

## Mediale Kompetenz – ein Teil theologischer Professionalität im Rahmen pastoraler Berufe?

Meine These ist: Mediale Kompetenz sollte bereits heute, erst recht aber in Zukunft ein wichtiger Teil theologischer Professionalität im Rahmen pastoraler Berufe sein. Um Missverständnissen zuvorzukommen, sei angemerkt, dass damit nicht gemeint ist, dass Theologinnen und Theologen selbst zu „Medienprofis“ werden müssen. Vielmehr geht es darum, dass sie zuallererst ein *Bewusstsein* entwickeln für die vielfältigen Herausforderungen, die mit der Tatsache verbunden sind, dass Theologie und Kirche sich zunehmend in einer Mediengesellschaft befinden. Noch immer steht dem allerdings sowohl auf evangelischer als auch auf katholischer Seite eine Reihe von Widerständen entgegen.<sup>1</sup> Die traditionellen Vorwürfe von Seiten der evangelischen Theologie richten sich gegen die Fixierung der Medien auf Aktualität und Globalisierung, gegen ihre Orientierung an Erlebnis und „Action“, gegen die mit ihnen verbundene Innovationsgeschwindigkeit und Irrtumswahrscheinlichkeit, gegen ihre Macht und ihre Verfallenheit an die Ökonomie, gegen ihre Boulevardisierung und Manipulationsmacht und gegen die mit den Medien einhergehende Fixierung auf Bilder. Unabhängig von Recht oder Unrecht dieser Vorwürfe wird die konstruktive Auseinandersetzung mit medialem Denken in Zukunft mehr und mehr zu einer wesentlichen Voraussetzung dafür werden, ob die *Kommunikation des Evangeliums* bei uns gelingt. Unsere Gesellschaft entwickelt sich – ob Theologie und Kirche es wahrhaben wollen oder nicht – immer stärker zu einer Mediengesellschaft. Angehörige der pastoralen Berufe stehen vor der Herausforderung, wie sie lernen können, so von Gott zu reden, dass sie von Menschen, die in ihren Kommunikationsgewohnheiten von den elektronischen Massenmedien geprägt sind, verstanden werden. Ich kann mir nicht vorstellen, dass das gelingen könnte, ohne dass Angehörige pastoraler Berufe sich mit den in unserer Gesellschaft vorherrschenden Medien vertraut machen, was wenigstens ansatzweise den Mediengebrauch, und damit auch die Teilnahme an den Mediengewohnheiten des überwiegenden Teils der Bevölkerung einschließen wird. Ein Ziel der von mir intendierten Medienkompetenz

1 Vgl. dazu hier und im Folgenden die von Michael Schibilsky in seiner Münchener Antrittsvorlesung von 1997 genannten sieben theologischen Vorbehalte gegenüber einem Sich-Einlassen auf mediales Denken: ders., *Kirche in der Mediengesellschaft*, in: *Kirche und Medien*, hrsg. v. Reiner Preul / Reinhard Schmidt-Rost, Gütersloh 2000, 51–71.

besteht schließlich darin, dass Theologinnen und Theologen mit den Medienprofis in einen *Dialog* auf gleicher Augenhöhe eintreten können. Nur so werden die notwendigen kritischen Anfragen von Seiten von Theologie und Kirche an die Praxis der Medien in den vielfältigen öffentlichen Diskursen zur Medienproblematik auch gehört werden.

## Herausforderung für die Praktische Theologie

Wenn man sich die einschlägigen Grundrisse, die auf evangelischer Seite einen Überblick über das Gesamt der Praktischen Theologie vermitteln wollen, und die entsprechenden Arbeitsbücher für Examenswissen anschaut, fällt auf, dass der ganze Themenbereich „Medien“ meist gar nicht vorkommt.<sup>2</sup> Das ist einerseits angesichts der Wichtigkeit der Medienproblematik für die Kommunikation des Evangeliums in unserer Gesellschaft schwer verständlich, andererseits auch darum verwunderlich, weil zur Praktischen Theologie schon jahrzehntelang die Unterdisziplin der Christlichen Publizistik gehört – die zugegebenermaßen an den meisten Theologischen Fakultäten allerdings gar nicht vertreten ist. Martin Nicol hat gezeigt, dass die mit den neueren Medien verbundenen theologischen und kirchlichen Herausforderungen ohne weiteres in dieser Disziplin behandelt werden könnten.<sup>3</sup> Analog zur klassischen Einteilung der Homiletik schlägt er vor, die Publizistik in prinzipielle, materiale und formale Publizistik einzuteilen. In der prinzipiellen Publizistik möchte er Begründungszusammenhänge behandelt wissen, wie z. B. die Frage nach Kirche und Öffentlichkeit und die nach dem medialen Denken allgemein. In der materialen Publizistik geht es um einzelne Sachgebiete wie Seelsorge im Internet und Ästhetik des Kinofilms. In der formalen Publizistik schließlich sollen methodische Aspekte thematisiert werden, wie z. B. der Umgang mit den unterschiedlichen Medien und der Umgang mit Informationen.

