

Digitaler Wandel

Chancen und Herausforderungen für Kirche und Theologie

Frederike van Oorschot

„Man kann nicht nicht digital sein“ – so lässt sich die Einstellung der meisten Kirchen – und vieler TheologInnen und Theologen – derzeit zusammenfassen. Dabei bezeichnet der Begriff „Digitalisierung“ viel mehr als bestimmte Technologien, Medien oder eben eine binäre Codierung. Häufig – und so verstehe ich auch das mir gestellte Thema – zielt der Begriff darauf, nicht nur den technischen Wandel in den Blick zu nehmen, sondern auch die damit verbundenen gesellschaftlichen, politischen, hermeneutischen, kulturellen und sozialen Transformationsprozesse. Diese Beschreibung findet sich ausgeführt bei dem schweizerischen Medien- und Kulturwissenschaftler Felix Stalder, der den digitalen Medienwandel als einen Kulturwandel beschreibt:¹ Indem Konzepte des Digitalen in andere Bereiche eingedrungen sind, kommt es zu einer „Hybridisierung und Verfestigung des Digitalen“.² Daher erfasst die „Kultur der Digitalität“ nicht nur digitale Räume, sondern im Sinne des „Post-Digitalen“ einen allgemeinen Kulturwandel. Daraus folgt, dass der digitale

¹ Felix Stalder: *Kultur der Digitalität*. Berlin 2016. Als Kultur werden von Stalder „all jene Prozesse bezeichnet, in denen soziale Bedeutung, also die normative Dimension der Existenz, durch singuläre

Wandel auch vor denen nicht Halt macht, die sich digitalen Technologien möglichst entziehen wollen. Während man den virtuellen Bereich durchaus meiden kann, gilt im o.g. weiten Sinn des Digitalen: „Man kann nicht nicht digital sein.“

Dass Kirchen und die Theologie sind diesem Thema stellen, zeigt auch der heutige *Dies Academicus*. Es steht im Kontext eines breiten und sehr bunten Feldes kirchlicher Debatten, Projekte und Initiativen.

Das breite Thema „Digitalisierung – Herausforderungen für Kirche und Gemeinde“ zwingt dazu, das Feld einzuschränken: Ich möchte – aus meiner Perspektive als systematische Theologin – drei Schlaglichter auf Herausforderungen des digitalen Wandels werfen. Dabei richte ich meinen Fokus auf die Debatten um #digitale Kirche und #digitale Theologie.

1. #digitale Kirche

Unter der Bezeichnung #digitale Kirche findet sich ein schier unüberblickbares Feld aller möglicher Phänomene. Es macht wenig Sinn, diese jetzt zu listen – das können Sie später (oder parallel?) selbst recherchieren.

Systematisch ist in diesem sehr diversen Feld m.E. zwischen zwei Ebenen zu unterscheiden: Zum einen die

und kollektive Handlungen explizit oder implizit verhandelt und realisiert wird.“ A.a.O., 16.

² A.a.O., 20.

Digitalisierung kirchlicher Kommunikation und Verwaltung und zum anderen Formen digitaler kirchlicher Praxis. Kirchen-Apps, digitale Kircheneintrittsstellen oder virtuelle Kirchraumbegehungen gehören für mich zur ersten Kategorie. Dazu gehören auch die Versuche, kirchliche Inhalte und Anliegen auf digitalen Kanälen zu verbreiten. All das liegt auf der Ebene der digitalen Kommunikation. Zweitens finden sich Versuche, kirchliche Bräuche, Riten und Angebote in digitale Formen zu übersetzen und so Formen digitaler kirchlicher Praxis zu entwickeln. Dazu gehören z.B. Online-Andachten und -Gottesdienste, virtuelle Kondolenzbücher, Plattformen um online eine Kerze anzuzünden oder Online-Seelsorge.

Zur ersten Ebene möchte ich nur wenige medienethische Anmerkungen machen, zur zweiten einige ekklesiologischen Herausforderungen skizzieren.

