

HANS-JOACHIM HÖHN

Sinnsuche und Erlebnismarkt

Zeitdiagnose ist heute ein florierendes Geschäft. Es vergeht kaum ein Jahr, in dem nicht eine neue Formel auftaucht, mit der eine griffige Antwort auf die Frage gegeben wird „Wo leben wir eigentlich?“. Die Häufigkeit und das Tempo, mit der sich die verschiedenen Kennzeichnungen von Zeit und Gesellschaft ablösen, macht soziologische Zeitdiagnosen und Gesellschaftsanalysen allerdings auch zu einem problematischen Unternehmen. Was können sie mehr sein als Momentaufnahmen, Schlaglichter auf eine Gesellschaft, die sich in einem ständigen Übergang befindet? Daher verwundert es nicht, daß viele der soziologischen Wortfavoriten nur Saisonbegriffe sind. Die Dauer ihrer Gültigkeit wird durch kurze Halbwertszeiten definiert. Allerdings ist dieser Umstand kein zureichender Grund, um zeitdiagnostische Bemühungen bleiben zu lassen. Der ständige Wechsel der Zustandsbeschreibungen moderner Gesellschaften ist höchst aufschlußreich für die Frage, wo wir eigentlich leben. Ein Wissen um das, was an der Zeit ist, wird auch von Christen verlangt. Theologie und Kirche kommen nicht umhin, vor allem jenen kulturellen Trends und Tendenzen nachzugehen, in denen sich neue gesellschaftliche Leitbilder gelungenen Lebens manifestieren. – Unser Autor ist Professor für Kath. Theologie an der Universität Köln. (Redaktion)

sichter haben, verfügen sie über eine multiple Identität. Gegenläufige Entwicklungen, die Koexistenz des Widersprüchlichen und die Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen sind ihre (unveränderlichen) Kennzeichen. Seit einiger Zeit ist nun der Begriff „Erlebnisgesellschaft“ (G. Schulze) im Umlauf, dem es anscheinend gelingt, die Vieltätigkeit unserer Gesellschaft doch auf einen Nenner zu bringen. Hinter diesem Titel steht nicht die Behauptung, unsere Kultur sei von nichts anderem bestimmt als von dem Bestreben, die Erfahrung und Gestaltung des Daseins als ein großes Ereignis zu inszenieren. Die Leitthese lautet vielmehr: Unsere Gesellschaft ist alles andere auch; sie ist High-Tech-, Konsum-, Ellbogen-, Leistungsgesellschaft. Aber kultursoziologisch gesehen ist sie vor allem eine Erlebnisgesellschaft, so daß es sich lohnt, die Ortung religiöser Sinnentwürfe vor diesem Hintergrund vorzunehmen¹.

1.1. *Erlebe dein Leben! Der Daseinsimperativ der Gegenwart*

1. *Streiflichter: Strukturen der Erlebnisgesellschaft*

Moderne Gesellschaften führen eine Mehrfachexistenz. Weil sie viele Ge-

Der Begriff „Erlebnis“ setzt zunächst Assoziationen frei in Richtung Unterhaltung und Zeitvertreib. Man denkt an Urlaub und Freizeit, an Camel und Marlboro, an den Hauch von Aben-

¹ Vgl. zum Folgenden G. Schulze, Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt 1992; ders., Entgrenzung und Innenorientierung. Eine Einführung in die Theorie der Erlebnisgesellschaft, in: Gegenwartskunde 42 (1993) 405–419; ders., Auf der Suche nach dem schönen Leben, in: J. Huber/A.M. Müller (Hg.), „Kultur“ und „Gemeinsinn“, Basel 1994, 269–295; ders., Das Projekt des schönen Lebens. Zur soziologischen Diagnose der modernen Gesellschaft, in: A. Bellebaum/K. Barheier (Hg.), Lebensqualität. Ein Konzept für Praxis und Forschung, Opladen 1994, 13–36.

teuer und Euro-Disney. Es fallen einem Entertainer, Animatoren und Disotheken ein. Allerdings kleben diese Assoziationen an Oberflächenphänomenen, die der Kulturindustrie zuzuordnen sind². Längst aber sind alle Bereiche des sozialen Lebens mit der Erlebnisvokabel verknüpft. Ursache hierfür ist zum einen die veränderte Beziehung des Menschen zu Gütern und Dienstleistungen: weg von einem sachorientierten, zweckrationalen Umgang mit dem Lebenswichtigen hin zu einer subjektbetonten, aktionsorientierten Einstellung. Vor allem der Wandel der Werbung in der Nachkriegszeit belegt diesen Trend. „Wurde zunächst der Gebrauchswert der Produkte in den Mittelpunkt der Präsentation gestellt – Haltbarkeit, Zweckmäßigkeit, technische Perfektion – so betonen die Appelle an den Verbraucher inzwischen immer stärker den Erlebniswert der Angebote³.“ Design und Produktimage werden zur Hauptsache, Nützlichkeit und Funktionalität zum Zubehör.

