!« In digitalen Räumen tritt zunächst religiöse Praxis als individuelle Praxis in den Blick. »We're all different!« Auf den zweiten Blick scheint man es mit einer Vielzahl plattformadäquat angepasster Individuen zu tun zu haben, deren Individualität in der Uniformität der medialen Authentizitätsanforderungen besteht: »I'm not.« – »Shhh!«

Die Verbindung von medienwissenschaftlicher Beschreibung mit den interdisziplinären Testimonial Studies hat gezeigt, dass diese Individualisierung begleitet wird von komplexen Wechselverhältnissen zwischen Zeug\*in, Zeugnis und ihren Rezipient\*innen. Als soziale Praxis hat Zeug\*innenschaft auch im digitalen Raum das inhärente Potential zur Vergemeinschaftung und löst Offline-Gemeinschaften vielfach ab.

So bieten die folgenden Überlegungen nicht mehr als eine erste Erkundung weiter zu erhellender Deutungspotentiale der Testimonial Studies für die Reflexion der empirisch beschriebenen Prozesse religiöser Praxis und Vergemeinschaftung im Kontext der Theologie. Dabei kann gerade die breite Tradition des Begriffs in der theologischen Tradition zu einem Bewusstsein auch für die Herausforderungen von Zeug\*innenschaft beitragen. Dabei geht es mir weniger um die Zweifel an der Zuverlässigkeit einzelner Zeugen, die unter der Überschrift ›*crisis of witnessing*‹ in den Testimonial Studies insbesondere im Blick auf juristische Zusammenhänge diskutiert wurde. Vielmehr geht es um den herausgearbeiteten Zusammenhang von Epistemologie und Ethik. Zeug\*innenschaft wird somit von einer sozialen Gegebenheit zu einer Gestaltungs- und Reflexionsaufgabe.

## Literatur

- Axt-Piscalar, Christine 2013: Was ist Theologie? Klassische Entwürfe von Paulus bis zur Gegenwart. Tübingen/Stuttgart, Mohr Siebeck.
- Baym, Nancy K. 2015: Personal Connections in a Digital Age. 2. Auflage. Cambridge, Polity.
- Beck, Wolfgang 2021: Digitale Konnektivität als christliche Sozialform? Von brüchigen Stabilitätsversprechen zu rhizomatisch-ekklesialen Szenen. In: Ders./Nord, Ilona/Valentin, Joachim (Hg.): Theologie und Digitalität. Ein Kompendium. Freiburg/Brsg., Herder: 302–318.
- Braverman, Julia 2008: Testimonials Versus Informational Persuasive Messages. In: Communication Research 35 (5): 666–694. <https://doi.org/10.1177/0093650208321785>.
- Campbell, Heidi 2013: Religious practice in new media worlds. London, Routledge.
- Campbell, Heidi A. 2020: What Religious Groups Need to Consider when Trying to do Church Online. In: Dies. (Hg.): The Distanced Church. Reflections on Doing Church Online. Oak Trust, Digital Religions Publications. <https://hdl.handle.net/1969.1/187891> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Campbell, Heidi A./Garner, Stephen 2016: Networked Theology. Negotiating Faith in Digital Culture. Engaging Culture Series. Grand Rapids, Baker Academic.
- Campbell, Heidi A./Garner, Stephen/Dyrness, William/Johnston, Robert 2016: Networked Theology. Negotiating Faith in Digital Culture. Engaging Culture Series. Grand Rapids/MI, Baker Academic.
- Caspers, Markus 2009: Werbung. Ein Schnellkurs. Köln, DuMont.
- Cloete, Anita L. 2015: Living in a digital culture. The need for theological reflection. In: HTS Theologies Studies/Theological Studies 71 (2): 3. <https://doi.org/10.4102/hts.v71i2.2073>.
- Daniel-Siebenmann, Claudia: Christi Leib für Dich im Livestream. Abendmahl online feiern? Online verfügbar unter <https://theonet.de/2020/04/18/christi-leib-fuer-dich-im-livestream-abendmahl-online-feiern/> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- De Gruchy, John 2007: Public Theology as Christian Witness. Exploring the Genre. In: International Journal of Public Theology 1: 26–41.
- Duff, Nancy J. 2013: Praising God Online. In: Theology Today 70 (1): 22–29. <https://doi.org/10.1177/0040573612472898>.
- Dyikuk, Justine John 2020: Digital Ecclesiology. Setting the Parameters for a Post-Pandemic Era Church. In: Campbell, Heidi A. (Hg.): Digital Ecclesiology. A Global Conversation. OAK Trust, Digital Religions Publications: 32–39. <https://hdl.handle.net/1969.1/188698> (abgerufen am 15. 11. 2024).

