

# ZPTh

Zeitschrift  
für Pastoraltheologie

---

#OMG! 1ELF!

Pastoraltheologie im Zeitalter digitaler Transformation  
(Kongress in Leitershofen 2017)

## Jesus war kein Chief Digital Evangelist! Digitalisierung als Chance und Herausforderung für die Pastoraltheologie

### Abstract

Digitalisierung als gesellschaftlicher Megatrend hat selbstverständlich auch Auswirkungen auf Kirche und Theologie. Mit deutlichem Zeitversatz kommen die Diskurse auch in der pastoralen Theorie und Praxis an. Die Frage nach Chancen und Herausforderungen für die Pastoral durch Digitalisierung mündet in der Forderung nach einer positiven Option und einer notwendigen theologischen Reflexion sowie Qualifizierung der pastoralen Akteure.

Digitization as a social megatrend clearly affects both church and theology. With a considerable time-lag the discourses also eventually arrive in pastoral theory and practice. Determining what opportunities and challenges digitization dictates for pastoral ministry leads to demands for positive options and for instituting the necessary theological reflection as well as qualification of pastoral actors to deal with those opportunities and challenges.

Ein *Technology Evangelist* ist laut Wikipedia „eine Person, die versucht, Personen für eine Technologie zu begeistern“<sup>1</sup>. Die EDV-Chefs von Unternehmen, neudeutsch Chief Information Officer (CIO), werden auch als „Digital Evangelists“ bezeichnet. Jesu Botschaft bezog sich aber zweifelsfrei nicht auf eine Technologie, sondern auf einen Inhalt: seine Rede vom Anbruch des Reiches Gottes in seiner Person (und den notwendigen Konsequenzen daraus, vgl. Mk 1,15). Er WAR die Botschaft Gottes, die unüberbietbare Selbstmitteilung. Also war er im engen Wortsinn ein Medium – aber eben nicht digital, sondern unmittelbar.

Ist das schon die mögliche Erklärung dafür, warum sich Kirche und (Pastoral-)Theologie mit der Digitalisierung so schwertun? (1.) Umgekehrt wäre zu fragen, was denn Digitalisierung (2.) mit Pastoral und der darauf bezogenen Theologie zu tun hat (3.), welche Herausforderungen (4.) und welche möglichen Konsequenzen und Handlungsbedarfe sich daraus ergeben (5.)

### 1. Digitalität – das neue Numinosum?

Bisweilen drängt sich der Eindruck auf, Digitalisierung sei kirchlicherseits kaum wirklich verstanden; der Modus der Auseinandersetzung ist am ehesten mit „leichtem Angst-Grusel“ zu beschreiben. Tatsächlich ist schon die Begrifflichkeit schwierig, da

---

<sup>1</sup> Vgl. [https://de.wikipedia.org/wiki/Technology\\_Evangelist](https://de.wikipedia.org/wiki/Technology_Evangelist) (abgerufen am 17.04.2019).

Digitalisierung – ähnlich dem Begriff Bildung – sowohl einen Prozess als auch dessen Ergebnis bezeichnet. Fachlich steht der mittlerweile auch in der Alltagssprache angekommene Begriff einerseits in Spannung zum informatischen Begriff Datafizierung, womit die immer weitergehende Übertragung verschiedenster Aspekte unseres Lebens in computerbasierte Daten bezeichnet wird. Andererseits ist schon von Post-Digitalisierung die Rede, wodurch nicht eine Rückbesinnung auf analoge Technologien, sondern die schiere Selbstverständlichkeit der Digitalisierung bezeichnet wird, über die zu sprechen quasi redundant ist.<sup>2</sup>

Schließlich spricht Felix Stalder von einer „Kultur der Digitalität“, womit er die „enorme Vervielfältigung kultureller Möglichkeiten“<sup>3</sup> bezeichnet, die auf digitalen sozialen Medien basieren.

