

Seelsorge und neue Medien

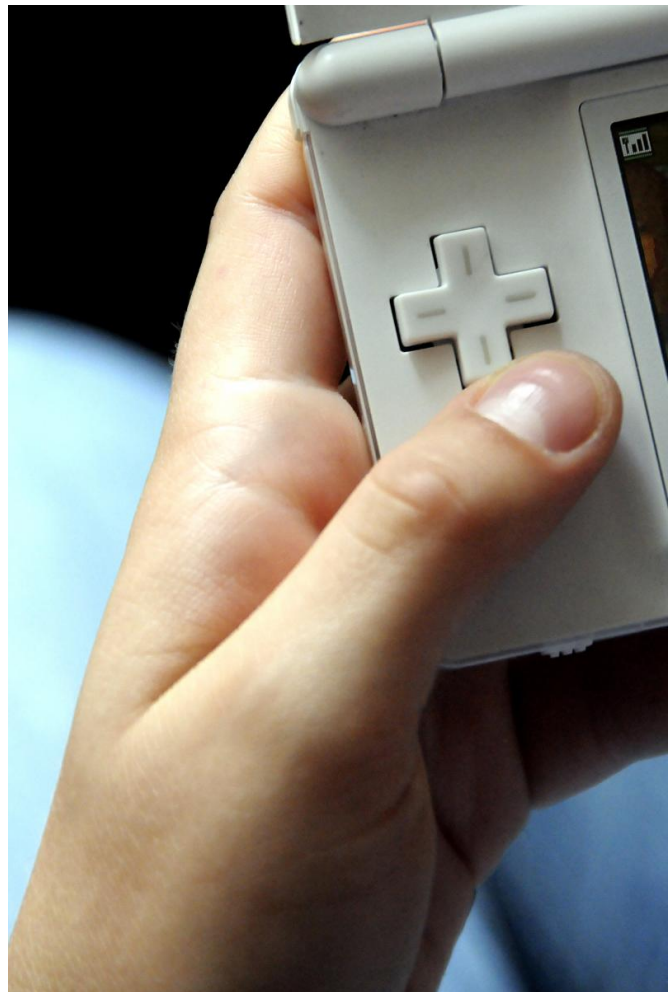
Agieren oder Reagieren?

Veröffentlicht: Donnerstag, 4 Dezember, 2008 - 08:00

Hingeschaut: Die Medien

Ein Haushalt in Deutschland 1965. In diesem Haushalt leben Mann und Frau und drei Kinder. In diesem Haushalt gibt es ein Radio. Die Familie überlegt die Anschaffung eines Fernsehers. Die Familie nebenan hat bereits einen. Dort schauen die Kinder sonntags „Flipper“ und „Bonanza“. Es gibt zwei Programme für Nachmittag und Abend. Die lokale Tageszeitung kommt täglich morgens in den Briefkasten. Außerdem bezieht die Familie das Bistumsblatt und die Zeitschrift „Leben und Erziehen“. Telefongespräche zu den weiter entfernt wohnenden Verwandten führen Mann und Frau vom öffentlichen Fernsprecher drei Straßen weiter.

Ein Haushalt in Deutschland 2003. In diesem Haushalt leben Mann und Frau und zwei Kinder. In diesem Haushalt gibt es sechs Radios und drei Fernseher, zwei Videorecorder, mehrere Cassetten- und CD-Player. Der Plattenspieler steht eingemottet auf dem Dachboden. Seine Zeit ist vorbei. Die Satellitenschüssel bringt mehrere Dutzend Fernsehkanäle 24 Stunden lang ins Haus. Kürzlich kam dazu noch ein DVD und ein MP3-Player. Die Lieder für den MP3-Player werden auf dem heimischen PC direkt aus dem Internet geladen. Seit vier Jahren ist die Familie online. Jeder Familienangehörige hat seine eigene E-Mail-Adresse. Diele, Schlafzimmer und Kinderzimmer sind mit einem eigenen Telefon ausgestattet. Vier Handys für unterwegs liegen auf der Ablage in der Diele für das kleine oder größere Gespräch zwischendurch bereit. Zur täglichen lokalen Tageszeitung kommen eine Fernsehzeitung, eine deutsche Wochenzeitung, das Bistumsblatt und eine Jugendzeitschrift sowie eine