- Evangelisch.de 2020: YEET. Das evangelische Contentnetzwerk. <https://yeet.evangelisch.de/wer-oder-was-ist-yeet> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Fitrianto, Mohammad Eko/Dharmmesta, Basu Swashta/Purwanto, Bernardinus Maria 2024: Imagine it happening to my classmates. Using video testimonials as a social marketing intervention in adolescent smoking cessation programs. In: *Cogent Business & Management* 11 (1), <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2321927>.
- Friedrich, Benedikt; Reichel, Hanna; Renkert, Thomas 2020: Citizen Science, the Body of Christ, and Testimonial Epistemology. In: *The Ecumenical Review* 72 (2): 223–241. <https://doi.org/10.1111/erev.12507>.
- Friesen, Dwight J. 2009: Thy kingdom connected. What the church can learn from Facebook, the Internet, and other networks. Grand Rapids/MI, Baker.
- Gorell, Angela Williams 2020: New Media and a New Reformation? In: Campbell, Heidi A. (Hg.): *The Distanced Church. Reflections on Doing Church Online*. Oak Trust, Digital Religions Publications: 58–60. <https://hdl.handle.net/1969.1/187891> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Hörsch, Daniel 2020: Digitale Verkündigungsformate während der Corona-Krise. Eine Ad-hoc-Studie im Auftrag der Evangelischen Kirche in Deutschland. Berlin, midi/Ev. Werk für Diakonie und Entwicklung e. V.
- Käser, Matthias 2023: Für das Sagbare. Ein Plädoyer für das Ethos des Erzählens im Angesicht von Gewalt und Unrecht. Bielefeld, transcript Verlag.
- Krämer, Sybille 2011: Vertrauen schenken. Über Ambivalenzen der Zeugenschaft. In: Schmidt; Sibylle/Krämer, Sybille/Voges, Ramon Voges (Hg.): *Politik der Zeugenschaft. Zur Kritik einer Wissenspraxis*. Edition Moderne Postmoderne. Bielefeld, transcript Verlag: 117–140.
- Krämer, Sybille 2017: Spur – Zeuge – Wahrheit. In: Däumer, Matthias/Kalisky, Aurélia/Schlie, Heike (Hg.): *Über Zeugen. Szenarien von Zeugenschaft und ihre Akteure*. Paderborn, Wilhelm Fink Verlag: 147–166.
- Krämer, Sybille 2021: Der Verlust des Vertrauens. Medienphilosophische Perspektiven auf Wahrheit und Zeugenschaft in digitalen Zeiten. In: Schicha, Christian/Stapf, Ingrid/Sell, Saskia (Hg.): *Medien und Wahrheit*. Baden-Baden, Nomos: 25–42.
- Krämer, Sybille/Schmidt, Sibylle/Schüle, Johannes Georg (Hg.) (2017): *Philosophie der Zeugenschaft*. Paderborn: mentis. <https://doi.org/10.5555/9783957438102>.
- Liebsch, Burkhard 2012: Aktuelle Historisierungen der Zeugenschaft. Zur »Kritik einer Wissenspraxis« und zum »Recht der Literatur« jenseits von Wissen und Recht. In: *PhR* 59 (3): 217–235. <https://doi.org/10.1628/003181512803237529>.