Der Versuch eines ästhetischen Zugangs über Visualisierungen zeigt, dass wir es mit einer „known issue“, einem bereits bekannten Problem zu tun haben: der Darstellung des nicht Darstellbaren. Wir können Digitalität als solche nicht sehen, sondern nur deren analoge Manifestationen in Form von Hardware und Endgeräten oder Plattformen und Diensten. Diese dienen als Symbole für „das Eigentliche“ der Digitalität. Denn da ist mittlerweile nichts Vermittelndes mehr, kein Human-Device-Interface wie Lochkarte, Tastatur, Maus, Fernbedienung etc., zwischen uns und der Bedienoberfläche. Nur, was wir da per Sprachsteuerung oder Touch-Geste bedienen, können wir per definitionem nicht sehen. Wir erleben nur wiederum die analogen Wirkungen, bisweilen unmittelbar, zum Teil zeitversetzt, meist passend, häufig als Nicht- oder Fehlfunktion. Das Eigentliche ist aber unsichtbar – und das verunsichert uns! Gleichzeitig sind aber aufgrund der selbstverständlichen Integration in unseren Alltag die Medialität und damit die Digitalität allgegenwärtige Normalität.

## 2. Was Digitalität ist – und was sie bedeutet

Es geht also um weit mehr als um den rein technischen Aspekt der Transformation analoger Daten bzw. Signale.<sup>4</sup> Schon dieser Übersetzungsvorgang ist jedoch bedeutsam, da es sich per Definition um diskrete, d.h. abgestufte Werte handelt. Dementsprechend gibt es digital kein „ein bisschen“, „ungefähr“ oder „vielleicht“: Die Umsetzung einer analogen Kurve wird immer bestenfalls eine besonders fein abgestufte digitale Treppe ergeben.

---

<sup>2</sup> Vgl. Benjamin Jörrissen, Ästhetische Bildung in der postdigitalen Kultur. Antrittsvorlesung am 9. Mai 2016, <http://go.wwu.de/r61rn> (abgerufen am 10.5.2019)

<sup>3</sup> Felix Stalder, Kultur der Digitalität, Berlin 2016, 10.

<sup>4</sup> Tatsächlich ist diese „Multimedialität“ bislang auf drei Sinneskanäle (akustische, optische oder taktile Signale) reduziert; weder gustatorisch noch olfaktorisch ist bislang eine Digitalisierung möglich.

Die Konsequenz ist ein „Verlust an Mehrdeutigkeit und Vielfalt“.<sup>5</sup> Die Transformation analoger in digitale Informationen ist also nicht bloß eine alternative Speicherung, sondern eine radikal andere Form, so wie jede Übersetzung von einer in eine andere Sprache immer auch das Moment einer Übertragung und damit Veränderung in sich trägt.

Die Basis all dessen ist das „kleine ABC der Informatik“: Algorithmizität, Big Data und computergestützte Intelligenz.<sup>6</sup> Schon diese drei Themenbereiche bieten reichlich Anlass für eine kritische Diskussion der Entwicklung vor dem Hintergrund eines christlichen Menschenbildes und der katholischen Soziallehre.<sup>7</sup>

Dieser zunächst genuin technisch scheinende Megatrend Digitalisierung ist mit mehreren Implikationen behaftet – Miniaturisierung, Vernetzung, Mobilität, Ubiquität von Arbeit und Freizeit, Ökonomisierung, Ablösung der Privatheit usw. –, die zu einer immer weiteren Umformung aller individuellen Lebensbereiche sowie gesellschaftlichen Felder führen.

### 3. Chancen für die Pastoral

Ohne naiv die Herausforderungen vulgo Risiken der Digitalität zu ignorieren, sollten doch zunächst auch in pastoraler Perspektive die Chancen benannt werden.

Zentrales Kriterium jeglichen kirchlichen Handelns ist dabei die Rede Jesu vom Reich Gottes, das in seiner Menschwerdung unter uns Wirklichkeit wird. Denn es ist die unüberbietbare Selbstmitteilung Gottes, der für uns Menschen und zu unserem Heil vom Himmel herabgestiegen ist, auf dass Erlösung und Friede werde. Ursprung der Rede von Gott ist also die Offenbarung, ihr Ziel die Subjektwerdung des Menschen.<sup>8</sup>

Insofern dieses Reden und Handeln immer in konkreten gesellschaftlichen und kulturellen Rahmenbedingungen geschieht, ist kritisch zu fragen, ob eine „vor-digitale“ Existenz für Kirche in einer von Digitalität geprägten Gesellschaft überhaupt eine Option sein kann.

---

<sup>5</sup> Thomas Bauer, *Die Vereindeutigung der Welt. Über den Verlust an Mehrdeutigkeit und Vielfalt*. Stuttgart 2018.