## Konkretion: Gründe für die Wichtigkeit medialer Kompetenz am Beispiel des Fernsehens

Das Fernsehen stellt in Deutschland das bedeutendste elektronische Massenmedium dar.<sup>4</sup> Grund dafür ist der weite Verbreitungsgrad von Fernsehgeräten in Verbindung mit einer hohen Nutzungsquote.<sup>5</sup>

2 Es ist wahrscheinlich nicht zufällig, dass ein Praktischer Theologe, der sich einem ästhetischen Paradigma verpflichtet fühlt, hier eine Ausnahme bildet: Martin Nicol, Grundwissen Praktische Theologie. Ein Arbeitsbuch, Stuttgart – Berlin – Köln 2000, 183–198.

3 Vgl. hier und im Folgenden a.a.O., 184f.

4 Vgl. dazu Hans Norbert Janowski / Wolf-Rüdiger Schmidt, Art. Medien, in: TRE, Bd. 22, 318.

5 1990 verfügten bereits 98% aller Haushalte über mindestens ein Fernsehgerät, von

Unangefochten ist das Fernsehen schon seit längerer Zeit die wichtigste Freizeitbeschäftigung der Deutschen. 1995 betrug die durchschnittliche Sehdauer eines Erwachsenen 186 Minuten, also ungefähr drei Stunden pro Tag. Daraus ergibt sich eine *erste*, im Hinblick auf unsere Fragestellung wichtige Erkenntnis: Als gesellschaftliches Leitmedium erfüllt das Fernsehen bis in den Alltag hinein gestaltende Funktionen.<sup>6</sup> Und zwar in doppelter Hinsicht: Aufgrund seiner Omnipräsenz findet es bei vielen Menschen sowohl in Fragen der *Lebensgestaltung* als auch der *Lebensorientierung* normative Rezeption. Die Tagesschau um 20.00 Uhr ist für einen Großteil der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger der Fixpunkt für die Gestaltung des Abends. Das gleiche gilt im Hinblick auf bestimmte Kindersendungen für die meisten Kinder. Inhaltliche Orientierung vermittelt das Fernsehen, indem es die komplexe, unübersichtlich gewordene moderne bzw. postmoderne Wirklichkeit reduziert, wie man das „Erfolgsrezept“ des Fernsehens etwas schlagwortartig umschreiben könnte.

Eine *zweite* Erkenntnis für die Bedeutung medialer Kompetenz für den Pfarrberuf ergibt sich aus folgender Beobachtung: Das Fernsehen dient vielen Menschen aufgrund des weitgehenden Bedeutungs- und Orientierungsverlusts des traditionellen kirchlichen Christentums mittlerweile als *Religionsäquivalent*. Diese Aussage gilt unter der Voraussetzung, dass Religion als lebensunterstützende Funktion definiert wird, die Hilfestellungen zur Bewältigung existentieller Fragen gewährt, Regelungen und Sanktionen für die Gestaltung der Gesellschaft bereithält und Antworten auf die empirisch nicht zu klärenden Letztfragen nach dem Ursprung und Ziel des Lebens und den dahinter stehenden Mächten gibt.<sup>7</sup>

Schließlich ist noch eine *dritte* Beobachtung im Hinblick auf die Bedeutung medialer Kompetenz für die theologische Professionalität

---

denen an einem durchschnittlichen Werktag nahezu 90% genutzt werden; (Beate Traum-Peters, Familienmitglied Fernsehen, in: Eckhard Bieger u. a. (Hrsg.), Den Alltag erhöhen. Wie die Zuschauer das Fernsehen mit ihrem Leben verknüpfen, Katholisches Institut für Medieninformation, Köln 1997, 52; Bettina Hurrelmann / Michael Hammer / Klaus Stelberg, Familienmitglied Fernsehen. Fernsehgebrauch und Probleme der Fernseherziehung in verschiedenen Familienformen, Opladen 1996, 55.