1.1 #digitale Kirche in der Aufmerksamkeitsökonomie

Wenn es um die kirchliche Kommunikation im digitalen Raum geht, wird – neben Homepages – vor allem auf soziale Netzwerke zurückgegriffen. Ziel

³ Vgl. dazu Frederike van Oorschot/Thomas Renkert: *Digitale theologische Öffentlichkeiten. Perspektiven aus Theorie und Praxis*. <https://doi.org/10.21428/3249ee62> (abgerufen am 22.08.2019 unter <https://cursor.pub.org/pub/vanoorschot-renkert-2018>).

ist hierbei die Sichtbarkeit, Öffentlichkeit und Aufmerksamkeit für kirchliche Angebote und Akteure. Ein primärer Lebens- und Kommunikationsraum vieler Menschen soll auch kirchlich „besetzt“ werden.

Mit diesem Anliegen sind die Kirchen in sozialen Netzwerken sicherlich am richtigen Ort – viel öffentliche Aufmerksamkeit wird in diesen Zusammenhängen generiert und verteilt. Die Logiken dieser „Aufmerksamkeitsökonomie“ sind jedoch für kirchliche Kommunikation nicht unproblematisch, wie ich kurz entfalten möchte.³

Social Media sind keine Medien im klassischen soziologischen Sinn, sondern gewinnorientierte Unternehmen, deren vorrangige wirtschaftliche Interessen in den meisten Fällen nicht den Nutzerinteressen entsprechen: Während die Nutzer auf soziale Kontakte, Austausch und Selbstdarstellung zielen, geht es den Unternehmen um die Schaffung ökonomischen Werts durch die sekundär entstehenden Nutzerdaten.⁴ Der Motor dieser Produktionskreisläufe ist die Monetarisierung der Ressource „Aufmerksamkeit“, individuell und kollektiv. Über die Zweit- und Drittverwertung der – auch durch

⁴ Zu diesem Zusammenhang und der Lücke zwischen Nutzerzielen und ökonomischer Wertschöpfung vgl. die umfassende und beispielreiche Studie von Shoshana Zuboff: *The Age of Surveillance Capitalism. The fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York 2019.

die Kirchen – geschöpften Daten besteht kaum Transparenz.

Ziel sind folglich möglichst viele Clicks der Nutzer, aus denen ökonomischer Wert geschöpft wird. Angebote und Informationen sind daher auf schnelle und impulsive Reaktionen der Nutzer ausgerichtet.⁵ Diese werden v.a. durch emotional aufgeladene und kurze Beiträge erreicht, am besten mit Bild.⁶ Der rationale Diskurs, sorgfältiges Abwägen oder umfassendes Argumentieren wiederum erzielen wenig „Gewinn“ und verschwinden entsprechend zügig von der digitalen Bildfläche. Durch die algorithmengesteuerte Priorisierung treten in Folge v.a. die Akteure als Meinungsmacher hervor, die viele Artikel geteilt und mit hoher statistischer Wahrscheinlichkeit keinen Artikel gelesen haben.⁷ So kommt es zu einer signifikanten Divergenz von „inhaltlicher Qualität und algorithmischer Relevanz“.⁸

Was leistet also diese Form der öffentlichen Kommunikation – und wo liegen ihre Grenzen? Diese Frage ist vor dem Hintergrund der skizzierten Kommunikationsbedingungen m.E. in zwei Richtungen zu diskutieren.

⁵ Zur Differenzierung dieser Reaktionsformen vgl. Daniel Kahnemann: *Thinking, Fast and Slow*. London 2011; Zur Bedeutung dieser Unterscheidung in sozialen Netzwerken vgl. Konrad Lischka/Christian Stöcker: Digitale Öffentlichkeit. Wie algorithmische Prozesse den gesellschaftlichen Diskurs beeinflussen. Arbeitspapier im Auftrag der Bertelsmannstiftung. Gütersloh 2017, 31; Caja Thimm: Digitale Öffentlichkeit und Demokratie, TV Diskurs 80 2.21 (2017), 44–47: 45.

