

Thomas H. Böhm

Botschaft der Befreiung oder der Knechtschaft?

Das Medienreligiöse in der (Post-)Moderne

♦ In neuerer Zeit bedienen sich die Medien immer häufiger religiöser Inhalte, um Bedürfnisse zu befriedigen, die heutigen Menschen aus der modernen Lebenssituation erwachsen. Ausgehend vom ungeheuren Erfolg, den die Filmtrilogie „Der Herr der Ringe“ verzeichnen konnte, beschreibt der Autor die Merkmale und Wirkweisen dieser neuen „Medienreligion“. Ihr Erfolg ist einerseits auf dem gut sortierten und an der Nachfrage orientierten Angebot gegründet und andererseits auf ihrer Fähigkeit, eine ‚kleine Form von Transzendenz‘ anzubieten. Angesichts dieser Situation stellt sich nach Böhm für die Kirche die Aufgabe, die Lebenswelt heutiger Menschen sehr ernst zu nehmen und dabei verstärkt ein Zeugnis für den Gott abzulegen, der sich nach christlicher Überzeugung in Liebe mit den Menschen verbunden hat. (Redaktion)

„Ein Ring, sie zu knechten – sie alle zu finden, ins Dunkel zu treiben und ewig zu binden.“ – So lautet die Inschrift des Rings, der im Mittelpunkt des Epos „Der Herr der Ringe“ steht. Ende 2003 war der dritte Film der Trilogie ins Kino gekommen, die – angelehnt an die literarische Vorlage von John Ronald Reuel Tolkien – den Aufbruch des jungen Hobbits Frodo Beutlin und seiner Gefährten aus dem friedvollen und zugleich gefährdeten Auenland nach Mordor, dem Land des Schreckens, beschreibt. Dort – und nur dort! – im Feuerberg Orodruin kann der Ring vernichtet werden, der es Sauron, dem bösen Herrn von Mordor, ermöglicht, Mittelerde zu beherrschen und seine Völker zu versklaven. Der Weg dorthin ist eine Reise voller Gefahren und Bewährungsproben, Unsicherheiten und Überraschungen. Der Ring sät Zwietracht in der Gruppe der Gefährten. Auf

dem Weg nach Mordor zeigt sich aber auch, dass schützende Mächte den Auftrag helfend begleiten. Hier und im Kampf gegen das Böse wird deutlich, was Gemeinschaft, Hilfe und Solidarität leisten können ... und wie es letztlich – in der gemeinsamen Anstrengung vieler – gelingt, den Ring zu zerstören und das Böse zu besiegen.

In Deutschland hat der Film „Der Herr der Ringe“ mit seinen drei Teilen, die seit 2001 im Jahresabstand veröffentlicht wurden, jedes Mal gut über 10 Millionen Menschen in die Kinos gelockt. Ob das nur an den wunderbaren Landschaftsbildern und an den beeindruckenden Animationen gelegen haben kann, wage ich zu bezweifeln. Die Attraktivität und der Erfolg der Filme hängen vielmehr v. a. damit zusammen, dass hier Grunderfahrungen der Menschen medial inszeniert werden

und die hier im Kino erzählten Geschichten einen Beitrag zur Bewältigung des Alltags bringen.¹ Was dieser Film leistet, ist damit Teil einer „Medienreligion“, die sich in den letzten Jahrzehnten herausgebildet hat und die heute in Westeuropa teilweise an die Stelle des Christentums getreten zu sein scheint.

Wenn der folgende Beitrag sich dem Phänomen dieser „Medienreligion“ zuwendet, dann fragt er zunächst nach den „religionsproduktiven“ Gefährdungen, denen der Mensch heute ausgesetzt ist (1). Er beschreibt die Merkmale der – als Folge der (post-)modernen Unsicherheiten – neu entstandenen „Medienreligion“ (2) und deutet an, wo in dieser Situation die besonderen Aufgaben von Christentum und Kirche(n) liegen (3).