<sup>6</sup> Katharina Zweig u. a., *Dein Algorithmus – meine Meinung! Algorithmen und ihre Bedeutung für Meinungsbildung und Demokratie*, hrsg. von der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien (BLM), München 2017, 7.

<sup>7</sup> Vgl. dazu u. a. Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.), *Medienbildung und Teilhabegerechtigkeit. Impulse der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz zu den Herausforderungen der Digitalisierung* (Arbeitshilfen, Nr. 288), Bonn 2016, sowie: ders. (Hg.), *Virtualität und Inszenierung. Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft* (Die deutschen Bischöfe. Erklärungen der Kommissionen, Nr. 35), Bonn 2011.

<sup>8</sup> Stefan Gärtner, *Gottesrede in (post-)moderner Gesellschaft. Grundlagen einer praktisch-theologischen Sprachlehre*, Paderborn u. a. 2000, 171.

Sofern diese Frage verneint wird, ist nach den Konsequenzen für eine kirchliche Praxis zu fragen, wobei kirchliches Handeln – im Gegensatz etwa zu vielen Feldern der Ökonomie – bislang (anscheinend) nicht existenziell herausgefordert ist. Anders ist die eher langsame bzw. zeitversetzte Auseinandersetzung nicht zu erklären.

Dabei liegen in der Digitalität auch große Chancen für kirchliches Handeln. Zumindest mit Blick auf die Kommunikation im Netz liegen theologische sowie pastoralpraktische Überlegungen vor.<sup>9</sup> Denn Online-Kommunikation ist nicht gleichbedeutend mit massenmedialer Versorgung eines gigantischen Publikums. Vielmehr sind es unzählige mehr oder minder große Teilpublika, die für die unterschiedlichsten kulturellen Nischen stehen.<sup>10</sup> Das bedeutet, dass in einer Kultur der Digitalität Vielfalt ein Leitmotiv und die Ansprache diversifizierter Gruppen möglich ist. In sozialen Medien zu agieren bedeutet, einen Beitrag zur Konstituierung dieser „persönlichen Öffentlichkeiten“<sup>11</sup> zu leisten und den Menschen damit näher als zuvor zu kommen.

Damit sind neue Formen von Vergemeinschaftung durch digitale Kommunikation und auch neue Formen von Diakonie, Liturgie und Verkündigung möglich. Schließlich bieten digitale Medien eine neue Niedrigschwelligkeit durch eine prinzipiell anonyme bzw. pseudonyme Kontaktnahme. Dadurch lassen sich nicht nur kommunikative Angebote in Zeiten pastoraler Veränderungen von der klassischen Gemeinde zu größeren Formen in der Fläche aufrechterhalten.<sup>12</sup> Vielmehr hat Kirche die historische Chance, durch ihr kommunikatives Handeln wirklich zu einer *communio* im Vollsinn zu werden<sup>13</sup> – vorausgesetzt, sie lässt sich kritisch-optimistisch auf Digitalisierung mit ihren Implikationen ein und findet pragmatische Lösungen für den pastoralen Alltag.

Binnenkirchlich wird derzeit aber noch ein Zwei-Fronten-Kampf geführt: Einerseits muss immer noch für eine Akzeptanz des Themas Digitalisierung gestritten werden, gegen eine ängstliche Abkehr oder naive Ignoranz sowie gegen einen Hype der direkten Kommunikation bei gleichzeitiger Abwertung medialer Kommunikation.

Andererseits gilt es, die unbestreitbaren Herausforderungen kritisch zu reflektieren, da Digitalität noch nicht per se die Lösung bestehender Probleme bedeutet – das Gegenteil ist der Fall.

---

<sup>9</sup> Vgl. u. a. Andreas Büsch, Kommunikation im 21. Jahrhundert, in: Gebhard Fürst (Hg.), Katholisches Medienhandbuch. Fakten – Praxis – Perspektiven, Kevelaer 2013, 19–34; ders., Christus, der Meister der Kommunikation – auch digital?! Herausforderungen der Digitalisierung für die Pastoral, in: Anzeiger für die Seelsorge 128 (2019) 2, 9–12.

<sup>10</sup> Vgl. Chris Anderson, The long tail – der lange Schwanz. Nischenprodukte statt Massenmarkt, München 2007.

<sup>11</sup> Jan-Hinrik Schmidt, Social Media, Wiesbaden 2013, 25.