[1]

© Dr. Paulus Decker

Computerzeitung regelmäßig in den Briefkasten. Außerdem gibt es das Kundenmagazin der Bausparkasse und des Verkehrsclubs. Kostenlos gibt es den Pfarrbrief, das Mitteilungsblatt der politischen Gemeinde und zwei kostenlose Anzeigenblätter zweimal die Woche und jede Menge Werbung.

Der Blick in die beiden Haushalte macht den Horizont deutlich, in welchem sich Menschen heute bewegen, informieren, kommunizieren und sich unterhalten lassen. Wir leben in einer Mediengesellschaft, die Einfluss nimmt auf das Alltagsleben der Menschen und ihr Zusammenleben. Wer sonntags im Gottesdienst bei der Predigt eine Bemerkung zur Wetten-dass-Show am Samstagabend macht, kann bei über 50 Prozent der Besucher am Gesicht ablesen, dass sie gesehen haben, wie Thomas Gottschalk mit seinem Gast Götz George umgegangen ist. Medien beeinflussen die Menschen. Die Vielfalt der Medien hat aber ebenso auch Einfluss auf die Kommunikation der Menschen untereinander.

Hingeschaut: Die Seelsorge

Eine Landgemeinde im Jahr 1965. Der Pfarrer wohnt am Ort. Die Pfarrei hat neben der Kirche auch ein Pfarrheim als Treffpunkt für Frauenbund, Jugendgruppe und Seniorenkreis. Der Pfarrefasching und die monatlichen Tanzabende sind ein Höhe- und Treffpunkt für das ganze Dorf. Der Pfarrer kennt sein Kommunionkinder und die Kommunionkinder kennen ihn. Die Eltern der Täuflinge hatte der Pfarrer zum Teil schon als Schulkinder.

Eine Landgemeinde im Jahr 2003. Der Pfarrer wohnt im 10 Kilometer entfernten Ort, der zusammen mit 6 weiteren Ortschaften zum Pfarrverband gehört. Das Pfarrheim pflegt eine Frau ehrenamtlich. Sie gibt den Schlüssel an den Seniorenkreis, zu dem viele Mitglieder des ehemaligen Frauenbundes gehören. Einmal in der Woche kommt eine Gruppe junger Mütter mit ihren Kindern zur Krabbelstube. Im Pfarrheim tagt alle 6 Wochen der örtliche Pfarrgemeinderat. Auch das Pfarrbriefteam und die Wortgottesdienstleiter nutzen die Räumlichkeiten. Hier finden auch die Vorbereitungen für die Eltern statt, die die Gruppen der Kommunion- und Firmvorbereitung leiten. Die örtliche Schule ist inzwischen geschlossen worden. Die Faschingszeit teilt sich die Pfarrei inzwischen mit einem örtlichen Karnevalsverein und weiteren Vereinen.

Bleibt alles anders

Schon dieser sehr grob skizzenhafte Einblick in die Entwicklung der Medienausstattung einer Familie auf der einen Seite und die Veränderungen in der Pfarrei auf der anderen Seite machen deutlich, dass in den letzten Jahrzehnten hier rasante Entwicklungen passiert sind, die für die Seelsorge heute relevant sind. Die Medienkommunikation ist vielfältiger, lauter, bunter, bildhafter und vor allem schnelllebiger geworden. Der Superstar von gestern verglüht bereits meist in dem Moment, in dem die Jury ihn dazu kürt. Der Event der Auswahl ist es, der die Zuschauerquoten in die Höhe treibt. Oben angekommen ist dieses Spiel vorbei und das nächste beginnt. Ständig werden neue Formate entwickelt, die noch mehr Interesse wecken sollen.