1. Der „Ring der Knechtschaft“ – Die (post-)modernen Gefährdungen

Die Macht, die der Ring in der Trilogie „Der Herr der Ringe“ über die Welt gewinnt, und die Gefährdungen, die auf dem Weg zu seiner Vernichtung zu bestehen sind, lassen sich im (post-)modernen Alltag der Menschen anhand von drei miteinander zusammenhängenden Entwicklungspaaren beschreiben.² Diese zeigen einerseits die Hoffnungen, welche die Menschen in die Moderne setzen, auf der anderen Seite die Brüchigkeit, der dieser Zukunfts-„Glauben“ ausgesetzt ist.

1.1 Eine der Wechselwirkungen, die sich heute zeigt, ist jene zwischen *Globalisierung und Fragmentarisierung*. Es kommt parallel zur – letztlich globalen – Erweiterung der Kommunikations- und Handlungsräume zu Differenzierungen und Segmentierungen in einzelne, relativ selbstständige Wirklichkeitsbereiche, welche die Einzelnen vor der Überforderung der Komplexität bewahren (sollen). Dabei lässt sich das Verhalten aus einem Teilbereich nicht mehr selbstverständlich auf andere Bereiche übertragen.

Zusätzlich „entwurzeln“ sich die differenzierten Teilbereiche, indem sie sich selbst weltweit vernetzen. Diese Globalisierung führt ebenfalls zu einem Schwund an stabilisierenden Gewohnheiten. „Organisationen und die Ebene der Netzwerke von Organisationen verlängern die Handlungsketten ins Unabsehbare, verknüpfen lokale Anwesenheitszusammenhänge mit globalen Koordinierungen und ‚entbetten‘ ortsgebundene Gewohnheiten durch permanente Wandlungsimpulse.“³ So ergibt sich selbst in den sich ausdifferenzierenden Teilsystemen nicht nur neue Sicherheit, sondern ebenfalls ein Komplexitätszuwachs.

Die Pluralisierung des ehemals großteils geschlossenen Lebensumfeldes und die sich aus dieser Vielfalt ergebenden Anforderungen und Pflichten müssen „*ipso facto* eine Schwächung jeder von sozialer Bestätigung abhängigen Glaubens- und Wertvorstellung nach sich ziehen“; so

¹ So etwa auch die Einschätzung von Jan Distelmeyer, Gnadenloser Angriff. Die zweite Fantasy-Hysteriewelle des Winters rollt: Nach „Harry Potter“ kommt nun „Der Herr der Ringe“ ins Kino, in: Die Zeit, Nr. 51/2001, zit.n.: http://zeus.zeit.de/text/archiv/2001/51/200151_herr_der_ringe.xml (31.7.2004).

² Vgl. dazu auch Arno Schilson, Medienreligion. Zur religiösen Signatur der Gegenwart, Tübingen 1997, 32–42.

³ Karl Gabriel, Gesellschaft im Umbruch – Wandel des Religiösen, in: Hans-Joachim Höhn (Hg.), Krise der Immanenz. Religion an den Grenzen der Moderne, Frankfurt/M. 1996, 31–49. 32f.

„sind moderne Gesellschaften gekennzeichnet durch instabile, unzusammenhängende, unzuverlässige Plausibilitätsstrukturen“.⁴ Ein einheitliches, das Individuum stützende und bestärkende Sozialgefüge ist immer weniger oder gar nicht mehr greifbar.