<sup>12</sup> Vgl. Andreas Büsch, Vom Telefonieren bis zum Posten. Herausforderungen mediengestützter Beratung, in: Hanne Kohl – Ulrich Papenkort (Hg.), Beratung, St. Ottilien 2014, 115–153; hier: 138f.

<sup>13</sup> Vgl. Büsch, Kommunikation (s. Anm. 9) 26.

#### 4. Herausforderungen durch Digitalisierung

Digitalität und Kommunikation mit digitalen Medien ist durch mehrere Ambivalenzen gekennzeichnet; die folgende Auflistung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit:

- Den großartigen Möglichkeiten und dem Ziel der Partizipation steht die Gefahr der Exklusion aufgrund von Defiziten in Ausstattung, Zugang, Kompetenzen und Bildung im Umgang mit digitalen Geräten und Angeboten gegenüber.
- Ohne große Datenmengen lassen sich Muster und Relevanz von Daten nicht erkennen. Gleichzeitig schafft Big Data aber auch ein massives Datenschutz-Problem, weil damit individualisierte Profile über Verhalten, Vorlieben, Bewegung etc. erstellt werden können, die letztlich die menschliche Freiheit bedrohen.
- Die Reichweite digital gespeicherter Aussagen ist einerseits Chance, andererseits bei mangelndem Bewusstsein bzw. Reflexion dieser Reichweite auch Bedrohung der Kommunikation.
- Dies gilt zum einen mit Blick auf die Privatsphäre: Die persönlichen Öffentlichkeiten sozialer Medien verlangen – wie jegliche Kommunikation – eine Öffnung über die eigene Person hinaus, mithin eine Weitergabe bzw. Veröffentlichung von Daten bzw. Informationen. Unter den Bedingungen prinzipiell weltöffentlicher digitaler Kommunikationskanäle ist aber damit die für ein menschenwürdiges Leben notwendige Privatheit prinzipiell gefährdet. Eine subjektiv sinnvolle und geeignete Balance zwischen Öffentlichkeit und Privatheit zu finden, bedarf erheblicher Medienkompetenz und beständiger Rekonstruktion.
- Zum anderen ist die hohe Reichweite in Verbindung mit „Persistenz, Kopierbarkeit, Skalierbarkeit und Durchsuchbarkeit von Informationen“<sup>14</sup> ein guter Nährboden für dysfunktionale Kommunikation – (Cyber-)Mobbing, Trolling, Hate Speech, Fake News etc.
- Zahlreiche ordnungspolitische und ethische Fragen sowohl zu sozialen Medien wie auch zu den zugrunde liegenden Konzepten von Algorithmizität, Big Data und computergestützter Intelligenz bedürfen immer noch dringend einer Klärung in einem breiten gesellschaftlichen Diskurs. Ohne diesen wird eine weitgehend ökonomiegetriebene Entwicklung voranschreiten, in der Menschen nicht mehr Subjekte sondern Objekte der Entwicklung sind!

Diese kommunikationswissenschaftlich sowie medienpädagogisch und -philosophisch erheblichen Herausforderungen gehen den pastoraltheologisch relevanten Herausforderungen voraus und bedingen diese mit. Die folgende Übertragung auf pastorale Grundvollzüge erhebt wiederum keinen Anspruch auf abschließende Darstellung:

---

<sup>14</sup> Schmidt, Social Media (s. Anm. 11), 35.

#### 4.1 Leben – Diakonie

Wie jede Kultur entwickelt auch die Netzkultur neue, für Außenstehende irritierende Formen der Begegnung und Kommunikation, fremdartige Codes, Sprachspiele und Symbole. Damit angemessen umzugehen, erfordert entsprechende kommunikative und Medien-Kompetenz, damit pastorale Akteur\_innen glaubwürdig wirken können. Dabei muss klar sein, dass sie inhaltliche Anliegen in – zumindest bisher: überwiegend – kommerziellen Kontexten und Plattformen bearbeiten. Und die Anbieter dieser Plattformen und Dienste haben selbstverständlich völlig andere Leitcodices als „Verkündigung“ oder „Diakonie“. Die daher bisweilen vorgeschlagene Einrichtung von kirchlichen digitalen Kommunikationsplattformen geht aber einerseits an der Lebenswirklichkeit der Menschen vorbei und widerspricht andererseits dem Verkündigungsauftrag, auf andere zuzugehen und Kirche dadurch „einzubringen“<sup>15</sup>.