Agieren oder reagieren?

Wer sich als Seelsorgerin oder Seelsorger mit diesen Entwicklungen beschäftigt, gerät leicht in

Glaubenszweifel, ob denn hier die Kirche und die Pfarrei als überschaubare Größe eine Chance haben, im Wettstreit um die Aufmerksamkeit der Menschen einen Blumentopf zu gewinnen. Sie haben eine Chance! Allerdings gibt es dazu einige Dinge zu beachten.

Das Internet als Teufelswerk?

Wesentlichster Punkt dazu ist eine positive Einstellung zu den Medien und den neuen Kommunikationsgewohnheiten. Wer im Internet, den Handys und einem Radio- und Fernsehprogramm rund um die Uhr des Teufels Werk sieht und seinen Beitrag beharrlich verweigert, der verkennt die Chancen dieser neuen Medien. Es liegt in der Natur der Sache „Medium“, dass es ein Werkzeug, ein Hilfsmittel ist, das ich in verschiedener Weise gebrauchen kann. Ich kann im Internet Tausende von Seiten Schrott und Gedankenmüll öffnen, aber ich kann ebenso im Internet lebenswichtige und lebensstaugliche Information und Kommunikation bekommen. Ein eindrucksvoller Beleg dafür ist die Aussage von Gabriele Knöll vom Bundesverband Verwaiste Eltern: „Eine junge Mutter berichtete mir einmal, sie habe nach dem Tod ihres kleinen Sohnes nur noch ‚im Netz‘ gelebt. Die Kommunikation mit Freunden und Bekannten, ja sogar mit der eigenen Familie, sei so schwierig und zum Teil verletzend gewesen, dass sie es vorgezogen habe, sich lieber die Bestätigung von ebenfalls Betroffenen im Internet zu holen. Es habe einige Zeit gedauert, bis sie bemerkt habe, dass sie dabei in gewisser Weise in einer Scheinwelt gelebt habe und damit vor den Schwierigkeiten der realen Welt davongelaufen sei. In Ergänzung zu gelebten Kontakten aber bietet das Internet eine sehr wichtige Chance. Nämlich immer dann, wenn persönliche Kontakte aus verschiedenen Gründen nur schwer möglich sind. Gerade auch die Anonymität, die im Internet-Kontakt aufrechterhalten werden kann, gestattet es, Gedanken zu äußern, die man im Freundeskreis nicht aussprechen würde. Eine weitere Chance des Internet-Kontakts liegt darin, dass der Austausch nicht an bestimmte Zeiten gebunden ist. Wann immer einem danach zu Mute ist, kann man sich mitteilen, und sei es mitten in der Nacht.“

Sieben Impulse für die Seelsorge im Zeitalter der neuen Medien

Aus meiner Sicht überwiegen – bei aller Kritikwürdigkeit mancher Medienentwicklungen – die Chancen und Möglichkeiten der neuen Medien für die Seelsorge. In den folgenden Impulsen zeige ich diese auf.

1. Akzeptieren Sie die Mediengewohnheiten der Menschen

Die Medien haben Auswirkungen auf die Menschen und prägen deren Gewohnheiten. Versuchen Sie dies zu akzeptieren. Sie können die Menschen nicht verändern und die Menschen knien nicht in Andacht nieder und lesen Ihren Pfarrbrief von der ersten bis zur letzten Seite. In ihrer Mehrheit bevorzugen sie Bilder und wenig Text. Sie lesen lieber einfach geschriebene Beiträge wie bedeutungsschwangere lange theologische Beiträge, an deren Ende sich der Leser fragt: „Was wollte unser Pfarrer denn jetzt sagen?“ Üben Sie eine neue Bescheidenheit um sich verständlich auszudrücken.