Dieser Umschlag ist gleichwohl nicht auf den Markt der Güter und Dienstleistungen beschränkt. Erlebnisorientierung ist das neue, überall antreffbare Grundmuster der Beziehung von Mensch und Welt und steht für jene situationsübergreifende Tendenz eines Subjektes, „sein Handeln an dem Ziel auszurichten, vorübergehende psychophysische Prozesse positiver Valenz (...) bei sich selbst herbeizuführen“⁴. Anders formuliert: Es gilt, die Lebensumstände so wahrzunehmen oder zu gestalten, daß man darauf in einer Weise reagiert, die man selbst im Rück-

blick als „schön“, „interessant“, „toll“, „geil“ usw. kommentiert.

Hinter dieser Entwicklung stehen die Modernisierungsphänomene der Differenzierung und Pluralisierung, deren gemeinsames Merkmal Schulze im Begriff der „Entgrenzung“ festmacht. Entgrenzung bedeutet: Diversifizierung, Zunahme von Möglichkeiten, Vermehrung der Verhaltensorptionen, Erhöhung der Konsumchancen. „Daß 1950 pro Person 15 Quadratmeter Wohnraum zur Verfügung standen, 1987 dagegen 36 Quadratmeter, ist ein Detail von besonderer Bildkraft: Wände treten zurück, Handlungsspielräume werden größer“⁵. Entgrenzt ist nicht zuletzt auch das ins Unendliche gewachsene Angebot an Waren und Dienstleistungen. Angesichts dieser entgrenzten Vielfalt ist ein besonderer Sozialcharakter entstanden: der Wählende, das heißt jemand, der eine Fernbedienung in die Hand nimmt und die Programme durchschaltet oder einen Katalog durchblättert und Bestellungen ankreuzt. „Erlebnisgesellschaft“ heißt jene Sozialwelt, die unter der Bedingung des Wählens entstanden ist. Ihr Grundmuster ist jenes Wahlhandeln, dessen Eigenart sich durch den Gegensatz von Innen- und Außenorientierung beschreiben läßt. Bei außenorientierten Handlungen liegt der Sinn beziehungsweise Maßstab für die Beurteilung des Handelns außerhalb des Handlungssubjekts und seiner Selbstwahrnehmung. Innenorientiert ist ein Handeln, wenn das Handlungssubjekt die Sinngebung seines Tuns durch Zielbeschreibungen der Selbst- und Situationserfahrung vor-

² Vgl. hierzu H. W. Opaschowski, *Freizeitökonomie – Marketing von Erlebniswelten*, Opladen 1995.

³ G. Schulze, *Erlebnisgesellschaft*, 13.

⁴ Ebd., 736.

⁵ G. Schulze, *Entgrenzung*, 406.

nimmt. Innenorientiertes Handeln bezieht sich auf Ziele, Zustände, Gefühle im Individuum selbst. Es genügt ihm nicht mehr, begehrte Objekte zu bekommen. Erst dann ist es am Ziel, wenn diese Objekte in gewünschter Weise auf es wirken.

In diesem Zusammenhang bildet sich eine Haltung aus, die als „Erlebnismaterialität“ zu beschreiben ist. Sie steht in enger Beziehung zur Grundbedeutung zweckrationalen Handelns: Gegebene Ziele sind mit den dafür optimalen Mitteln zu verfolgen und ständig ist an der Verbesserung dieser Zweck/Mittel-Relation zu arbeiten. Erlebnismaterialität bedeutet nun: die Ziele im Subjekt selbst zu definieren und auf die Erfüllung dieser Ziele hin die äußeren Umstände zu arrangieren. Das Innenleben wird mit äußeren Mitteln bearbeitet. Man geht an sich selbst heran wie ein Ingenieur an die Verbesserung eines Produktes. Wie der Ingenieur durch den cleveren Einsatz technischer Mittel die Qualität eines Autos steigern kann, so hoffen die Erlebnistechniker, durch ein „intelligentes Arrangement der äußeren Umstände dem Ziel des schönen Lebens näherzukommen“⁶. Es kommt dabei auf das know how an; man muß wissen, wie man eine Situation zu arrangieren hat, um die gewünschte Befindlichkeit zu erreichen.

Auch ein sinkendes Wohlstandsniveau wird nichts daran ändern, daß die Primärorientierung der Menschen darin liegen wird, „etwas vom Leben haben“ zu wollen. Erlebnisorientierung ist die unmittelbarste Form der Suche nach Glück und Sinn. Glück und Sinn werden nicht mehr für das Ganze, sondern in aneinandergereihten Ein-

zelerlebnissen gesucht, über deren Qualität das Subjekt befindet. Für solche Zeitgenossen kommt das Leben vor dem Überleben. Jeder Tag soll bunt und keiner grau sein. Damit man die Lust am Leben nicht verliert, ist es immer öfter nötig, Beeinträchtigungen und Behinderungen des Lebens hintanzustellen. Anders hat man nichts vom Leben. Die Lebenskunst besteht darin, mit den äußeren Umständen so umzugehen, daß erwünschte subjektive Befindlichkeiten möglich bleiben. Das setzt natürlich voraus, über entsprechende Mittel und Möglichkeiten disponieren zu können. Wer arm ist, muß über Techniken verfügen, um über die Runden zu kommen, um aus nichts wenigstens etwas zu machen. Wer reich ist, muß dagegen schon über Weisheit verfügen, um in einem Übermaß von Mitteln und Vermögen das zu finden, was vernünftigerweise zu tun ist.