6 „Alles was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien,“ (so Niklas Luhmann, zit. nach Klaus Plake, Talkshows. Die Industrialisierung der Kommunikation, Darmstadt 1999, 53). Aus theologischer Perspektive hat sich eingehend mit der religiösen Funktion des Fernsehens auseinander gesetzt: Günter Thomas, Medien, Ritual, Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens, Frankfurt a. M. 1998.

7 Vgl. dazu Dieter Baacke, Individualisierung und Privatisierung der Religion. Neue religiöse Ausdrucksformen bei Jugendlichen, in: Ingrid Lohmann / Wolfram Weißbe (Hgg.), Dialog zwischen den Kulturen. Erziehungshistorische und religionspädagogische Gesichtspunkte interkultureller Bildung, Münster – New York 1994, 192. Es kann an dieser Stelle aus Raumgründen nicht auf die hochkomplexen und immer noch strittigen Definitionsprobleme zum Religionsbegriff eingegangen werden.

wichtig. Das Fernsehen wirkt sich auch auf die soziale Verfasstheit unserer Gesellschaft aus. Dabei muss es als Faktor und als Produkt des seit Jahren zu beobachtenden gesellschaftlichen Individualisierungs- bzw. Atomisierungsprozesses begriffen werden. Es treibt ihn voran und kompensiert gleichzeitig dessen Wirkungen. Von Anfang an hat das Fernsehen wesentlich zu einer tief greifenden Veränderung der sozialen Beziehungen im Rahmen der Kleinfamilie beigetragen. Aus dem runden Familientisch wurde zunächst ein Halbkreis, in dessen Zentrum der Fernsehapparat stand.<sup>8</sup> Die kommunikative familiäre „Lampenschirmgemeinschaft“ verwandelte sich dadurch zur Bildschirmgemeinschaft. Seitdem in mehreren Zimmern ein Fernsehgerät steht, ist der Minimierungsprozess der Familienkommunikation weiter vorangeschritten. Mehr und mehr erfolgte eine Auflösung der gemeinsamen Familienzeit.<sup>9</sup> Die Folge war ein Schwinden der Bindungs- und Orientierungskraft der traditionellen Familie. Weil jedoch kein Mensch ohne halbwegs stabile Identität überleben kann, zwingt gerade der zunehmende Individualisierungsprozess den Menschen dazu, nach neuen Zugehörigkeiten zu suchen. Dabei spielt das Fernsehen für viele wiederum eine wichtige Rolle. Es vermittelt Zuschauerinnen und Zuschauern das Bewusstsein, zu einer viele Millionen zählenden Fernsehgemeinde zu gehören. Zwar sitzt jeder allein vor dem Bildschirm, tut das aber gleichzeitig mit Millionen anderer, die dasselbe sehen.

Dass die beschriebene Bedeutung des Fernsehens und damit auch der anderen audio-visuellen Massenmedien für Lebensgestaltung, Sozialität und Lebensorientierung bzw. als Religionsäquivalent in der heutigen Gesellschaft im Rahmen theologischer Professionalität nicht länger übersehen werden darf, liegt auf der Hand. Die Frage ist, welche Konsequenzen konkret in den einzelnen praktisch-theologischen Handlungsfeldern zu ziehen sind. Ich kann an dieser Stelle nur andeuten, in welche Richtung diese m. E. gehen müssten und möchte das im Folgenden am Beispiel von Pastoraltheologie, Liturgik, Poimenik und Religionspädagogik tun.

