Inhalt

I. Die Kirche und das Digitale 1

I.1 Vorbemerkungen 1

I.1.1 Osterfeiern trotz Corona – Die Kirchen werden erfinderisch 2

I.1.2 Schub an Digitalisierung?! 4

I.2 Kirche und Digitalität 5

I.2.1 Analoge vs. digitale Kommunikation 7

I.2.2 Das Internet als erweiterter Sozialraum für Digitalität 8

I.2.3 Transparochialität digitalisierter Kommunikation – Zusammenfassung 10

II. Die Digitale Moderne und die ›Kommunikation des Evangeliums‹ 13

II.1 Die Digitale Moderne 13

II.1.1 Zum Begriff Digitale Moderne 14

II.1.2 Kommunikation und gesellige Medien 14

II.1.3 Digitalisierung und Digitalität als Phänomene 15

II.1.4 Algorithmische Gehirnströme 16

II.1.5 Im Universum einer algorithmischen ›Onlyness‹ 16

II.2 Digitalisierung und Digitalität bei Felix Stalder 17

II.2.1 Relationalität 18

II.2.2 Referenzialität 19

II.2.3 Gemeinschaftlichkeit 19

II.2.4 Algorithmizität 21

II.3 Digitalität als Singularisierung bei Andreas Reckwitz 21

II.3.1 Kulturmaschine zwischen Ingenieur und User 22

II.3.2 Das Internet als Affektmaschine für Emotionen 23

II.3.3 Aufmerksamkeit im digitalen Valorisierungsmarkt 24

II.3.4 Der Algorithmus und das multiple Selbst 25

II.3.5 Digitale Neogemeinschaften 25

II.4 Wir werden es gewusst haben werden 26

II.4.1 Herausforderung Digitalisierung für eine Öffentliche Kirche bei Thomas Schlag 26

II.4.2 Kirche in pandemischen Rahmenbedingungen 29

II.5 Die Digitalität im ›Universum Futur-II‹ bei Armin Nassehi 30

II.5.1 Das Binäre und das Bezugsproblem des Digitalen 31

Bibliografische Informationen
https://d-nb.info/1278710795

digitalisiert durch DEUTSCHE NATIONAL BIBLIOTHEK

II.5.2 Das Unsichtbare wird sichtbar 32
II.5.3 Verdoppelung der Welt 33
II.5.4 Das Reafferenzprinzip oder die Grenzen der Unschärfe 34
II.5.5 Überwachungs- und Plattformenkapitalismus und die Fähigkeit zur Synchronisierung 34
II.6 Das Internet als kommunikatives Anbahnungsmedium – Zusammenfassung 35
II.6.1 Tradierungsphasen 35
II.6.2 Kirchliche Medienvielfalt 38
II.6.3 Gottesoffenbarung mithilfe von Kommunikation 39

III. Digitalität als Geselligkeit 41

III.1 Geselligkeit – ein soziologisches Phänomen 41
III.1.1 Geselligkeit als zweckfreies Geschehen 41
III.1.2 Geselligkeit unter Protestanten 43
III.1.3 Bildungsaffinität unter Protestanten 43
III.2 Geselligkeit bei F. D. E. Schleiermacher 44
III.2.1 Geselligkeit als Wechselverhältnis zwischen Menschen 44
III.2.2 Das Moralische als Ziel von geselligen Wechselwirkungen 45
III.2.3 Programmbegriff ›freie Geselligkeit‹ 46
III.2.4 Programmbegriff ›formelle Geselligkeit‹ 47
III.2.5 Formelles, materielles und quantitatives Gesetz 47
III.2.6 Religiöse Humanisierung der Gesellschaft 48
III.2.7 Inhaltliches Handwerkszeug für freie Geselligkeit 48
III.3 Geselligkeit bei Georg Simmel 49
III.3.1 Geselligkeit als gesellschaftliche Spielform 50
III.3.2 Taktgefühl als Mittel zum Glück 50
III.3.3 Geselligkeit als nivellierendes Gesellschaftsprinzip 51
III.3.4 Das gesellige Gespräch als Selbstzweck 51
III.4 Geselligkeit als Zusatznutzen und Abrundung bei Isolde Karle 52
III.5 Zwischen freier Geselligkeit und Zusatznutzen – Zusammenfassung 54

IV. Digitalität als Interaktion 57

IV.1 Wechselseitige Beziehungsstrukturen bei Max Weber und Georg Simmel 58
IV.2 Symbolische Interaktion bei Herbert Blumer 60
IV.3 Interaktion als ›impression management‹ bei Erving Goffman 61
IV.3.1 Der gute Eindruck und die soziale Rolle 62

IV.3.2 Soziale Distanz durch Habitualisierung 63
IV.3.3 Zeremonielle Rahmungen 65
IV.3.4 Gelingende Interaktion 65
IV.4 Bedeutungs- und Sinnstruktur 66
IV.4.1 Kommunikativer Teilaspekt Sprache 67
IV.4.2 Kommunikatives Handeln – Jürgen Habermas 67
IV.5 Das Systemtheoretische der Idee bei T. Parsons und N. Luhmann 69
IV.6 Geselligkeit und Interaktion unter Protestanten 72
IV.7 Geselligkeit als lokale und translokale Interaktion – Zusammenfassung 73
IV.7.1 Translokalität und Transparochialität 75