1.2. „Im Alleingang“: Individuen unter Wahlzwang

Das Zurücktreten außenorientierter Verhaltensweisen in der Erlebnisgesellschaft steht im engen Zusammenhang mit dem Prozeß einer umfassenden Individualisierung des sozialen Lebens. Der Trend geht zu Existenzformen, die den Menschen bei seiner Lebensplanung und -führung auf sich selbst zurückwerfen. Die Biographie wird als Aufgabe in das Entscheiden und Handeln des Individuums verlagert, das damit zugleich zum Drehbuchautor, Regisseur und Hauptdarsteller seiner Lebensgeschichte wird. Die Vermehrung der Handlungsmöglichkeiten, die Angebotsexplosion auf

⁶ Ebd., 409.

dem Erlebnismarkt, die Ausweitung der Konsumpotentiale und der Wegfall von Zugangsbarrieren nötigen das Individuum, nahezu im Alleingang „sein Glück zu machen“. „Nichts ist unmöglich“ (Toyota) – aber es herrscht Wahlzwang. Darum hat auch der Einzelne das Enttäuschungsrisiko selbst und allein zu tragen.

In der Erlebnisgesellschaft befriedigt Konsum zudem nur noch selten ein klar empfundenes physisches Bedürfnis. „Die explosionsartige Zunahme des Brauchbaren führt zu einem Verfall der Freude an Brauchbarkeit. Unter Lebensbedingungen, die es erst ermöglichen, schöne Erlebnisse zur Hauptsache zu machen, verflüchtigen sich schöne Erlebnisse, die sich als Nebensache ergeben würden⁷.“ Je selbstverständlicher schöne Erlebnisse zum Sinn des Lebens gemacht werden, umso größer wird die Angst vor dem Ausbleiben solcher Erlebnisse. „Zur Angst vor Langeweile gesellt sich die Angst, etwas zu versäumen⁸.“ In einem solchen Kontext ist zwar nicht mehr das Leben bedroht, aber stattdessen sein Sinn. Die Melancholie der Erfüllung durchzieht die Erlebnisgesellschaft. Die Gruppe der mißmutig Vergnügten wächst. Ihr Problem sind sie selbst, die Abnahme ihrer Faszinierbarkeit wächst mit der Steigerung des Reizangebotes. Wie Süchtige greifen sie nach immer mehr und haben immer weniger davon. Im Moment der Wunscherfüllung entsteht schon die Frage, was denn als nächstes kommen soll, so daß sich Befriedigung gerade deshalb nicht mehr einstellt, weil die sofortige Suche nach Anschlußbefriedigungen dies unterläuft. Kaum am

Urlaubsort eingetroffen, keimen bereits die Überlegungen, wohin im nächsten Jahr die Reise gehen soll...

1.3. „In der Szene“: Kollektiv inszenierte Individualität

Im rauen Wind der Individualisierung können sich zahlreiche Formen menschlichen Miteinanders, die ein fester Kodex sozialer Verbindlichkeiten auszeichnet, immer weniger am Leben erhalten. Dennoch hinterläßt die Individualisierung der Gesellschaft kein soziales Vakuum. In der Erlebnisgesellschaft kristallisieren sich neue Sozialformen heraus. Ihre Merkmale sind zeitlich und räumlich begrenzte Kontakte, revidierbare Mitgliedschaften, partielle Identifikationen. Wie erzwungene Gemeinsamkeiten eine Individualisierungstendenz erzeugen, so weckt die Individualisierung des Lebens eine neue Bereitschaft zur Interaktion, ein neues Interesse an soziokulturellen Fixpunkten im Erlebnisstrom. Es kommt zur Bildung von Erlebnisgemeinschaften. Individuen schließen sich zu größeren Gruppen zusammen, weil sie die Orientierung an demselben Typ von Erlebnissen verbindet.

Am deutlichsten wird dies in den „Szenen“, die vor allem in den Städten um ein spezifisches Erlebnisangebot (Theater, Sport, Disco, Kunst) an festen Lokalitäten ein Stammpublikum und einen weiteren Kreis von Sympathisanten konstituieren. Szenen antworten auf die Frage, wie man in einer kaum überschaubaren sozialen Wirklichkeit Menschen mit ähnlichen Vorlieben und Abneigungen finden kann,

⁷ G. Schulze, *Erlebnisgesellschaft*, 64.

⁸ Ebd., 65.

ohne Abstriche an der eigenen Individualität machen zu müssen (das heißt: sich vereinsmäßig organisieren zu müssen). Szenen entstehen an der Schnittlinie zwischen Privatheit und Öffentlichkeit, zwischen Erlebnisanbietern und Erlebnismachern. Szenen inszenieren Erlebnisse und sind Angebote, die eigene Individualität öffentlich und kollektiv zu stilisieren⁹. Ausgestattet mit entsprechenden „Life-style“-Angeboten scheinen sie jene Leerstellen füllen zu können, welche die ständigen Modernisierungsschübe im Verhältnis von Individuum und Gesellschaft hinterlassen. Sie ermöglichen einen nicht-individuellen Umgang mit Individualisierungszumutungen und offerieren so die doppelte Gnade, jemand zu sein und es nicht allein sein zu müssen.