Eine zentrale Frage für Gemeinden und andere Orte gelebter Partizipation wird sein, wie diese online sowie offline agieren, und wie die wechselseitige Verwiesenheit dieser Lebenswelten gestaltet wird. Dabei steht die nach wie vor überwiegend territorial strukturierte Pastoral in einem massiven Widerspruch zu netzbasierten Strukturen und Akteuren. In dieser Hinsicht muss es gelingen, ein kluges Miteinander von Online-Aktivitäten bei gleichzeitiger Verbindlichkeit und Anschlussmöglichkeiten vor Ort zu schaffen – das eine kann das andere nicht ersetzen oder aufheben!

Denn die Frage der Partizipation aller ist für Kirche im Gegensatz zu Internetkonzernen zentral: Welche Zugangsmöglichkeiten gibt es vor Ort in gemeindlichen Kontexten, um Exklusion zu verhindern? Wie können Nutzungskompetenz einerseits und Medienbildung im Sinne einer reflexiven Kompetenz andererseits auch kirchlich gefördert werden?

#### 4.2 Glauben – Verkündigung - Deutung in Kommunikation

Insofern Inhalt und Form der Verkündigung miteinander verschränkt sind, braucht es ein Bewusstsein für die Unterschiede zwischen direkter, klassischer (massen-)medialer und digitaler hybrider Kommunikation. Die notwendige Entwicklung von Strategien für die Bewältigung der Beschleunigung von Kommunikation und der Vielfalt der Plattformen und Kanäle, auf denen (Glaubens-)Kommunikation stattfindet, braucht eine neue Professionalisierungs-Debatte.

Ebenso wie die kirchlichen Online-Aktivitäten aktuellen Kommunikations- und Designstandards entsprechen müssen, wenn sie Mitmenschen in einer digitalen Medienwelt ansprechen sollen, braucht es auch online glaubwürdige kirchliche Akteur\_innen, die ebensolche glaubwürdigen Formen medialer Kommunikation entwickeln bzw. deren Entstehung begleiten können. Milieusensible Entwicklungen für unterschiedliche Ziel-

---

<sup>15</sup> Vgl. Evangelium gaudium 24, im Anschluss an Mt 28,19–20.

gruppen stellen dazu sicherlich nochmals eine besondere Herausforderung dar, insofern pastorale Akteur\_innen meist nur bestimmten Milieus entstammen und daher in systemtheoretischer Perspektive für andere Milieus nur begrenzt anschlussfähig sind.

Ein zentrales Prinzip digitaler Kommunikation, die Dialogizität, muss bei alledem Auswirkungen auf eine Pastoral haben, die sich nicht einseitig als „Verkündigung“ im traditionell-einseitigen Sinn verstehen kann. Den Glaubenssinn der Gläubigen ernst zu nehmen, bedeutet auch, digitale Kanäle seismografisch zu nutzen und verstehen zu lernen, was die Menschen in einer „Kultur der Digitalität“ im 21. Jahrhundert bewegt.

### 4.3 Feiern – Liturgie

Der dritte kirchliche Grundvollzug scheint der spannendste – zumindest solange „online“ mit „virtuell“ verwechselt wird: Lässt sich eine Gemeinschaft von Feiernden tatsächlich ohne physische Präsenz abbilden? Tatsächlich stellt schon die Arbeitshilfe zu Rundfunkübertragungen von Gottesdiensten klar, dass das Medium für eine simultane Ko-Präsenz sorgen kann: „Die Gottesbeziehung vollzieht sich einerseits zwischen Gott und den Feiernden am Ort und andererseits zwischen Gott und den intentional Teilnehmenden. Das technische Medium ist nicht Ursache für diese Gottesbeziehung, sondern Hilfsmittel und Ursache dafür, dass sich die Rezipienten zum selben Zeitpunkt ... an der Feier der Kirche geistlich beteiligen können. Die geistliche Qualität dieser Teilnahme ist nicht abhängig vom Medium, sie wird von Gott geschenkt. Die Rezipienten können sich bewusst auf das vermittelte Geschehen einlassen oder sich ihm zum Teil oder ganz verweigern – genauso wie auch die Mitfeiernden am Ort.“<sup>16</sup>

Dementsprechend müssen auch Gottesdienstfeiern über Online-Medien möglich sein, ebenso wie gemeinsame Gebetszeiten (z.B. Twomplet – eine über Twitter gemeinsam gebetete Komplet), von Gebets-Apps und anderen digitalen Angeboten ganz zu schweigen. Tatsächlich dürfte das digital gemeinsam formulierte Gebet online<sup>17</sup> authentischer, da näher am Leben der Betenden, sein als vorformulierte Gebete.