- Longmire, Monica R. 2008: Digital narratives: Creating diabetes awareness through testimonials and communities of faith. Ohio State University, University Publishing. <http://hdl.handle.net/1811/32178> (abgerufen am 15.11.2024).
- Neumaier, Anna 2016: religion@home?: religionsbezogene Online-Plattformen und ihre Nutzung. Eine Untersuchung zu neuen Formen gegenwärtiger Religiosität. Religion in der Gesellschaft. Würzburg, Ergon.
- Neumaier, Anna 2019: Christian Online Communities. In: Heidelberg Journal of Religions on the Internet 14: The Dynamics of Religion, Media, and Community. <https://doi.org/10.17885/heup.rel.2019.0.23946>.
- Neumaier, Anna 2022: Christliches Influencing in sozialen Medien. Religiöse Stile, Entkonfessionalisierung und die Konsequenzen für religiöse Autorität. In: Zeitschrift für Religion und Weltanschauung 3. <https://www.ezw-berlin.de/publikationen/artikel/christliches-influencing-in-sozialen-medien/> (abgerufen am 15.11.2024).
- Nord, Ilona; Luthe, Swantje 2020: Hope-Storytelling in the Age of Corona. How Pastors Foster the Community of Faith. In: Campbell, Heidi A. (Hg.): The Distanced Church. Reflections on Doing Church Online. Oak Trust, Digital Religions Publications: 67–70. <https://hdl.handle.net/1969.1/187891> (abgerufen am 15.11.2024).
- Opitz, Peter 2017: Identitätsmerkmale der reformierten Bekenntnstradition in historischer Sicht. In: Bienert, Maren/Hofheinz, Marco/Jochum-Bortfeld, Carsten/Meyer zu Hörste-Bührer, Raphaela J./van Oorschot, Frederike (Hg.): Neuere reformierte Bekenntnisse im Fokus. Studien zu ihrer Entstehung und Geltung. Reformiert! 2. Zürich, Theologischer Verlag: 25–54.
- Prokić, Tanja/Schankweiler, Kerstin 2023: Gefühlte Nähe. In: Inquiries into Art, History, and the Visual. Beiträge zur Kunstgeschichte und visuellen Kultur 4 (3): 465–488. <https://doi.org/10.11588/XXI.2023.3.99103>.
- Reichel, Hanna 2015: Theologie als Bekenntnis. Karl Barths kontextuelle Lektüre des Heidelberger Katechismus. Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht.
- Rojek, Chris 2015: Presumed Intimacy. Hoboken/OH, Wiley.
- Rota, Andrea/Krüger, Oliver 2019: The Dynamics of Religion, Media, and Community. In: Heidelberg Journal of Religions on the Internet 14: The Dynamics of Religion, Media, and Community. <https://doi.org/10.17885/heup.rel.2019.0.23945>.
- Schankweiler, Kerstin/Straub, Verena/Wendl, Tobias (Hg.) 2019: Image Testimonies. Witnessing in Times of Social Media. Routledge Studies in Affective Societies Series. Milton, Routledge.