2. Überblendung: Religion in der Erlebnissgesellschaft

Kann die Erlebnissgesellschaft ein sozialer Kontext sein, innerhalb dessen sich Religion behauptet, innerhalb dessen sogar neue Chancen für eine religiöse Grundierung des Daseins entstehen? Hat nicht auch Religion von ihrem Grund und Ursprung her mit den Kategorien „Widerfahrnis“, „Erfahrung“, „Ereignis“ zu tun? Ist nicht auch sie eine spezifische Inszenierung des Daseins? Geht es nicht auch ihr um Wege zum Glück, zum gelingenden Leben? Vielleicht ist die Erlebnissgesellschaft die säkularisierte, verwil-

derte oder deformierte Spielart der Religion? Oder hat vielleicht die Religion nur dann eine Zukunft, wenn sie Handlungsmuster der Erlebnissgesellschaft übernimmt?

Theologisch sind diese Herausforderungen noch kaum ausreichend reflektiert. Die moderne Gesellschaft und den christlichen Glauben in ein produktives Verhältnis setzen zu können hat zur Voraussetzung, daß die Erlebnissgesellschaft nicht nur von ihrer negativen Seite her wahrgenommen wird. Natürlich kann es nicht die Aufgabe der Kirche sein, die Methoden und Strukturen des Erlebnismarktes einfach zu kopieren, einen religiösen Sofortservice, eine Instantmystik anzubieten und im Schnellverfahren Transzendenzkontakte zu vermitteln. Aber sie kommt nicht umhin, sich mit jener Mentalität des Wahlhandelns, der Innenorientierung und der Erlebnissrationalität auseinanderzusetzen, die quer durch alle Altersschichten und Bevölkerungsgruppen das moderne Leben und Erleben bestimmt und zunehmend auch die Einstellung gegenüber religiösen Sinnangeboten beeinflußt. Einige Thesen versuchen im folgenden, Affinitäten und Divergenzen zwischen Christentum und Erlebnissgesellschaft zur Diskussion zu stellen¹⁰. Ihre Anordnung schließt locker an die zuvor skizzierten Charakteristika der Erlebnissgesellschaft an. Gemeinsam ist ihnen das Plädoyer für ein widerständiges Sicheinlassen des Christentums auf diese Charakteristika.

⁹ Vgl. hierzu auch G. Schulze, Alltagsästhetik und Lebenssituation. Eine Analyse kultureller Segmentierungen in der Bundesrepublik Deutschland, in: H.-G. Soeffner (Hg.), Kultur und Alltag, Göttingen 1988, 71–92.

¹⁰ Zum Ganzen vgl. besonders H.-J. Höhn, GegenMythen. Religionsproduktive Tendenzen der Gegenwart, Freiburg 1994; ders., „Zerstreuungen“. Religion zwischen Sinnsuche und Erlebnismarkt (in Vorbereitung).

2.1. Selbsterfahrungen: Aspekte innenorientierter Religiosität

Vor allem außerhalb der kirchlich gebundenen Religiosität, im Bereich der Esoterik und der alternativen Psychotherapien hat man sich bereits jener „surfenden“ Lebenseinstellung angepaßt, mit der zahlreiche Zeitgenossen sich immer nur auf Zeit für bestimmte Angebote und Programme interessieren. Die religiöse Klientel wird sich auch für die etablierten Kirchen und Konfessionen zunehmend aus Pendlern und Passanten zusammensetzen, die aus der Vielfalt von Orientierungen und Aktivitäten auf doktrinaler und ritueller Ebene das für sich auswählen beziehungsweise neu arrangieren, was ihren jeweils aktuellen psychischen und ästhetischen Bedürfnislagen entspricht¹¹. Das Paradigma „Innenorientierung“ findet seinen empirischen Reflex auch in der Psychologisierung religiöser Erfahrung. Die Betonung des Gefühls, die Hervorkehrung mystischer Traditionen deuten darauf hin, daß der Plausibilitätshorizont für die Akzeptanz religiöser Sinnofferte weniger gesellschaftlich konstituiert wird; ihre Abstützung erfolgt vielmehr in individualpsychologischen Zusammenhängen. Erlebnisorientierte Religiosität hält religiöse Objektivierungen (Riten, Bekenntnisse) nur insoweit für belangvoll, wie sie gewünschte innere Wirkungen hervorrufen: Gefühle, Stimmungen, Ekstasen, Betroffenheit, Ergriffenheit etc. Ultima ratio der Beschäftigung mit Religion ist das persönliche Befinden zwischen Faszination und Langeweile. Das Urteil über Religiosität reduziert sich auf Selbst-

beschreibungen. Als entscheidend im religiösen Erleben gilt nicht mehr der im Erleben erschlossene Inhalt, sondern das bloße Ergriffenwerden – egal wovon. Katharsis wird im erlebnisrationalen Umgang mit Religiosität „nicht als Begegnung mit der Wahrheit erstrebt, sondern als Appetithäppchen für den Kulturgourmet angeboten und konsumiert“¹².