## **Die Vermittlung medialer Kompetenz im Rahmen der Pastoraltheologie<sup>10</sup>**

Wenn es stimmt, dass in einer Mediengesellschaft von der Mehrheit der Gesellschaft nur das als relevant angesehen wird, was in den Medien präsent ist, impliziert das für eine Kirchengemeinde bzw. einen kirchli-

---

8 Barbara Sichtermann, Fernsehen, Berlin 1994, 29.

9 Bernd Schorb, Die Familie am Bildschirm. Wie das Fernsehen das Leben der Menschen verändert hat, in: Tilman P. Gangloff / Stephan Abarbanell (Hgg.), Liebe, Tod und Lottozahlen. Fernsehen in Deutschland: Wer macht es? Was bringt es? Wie wirkt es?, Hamburg 1994, 26.

10 Unter „Pastoraltheologie“ verstehe ich im Folgenden primär das Berufswissen für die Angehörigen sämtlicher pastoraler Berufe.

chen Dienst die Nötigung, ihre Arbeit und ihre Botschaft auch medial zu präsentieren. Das gilt erst recht, wenn sie ihrem Auftrag nachkommen wollen, das Evangelium auch dem christlichen Glauben fern stehenden Menschen zu verkündigen. Auf die Angehörigen der pastoralen Berufe bezogen heißt das, die Möglichkeiten der öffentlichen Kommunikation des Evangeliums in den bewusstseinsbildenden Medien vor Ort, von Fall zu Fall sicher auch überregional, auszuloten: in den Printmedien, im Rundfunk, im Fernsehen und im Internet. In einer demokratisch verfassten Gesellschaft impliziert das die Aufgabe, öffentliche Transparenz des kirchlichen Lebens in seinen Strukturen, Aktivitäten, Personen und Finanzen herzustellen.<sup>11</sup> An dieser Stelle besteht bei vielen Gemeinden und kirchlichen Diensten noch großer Nachholbedarf: Hierher gehören z. B. die Fragen nach dem Internetauftritt der jeweiligen Kirchengemeinde bzw. des jeweiligen kirchlichen Dienstes, was die Präsentation des Programmangebots, von Predigten und Vorträgen etc. einschließen müsste. Die vielfältigen mit der medialen Kommunikation des Evangeliums verbundenen Aktivitäten können und müssen die Angehörigen der pastoralen Berufe nicht selber tun. Sie sollten jedoch zielstrebig daran arbeiten, dass im Raum der Gemeinden das Bewusstsein wächst, dass in einer Mediengesellschaft die Kommunikation des Evangeliums einschließlich der gemeindlichen Öffentlichkeitsarbeit in den verschiedenen Medien unverzichtbar ist und dafür entsprechende (ehrenamtliche?) Beauftragte gefunden und eingesetzt werden.

Dabei sei nicht verschwiegen, dass mit der medialen Vermittlung der christlichen Botschaft eine Reihe ungelöster theologischer Probleme verbunden ist.<sup>12</sup> Auf das Problem der medialen Vermittlung der christlichen Botschaft lässt sich die Heisenberg'sche Unschärferelation übertragen. Wie in der Physik das methodische Instrumentarium, mit dessen Hilfe die Gültigkeit eines Naturgesetzes ermittelt werden soll, dieses verformt, verändert sich auch der Inhalt des Evangeliums durch den Zwang zur mediengerechten Präsentation. Da dabei die Gesetzmäßigkeiten der Medien zur Anwendung kommen, treten z. B. bei der Berichterstattung über die Arbeit einer Kirchengemeinde bestimmte Aspekte in den Hintergrund oder fallen ganz unter den Tisch. Dazu gehören traditionelle Formen der Arbeit – nur möglichst „progressive“ Formen finden das Interesse der Medien. Das Gleiche gilt im Hinblick auf die Rede von Gott – nur besonders „schräge“ Vorstellungen von Gott lassen sich medial an den Mann bzw. die Frau bringen.

---

11 So auch: Der Beruf des Pfarrers/der Pfarrerin heute. Ein Diskussionspapier zur V. Würzburger Konsultation über Personalplanung in der EKD, Kirchenamt der EKD, Hannover 1989, 23.