2. Begreifen Sie Seelsorge als Dienstleistung

Für wen machen wir unser Angebot? Was wollen wir anbieten? Welchen Nutzen haben die

Teilnehmerinnen und Teilnehmer davon? Welche Kommunikationsmöglichkeiten möchten wir anbieten? Je mehr es gelingt die Interessen der potentiellen Nutzer in ein Konzept zu bringen, desto größer die Chance, dass die Leute über das Angebot sprechen und es nutzen. Auch hier trifft wieder der schöne Spruch vom Fisch und dem Angler zu: Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.

Die Geschichte vom Wurm an der Angel macht deutlich, dass Kommunikation nie Selbstzweck ist. Kommunikation gelingt, wenn ich die Menschen und ihre Bedürfnisse und Fragen im Blick habe und dementsprechend mein Angebot ausrichte. Seelsorge als Dienstleistung zu begreifen ist das Gebot der Stunde. Ich verstehe den Begriff im Horizont der Kirche als ursprünglichen Dienst im Sinne Jesu: Dienst an den Menschen. Hilfe zum Leben und Zusammenleben. Die Botschaft so weitersagen, dass die Menschen zu ahnen beginnen, dass diese Botschaft ihr Leben verändert und bereichert.

Und ich bin überzeugt, dass viele Menschen heute auf der Suche sind nach dem tieferen Sinn ihres Lebens, nach Orientierung und Wertmaßstäben für ihr Handeln sowie nach Anknüpfungspunkten zu Gemeinschaftserlebnissen.

3. Fördern Sie Ihre persönliche Medienkompetenz

In einer durch Medien geprägten Gesellschaft brauche ich als Seelsorgerin und Seelsorger Medienkompetenz. Die zeigt sich darin, dass ich mich für eine aktive Medienarbeit interessiere und mir journalistische Grundbegriffe vertraut sind. Wohlwollende Kontakte zur Lokalredaktion, Lokalradio und Lokalfernsehen öffnen Türen, die so manche Kirchenaktion zum lokalen Medienereignis werden zu lassen. Die Erfahrung zeigt, dass Seelsorgerinnen und Seelsorger gerne gefragte Gesprächspartner und Lieferanten für inhaltliche Beiträge sind. Nutzen Sie diese Chancen. Auf Augenhöhe mit den Hörern des Radioprogramms und den Lesern in einem kostenlosen Verteilblatt einer Region können wir neue mediale Wege der Vermittlung des Evangeliums gehen.

Medienkompetenz erleichtert mir auch die Kommunikation mit den Menschen, wenn ich die Inhalte meiner Predigt oder meines Vortrags mittels Tageslichtprojektor oder mit Beamer und Computer zusätzlich visualisiere. Nur Ton und kein Bild – das bedeutet heute deutlich oft eingeschränkte Kommunikation. Unter diesem Gesichtspunkt rückt die Frage nach einer leichtinstallierbaren Leinwand im Kirchenraum und einer guten Tonanlage für ein Lied oder Musikstück von einer CD für Andachten und Gottesdienste bei einer Kirchenrenovierung tüchtig nach oben in der Themenliste.

4. Bleiben Sie am Puls der Zeit, in Kontakt mit den Menschen

Wer in der Mediengesellschaft präsent sein will braucht den Kontakt mit den Menschen. Was bewegt sie? Worüber reden sie? Welche Nöte beschäftigen die Menschen? Wie ist ihr Lebensgefühl? Welche Vorbilder haben sie? Die Antworten auf diese Fragen sind im Fluss. Nur zwei Beispiele zum Thema bekannte Persönlichkeiten: Dass zum Beispiel laut Zuschauerwotum des ZDF im November 2003 Günter Grass nicht mehr zu den 100 wichtigsten Deutschen in der Vorauswahl zählt, Daniel Küblböck dagegen schon, ist gut zu wissen. Man muss es deshalb nicht gut finden. Auch dass Jesus bei einer Stern-Umfrage in der

Reihenfolge der Vorbilder für die Deutschen auf Platz 11 nach Günter Jauch auf Platz 10 landet, ist gut zu wissen.