Dem neu entstandenen Typ des „religiösen Virtuosen“ kommt entgegen, daß die Differenzierung und Pluralisierung religiöser Sinnsysteme das Entstehen spiritueller Mischkulturen begünstigt. Glaubensinhalte und -formen des Christentums sind zu kulturellem Treibgut geworden. Es hängt von rasch wechselnden Moden ab, ob zum Beispiel gregorianische Choräle wieder aktuell werden. Die ursprüngliche christliche Sinngebung spielt in der Regel keine Rolle mehr. Die „neue“ Spiritualität bindet sich nicht an Dogmen und fixe Lehrinhalte. Religiöse Virtuosen können die Ethik der Bergpredigt hochhalten und gleichzeitig an das Karma als Lebensgesetz glauben; sie können ein personales Gottesverständnis ablehnen und zugleich an das Böse in Person des Teufels oder an das Gute in Person eines Engels glauben. Entscheidend ist lediglich, ob solche Arrangements ihnen etwas bringen für ihr Bedürfnis nach Selbstvergewisserung aus der Transzendenz.

Dem Christentum ist der „Innenaspekt“ von Spiritualität keineswegs fremd, wie auch die ästhetisch-therapeutische Dimension konstitutiv für die christliche Erfahrung und Deutung von Sinn, Glück und Heil ist. Aber

¹¹ Vgl. H.-J. Höhn, *Passagen und Passanten – oder: Religion in der City*, in: W.-D. Hauschild u.a., *Religion als Wahrheit und Ware*, Hamburg 1991, 25–36.

¹² G. Schulze, *auf der Suche nach dem schönen Leben*, 284.

ebenso wichtig ist ihm die Kategorie des „extra nos“, die Erschließung einer unverfügbaren Wirklichkeit außerhalb des Menschen und seiner Gegenstandswelt, die Transzendenz auf die anderen und auf den ganz Anderen hin; es geht ihm um „metanoia“, um ein Umdenken und Sich-Umstellen des Menschen, um ein verändertes Sich-Einlassen auf die Wirklichkeit. Der Mensch soll hier nicht nur neu zu sich selbst, sondern auch neu „zur Welt kommen“¹³. In christlicher Sicht sind bereits die Grundmomente religiöser Erfahrung bestimmt von diesen Kategorien¹⁴.

2.2. Lebenserfahrungen – oder: Die Ereignisstruktur der Religion

Religiosität beginnt mit einer spezifischen Erfahrung: mit dem Gewahrwerden von Unverfügbarem, das den Menschen unausweichlich betrifft. In der Religion geht es um das, was nicht vom Menschen abhängt und ihn zugleich unbedingt angeht. Sie ist Ausdruck des Verhältnisses zu den letzten Bedingungen und Grenzen menschlichen Lebens; sie fragt nach dem, was das Leben „ausmacht“, das heißt erfüllt, beendet und vollendet. Dieses Unverfügbare darf jedoch nicht als ein Widerfahrnis im Leben vergegenständlicht werden, sondern betrifft das Leben als ganzes. Es sind diese Erfahrungen *mit* dem Leben, die unsere Einstellung zu den Dingen und Ereignissen *im* Leben bestimmen. In der Religion geht es darum, im Leben Erfahrungen mit dem Leben, mit sei-

nem Grund und seinem Horizont zu machen. Religiöse Erfahrungen sind Erfahrungen eines Verweisungszusammenhangs. Ihr Thema ist das, was über das Vorhandene und Vordergründige hinausgeht. Thema religiöser Erfahrung ist nicht etwas, was ist, sondern der Grund und Horizont all dessen, was ist. Hierbei geht es um etwas, das nicht innerhalb der Welt ausgrenzbar ist wie ein Ereignis, das sich räumlich-zeitlich datieren läßt. Grund und Horizont des Lebens werden immer nur mit-erfahren, ihre Unmittelbarkeit ist stets vermittelt. Ähnlich verhält es sich mit allen Grundgehalten des Christentums: Gnade, Liebe, Sinn, Glück gibt es nicht pur, gleichsam in Reinkultur. Darum sind sie nicht direkt herstellbar, ableitbar, machbar. Es gibt sie nur nebenbei – und dann immer auch umsonst, gratis. Zweifellos kann und muß man etwas für das Glück tun, um glücklich zu werden. Aber dieses Tun, von dem es heißt, daß es ohne es kein Glück gebe, ist kein Machen, allenfalls ein Sich-Disponieren, ein Bereitstellen von Umständen, in denen etwas glücken kann. Vor allem aber muß das Bereitstellen solcher Umstände selbst wiederum glücken. Das Beglückende am Glück besteht gerade darin, daß das Gelingen eines Tuns nicht allein auf das Tun als Ursache zurückgeführt werden kann. Sinn- und Glückserfahrungen vermitteln stets die Erfahrung einer mehrfachen Unverhältnismäßigkeit. Das Gesetz von Aufwand und Ertrag, von Zweck und Mittel wird hier auf wohlthuende Weise außer Kraft gesetzt. Glücklich ist man erst dann,

¹³ Vgl. P. Sloterdijk, *Zur Welt kommen – Zur Sprache kommen*, Frankfurt 1988, 31ff.