Zum einen ist im Blick auf das Ziel digitaler kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation zu fragen. Geht es um ein hohes Ranking kirchlicher Nachrichten – oder eher darum gezielt bestimmte Teilöffentlichkeiten zu erreichen? Für Letzteres ist die personalisierte Kommunikationsstruktur besser geeignet als andere Medien. Erstere braucht eine hohe Anpassung an die Logiken der Anbieter. Und wenn es um die Kommunikation in Teilöffentlichkeiten, also um eine zielgruppenorientierte Kommunikation geht: Inwieweit lässt sich hier ein bottom-up-Prinzip denken, das kirchliche Kommunikation ausgehend von einzelnen Christinnen und Theologinnen denkt und nicht als zentrale Ausbreitung „von oben“ nach dem Gießkannenprinzip?

Zum anderen braucht es eine medienethische Reflexion. Denn wie Friedrich/Reichel und Renkert richtig beschreiben: „Neue soziale Formen und technologische Möglichkeiten sind keine arbiträr verwend- oder austauschbaren Tools, sondern selbst

⁶ Vgl. Stefan Stieglitz/Linh Dang Xuan: Impact and Diffusion of Sentiment in Public Communication on Facebook ECIS 2012 Proceedings, 98, <http://aisel.aisnet.org/ecis2012/98> (abgerufen am 22.08.2019). Einen Überblick über Analysen dieses Zusammenhangs bietet Lischka/Stöcker, *Öffentlichkeit*, 29–31.

⁷ Vgl. Lischka/Stöcker, *Öffentlichkeit* 11.

⁸ Ebd.

epistemologisch relevant und theologisch produzierend.“⁹ Entscheidend ist daher die Frage, wo und wie sich die Inhalte durch das Medium ändern. Wann beginnt das Medium die Botschaft zu karikieren? Inwieweit ist man jeweils bereit, die skizzierten Diskurslogiken zu bespielen – und damit auch in ihrer ökonomischen und politischen Dominanz weiter zu stärken? Welche Kommunikation über welche Plattformen erfolgen kann und wo möglicherweise eigene Plattformen notwendig und sinnvoll ist, ist hier eine zentrale Frage.

1.2 Ekklesiologische Perspektiven

Ich möchte nun in einem zweiten Schritt zu den digitalen Formen kirchlicher Praxis kommen: Online-Anachten, Onlinekirchen, virtuelle Kerzen – Beispiele können Sie sicherlich viele ergänzen.

Mich überrascht immer wieder, wie scharf die Debatte um #digitale Kirche z.T. geführt wird: Von Vertretern der „analogen Kirche“ wird schnell die Kirchlichkeit digitaler Formen in Frage gestellt, während Vertreter digitaler Kirche klassischen Formaten mangelnde gesellschaftliche Relevanz vorwerfen. Statt solcher Karikaturen

⁹ Benedikt Friedrich/Hanna Reichel/Thomas Renkert: Citizen Theology. Eine Exploration zwischen Digitalisierung und theologischer Epistemologie, in: Jonas Bedford-Strohm/Florian Höhne/Julian Zeyher-Quattlender (Hrsg.), *Digitaler*

ist an dieser Stelle m.E. eine ekklesiologische Debatte zu führen, deren Eckpunkte ich hier nur anreißen kann.

Erstens ist das Verhältnis von Präsenz und Virtualität zu bestimmen. Gottesdienst als leibliche Gemeinschaft scheint der ekklesiologische „Normalfall“ zu sein. Doch zeigt z.B. die neutestamentliche Briefliteratur deutlich, dass die koinonia des Leibes Christi auch über Distanzen hinweg virtuell gedacht werden kann – hier im Medium des Briefes, in dem selbstverständlich Segen zugesprochen, Gebete ausgetauscht und somit koinonia gelebt wird. Zu fragen wäre hier, wie sich Formen virtueller Präsenz theologisch deuten lassen. Ist medial vermittelte, virtuelle koinonia ekklesiologisch problematisch – oder ist die Schärfe der Debatte vielleicht nur dem (noch) ungewohnten digitalen Medium geschuldet? Zu erinnern ist hier auch an parallele Debatte um Fernseh- und Rundfunkandachten.