- Schlag, Thomas 2021: Von der Möglichkeit zur Selbstverständlichkeit. Überlegungen zu einer Ekklesiologie der Digitalität. In: Beck, Wolfgang/Nord, Ilona/Valentin, Joachim (Hg.): *Theologie und Digitalität. Ein Kompendium*. Freiburg/Brsg., Herder: 281–301.
- Schlag, Thomas/Nord, Ilona/Beck, Wolfgang/Bünker, Arnd/Lämmlin, Georg/Müller, Sabrina et al. (Hg.) 2023: *Churches online in times of corona. Die CONTOC-Studie. Empirische Einsichten, Interpretationen und Perspektiven*. Heidelberg/Wiesbaden, Springer Fachmedien/Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-41728-4>.
- Schlie, Heike/Kalisky, Aurélia/Däumer, Matthias (Hg.) 2017: *Über Zeugen. Szenarien von Zeugenschaft und ihre Akteure*. Paderborn, Wilhelm Fink Verlag.
- Schmidt, Sibylle 2015: *Ethik und Episteme der Zeugenschaft*. Konstanz, Konstanz University Press.
- Schmidt, Sibylle 2019: Zeugenschaft. In: *Deutsche Zeitschrift für Philosophie* 67 (6): 974–978. <https://doi.org/10.1515/dzph-2019-0071>.
- Schmidt, Sibylle; Voges, Ramon 2011: Einleitung. In: Dies./Krämer, Sibylle/Ders. (Hg.): *Politik der Zeugenschaft. Zur Kritik einer Wissenspraxis. Edition Moderne Postmoderne*. Bielefeld, transcript Verlag: 7–20.
- Schweiger, Günter/Schrattenecker, Gertraud 2005: *Werbung*. 6. Auflage. Stuttgart, Beck.
- Sievert, Holger/Reimann, Ralf-Peter 2021: Nachhaltige Digitalisierung evangelischer Gottesdienste in Deutschland. Ausgewählte Ergebnisse der 2021er Befragungsstudie »Rezipiententypologie evangelischer Online-Gottesdienstbesucher\*innen während und nach der Corona-Krise« (ReTeOG 2). In: *EPD Dokumentation* 39: 42–65.
- Stalder, Felix 2017: *Kultur der Digitalität*. 3. Auflage. Berlin, Suhrkamp.
- Theißen, Henning 2011: Zeugnis. Hermeneutische Überlegungen zu einer ekklesiologischen Grundlagenkategorie. In: *Evangelische Theologie* 71 (6): 444–460.
- Theißen, Henning 2017: Angenommene Gewissheit. Zur religiösen Grammatik des Zeugnisses. In: Däumer, Matthias/Kalisky, Aurélia/Schlie, Heike (Hg.): *Über Zeugen. Szenarien von Zeugenschaft und ihre Akteure*. Paderborn, Wilhelm Fink Verlag: 213–226.
- Thomas, Günter 2017: Vier Typen der religiösen Zeugenschaft. Gewissheitsmodi, Medien der Kommunikation, Techniken der Sicherung und soziale Konstellationen. In: Däumer, Matthias/Kalisky, Aurélia/Schlie, Heike (Hg.): *Über Zeugen. Szenarien von Zeugenschaft und ihre Akteure*. Paderborn, Wilhelm Fink Verlag: 227–253.

- van Oorschot, Frederike 2021: Gemeindebilder und Kirchenverständnis. Zur (neu)eröffneten Debatte um Gemeinde und Ekklesiologie im Licht digitalen kirchlichen Lebens. In: Meyns, Christoph/Raatz, Georg (Hg.): Was braucht die Gemeinde? Zum Wechselspiel zwischen kirchlichen Transformationsprozessen und Ekklesiologie. Leipzig, Evangelische Verlagsanstalt: 109–126.
- van Oorschot, Frederike 2023: Digitale Theologie und digitale Kirche. FEST kompakt 7. Heidelberg, Heidelberg University Publishing. <https://doi.org/10.11588/heibooks.1271>.
- van Oorschot, Frederike 2024: Soteriologie in der Klimakrise?! Oder: Zum Status theologischer Rede zwischen Zeug\*innenschaft und status confessionis. In: Cursor\_ Zeitschrift Für Explorative Theologie. <https://doi.org/10.21428/fb61f6aa.176809ad>.
- van Oorschot, Frederike 2025: Testimonial for Christ? A theology of witness in conversation with testimonial studies. In: Cultural Witness and Public Theology. Special Issue International Journal for Systematic Theology (hg. von Graham Tomlin, Christine Schliesser und Frederike van Oorschot) [im Druck]
- von Sinner, Rudolf 2011: Öffentliche Theologie. Neue Ansätze in globaler Perspektive. In: Evangelische Theologie 71 (5): 324–340. <https://doi.org/10.14315/evth-2011-71-5-324>.
- Wischhoff, Mona/Tuna, Zeynep/Zinsmaier, Isabelle/Arndt, Verena (2022): Bezeugen. Einleitende Perspektiven auf Praktiken der Zeugenschaft. In: Tuna, Zeynep/Wischhoff, Mona/Zinsmaier, Isabelle (Hg.): Bezeugen. Mediale, forensische und kulturelle Praktiken der Zeugenschaft. Unter Mitarbeit von Verena Krenberger und Simone Schmitz. Kriminalität in Literatur und Medien 2. Berlin/Heidelberg, J. B. Metzler: 1–13.