¹⁴ Vgl. hierzu ausführlicher W. Haug/D. Mieth (Hg.), *Religiöse Erfahrung. Historische Modelle in christlicher Tradition*, München 1992; H. D. Preuß (Hg.), *Erfahrung – Glaube – Theologie. Beiträge zu Bedeutung und Ort religiöser Erfahrung*, Stuttgart 1983; O. Betz, *Religiöse Erfahrung. Weg zur Sensibilität*, München 1977.

wenn man nicht weiß, womit man sein Glück verdient hat¹⁵.

Darum steht auch das Christentum kritisch einem Erlebnismarkt gegenüber, der verspricht, den Menschen wunschlos glücklich machen zu können. Ein solches Versprechen ist zynisch. In der Regel bedeutet es, die Menschen erst wunschlos zu machen, um sie dann mit einem kleinen Glück, ein bißchen Frieden zufriedenzustellen. Das Christentum will dem Menschen etwas zu wünschen übrig lassen. Es tritt ein für die großen Hoffnungen und die großen Wünsche. Und es findet sich nicht damit ab, daß solche großen Wünsche mit kleinen Erfüllungen abgefunden werden. Offensichtlich ist das Größte, was die Welt verspricht, sie selbst, wenn es kein Jenseits, nichts Metaphysisches mehr gibt. Wenn die Welt dem Menschen nur die Welt versprechen kann, dann muß er das Äußerste von ihr verlangen. Das aber fällt niemandem in den Schoß. Jeder muß das Äußerste bringen, um das Äußerste von ihr zu bekommen. Wer das nicht bringen kann, muß sich mit weniger zufrieden geben – mit ein bißchen Frieden und dem kleinen Glück. Das kleine Glück und ein bißchen Frieden haben aber nichts mehr gemein mit den großen Sehnsüchten und Träumen der Menschen. Sie sind die Domäne der Schlagertexter und Spießbürger. Im Christentum geht es um den Protest gegen diese Halbierung menschlicher Zukunfts- und Lebenserwartungen; es erhebt Einspruch

dagegen, daß sich der Mensch mit den kleinen und spießigen Erfüllungen seiner großen Hoffnungen zufriedengibt.

Dem Christentum geht es um die Enttarnung dessen, was die Unterhaltungsindustrie als Sinn und Glück ausgibt. Jedoch nur gegen die Kommerzialisierung von Sinn und Glück zu sein genügt nicht. Man muß den Zeitgenossen auch zeigen können, daß es hinter der Welt der Waren tatsächlich mehr und anderes gibt. Hier gilt es, Wahrnehmungshilfen bereitzustellen. Mit den Mitteln von Dogma und Moral allein läßt sich jedoch dieses Anliegen nicht vertreten. Die Dominanz von Dogma und Moral innerhalb der Selbstdarstellung der katholischen Kirche hat in letzter Zeit den Eindruck erweckt, als gäbe das Christentum nur zu denken und zu tun. Der Glaube gibt aber auch zu sehen (vgl. Joh 8,38; 12,38–41; 1 Joh 1,1).

2.3. Ästhetisch-politische Realpräsenz – oder: In-Szene-gesetzter Glaube

Wenn es darum geht, die Gehalte des Evangeliums öffentlich zugänglich zu machen, muß sich die Kirche auf eine Darstellungsebene begeben, der in der Erlebnisgesellschaft große Bedeutung zukommt. Gemeint ist die Interaktionsebene des Ästhetischen. Ästhetik und Religion kommen darin überein, Sehhilfen für die Wahrnehmung von Sein und Schein, Wirklichkeit und Wahrheit zu sein¹⁶. Auch die Kirche

¹⁵ Zur Vertiefung dieser Thesen über eine Auseinandersetzung mit zeitgenössischen Sinn- und Glückskonzeptionen sei verwiesen auf B. Grom u.a., Glück. Auf der Suche nach dem „guten Leben“, Frankfurt 1987; G. Greshake, Gottes Heil – Glück des Menschen, Freiburg 1983; F. G. Jünger u.a., Was ist Glück?, München 1980; G. Bien (Hg.), Die Frage nach dem Glück, Stuttgart 1978; H. Röhrbein, Der Himmel auf Erden. Plädoyer für eine Theologie des Glücks, Frankfurt 1978.

¹⁶ Vgl. hierzu W. Lesch (Hg.), Theologie und ästhetische Erfahrung. Beiträge zur Begegnung von Religion und Kunst, Darmstadt 1994.

kommt daher nicht aus ohne symbolische Übersetzungen, Verdeutlichungen und Dramatisierungen dessen, was in ihr das Wesentliche ist. Die Kirche muß ihre eigene Existenz, ihren Grund und ihre Ziele ebenso unverwechselbar wie unübersehbar in Szene setzen. Die Erlebnisgesellschaft liebt das Spektakuläre; ihre Mitglieder laufen dort zusammen, wo „etwas abgeht“, wo es etwas zu sehen gibt. Es wäre für die Kirche durchaus den Versuch wert, im Überlappungsbereich von Ästhetik und Religiosität halbvergessene „Kunstformen“ der Präsentierung (das heißt Vergegenwärtigung) des Evangeliums wieder zu beleben. Man stelle sich einmal vor, das Mysterienspiel von Leben und Sterben des reichen „Jedermann“ würde einmal nicht vor der barocken Fassade des Salzburger Domes, sondern in einem Bankenviertel, einem Einkaufszentrum, einer Fußgängerzone aufgeführt. Auch wäre dies eine Möglichkeit, wie die Kirche ihrer prophetischen, sozialkritischen Aufgabe nachkommen könnte.