Verbunden ist damit zweitens die Frage, wo und wie sich Kirche konstituiert: Verweist man dazu auf CA 7, ist zu klären, wie im Digitalen das Evangelium recht verkündet werden kann. Eine Grenze – zumindest meines Vorstellungsvermögens – liegt im Teilen der Sakramente: „Schmeckt und seht“ – diese Einladung ist m.E. konstitutiv an sinnhafte, leibliche Gemeinschaft gebunden. Welche Auswirkungen sich

Strukturwandel der Öffentlichkeit. Ethik und politische Partizipation in interdisziplinärer Perspektive, Kommunikations- und Medienethik Bd. 10, Baden-Baden 2019, 175–191: 175.

daraus auf das Kirchenverständnis z.B. von Onlinegottesdiensten ergeben, ist m.E. noch offen. Hier gewinnt die Frage nach der Realität virtueller Realitäten, bzw. nach dem Realitätsbegriff an Brisanz.

Zu beachten ist drittens die antithetische Bewegung des Virtuellen zum parochialen. Bei einer Fortbildung im kirchlichen Bereich wurde ich einmal gefragt, wie sich denn digitale Kirche hier, vor Ort machen ließe. „Gar nicht“, war meine etwas verdutzte Antwort, „und das ist auch gar nicht nötig.“ Digital und parochial, das sind zwei völlig unterschiedliche Raum- und Ortsbegriffe mit sehr unterschiedlichen ekklesiologischen Ableitungen. Es gibt kein Gegenüber von parochialer Kirche vor Ort und präsent und einer angeblich virtuellen, anonymen oder im geographischen Sinn utopischen digitalen Kirche. Digitale kirchliche Angebote sind als ein Angebot zielgruppenorientierter kirchlicher Praxis in das weite Spektrum kirchlicher Handlungsfelder einzuordnen. Die unterschiedlichen Chancen und Herausforderungen sind dabei längst nicht so eindeutig, wie die Debatte z.T. nahelegt: Ist eine digitale Kirche wirklich anonymer als das sonntägliche Nebeneinander in einigen Gottesdiensten? Und welche Formen von koinonia werden gerade durch die Verbindung von Anonymität und Verbindlichkeit im Digitalen ermöglicht? Führt nicht eher unsere analoge Gottesdienstpraxis zu massiven Exklusionen derer, die von ihren Praktiken, ihrem Habitus oder ihrem Auftreten nicht „konform“ genug sind?

Über das Zusammenspiel sehr unterschiedlicher kirchlicher Praktiken ist ekklesiologisch und kirchentheoretisch weiter zu reflektieren – ich muss es hier bei dieser Skizze belassen.

2. #digitale Theologie

Ich komme nun zum zweiten Themenfeld: #digitale Theologie. Damit bezeichne ich Versuche, im Medium des Digitalen Theologie zu treiben. Davon zu unterscheiden sind m.E. theologische Reflexion über Digitalisierung und die damit verbundenen Transformationen, wie anthropologische Reflexionen auf Forschung an Künstlicher Intelligenz; Friedensethik und Cyberwar oder Nachdenken in der politischen Ethik über Veränderungen demokratischer Partizipation und Meinungsbildung durch soziale Netzwerke.

Zur digitalen Theologie zähle ich dabei z.B. theologische Podcasts und Blogs, Online-Journals wie das Heidelberger Projekt „Cursor_“ oder Websites wie die in Mannheim entstandene interreligiöse Plattform „Trialog“.

Ich möchte mich im Folgenden an einer medientheoretisch grundierten dogmatischen Perspektive versuchen, um den Begriff von „Theologie“ unter den medialen Bedingungen des Digitalen zu entwickeln. Dazu greife ich auf den Begriff des Zeugnisses und der Zeugnenschaft zurück. Hinweise möchte ich zudem auf Verschiebungen der Wissenschaftskultur.