12 Vgl. dazu Manfred Seitz, Erneuerung der Gemeinde. Gemeindeaufbau und Spiritualität, Göttingen, 21991, 104f.

## Die Wichtigkeit medialer Kompetenz für die Liturgik

Die Bedeutung des Fernsehens und der übrigen audio-visuellen Massenmedien stellt den traditionellen Gemeindegottesdienst vor eine Reihe von Herausforderungen. Eine *inhaltliche* Konkurrenz zwischen Fernsehen und Gottesdienst besteht insofern, als das Fernsehen bewusst oder unbewusst Lebensorientierung vermittelt – sogar, wie ich zu zeigen versuchte, als Religionsäquivalent betrachtet werden muss. Überspitzt formuliert: War in früheren Zeiten nur das, was im Gottesdienst vorkam, von Bedeutung, ist heute nur das, was im Fernsehen vorkommt, relevant. Auch *formal* muss der Gemeindegottesdienst mit dem Fernsehen konkurrieren. Er wird unwillkürlich von den Besuchern und Besucherinnen an massenmedialen Inszenierungen – etwa an den perfekt inszenierten Fernsehgottesdiensten, vor allem aber an abendlichen Unterhaltungsshow – gemessen. Welcher traditionelle Sonntagmorgengottesdienst könnte hier mithalten? Eine *zeitliche* Konkurrenz für das gemeindliche *Kindergottesdienstangebot* am Sonntagmorgen bilden schließlich die zeitgleichen Kindersendungen.

Ein Sonderproblem stellt in diesem Zusammenhang die seit 20 Jahren stattfindende sonntägliche Übertragung von Fernsehgottesdiensten dar. Die Diskussion über Chancen und Risiken wurde im vergangenen Jahr wieder einmal heiß geführt.<sup>13</sup> Ohne darauf näher eingehen zu können, erscheinen mir folgende Beobachtungen wesentlich: Auf der einen Seite stellt der enorme Zuschaueranstieg bei Fernsehgottesdiensten in den vergangenen 20 Jahren eine sehr erfreuliche Entwicklung dar.<sup>14</sup> Offensichtlich entsprechen die Fernsehgottesdienste dem Bedürfnis einer zunehmenden Anzahl gerade von Menschen, die der Kirche fern stehen, einer Wirklichkeit zu begegnen, die ihre rationale Alltäglichkeit umgreift bzw. übersteigt.<sup>15</sup> Umgekehrt beklagen Zuschauer und Zuschauerinnen, dass Fernsehgottesdienste in Gefahr stehen, angesichts der Nötigung, dem Medium „Fernsehen“ gerecht zu werden, gerade aktuelle liturgische und spirituelle Moden mitzumachen.<sup>16</sup> Ein ungelöstes Problem stellt auch die fehlende persönliche Gemeinschaft bei Fernsehgottesdiensten dar.

13 Vgl. z. B. Dietrich Stollberg, Kitsch, Klischees und Konventionen. Fernsehgottesdienste – „ein wichtiger Beitrag zur Sonntagskultur“?, in: Deutsches Pfarrerberblatt 105 (2005), 286–289; Bernd Merz, Gottesdienst für viele. Die Gottesdienste im Fernsehen, in: Deutsches Pfarrerberblatt 106 (2006), 230–233.

14 Das ZDF strahlt seit 1986 jeden Sonntagmorgen einen Gottesdienst aus. Sahen in den 1980er Jahren ungefähr 360.000 Menschen zu, hat sich die Zahl bis 1997 auf ungefähr 700.000 erhöht (Belege bei Christian Grethlein, Grundfragen der Liturgik. Ein Studienbuch zur zeitgemäßen Gottesdienstgestaltung, Gütersloh 2001, 30). Astronomisch hohe Zuschauerzahlen erreichen Übertragungen der Gottesdienste anlässlich der Hochzeiten, Jubiläen und Bestattungen von Prominenten (z. B. von Prinzessin Diana). Im Moment liegt die Zuschauerzahl der ZDF-Fernsehgottesdienste zwischen 800.000 und 2.000.000 (Merz, Gottesdienst, 231).

15 So auch a.a.O., 230.

16 So der Tenor des Artikels von Stollberg, Kitsch, bes. 287.

Wie kann die neutestamentliche Vorstellung von der Gemeinde als dem Leib Jesu Christi bei diesen konkret werden? Genügt dazu die virtuelle Gemeinschaft der Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen? Die katholische Kirche verlangt deswegen zumindest die Live-Übertragung von Gottesdiensten.