Gefordert ist eine ästhetisch-politische Realpräsenz des Christentums. Es ist zu bedauern, daß es nur vor dem Kölner Dom und nicht auch in anderen Städten eine „Klagemauer“ gibt. Entstanden zur Zeit des Golfkrieges (1991) und mißtrauisch beäugt von der kirchlichen Obrigkeit ist die Klagemauer ein Ort der Provokation, der Kritik und des Gebetes. Auf Blättern im Format DIN A4, befestigt an Wäscheleinen, sind hier die großen Sorgen, Hoffnungen und Träume der kleinen Leute zu lesen: der Protest der Wohnsitzlosen

gegen ihre Vertreibung aus U-Bahnschächten ebenso wie die Zukunftshoffnungen junger Touristen, Zeitungsausschnitte, selbstgemachte Collagen, Notrufe und Appelle, Poesie und Polemik, nie künstlerisch ambitioniert, dafür authentischer Ausdruck individueller Schicksale. Hier ereignet sich keine ästhetische Hochkultur, hier macht eine andere Kunst Station: die Ästhetik der Gosse; hier vergegenwärtigt sich eine andere Szene: die Szene der Außenseiter, Randexistenzen, Störenfriede, Spielverderber. Vor allem aber: dies ist eine Ästhetik und eine Szene, deren sich die Kirche annehmen sollte. Denn eines kann vom Christentum in der Erlebnisgesellschaft nicht erwartet werden, soll es nicht seine Identität verlieren: der großstädtischen Schickleria eine kirchliche Bühne anzubieten. Es kann nicht darum gehen, sich an jener Oberflächenästhetisierung zu beteiligen, die sich städtebaulich in (postmodernen oder neo-biedermeierlichen) Verschönerungs- und Verhübschungsprozessen erschöpft, als Wirklichkeitskosmetik auftritt oder eine Verkaufsstrategie bildet, mit der sich Unverkäufliches endlich absetzen läßt und Verkäufliches bald ausverkauft ist¹⁷.

Die Kirche muß Reibungsfläche bieten, sie muß widerständig bleiben und provozieren. Sie darf sich nicht zum Agenten einer Ästhetisierung machen lassen, die letztlich in die Anästhesie führt, das heißt Unempfindlichkeit erzeugt, die Sinne betäubt durch ständige ästhetische Überdrehtheit¹⁸. Es gilt den Ästhetisierungsstrudel zur rechten Zeit zu durchbrechen und für das zu

¹⁷ Vgl. hierzu W. Welsch, Ästhetisierungsprozesse. Phänomene, Unterscheidungen, Perspektiven, in: DZPh 41 (1993) 7–29.

¹⁸ Vgl. ders., Ästhetisches Denken, Stuttgart 1991, 9–40.

sensibilisieren, was verloren zu gehen droht, was übersehen wird und aufmerksam zu machen auf die vielen „blinden Flecke“ einer Gesellschaft, in der es darauf ankommt, es den anderen zu „zeigen“. Das Christentum stellt die Frage, was Menschen fehlt, die alles haben, und die Kirche steht auf Seiten derer, die nichts haben. Das aber kann sie umso eindeutiger, je entschiedener sie ihre ererbte Introvertiertheit überwindet.

2.4. Nähe und Distanz: Kommunikative Zeitgenossenschaft

Ein zentrales Merkmal der Erlebnissgesellschaft ist die Extrovertiertheit der Erlebnisanbieter. Die Kirche tut sich noch immer mit jeder Form von Extrovertiertheit schwer. Die Ursache mag in dem Nachwirken überkommener pastoraler Ideale liegen, das heißt in der Wertschätzung stabiler Beziehungen, in der Konzentration der pastoralen Kräfte auf überschaubare, gewachsene Gemeinschaften, in denen exklusiv eine unverkürzte Weitergabe des Glaubens möglich schien und weiterhin scheint. Solche Visionen haben durchaus ihr Recht, aber sie tragen nicht den Kommunikationsstrukturen der Erlebnissgesellschaft Rechnung. Hier dominieren Sozialkontakte, die flüchtig und anonym sind, die von emotionaler Distanz und räumlicher Nähe gleichzeitig geprägt werden. Der Zunahme von Begegnungsmöglichkeiten steht hier eine Abnahme ihrer Intensität gegenüber. In den verschiedenen Szenen herrscht eine hohe Fluktuationsrate. Religion ist in der Erlebnissgesellschaft eine marginale Größe (in Schulzes Studie wird sie überhaupt nicht erwähnt!). Sie hat dort nur mit flüchtigen Bekannten zu tun, das heißt

mit Menschen, die vorübergehend eine unkalkulierbare religiöse Neugier überfällt und die nach Symbolen, Erlebnissen, Zeiten und Räumen suchen, in denen mehr und anderes zur vorhandenen Wirklichkeit antreffbar wird. Es sind Menschen, denen die Erlebnissgesellschaft bald „zuviel“ wird mit all dem Aufwand, den sie betreibt, damit das Leben interessant bleibt: mit ihren Moden und Allüren, mit In- und Out-Listen. Es sind Menschen, denen die Erlebnissgesellschaft zugleich auch „zuwenig“ bietet. Sie ahnen, daß ein aus vielen Erlebnisepisoden addierter Lebenssinn genauso flüchtig und vergänglich ist wie diese Episoden. Sie ahnen, daß auf den „dernier cri“ oft der letzte Atemzug folgt. Sie suchen nach etwas Definitivem – nach etwas, das nicht mehr veralten kann. Sie suchen nach Gelegenheiten, wo sie konzentriert, aber unaufdringlich etwas darüber, über Gott und die Welt erfahren.