Meine Überlegungen sind erwachsen aus der Arbeit als Mitherausgeberin des Online-Journals Cursor_ (<https://cursor.pubpub.org/>). Das in Heidelberg entstandene Online-Journal ist ein theologisches Open-Access-Projekt. Ausgehend von der Beobachtung, dass theologische Debatten in kirchliche, wissenschaftlichen und online-Diskursen oft kaum verbunden sind, zielt Cursor_ auf eine explorative Vernetzung. Dazu arbeiten wir zum einen an der Verbindung von klassischen und innovativen Text- und Publikationsformaten („Theologie in einfacher Sprache“, essayistische Texte, „Rekursiv“, „Extra nos“ u.a.). Zum anderen bietet die genutzte Plattform PubPub viele Möglichkeiten, zu kommentieren und diskutieren, sowie der Einbindung der Debatten in soziale Netzwerke. Nach einer Diskussionsphase werden die Artikel überarbeitet und als E-Journal von Heidelberg University Publishing veröffentlicht. Das Projekt Cursor_ dient mir im Folgenden zur Konkretion – zum einen, weil ich hier über praktische Erfahrung verfüge und zum anderen, weil Cursor_ die interaktiven und partizipativen Möglichkeiten von social media aufnimmt, jedoch auf einer Non-Profit-Plattform liegt und somit viele der eben skizzierten Herausforderungen vermeidet. Dass ich daher im Folgenden auch auf Perspektiven der anderen Mitglieder des Herausgeberkreises zurückgreife, sei hier explizit erwähnt.

¹⁰ Vgl. Christoph Neuberger: Soziale Netzwerke im Internet. Kommunikationswissenschaftliche Einordnung und Forschungsüberblick, in: Ders./Volker

2.1 Zeugnenschaft – Identität und Partizipation

Kommunikation in sozialen Netzwerken – und darüber hinaus – ist konstitutiv auf Identität und Sozialität ausgerichtet. Die Ausrichtung der Kommunikation auf den Einzelnen und sein soziales Gefüge ist ein grundlegendes Kennzeichen sozialer Medien: Soziale Netzwerke sind primär auf Sozialität ausgerichtet. Dadurch zeigt sich ein eigentümlicher Zusammenhang von Inhalt und Identität: Ich bin, was ich like – das digitale Selbst konstituiert sich aus seinen sichtbar gemachten Vernetzungen.¹⁰ Interaktionen sind daher in einem hohen Maß von privaten Inhalten geprägt und zugleich Teil einer öffentlichen Meinungsbildung.

Diese Struktur ist theologisch nicht unbekannt: Auch in der Verbreitung der christlichen Botschaft lässt sich der Inhalt nicht von der Identität des Verkündigenden abtrennen. Am deutlichsten wird dieser Konnex m.E. in der Beschreibung des Zeugnisses und der Zeugnenschaft. In der theologischen Grundlegung des Journals Cursor_ wird diese Kategorie von Benedikt Friedrich, Hanna Reichel und Thomas Renkert entfaltet: Hier dient das Zeugnis als grundlegende epistemische Kategorie der Theologie: „Die Gemeinschaft des Glaubens konstituiert sich durch die Bezeugung eines Zeugnisses, das nach menschlichen

Gehrau (Hrsg.): StudiVZ. Diffusion, Nutzung und Wirkung eines sozialen Netzwerks im Internet, Wiesbaden 2011, 33–96.

Maßstäben weder autoritativ ist noch institutionell gesichert werden kann. 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).¹¹

Hier deutet sich eine weitere Konvergenz zwischen einem Spezifikum digitaler Kommunikation und dem Modell der Zeugenschaft an: Anbieter und Nutzer von Inhalten sind dabei nicht mehr zu trennen – User schreiben und lesen zugleich, teilen und moderieren. Dies bringt Bruns Neologismus des Producers – producer und user – zum Ausdruck.¹² So entstehen fluide partizipative Diskurse, deren Strukturierung und Leitung je nach Plattform sehr unterschiedlich gestaltet ist.

Partizipative und interaktive Theologie einzutüben, scheint in diesen medialen Strukturen unvermeidlich.¹³ Individuum und Gemeinschaft stehen dabei in einem Wechselverhältnis, die ihrerseits im „Kontext pluraler analoger und digitaler Öffentlichkeiten,

¹¹ Reichel/Reinkert/Friedrich: Citizen Theology, 178.