## **Die zunehmende Bedeutung der modernen Telekommunikationsmittel für die Poimenik**

Nach Einschätzung der Beobachter werden in Zukunft moderne Telekommunikationsmittel in der Seelsorgepraxis eine zunehmende Rolle spielen.<sup>17</sup> Das gilt vor allem für das *Internet* und die dadurch möglich gewordene Präsentation von Seelsorgeangeboten im Netz und neue Formen der seelsorgerlichen Kommunikation über *E-Mail* und *Chat*. Wie die traditionelle Telefonseelsorge stellen Seelsorgeangebote per Internet (von Gemeinden, Beratungsstellen, aber auch von einzelnen pastoralen Mitarbeitern oder Laien) eine inzwischen häufig in Anspruch genommene Form der Seelsorge dar. Offensichtlich entsprechen solche Angebote dem Lebensgefühl, d. h. den Kommunikationsgewohnheiten einer zunehmenden Anzahl von Menschen, für die es selbstverständlich geworden ist, das Internet zu nutzen. Die poimenische Diskussion hat die Aufgabe, zu klären, was das für die zukünftige Seelsorgetheorie bedeutet.<sup>18</sup>

Ein gelungenes Beispiel für ein breit gefächertes Seelsorge- und Beratungsangebot für Jugendliche im Internet stellt das Angebot der „Katholischen Arbeitsstelle für Jugendarbeit und Jugendberatung im Kanton Zürich“ dar. Eine schweizerische Spezialität scheint zu sein, dass das Angebot zunächst auf Schwyzerdütsch und dann auch auf Schriftdeutsch präsentiert wird: „Häsch Schwierigkeite? mit Dir sälber? dehei, mit de Eltere? am Arbeitsplatz? mit dem Fründ, de Fründin? i de Schuel? mit Bruef und Wiiterbildig? mit em Glaube? oder überhaupt Wetsch mit öperem drüber rede?

Mir händ Ziiit! Mir schaffed als Psycholog, Theolog, Sozialarbeiteri, Bruefs- und Laufbahnberateri, Jugend-Animatore. Eusi Beratig chosched i de regel nüt.

Chasch elei cho ... oder mit de Eltere ... oder mit em fründ oder de Fründin oder ...

Ohni Dis Iverständnis nähmed mir mit niemer anderem Kontakt uf; mir stönd under Schiegepflicht.

---

17 Eines der ersten Publikationen dazu war: Wolfgang Nethöfel / Matthias Schnell (Hgg.), *Cyberchurch? Kirche im Internet*, Frankfurt a. M. 1998; darin besonders: Jakob Vetsch-Thalmann, Ankerplatz für Net-Surfer. Das Internet als neues Medium für die Seelsorge, 141–146.

18 Grundlinien eines ersten entsprechenden Seelsorgeentwurfs hat vorgelegt: Hans-Ulrich Gehring, *Seelsorge in der Mediengesellschaft. Theologische Aspekte medialer Praxis*, Neukirchen-Vluyn 2002.

Alüte chasch am beschte am Morge von halbi 9 bis am 12 und am Namitag vom 1 bis am halbi 6.“<sup>19</sup>

Das Angebot ist sehr einladend formuliert. Das zeigt sich vor allem an der Offenheit für alle Anliegen der Jugendlichen. Zu Recht wird ausdrücklich thematisiert, dass die Seelsorger Zeit haben und der Schweigepflicht unterliegen. Auch die finanzielle Seite wird angesprochen. Dazu kommt, dass die Internetseite graphisch jugendgemäß aufgemacht ist. Mehrfach werden Adresse, Telefon- und Faxnummer und E-Mail-Adresse der Beratungsstelle angegeben. Um Vertrauen zu gewinnen, treten die einzelnen Seelsorger und Berater aus ihrer Anonymität heraus und stellen sich mit Namen vor.

Mir scheinen gerade Angebote für Jugendseelsorge im Internet zunehmend wichtiger zu werden. Der größte Teil der Jugendlichen besitzt bereits heute einen Internetzugang und wächst dadurch ganz selbstverständlich mit diesem Medium auf. Dass das Auswirkungen auf ihre Kommunikationsgewohnheiten auch im religiösen Bereich hat, liegt auf der Hand. Deshalb sollte jede Kirchengemeinde in absehbarer Zeit ein entsprechendes Angebot ins Internet stellen. Erst recht sollten die überregionalen Seelsorge- und Beratungsstellen der Kirchen für Jugendliche auf eigenen Internetseiten zu finden sein. Gerade für die Seelsorge gilt: Die Kirche muss mit ihren Angeboten dort sein, wo sich die Menschen aufhalten und darf nicht warten, bis diese sich in die kirchlichen Binnenräume verirren.