Eine solche Religiosität läßt sich nicht eingemeinden. Ihr wird man mit dem Angebot pfarrlicher, verbandlicher oder vereinsmäßiger Zugehörigkeit nicht gerecht. Mit Menschen Kontakt aufzunehmen, die nur auf Zeit religiös sind, kann nur gelingen, wenn es ein Ambiente gibt, das solche Flaneure, Passanten und Pendler in Sachen Religion anspricht. Gesucht ist ein Ambiente, das bereits von außen erkennen läßt, was in ihm erlebt werden kann: Gelassenheit, Diskretion, voraussetzungslose Zuwendung und absichtslose Gastfreundschaft. Ein solcher „genius loci“ ist am ehesten antreffbar in Räumen, die den Charakter von Foyers, Studios, Ateliers, Galerien und Passagen haben. Ihnen ist eine Architektur gemeinsam, welche die Unterschiede von „drinnen“ und „draußen“

fließend macht. Wer sie betritt, ist drinnen und fühlt sich dennoch nicht vereinnahmt.

Eine solche „Passantenpastoral“ ist nicht durchführbar ohne eine Neuorientierung im Stil und bei den Subjekten kirchlichen Handelns¹⁹. Die Kirche kommt nicht daran vorbei, einen veränderten Umgang mit der persönlichen Freiheit der einzelnen, mit ihren individuellen Entwürfen gelungenen Lebens einzuüben. „Sie kann nicht mehr einfach die traditionellen Vorgaben für den Glauben und das sittliche Gewissen formal dekretieren und mit Sanktionen belegen, ohne sich kommunikativ verständlich zu machen und ohne den einzelnen bei ihrer

Suche nach Selbstfindung, nach Lebensgestaltung und nach Gewissensbildung wirklich freundschaftlich und kompetent beizustehen“²⁰. Resonanz finden entsprechende Angebote der Interaktion und Kommunikation nur dann, wenn ihre Themen von der Straße kommen und die Träger ihrer Umsetzung sich durch entsprechende Eigenschaften auszeichnen. Sie müssen eher die Merkmale neugieriger Flaneure, Straßenkünstler und Grenzgänger aufweisen, als sich durch soziale und ideologische Seßhaftigkeit auszeichnen. Nötig zur Wahrnehmung christlicher Zeitgenossenschaft ist die Fähigkeit zur religiös-säkularen Doppelexistenz²¹.

¹⁹ Vgl. hierzu ausführlicher H.-J. Höhn, *GegenMythen*, 108–145.

²⁰ M. Kehl, *Die Kirche. Eine katholische Ekklesiologie*, Würzburg 1992, 200.

²¹ Vgl. H.-J. Höhn, *Signale der Zeit – Spuren des Glaubens, Plädoyer für christliche Zeitgenossenschaft*, in: *Lebendige Seelsorge* 45 (1995) 1–5.

Leonard Swidler



Die Zukunft der Theologie

Im Dialog der Religionen und Weltanschauungen

104 Seiten, kart., Koprod. mit Chr. Kaiser Verlag,

DM 19,80 / öS 155,- / sFr 21.-

ISBN 3-7917-1342-6 (F. Pustet)

„... Swidler, Professor an der religionswissenschaftlichen Fakultät der Temple University, Philadelphia, propagiert den interreligiösen und interideologischen Dialog als Mittel zukünftigen Theologisierens: eine Abkehr von als absolut geltenden Wahrheitsbegriffen, eine Hinwendung zur gemeinsamen Erkenntnis gemeinschaftlicher Wurzeln aller Weltreligionen. ‚Heutzutage wissenschaftlich den Dialog abzulehnen, kann ein Akt fundamentaler menschlicher Verantwortungslosigkeit sein – ...‘ Swidler entwirft in Grundzügen ein ‚ökumenisches Esperanto‘, eine interkulturelle Sprache also, deren Grundlage ‚in einer gemeinsamen Humanität liegt ...‘ Derart verstanden entstünde eine Weitsicht von unten und von innen, frei von Indoktrination und aufgepfropfter Ideologie: ‚ein immer weiter werdendes WIR‘. Swidler behandelt das Thema mit umfassender Kenntnis nach allen Seiten und Dimensionen: die Bedingungen, die Methoden, Partner und Konsequenzen des Dialogs. Es ist ein fundierter und beachtenswerter Anstoß für eine freie und umfassende ‚Zukunft der Theologie‘.“

pro Zukunft, Salzburg

VERLAG FRIEDRICH PUSTET · REGENSBURG