¹² Vgl. a.a.O., 194.

¹³ Vgl. ähnlich und mit einigen Beispielen Kristin Merle, Religion in der Öffentlichkeit. Digitalisierung als Herausforderung für kirchliche Kommunikationskulturen, Praktische Theologie im Wissenschaftsdiskurs Bd. 22, Berlin 2019, 422. Vgl. zum Begriff der Partizipation und seiner theologischen Grundierung Ilona Nord, Eine langfristige Gestaltungsauf-

wodurch theologische Aushandlungsprozesse auch über die Grenzen der Zeugnisgemeinschaft auch für breitere gesellschaftliche Öffentlichkeiten nachvollziehbarer und transparenter werden.“¹⁴ Friedrich/Reichel und Renkert entwickeln dafür das Modell einer „citizen theology“: Im Anschluss an Modelle der Citizen Science geht es um ein „Modell von Theologie, das eine Verbindung von Erkenntnisgegenstand und -weg, sowie den Akteuren von Theologie und deren Haltungen herstellt. Dieses findet in den medialen Transformationen des digitalen Zeitalters Wege der Entfaltung hin zu einer kollaborativeren, partizipativeren und explorativeren Wissenschaftspraxis.“¹⁵

2.2 Wissenschaftskultur im Digitalen

Damit sind zwei Anfragen an die Wissenschaftskultur verbunden.

Erstens verändern digitale Medien die Wissens- und Wissenschaftskommunikation: Die wissenschaftlichen Communities werden durchlässiger

gabe. Digitalisierung und politische Partizipation als Herausforderung für Kirche und Praktische Theologie, in: Jonas Bedford-Strohm/Florian Höhne/Julian Zeyher-Quattlander (Hrsg.), Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Ethik und politische Partizipation in interdisziplinärer Perspektive, Kommunikations- und Medienethik Bd. 10), Baden-Baden 2019, 63–82.

¹⁴ Reichel/Reinkert/Friedrich: Citizen Theology, 186.

¹⁵ A.a.O., 187.

und müssen zugleich mit anderen Anbietern um die Aufmerksamkeit digitaler Nutzer konkurrieren.¹⁶ Dabei steigt die Bedeutung Einzelner oder kleinerer Gruppen für die Aggregation von Wissen.¹⁷ Dadurch verschiebt sich auch das Machtgefüge innerhalb und an den Grenzen wissenschaftlicher Communities: „Plattformen und Netzwerkeffekte erfüllen dabei mehr und mehr Funktionen, die vorher Institutionen, Zertifikaten und Autorenschaft zukamen.“¹⁸

Zweitens führt der digitale Strukturwandel zu einer Diskussion über das Paradigma des epistemic individualism. Nach Friedrich, Reichel und Renkert zeigen die vernetzten Formen des digitalen Zeitalters deutlich, dass letztlich epistemische Gemeinschaften primäre Trägerinnen von Wissen und Erkenntnis sind. Sie folgern: „Soziale Epistemologien betonen darum, dass die Erhöhung der Zugänglichkeit und Partizipativität der Wissensproduktion nicht erst aus ethischen, sondern schon aus epistemischen Gründen von Interesse ist [...]“.¹⁹

Die Autoren folgern: „Citizen Theology ist damit weniger ein Programm, das bestimmte Methoden und Inhalte vorschreibt, als vielmehr ein

neuer Forschungsstil und eine epistemische Haltung, die [...] nur experimentell, explorativ und selbst-reflektiv vorgehen kann.“²⁰

3. Der eschatologische Horizont des digitalen Wandels

„Man kann nicht nicht digital sein.“ – mit dieser These habe ich meinen Vortrag begonnen. Er verweist auf eine grundlegende, genuin theologische Aufgabe im Blick auf den digitalen Wandel, der all die skizzierten Einzelfragen rahmt.

