

Monika Jerolitsch

# Gott wohnt nicht im Cyberspace

**Die Begeisterung über die Möglichkeiten der weltweiten Kommunikation muss sich dem Anspruch der Option für die Armen stellen.**

**Eine Glosse.**

● Vergesst die Metaphern! Vergesst das schöne Reden! Das Internet ist ein beinhartes Geschäft geworden. Theologische Überflüge über-tünchen die Realität. Nur weil man die neuen Technologien nutzt, muss man sie nicht gleich in sein religiöses System integrieren. Die Gefahr besteht, auf eine Technologie-Euphorie hereinzu-fallen. Kritisches Hinterfragen ist genauso not-wendig. Gerade der christliche Glaube bietet die Möglichkeit, beides zu vereinen, den Lobpreis der menschlichen Schöpfung als Teilhabe an der göttlichen Schöpfungskraft zu erheben und der »Stachel im Fleisch« einer Technologiegesell-schaft zu sein, die für die Ärmsten (die, die nicht einmal ein Telefon besitzen) schon längst keinen Platz mehr hat. Ein Plädoyer.

## Metaerzählung Internet

● Die »neue Metaerzählung Internet«, so nennt der Leipziger Professor für Kommunikati-on, Bernhard Debatin, die Metaphern, mit de-nen versucht wird, die Möglichkeiten der neuen Techniken zu beschreiben. Um die beinahe un-

glaublichen Technologien zu verstehen, wird zurückgegriffen auf verstehbare Begriffe (wie »globales Dorf« zum Beispiel). »Kognitive Kom-plexitätsreduktion« nennt es der Fachmann, die komplizierten Vorgänge »im« Computer werden so verstehbar, natürlich und magisch zugleich.<sup>1</sup> Projektionsfläche für Wünsche, Träume und Uto-pien ist es geworden, das Internet. Die Millionen von Webseiten sind die unendlichen Räume (Cy-berspace), die der Eroberung offen stehen, in der Intimität eines Chat-Rooms findet man über-schaubare Kommunikationsplätze (global villa-ge). Freiheit des Wortes und Weltgedächtnis – haben wir das Paradies wieder gefunden?

Ein roter Faden durchzieht die Diskussion rund um unseren neuen »Erdeitel« Cyberspace: das Verhältnis von Körper und »Geist«. Auch das ein uraltes theologisches Thema. Das Andocken der Theologie erscheint daher besonders nahe liegend. Und tatsächlich, mit religiösen Analogi-en ist man schnell zur Hand – über die Engel bis hin zur Liturgie. Überall entdeckt man die Spur virtueller Kommunikation. Die Versuche der »Übersetzung« der neuen Technologien in den alten Glauben können nicht hoch genug einge-schätzt werden. Gerade die Kirche hatte oft Pro-bleme, sich mit Neuerungen anzufreunden. So wird von Fellini folgender Ausspruch überliefert: Als das Kino erfunden wurde, hielt es die Kirche

für Teufelswerk. Jetzt wo die Kirche endlich entdeckt hat, dass das Kino eine gute Erfindung ist, ist es wirklich Teufelswerk.

In der Begeisterung (fast ist man versucht zu sagen, den Zug endlich einmal nicht versäumt zu haben) darf aber eines nicht übersehen werden: Die »virtuelle Kommunikation« der Liturgie muss durch die reale Diakonie ergänzt werden. Und die spielt sich nicht im Diskurs mit den Entrepreneuren des Internets ab. Sondern dort, wo es nicht einmal ein Telefon gibt.

### Kommunikation des Marktes

● Im Windschatten des Postulats der Meinungsfreiheit hat sich die Freiheit des Marktes breit gemacht. Demokratischer Wiederaufbau der Gesellschaft erfolgt nur mit dem gleichzeitigen Aufbau der Marktwirtschaft. Damit ist die Meinungsfreiheit in den Sog des Marktes geraten. Das zeigt sich in einem scheinbar kleinen Detail: In den Siebzigerjahren war die UNESCO mit Fragen der weltweiten Kommunikation beauftragt. In den Achtzigerjahren wanderte die Kompetenz von der UNESCO zur WTO (World Trade Organisation).<sup>2</sup> Kommunikation, zuerst verstanden als eine kulturelle Angelegenheit (daher bei der UNESCO), wurde zu einer des Handels, der Technologie, der Telekommunikation.

Tatsächlich lässt sich heute die Frage der Kommunikation nicht mehr von der Technik trennen. Gerade hier aber offenbaren sich die Diskrepanzen, auf die die Cyber-Euphorie und ihre Mystifizierung vergessen.

Werden heutzutage UMTS-Lizenzen (also der Zugang zum schnellstmöglichen Datentransfer via Handy) um Milliarden von Schillingen versteigert, gibt es in Afrika gerade mal rund sieben Millionen Telefonanschlüsse. – Zum Vergleich: In Österreich gibt es zurzeit rund drei Mil-

lionen Handys. Die Geschwindigkeit, mit der sich die Kommunikationstechnologie weiterentwickelt, lässt die zurück, die sich die Technik nicht leisten können und/oder als potentieller Markt nicht in Frage kommen. Diese Frage ist keine, die an nationalen Grenzen Halt macht.