Ein großer Bereich, der dringend der Bearbeitung bedarf, ist schließlich die Online-Trauerbegleitung: Zahlreiche säkulare Trauerforen belegen einen massiven Bedarf der Menschen, in dieser Grenzerfahrung Begleitung und Mittragen zu erfahren.<sup>18</sup> Aber auch dabei steht wieder die Frage im Raum, wie ein Neben- oder Miteinander von Online-Formaten und traditionellen Formen möglich ist – und was mit Blick auf Personal- und Sachressourcen in der pastoralen Praxis leistbar ist.

<sup>16</sup> Vgl. Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz in Zusammenarbeit mit den Liturgischen Instituten Deutschlands, Österreichs und der Schweiz (Hg.): Gottesdienst-Übertragungen in Hörfunk und Fernsehen. Leitlinien und Empfehlungen (Arbeitshilfen, 169), Bonn <sup>2</sup>2007, 17.

<sup>17</sup> Vgl. z. B. das Psalm-Experiment der Speyerer Netzgemeinde da-zwischen, <http://go.wuu.de/74dwp> (abgerufen am 10.5.2019)

<sup>18</sup> Vgl. als Einstieg z. B. [www.gute-trauer.de](http://www.gute-trauer.de) der Aeternitas GmbH. – Wissenschaftlich ist dieses spezielle Handlungsfeld der Online-Beratung bisher nicht bearbeitet.



Dessen ungeachtet wird auch in diesem dritten Grundvollzug eine ästhetische Ehrlichkeit ein zentrales Kriterium für gelingende neue Formen sein. Es darf alles sein, nur nicht aufgesetzt oder „um auch online“ zu sein!

## 5. Was ist für die Pastoral(theologie) zu tun?

### 5.1 Haltung entwickeln

Der erste Schritt zur angemessenen Auseinandersetzung mit Digitalität und ihren vielfältigen Manifestationen ist die Entwicklung einer reflektierten Haltung dazu! Es gilt, Digitalisierung als unumkehrbaren Megatrend kritisch-optimistisch zu begleiten, also nicht a priori Probleme und Gefahren zu diskutieren, sondern sich auf die Entwicklung theoretisch wie praktisch einzulassen und aus einer aktiven Teilhabe und Nutzung heraus immer wieder auf problematische Entwicklungen hinzuweisen, die nicht der Gesellschaft und dem Allgemeinwohl dienen, sondern den ökonomischen bzw. Machtinteressen einzelner Gruppierungen und Firmen.

Dies betrifft den alltäglichen privaten Umgang mit Digitalität wie auch die professionelle Nutzung in beruflichen pastoralen Kontexten. Für letztere wäre es dringend erforderlich, in der Ausbildung pastoralen Personals verbindlich medienpädagogische Anteile zu implementieren, insofern Digitalität immer medial codiert ist. Dementsprechend kann Medienbildung bzw. Förderung von Medienkompetenz ein wesentlicher Schlüssel sein.

### 5.2 Teilhabe durch Bildung ermöglichen

„Digitalisierung wird wesentlich medial vermittelt ... (daher) muss Medienbildung durch entsprechende Angebote für alle Altersstufen gefördert werden.“<sup>19</sup> Dabei geht es um mehr als „Partizipation“, insofern auch Zugangswege, Geräte und eben Bildung als Bedingungen der Teilhabe kritisch mitbedacht werden müssen. Denn „Medienkompetenz (ist) die notwendige Grundlage für Teilhabegerechtigkeit“<sup>20</sup>.

Insofern die Debatte um Zuständigkeiten für „Bildung in der digitalen Welt“<sup>21</sup> häufig mit der wechselseitigen Zuweisung von Verantwortung zwischen den Beteiligten auf verschiedenen Ebenen – Bund und Länder ebenso wie Schule bzw. Kita und Elternhaus – geführt werden, sollte Kirche mit ihrer vielfältigen Vernetzung in verschiedenen Sozialisationsfeldern und -instanzen von der frühen Kindheit bis zur Seniorenar-

---

<sup>19</sup> Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.), Medienbildung und Teilhabegerechtigkeit (s. Anm. 7), 24.