1.2 Eine weitere Wechselwirkung zeigt sich zwischen dem Bemühen um „Beherrschen“ von Zeit (und Raum) und der gleichzeitigen „Entwirklichung“. Das „Beherrschen“ der Zeit mit Uhren, die das genaue Einteilen des Tages ermöglichen, hatte seinen Ursprung im christlichen Kloster und nahm von dort her den Weg in den Alltag der Menschen.⁵ Durch die modernen Kommunikationsmittel, die Informationen und Bilder direkt nach Hause liefern, kommt es zur „häusliche[n] Bewegungslosigkeit“⁶ und damit zu einer tendenziellen Entfremdung von Zeit und Raum. Damit führt die medial gesteigerte Weltpräsenz der Einzelnen, die der Selbstverwirklichung zu dienen scheint, zur Entwirklichung der Welt – und damit auch des eigenen Selbst. „Es scheint, als sei man dem Ziel, einer Lebensspanne die ganze Welt einzuverleiben, zum Greifen nahe gekommen. Nur daß es nichts mehr zu greifen gibt.“⁷ Die (post-)modernen Menschen – die in der Schnelllebigkeit der

(Post-)Moderne dem „Primat der (augenblicklichen) Ankunft über die Abfahrt“⁸, das heißt der bewegungslosen medialen Ortsveränderung ausgesetzt sind – „gehen [...] von der extensiven Zeit der Geschichte zur intensiven Zeit einer geschichtslosen Augenblicklichkeit über“⁹.

1.3 Nicht zuletzt ist bei den Unsicherheiten der (Post-)Moderne die Ambivalenz zwischen Fortschritt und neuen Risiken zu nennen. Während die Moderne selbst das unabhängige „Projekt der Weltbeherrschung als uneingeschränkte Ausführung menschlicher Autonomie“¹⁰ verheißt, zeigt sich in ihrem Verlauf, dass diese Zusage letztlich nicht eingehalten ist. Während aufgrund des medizinischen und technischen Fortschritts Naturgefahren und -katastrophen großteils gebannt erscheinen, zeigt nun die „beherrschte“ Natur selbst ihre Ambivalenz. „Am Ende der Moderne ist es zu einem Transfer der Kontingenzerfahrungen gekommen aus dem Bereich der vom Menschen bislang unabhängigen Natur in den Bereich der vom Menschen abhängigen Natur, von der wiederum der Mensch abhängig ist.“¹¹ Der Angehörige der „Risikogesellschaft“, wie Ulrich Beck die (post-)moderne Welt in seinem nach der Reaktor-Katastrophe von Tschernobyl erschienenen Buch bezeich-

⁴ Peter L. Berger, *Der Zwang zur Häresie. Religion in der pluralistischen Gesellschaft*, Freiburg i. Br. 1992, 32.

⁵ Vgl. P. Himanen, *Die Hackerethik und der Geist des Informations-Zeitalters*, München 2001, 56f.

⁶ Paul Virilio, *Rasender Stillstand. Essay*, Frankfurt a. M. 1998, 39.

⁷ Marianne Gronemeyer, *Das Leben als letzte Gelegenheit. Sicherheitsbedürfnisse und Zeitknappheit*, Darmstadt 1993, 118.

⁸ Paul Virilio (s. Anm. 6), 49.

⁹ Ebd. (im Original hervorgehoben).

¹⁰ Hans-Joachim Höhn, *Gegen-Mythen. Religionsproduktive Tendenzen der Gegenwart*, Freiburg i. Br. 1994, 19.

¹¹ Ebd., 33f.

net,¹² „hat nicht mehr Angst vor der natürlichen Natur, sondern vor den Bedrohungen, die von der vergesellschafteten Natur ausgehen: vor dem Treibhauseffekt und vor überhöhten Ozonwerten“¹³.

2. Der „Weg nach Mordor“ – Die religiös-mediale Bearbeitung der Wirklichkeit

Die Situation der Menschen in der (Post-)Moderne ist angesichts der eben genannten Unsicherheiten ähnlich gefährdevoll wie der Weg der Gefährten von Auenland nach Mordor in „Der Herr der Ringe“. Frodo Beutlin und seine Begleiter werden gesucht, verfolgt und sind ständig vom Tod bedroht.