### »Faktor Lebensstil«

Die Faktoren Lebensstil und -standard schaffen weltweit »Konsumgesellschaften«, die, abseits von traditionellen Gemeinschaften, über dieselbe Menge an Geld verfügen und an derselben Kultur partizipieren. Diese Gruppen finden sich in jedem Land der Welt – mit einem verschiedenen Anteil an der Bevölkerung versteht sich. Der Mythos der Globalisierung wird zu Grabe getragen zugunsten von Marktsegmenten, die sich wesentlich effizienter bedienen lassen. Das Internet entwickelt bereits eine spezifische Kommerzialisierung. Angefangen von Abonnementdiensten bis hin zur Ausformung spezieller technischer Standards finden sich im Internet die Charakteristika wirtschaftlicher Prozesse.

Ländliche Regionen zum Beispiel gehören in der ganzen Welt zu denen, die einen erschwerenden Zugang zum Internet haben. Fehlende oder zu langsame Leitungen machen den Gebrauch des weltweiten Netzes unmöglich. Der Anschluss abgelegener Gebiete an die Netzwelt ist aber für die Telekommunikationsfirmen schlichtweg unrentabel.

Aber auch auf privater Ebene muss in Technik investiert werden. Hier stellt sich die Frage, wie viel jemanden ein netzfähiger Computer kosten darf (zusätzlich der notwendigen Adaptierungen).

Erlaubt sein muss auch nachzufragen, wer die Kosten für die neuen Kommunikationstechniken trägt. Zurzeit wird in den entwickelten Ländern Telekommunikation weit unter dem

Marktpreis angeboten, um den Bedarf zu erhöhen und Kunden zu gewinnen. Gerade in Mitteleuropa ist das Rennen um den liberalisierten Telefonmarkt voll im Gang. Es zählt weniger der Umsatz als vielmehr die Zahl der Kundenneugewinne. Und erst wenn der Markt aufgeteilt ist, wird das große Abrechnen beginnen.

Im Leben in der Informationsgesellschaft zählt vor allem eine Ware: Inhalte und Wissen. Die Diskussion um Urheberrechte im Internet füllt Bände. Jede noch so kleine Erfindung wird patentiert (so zum Beispiel die Programmierung des Mausclicks), mit dem Verkauf dieses »Know-How« werden zahlreiche Geschäfte gemacht. Wissen und Information sind aber grundsätzlich mit anderen Waren, die auf einem Angebot-Nachfrage-Markt gehandelt werden, nicht zu vergleichen. Eine Information, von der ich nicht weiß, dass es sie gibt, kann ich nicht nachfragen. Auch die Dimension von Konkurrenz und Wahlfreiheit bleibt ausgeschlossen. Wie kann man entscheiden, welche Nachricht richtig und wichtig ist, wenn man die Alternative nicht kennt. Gerade aber, so kann man entgegenhalten, das Internet sei die Möglichkeit für jene, die im großen Spiel der Medienkonzerne keinen Platz haben, eine Plattform zu bilden. Das ist grundsätzlich richtig. Aber irgendwann muss der Einzelne auch davon erfahren, außer er stößt zufällig auf die jeweilige Webseite.

Die Richtlinie für Telekommunikation im weitesten Sinne und für journalistisches Arbeiten im engeren Sinne ist/war der informierte Staatsbürger – vielleicht noch unter dem Aspekt des öffentlichen Lernens. Diese Richtlinien verlieren im Internet ihre Wirkung. Die grafische Oberfläche und der Hypertext suggerieren Glaubwürdigkeit und Wahrheitsgehalt. Ob das wirk-

lich der Fall ist, muss immer erst überprüft werden. Und hier kommen wir zu einem alten Thema der Medienethik zurück: das Problem der Auswahl von brauchbarer Information und ihre Umwandlung in nützliches Wissen.

## Stichwort Armut

● Die Theologie darf sich nicht darauf beschränken, mit ihren Begrifflichkeiten am Mythos des Internet mitzubauen. »Armut« wäre meines Erachtens ein Stichwort, das die Theologie bei ihrem Diskurs mit der Kommunikationsavantgarde einbringen könnten. Denn bei den Fortschrittsträumen und Wirtschaftsrealitäten bleiben viele zurück. Ausgeschlossen von den Möglichkeiten der vernetzten Datenkommunikation werden sie auch von gesellschaftlichen Prozessen ausgeschlossen bleiben. Die »Option für die Armen« bleibt ein christliches Kriterium, an dem die Neugestaltung der Informationsgesellschaft gemessen wird. Denn auch für sie gilt das Postulat einer sozialen Gerechtigkeit. Über die Diskussion einer Ethik im Zeitalter des Internets hinaus garantiert das christliche Kernstück der »Option für die Armen« eine Gegenwart verändernde Zukunft. Es lenkt den Blick auf die, die in den Strukturen der Informationsgesellschaft nicht vorgesehen sind. Es lenkt den Blick auf die, die sich in der Euphorie der Vernetzung nicht wieder finden können. Die Methode und Theologie, die hinter dieser Option stehen, lassen sich nicht irritieren von mystifizierenden Euphemismen. Sie entwickeln Kriterien und Handlungsstrategien, mit denen auch den Ausgeschlossenen Türen geöffnet werden können.

<sup>1</sup> Vgl. <http://www.uni-leipzig.de/~debatin>  
Die folgenden

Überlegungen finden sich in seinem Vortrag »Metaphern und Mythen des Internet«.

<sup>2</sup> Mattelart Armand, Against global inevitability, Media Development 2/1999, 3-6.