Die E-Mail stellt ein noch kaum erforschtes Mittel der Seelsorge dar. Meine eigene Erfahrung ist jedoch, dass sie seit einigen Jahren zunehmend als solches genutzt wird. Gerade für Jugendliche und junge Erwachsene scheint die E-Mail inzwischen den Brief in dessen früherer Bedeutung abgelöst zu haben. Was sind die Gründe dafür? Ein Grund besteht darin, dass die E-Mail ein moderneres Kommunikationsmittel darstellt als der Brief und damit den Bonus des Neuen und Modernen besitzt. Darüber hinaus weist die E-Mail einige charakteristische Unterschiede gegenüber dem Brief auf, die sie für Jugendliche attraktiv macht. Gegenüber dem Brief ist die E-Mail von weit informellerer Art. Man benötigt weder Papier noch Umschlag für sie. Sie kann ohne weitere Mühe unmittelbar vom Schreibtisch aus abgeschickt werden, muss also weder frankiert noch zum Briefkasten gebracht werden. Überdies wirkt sie anonym als ein Brief, da die charakteristische Handschrift oder je besondere Schreibmaschinentype ausfällt. Sie ist im Bereich der vorläufigen Mitteilung anzusiedeln und besitzt viel stärker als der Brief den Charakter des gesprochenen Wortes. E-Mails auszutauschen, erweckt das Gefühl, sich in einem geschriebenen Gespräch zu befinden. Ähnlich wie der Brief bietet die E-Mail gegenüber dem persönlichen Gespräch den Vorteil, Distanz zu wahren. Im Vergleich zum Telefonat hat sie den Vorteil, zu jeder Tag- und

---

19 Die Internetadresse lautet: [www.kath.ch/zh/jugend/hauptseite.htm](http://www.kath.ch/zh/jugend/hauptseite.htm).

Nachtzeit abgeschickt und empfangen werden zu können. Dabei kann die E-Mail als Seelsorgemittel genau wie der Brief parallel zum persönlichen Gespräch Verwendung finden. Schon längere Zeit gibt es im Raum der katholischen Kirche einen Onlinepfarrer, der auf seiner Homepage ausdrücklich Seelsorge per E-Mail auf Deutsch und Englisch anbietet (Jörg Swiatek, Onlinepfarrer des Internets). Der Groninger Pfarrer Sietze van der Veen hat nach eigenen Angaben 10 000 digitale Beichten innerhalb eines Monats aufgrund seines Internet-Angebots abgenommen.<sup>20</sup>

Neben der E-Mail erfreut sich der Chat im Rahmen der Internetseelsorge großer Beliebtheit. Wie beim Telefonanruf wird auch beim Chat die Anonymität gewahrt, aber die Distanz zwischen Seelsorgesuchenden und Seelsorgern ist noch größer: Beim Chat erfolgt der Kontakt nur auf digitale Weise, also ohne direkte stimmliche Verbindung.

Internetsites, E-Mails und Chats zeigen, wie wichtig schon heute die neuen Medien als Mittel der Poimenik sind. Es leuchtet von daher unmittelbar ein, dass zur medialen Kompetenz von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen in pastoralen Berufen nicht nur die theoretische Beschäftigung mit Fragestellungen aus dem Bereich der Medien gehört. Unverzichtbar erscheint mir auch das Vertrautsein mit dem Gebrauch der neuen Medien.