5. Nutzen Sie die Pfarrkartei als Kontaktdrehscheibe

Ein in kirchlichen Kreisen immer noch unterschätztes Medium ist der Serienbrief, den Kollege Computer heute aus der Pfarrkartei heraus persönlich adressiert und mit persönlicher Anrede versieht: Als Einladung zum Elternabend, Gratulation zur Volljährigkeit, Bitte um und Dank für eine Spende sowie als besondere Einladung eines ausgewählten Adressatenkreises für ein besonderes Angebot. Womit Sparkassen und Banken, Versicherungen und Warenhausversender schon seit Jahren gute Kontaktumsätze erzielen, lassen sich auch in der Pfarrei professionell Kontakte anbahnen und pflegen.

Überhaupt kristallisiert sich die Pfarr- und Mitgliederkartei als das Werkzeug Nummer Eins heraus um die richtige Kommunikation mit den richtigen Leuten in gezielter Weise zu führen. Hier finde ich im besten Falle alle Daten für einen persönlichen Besuch oder eine Nachricht oder einen Gruß per Post, Fax, Telefon oder E-Mail.

6. Sorgen Sie für die Qualität des Angebots

„Qualität statt Quantität.“ Dieses Motto hat sich unter Seelsorgerinnen und Seelsorgern bereits herumgesprochen. Gleichwohl gibt es die Versuchung einmalige Angebote auf Dauer zu setzen. Prüfen Sie selbstkritisch, ob eine einmalig geplante und mit Erfolg durchgeführte Veranstaltung wirklich eine Wiederholung verträgt oder ob Sie es besser beim einmaligen Event belassen.

Auch besonders gestaltete Gottesdienste können dazu führen, dass sie in zu rascher Folge angeboten werden und dadurch die Qualität und vor allem die Vorbereitungsgruppe leidet. Finden Sie Ihr Tempo, das die Vorbereitenden schaffen und das Niveau des Angebotes hält.

Und die Erfahrung zeigt: Qualität steht und fällt oft mit den beteiligten Personen. Scheuen Sie sich nicht mit guten Namen für ein gutes Angebot zu werben. In der Öffentlichkeit spielen Namen und Persönlichkeiten heute eine große Rolle, wenn es um den Aufmerksamkeitspegel geht.

7. Arbeiten Sie mit dem langen Atem eines Langstreckenläufers

Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Beziehungspflege – all dies gelingt in unserer modernen Medienwelt mit dem langen Atem eines Langstreckenläufers. Wenn Ihnen Beziehungen, Kontakte und die Kommunikation mit den Menschen in Ihrem Lebensraum wichtig sind, ist jeder Tag eine neue Chance dazu, jedes Gesicht eine neue Einladung und jeder Brief ein weiterer Knoten im Beziehungsnetz. Es geht nicht von Jetzt auf Gleich. Es geht aber beharrlich mit der Grundsatzentscheidung, dass Kommunikation und Medieneinsatz integraler Bestandteil der Seelsorge heute sind. Medienpräsenz ist nicht ein Thema für besonders geltungssüchtige Seelsorgerinnen und Seelsorger, sondern die Chance Gottes Frohe Botschaft hier und heute den Menschen in vielfältiger Art und Weise zu kommunizieren. Diese Kommunikation beginnt und hat

zur Grundlage die überzeugende und gewinnende Face-to-Face-Begegnung bei Gottesdiensten und den Kontakten mit den Menschen. Sie setzt sich dort fort, wo Pressemitteilungen, gut gestaltete Einladungen, Briefe, Radiointerviews und Beiträge zum „Wort der Woche“ im kostenlosen Verteilblatt Gesichter, Namen und Botschaften in die Öffentlichkeit bringen. Und dies eben nicht nur einmal, sondern immer öfter.

Johannes Simon

Links

[1] <https://www.pfarrbriefservice.de/image/praystation>