Gleichzeitig bietet die mediale Erzählung von der Reise durch die Länder von Mitteleuropa und vom Bestehen der tödlichen Herausforderungen heute eine Bearbeitungsmöglichkeit für die gegenwärtige Situation an, die anscheinend besser „funktioniert“¹⁴ als die Angebote der christlichen Religion. Dies zeigen bei der Filmtrilogie „Der Herr der Ringe“ die Besucherzahlen und die – zumindest temporäre – gesellschaftliche Präsenz des Themas. Warum diese Angebote heute so erfolgreich sind und warum es sinnvoll sein kann, hier von „Medienreligion“ zu sprechen, darum soll es im Folgenden gehen.

Nachdem „Medienreligion“ im größeren Gesamtzusammenhang einer „Marktreligion“ zu sehen ist, wird einiges vom hier Gesagten (2.1–2.3) die (post-)moderne Religiosität insgesamt betreffen, ich werde aber auch das tendenziell Besondere der „Medienreligion“ herausstellen (2.4–2.5)

2.1 Was mir nützt ... – „Medienreligion“ „funktioniert“

Dass Angebote der „Medienreligion“ „funktionieren“, habe ich eben schon anhand der Filmtrilogie „Der Herr der Ringe“ angedeutet.

Franz-Xaver Kaufmann geht davon aus, „daß das – aus soziologischer Sicht – spezifisch Religiöse in der gleichzeitigen Erfüllung unterschiedlicher Leistungen oder Funktionen liegt, welche von verschiedenen Theorien als spezifische Differenzen des Religiösen postuliert wurden“¹⁵. Die von Franz-Xaver Kaufmann zusammengefassten religiösen Funktionen sind (1) Identitätsstiftung und -erhaltung, (2) Handlungsführung im Außeralltäglichen, (3) Verarbeitung von Kontingenzerfahrungen, (4) Legitimation von Gemeinschaftsbildung und (5) Kosmisierung von Welt.¹⁶ Hinzu kommt – dies wurde Franz-Xaver Kaufmann in der Inspiration durch Max Weber deutlich – eine (6) Distanzierung von den gegebenen Verhältnis-

¹² Vgl. Ulrich Beck, Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt/M. 1986, 7.

¹³ Höhn (s. Anm. 10), 31.

¹⁴ Vgl. 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, 39–42.

¹⁵ Franz-Xaver Kaufmann, Wo liegt die Zukunft der Religion?, in: Michael Krüggeler u. a. (Hg.), Institution – Organisation – Bewegung, Sozialformen der Religion im Wandel, Opladen 1999, 71–97.79.

¹⁶ Vgl. ebd., 80f.

sen, wie sie vor allem in der jüdisch-christlichen Tradition vorliegt.¹⁷ Sinn macht es, von „Medienreligion“ zu sprechen, insofern die modernen Medien gleichzeitig mehrere der hier vorgestellten Aufgaben und Funktionen übernehmen.

In dieser Übersicht zu einer „funktionalen“ Religion wird deutlich, dass auch traditionelle Religionen wie das Christentum im individuellen wie gesellschaftlichen Leben bestimmte Aufgaben übernehmen. Neu ist allerdings, dass Religion (und damit auch die „Medienreligion“) nun auf ihre Funktion reduziert ist, also die Frage der Offenbarung wegfällt. Die Logik einer Marktwirtschaft, die Erfolg allein an der Effektivität misst, schlägt hier durch.

Und das Ergebnis scheint dieser Argumentation Recht zu geben. Kaum anders wäre es zu erklären, dass religiöse Motive und Anmutungen heute in der kommerziellen medialen Werbung für Produkte und Dienstleistungen so breit präsent sind. Da „schwören“ Ordensschwestern auf Erdgas, erscheint ein Joghurt in epiphanyscher Weise am Horizont oder muss Michelangelos „Erschaffung des Menschen“ aus der Sixtina für die Freiheit des Tabakgenusses oder die Geräumigkeit eines Autos herhalten.¹⁸ Produkte oder Dienstleistungen werben hier kaum noch mit tatsächlichen Vorteilen oder Eigenschaften – heutzutage scheint sowieso jedes Waschmittel perfekt weiß zu waschen! –, sondern mit Lebensgefühl, Gemeinschaftserlebnis und Besonderheit. Sie leisten damit im Sinn der obigen Definition von Franz-Xaver