<sup>20</sup> Ebd., 25.

<sup>21</sup> So der Titel des Strategiepapiers der Kultusministerkonferenz i.d.F. vom 07.12.2017, <http://go.wwu.de/6xxo5> (abgerufen am 10.5.2019)

beit an einer umfassenden und nachhaltigen Medienbildung entlang der Bildungskette mitwirken.

Die Einrichtung der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz an der Katholischen Hochschule Mainz im Jahre 2012 als Folge aus einer Selbstverpflichtung im medienethischen Impulspapier „Virtualität und Inszenierung“<sup>22</sup> war ein wichtiger Schritt in diese Richtung. Eine breite Umsetzung steht aber immer noch aus. Insofern pastorale Träger auch über entsprechende Angebote (mit) entscheiden, braucht es noch eine breite Bewusstseinsbildung (vgl. 5.1) und entsprechende Praxis.

### 5.3 Gemeinden als Orte gelebter Partizipation gestalten

Die zentrale Frage angesichts der gesellschaftlichen Veränderungen im Zeitalter der Digitalität ist die nach Teilhabe (vgl. 5.2). Zweifelsfrei gilt dies nicht nur mit Blick auf andere gesellschaftliche Felder, sondern auch und gerade für den Binnenraum von Kirche. Ein erster konkreter Schritt wäre daher, Zugangs- und Beteiligungsmöglichkeiten vor Ort zu prüfen und zu entwickeln, sei es in Katholischen Öffentlichen Büchereien, Schulen, Pfarrheimen, Flüchtlingsunterkünften und anderen Begegnungsorten, an denen Kirche aktiv und präsent ist. Gerade für Menschen, die sich sonst keine Zugänge leisten können, die aufgrund von materiellen, Bildungs- oder sonstigen Ressourcen „Offliner“ sind, kann Kirche damit konkrete Partizipationsmöglichkeiten schaffen. Dies ließe sich in einem zweiten Schritt um sachkundige Anleitung durch Schüler\_innen, Student\_innen oder Gleichaltrige ergänzen, die in diakonischer Haltung helfen, Unsicherheiten abzubauen und Fragen zu beantworten.

In einem dritten Schritt sollten Gemeinden prüfen, wie offen und zugänglich sie – offline wie online – tatsächlich sind: Gibt es auch online ein professionelles Commitment hinsichtlich erkennbarer Ansprechpartner\_innen, Erreichbarkeit, Reaktionszeit etc.?

### 5.4 Ambiguitätstoleranz entwickeln

Dabei werden sicherlich auf mittlere Sicht noch eine Reihe von Ungleichzeitigkeiten auszuhalten sein, zwischen altbackenem Schaukasten einerseits und schicken Online-Angeboten andererseits, zwischen Pfarrhaus und sozialen Netzen oder zwischen Wortgottesdienst und Online-Gebetskreis.

Es kann vernünftigerweise keinen Digitalisierungs-Masterplan für Kirche geben. Aber es sollte auf allen Ebenen kirchlichen Lebens eine engagierte Auseinandersetzung mit den Chancen und Möglichkeiten von Digitalität und digitalen Medien geben, die es zumindest denjenigen pastoralen Akteur\_innen, die die Zeichen der Zeit erkannt haben und digitale Optionen nutzen wollen, die notwendigen Freiräume und Handlungsmöglichkeiten einräumt.

---

<sup>22</sup> Sekretariat der deutschen Bischofskonferenz (Hg.), Virtualität und Inszenierung (s. Anm. 7), 87.