## **„Sinmaschine Kino“ – zur Bedeutung medialer Kompetenz für die Religionspädagogik**

Es hat lange gedauert, bis Theologie und Kirche ihre ambivalente Haltung gegenüber dem Unterhaltungsfilm aufgegeben haben.<sup>21</sup> Inzwischen hat sich zumindest in weiten Teilen der Praktischen Theologie die Erkenntnis durchgesetzt, dass der Hollywood-Film nicht nur große Gefühle inszeniert, sondern auch letzte Fragen thematisiert. „Populäre Filme sind darum Unterhaltungsware und zugleich Medien der Weltdeutung und der Sinnvermittlung. Sie erfüllen eine der Religion vergleichbare Funktion.“<sup>22</sup>

Manche Theologen vertreten inzwischen die These, dass Filme in mancherlei Hinsicht Substitute für Defizite der kirchlichen Verkündigung und des gemeindlichen Lebens darstellen. „Das Publikum taucht in die quasi-religiöse Bilderflut ein, um den Mangel an erlebnisrelevanten Bildern in der kirchlichen Frömmigkeit zu kompensieren.“<sup>23</sup> Thies Gundlach ist sogar der Überzeugung, dass Hollywood vom Bösen deutlicher und biblischer als die Kirche rede, die es überhaupt verlernt habe, das Böse

---

20 Evangelische Kirchenzeitung, Nr. 8, 22.2.04, 5.

21 Vgl. dazu Eckart Gottwald, Zwischen Mythos und Spiel. Theologische Zugänge zum Unterhaltungsfilm, in: Kino und Kirche im Dialog, hrsg. v. Martin Ammon / Eckart Gottwald, Göttingen 1996, 34–53.

22 Jörg Herrmann, Sinmaschine Kino. Sinndeutung und Religion im populären Film, (Praktische Theologie und Kultur 4), Gütersloh 2001, 10.

23 Gottwald, Zwischen Mythos und Spiel, 46.

theologisch angemessen zu thematisieren.<sup>24</sup> Auf jeden Fall beteiligen sich Unterhaltungsfilme in einer Mediengesellschaft auf ihre Weise am Reden über Gott. Allein schon darum, weil sie häufig ein viele Millionen zählendes Publikum in die Kinos locken, ist es unerlässlich, sich auch theologisch mit den Filmen und ihrer Botschaft auseinanderzusetzen.<sup>25</sup> Wie wichtig mediale Kompetenz für Religionspädagogik und Gemeindepädagogik ist, lässt sich besonders eindrücklich an der Verfilmung des Romans „Sakrileg“ von Dan Brown zeigen. Der Film kam im vergangenen Jahr in die Kinos und wurde zu einem unglaublichen Publikumserfolg. Buch wie Film kommen mit dem Anspruch daher, Fakten und Tatsachen wiederzugeben.<sup>26</sup> Dass es noch heute leibliche Nachkommen Jesu von Nazareth und der Maria Magdalena geben soll, wird darin nicht nur Menschen, die dem Christentum fern stehen, – medial gut gemacht – nahe gebracht. In Religionsunterricht und kirchlicher Bildungsarbeit darauf zu antworten, wäre ein Gebot der Stunde. Auf diesem Hintergrund ergibt sich folgendes religionspädagogische Ziel für den Umgang mit Unterhaltungsfilmen: Die Religionspädagogik sollte Schülerinnen und Schülern die Fähigkeit vermitteln, die Botschaft von Filmen kritisch zu reflektieren und im Gefolge davon auch mit anderen kritisch über Medienprodukte sprechen zu können – von der technischen Qualität über die verwendeten religiösen Symbole bis hin zur vermittelten Botschaft.

Ich hoffe, dass deutlich geworden ist, wie wichtig mediale Kompetenz sowohl in theoretischer als auch in praktischer Hinsicht als ein Teil theologischer Professionalität im Rahmen pastoraler Berufe in Zukunft sein wird.

---

24 Thies Gundlach macht das an drei Hollywood-Filmen fest (ders., Das Böse im Film. Beobachtungen zur theologischen Kompetenz Hollywoods, in: Pastoraltheologie 87 [1998], 425–441).

25 Vgl. z. B. Hans-Martin Gutmann, Der Herr der Heerscharen, die Prinzessin der Herzen und der König der Löwen. Religion lehren zwischen Kirche, Schule und populärer Kultur, Gütersloh, 32002; Herrmann, Sinnmaschine Kino.

26 Dan Brown, Sakrileg, Bergisch Gladbach 2004; eine kritische Auseinandersetzung mit den Thesen des Buches bietet: Darrell L. Bock, Die Sakrileg-Verschwörung. Fakten und Hintergründe zum Roman von Dan Brown, Gießen 2006.