V. Digitale Vermachtung im Digitalismus 77

V.1 Deutungsmacht bei Philipp Stoellger 77
V.1.1 Hermeneutik als Deutungskonfliktbearbeitung 78
V.1.2 Macht als inhärentes Moment von Deutung 79
V.1.3 Deutung als Kommunikationsinstrument der Gemeindekommunikation 81
V.1.4 Deutung und Manipulation 83
V.1.5 Kirchlich-theologische Deutungsmachtkonflikte 83
V.1.6 Formen der Machtentfaltung 84
V.2 Kirche als religiöses Feld – Reflexionen über Macht bei Pierre Bourdieu 85
V.2.1 Priester und Prophet 86
V.2.2 Funktionale Differenzierung im religiösen Feld 88
V.2.3 Neudefinition der Kirche durch Volksbildung 89
V.2.4 Der Monotheismus als Urbanisierung des Religiösen 90
V.2.5 Verwaltung sakramentaler Anstaltsgnade 92
V.2.6 Zukunftsgenese, Zukunftsgestaltung, Zukunftsprognose 93
V.3 Vermachtung als gesellschaftliche Singularisierung – Zusammenfassung 96
V.3.1 Der Tod des autonomen Individuums 96
V.3.2 Kirchliche Macht 98
V.3.3 Kirchliche Ambivalenzen im Digitalismus 98

VI. Digitalität und der analoge Alltagsbezug der Emotion 101

VI.1 Eine neurowissenschaftlich induzierte ›Heuristik der Emotion‹ 101

VI.1.1 Kleine Hinführung zu Bildgebungsverfahren in den Neurowissenschaften ... 104
VI.1.2 Der neuronalen Orchestration auf die Spur kommen ... 105
VI.1.3 Kommunikation des Evangeliums als gemeinschaftlicher Deutungs- und Verstehensprozess ... 110
VI.2 Exkurs: Religion und Gefühl aus Sicht der Praktischen Theologie ... 112
VI.2.1 Bestandsaufnahme: Gefühl – eine Einleitung ... 112
VI.2.2 Das Gefühl als ›Gesicht der Emotion‹ ... 114
VI.2.3 Gefühls- oder emotionstheologische Erkenntnisse ... 115
VI.2.4 Das Abhängigkeitsgefühl ... 117
VI.2.5 Musik, Kunst und Liturgiemalerei ... 118
VI.2.6 Der Gottesdienst als Ort für Gefühle ... 118
VI.2.7 Religion und Gefühl – eine ewige Liaison ... 119
VI.3 Lebenskunst und körpereigene Opiate ... 120
VI.4 Weltbeziehungen ... 122
VI.4.1 Resonanzen ... 122
VI.4.2 Vertikale, horizontale, diagonale Resonanz ... 123
VI.4.3 Zur Theorie menschlicher Lebensführung in theologischer Hinsicht ... 124
VI.4.4 Erschließungskategorie Religion ... 125
VI.4.5 Ethik in einem religionssensiblen resonanten Umfeld ... 126
VI.5 Pastoraltheologische Schlussfolgerungen – Zusammenfassung ... 126
VI.5.1 Suche nach gelingenden Beziehungen ... 127
VI.5.2 Rückkehr nach Damals ... 127
VI.5.3 Lebensweltliche Resonanzachsen entwickeln ... 128
VI.5.4 Pastoraltheologische Implikationen einer ›Heuristik der Emotion‹ ... 129

VII. Digital Storytelling ... 133

VII.1 Digital Storytelling – Wege zur kirchlichen Digitalität ... 133
VII.1.1 Zur Bedeutung von Geschichten ... 134
VII.1.2 Kulturelle Transformationsprozesse ... 137
VII.1.3 Definiton ... 139
VII.1.4 Medien des Narrativs ... 140
VII.1.5 Digital Storytelling als Methode für Qualität ... 141
VII.1.6 Megakriterien Emotion und Visualität ... 142
VII.2 Kommunikation des Evangeliums als Digitalität ... 143
VII.2.1 Theologie und Digitalität ... 143

VII.2.2 Storytelling als Homiletischer Plot ... 151
VII.2.3 Phatische Kommunikation ... 154
VII.3 Churches Online in Times of Corona – Contoc-1-Studie 2020 ... 157
VII.3.1 Onlinebasierte Kommunikation ... 158
VII.3.2 Seelsorge ... 159
VII.3.3 Die CONTOC-2-Studie 2022 ... 161
VII.3.4 Ausblick ... 162
VII.4 Das Digitale in der Telefonseelsorge ... 163
VII.5 Die Kirchgangsstudie 2019 ... 165
VII.5.1 Diversifizierung der gottesdienstlichen Angebote ... 165
VII.5.2 Präferenzen ... 165
VII.5.3 Motivationen für den Kirchgang ... 168
VII.5.4 Lebensphasenbezug ... 169
VII.5.5 Frequentierungen ... 170
VII.6 Von Zauberlehrlingen und (S)In(n)fluencermarketing – Zusammenfassung ... 170

VIII. Digitalität, Geselligkeit, Interaktion – Zusammenfassung ... 175

VIII.1 Die Digitalisierung und die Freiheit in einer offenen Gesellschaft ... 175
VIII.1.1 Herr*in des Geschehens bleiben ... 176
VIII.1.2 Medien als Transformationsformen von Kommunikation ... 178
VIII.1.3 Die Ambiguität des Universums-Futur-II ... 179
VIII.1.4 Geselligkeit als mögliche Möglichkeiten kirchlicher Arbeit ... 180
VIII.1.5 Transformativer Wandel der Gesellschaften? ... 182
VIII.1.6 Digitalisierte Kommunikation als Anbahnungsraum für pastorales Handeln ... 185
VIII.1.7 Das Pfarramt und die Digitale Moderne – Epilog ... 189