Unser Reden über Digitalisierung, die Beschreibung der Chancen und Herausforderungen, speisen sich aus meist implizit bleibenden Narrativen und Imaginationen dieser Entwicklungen. Mit dem in der Tradition gewachsenen Bewusstsein für „Großerzählungen“ verfügen Theologie und Kirche über ein sensibles Sensorium für solche Narrative und Imaginationen: Torsten Meireis hat jüngst das wirkmächtige Narrativ der „Digitalisierung als Flutwelle“ zu rekonstruieren versucht.²¹ Dieses Narrativ beschreibt eine nicht steuerbare, Entwicklung, die unaufhaltsam auf uns zu kommt

digitalen Transformation politischer Öffentlichkeit – die Perspektive evangelischer Theologie, in: Jonas Bedford-Strohm/Florian Höhne/Julian Zeyher-Quattlander (Hrsg.), Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Ethik und politische Partizipation in interdisziplinärer Perspektive, Kommunikations- und Medienethik Bd. 10), Baden-Baden 2019, 47–62.

¹⁶ A.a.O., 176.

¹⁷ Ebd.

¹⁸ A.a.O., 177.

¹⁹ A.a.O., 178.

²⁰ A.a.O., 187.

²¹ Ausgeführt in einem bisher unveröffentlichten Vortrag an der FEST am 05.06.2019 finden sich erste Überlegungen in Torsten Meireis, „O daß ich tausend Zungen hätte“. Chancen und Gefahren der

und die wir entweder mitgehen können („die Welle reiten“) – am besten sogar, ihr etwas voraus zu sein, aber dazu ist es den meisten Kommentatoren folgend lange zu spät, v.a. in der Kirche – oder von ihr überrollt werden.

Das Bild einer Naturkatastrophe schließt alle menschliche Gestaltbarkeit und Mitwirkung aus – ungeachtet dessen, dass es sich um eine politisch gewollte, technisch gesteuerte und ökonomisch geförderte Entwicklung handelt. In vielen kirchlichen Diskursen klingt dieses Narrativ wirkmächtig durch – wie ich es eingangs zusammen gefasst habe: „Man kann nicht digital sein.“ Kann man nicht? Was bedeutet es, (auch) im digitalen zu leben? In einer digitalen Kultur, deren Werkzeuge menschliche Gestaltungsräume erschließen – aber auch verschließen können? Über diese Fragen lässt sich diskutieren, streiten und auch politisch verhandeln – und nicht nur wegpaddeln oder untergehen.

Auch andere Narrative gilt es zu beschreiben – Florian Höhne hat Ansätze

einer solchen Reflexion jüngst umrissen: das Narrativ der „Filterblase“, des „Turmbaus zu Babel“ und des „Homo Deus“.²² Weiteres lässt sich ergänzen.

Aus dogmatischer Perspektive gilt es hier, den eschatologischen Horizont des digitalen Wandels in den Blick nehmen. Nicht in dem Sinn, dass irgendetwas auf den Jüngsten Tag verschoben wird, sondern konstruktiv-kritisch: Wo versprechen Datensammler eine gottgleiche Providenz und Fürsorge auf all unseren Wegen? Wo wird die Erlösung von den unheilsschwangeren Prognosen der Klimaforscher allein durch digitale Technologien prophezeit? Wo scheinen Heilsverheißungen in Debatte um Künstliche Intelligenz durch?

Diese Narrative offenzulegen und sie kritisch-konstruktiv zu reflektieren – auch im Bereich #digitaler Kirche und #digitaler Theologie –, ist in meinen Augen die grundlegende Herausforderung des digitalen Wandels für Theologie und Kirche.

²² Vgl. Florian Höhne, Darf ich vorstellen: Digitalisierung. Anmerkungen zu Narrativen und Imaginationen digitaler Kulturpraktiken in theologisch-ethischer Perspektive, in: Jonas Bedford-Strohm/Florian Höhne/Julian Zeyher-

Quattlander (Hrsg.), Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Ethik und politische Partizipation in interdisziplinärer Perspektive, Kommunikations- und Medienethik Bd. 10), Baden-Baden 2019, 25–46.