## 5.5 Kultur der Digitalität (pastoral-)theologisch reflektieren

Die Prinzipien der Digitalität theologisch zu reflektieren und daraus mögliche Impulse für die Pastoral abzuleiten ist eine noch weitgehend unbearbeitete Aufgabe.<sup>23</sup> Zentrale Fragen nach dem „Ich“, dem Geschöpf im Netz, dem „Wir“ in Communities und anderen netzbasierten Formen sowie nach „Gott“ in der Online-Kultur bedürfen einer neuen theologischen Klärung angesichts der Digitalität.<sup>24</sup> Dies wäre aber noch vor medienethischen und medienpädagogischen Überlegungen eine notwendige Fundierung, um eine kritische Begleitung der gesellschaftlichen Entwicklung leisten zu können. Gleichzeitig gilt es, nach theologischen Begründungen von neuen Entwicklungen zu suchen, die einer „Kultur der Commons und der Partizipation“ (Stalder) gerecht werden. Der Rückgriff auf die katholische Soziallehre einerseits sowie auf Kommunikationswissenschaft und Medienbildung andererseits macht Theologie und Kirche dabei anschlussfähig für viele gesellschaftliche Akteur\_innen, die ihrerseits die gesellschaftliche Zukunft mitgestalten wollen.

Eine notwendige Voraussetzung wäre, dass Digitalisierung an sich Gegenstand in Aus-, Fort- und Weiterbildung pastoraler Berufe wird und nicht bloß funktional hinsichtlich Didaktik oder Publizistik. Dies ist umso dringender, als bislang keine wirkliche Medienpastoral entwickelt wurde<sup>25</sup>, erst recht nicht mit Blick auf die prinzipiell dialogische Struktur digitaler Medien.

Dazu gehört auch, den Primat der Ökonomie, die offensichtlich Treiber gesellschaftlicher Entwicklung ist, kritisch zu hinterfragen, da Jesu Rede von der Gottesherrschaft eine befreiende Botschaft ist, die der Verdinglichung des Menschen diametral gegenübersteht.<sup>26</sup>

Maßstäblich ist Christus der „Meister der Kommunikation“: „In der Menschwerdung nahm er die Natur derer an, die einmal die Botschaft, welche in seinen Worten und seinem ganzen Leben zum Ausdruck kam, empfangen sollten. Er sprach ihnen aus dem Herzen, ganz in ihrer Mitte stehend. Er verkündete die göttliche Botschaft verbindlich, mit Macht und ohne Kompromiss. Andererseits glich er sich ihnen in der Art und Weise des Redens und Denkens an, da er aus ihrer Situation heraus sprach.“<sup>27</sup>

<sup>23</sup> Vgl. Wolfgang Beck, Ruf nach intellektuellem Input für die digitale Community. In: feinschwarz.net, 15.07.2017, <https://www.feinschwarz.net/ruf-nach-intellektuellem-input-republica/>

<sup>24</sup> Diese Trias war strukturgebend für eine Tagung „Skizzen einer Theologie der Digitalität“ im Haus am Dom, Frankfurt am 3.11.2018, an der der Verfasser konzeptionell und aktiv beteiligt war. – Als Bericht zur Tagung s. Viera Pirker, Das Geheimnis im Digitalen. Anthropologie und Ekklesiologie im Zeitalter von Big Data und Künstlicher Intelligenz, in: StZ 144 (2019) 133–141.

<sup>25</sup> Ansätze finden sich zumindest in Matthias Wörther, Zukunftsperspektiven der Medienpastoral (muk-Publikationen, 1). München 2001, <http://go.wvu.de/i1azd> (abgerufen am 10.5.2019) sowie Ludger Verst, Medienpastoral. Bericht über ein Projekt, Kevelaer 2003.

<sup>26</sup> Insofern ist die digitale Entfremdung, in der wir nicht mehr Subjekte, sondern Produkte und Zielgruppen digitaler Konzerne sind, eine höchst ironische Wendung des Prosumenten-Gedankens.

<sup>27</sup> *Communio et progressio*, 11.

Insofern war Christus tatsächlich kein Chief Digital Evangelist, da seine Botschaft unabhängig von Digitalisierungsstrategien und *user experiences* Gültigkeit besitzt. Diese Botschaft immer wieder neu zu übersetzen, damit die Zeichen der Zeit von ihr her zu deuten und die richtigen Konsequenzen für kirchliches Handeln zu ziehen, ist die bleibende Aufgabe – auch und gerade angesichts einer im Entstehen begriffenen Kultur der Digitalität.

Prof. Andreas Büsch  
Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz an der KH Mainz  
Saarstr. 3  
55122 Mainz  
+49 (0) 6131 28944-510  
andreas.buesch@kh-mz.de  
<https://medienkompetenz.katholisch.de>  
<https://andreas.buesch-web.de>