Kaufmann einen Beitrag zum Aufbau von Identität – „Ich bin *wer*, wenn ich *X* benutze!“ – und Gemeinschaft – „Ich gehöre *zu denen*, die *Y* anziehen!“. Letztlich gelingt der dahinter stehenden und auch immer wieder durch die Medien verstärkten Konsumorientierung insgesamt ein Beitrag zur Kosmisierung der Welt.

2.2 „Dispersion des Religiösen“ – Medienreligion ist vielfältig

Die Formen der Medienreligiosität entwickeln sich der Logik und der Vielfalt des Marktes entsprechend. Sie „schaffen sich eine ‚Szene‘, wo Individualität, Anonymität und Konformität eine ausbalancierte Synthese eingehen; sie erheben keinen exklusiven Wahrheitsanspruch, stellen keine Bedingungen für die Initiation, sondern fügen sich in eine religiöse Mischkultur ein, die ihren primären Ort auf dem Markt mit dessen floatenden Wechselkursen hat“¹⁹.

„Medienreligion“ passt sich – nach Marktgesetzen – der Nachfrage an und ist in vielgestaltigen und sich verändernden Formen in der Gesellschaft präsent. Die Bearbeitung der komplexen und unüberschaubaren Wirklichkeit zugunsten einer klar Gut und Böse unterscheidenden „Schwarz-Weiß-Weltanschauung“ in „Der Herr der Ringe“ ist dabei nur ein – wenn auch prominentes – Beispiel unter vielen. Medienreligiös haben die Menschen heute Anteil an „Hochzeiten“, die Partnerschaft und Liebe als höchste menschliche Güter

¹⁷ Vgl. ebd., 81.

¹⁸ Vgl. Thomas Bickelhaupt/Gerd Buschmann, Die Erschaffung Adams in der Werbung. Michelangelos Deckenfresko der Sixtina in einem Massenmedium, Teil 1, in: *medien praktisch* 26 (2002), H. 1, 57–60; *dies.*, Die Erschaffung Adams in der Werbung. Kunstgeschichtliche Zitate religiösen Inhalts in der Werbung, Teil 2, in: *medien praktisch* 26 (2002) H. 2, 50–55.

¹⁹ Hanjo Sauer, Abschied von der säkularisierten Welt? Fundamentaltheologische Überlegungen, in: *ThPQ* 143 (1995), 339–349.344.

inszenieren – wie in der Fernsehshow „Traumhochzeit“. Wer von der befreienden Kraft der Vergebung spricht, denkt kaum noch an die kirchliche Beichte, sondern eher an Versöhnungsrituale, die er in Fernsehsendungen wie „Nur die Liebe zählt“ im Privatsender SAT 1 „miterlebt“. Wer Orientierung in seinem Leben sucht, findet dies kaum noch in Heiligen, welche die Kirche – in den letzten Jahrzehnten auch sehr zahlreich – als Vorbilder zur eigenen Lebensgestaltung anbietet, sondern in Stars und Sternchen, welche in den – v. a. audiovisuellen – Medien omnipräsent sind.

Ermöglicht hat diese religiöse Vielfalt eine Entwicklung, in der Religion sich nicht aus der Gesellschaft verabschiedet hat, sondern aus den traditionellen religiösen Institutionen ausgewandert ist. Die Rede von der „Säkularisierung“ kann damit nicht einen „Vorgang der religiösen Pathologie, die einfach an der zurückgehenden Reichweite der Kirchen abzulesen ist“²⁰, meinen, wohl aber eine „Verlagerung der Religion“²¹.

Die Religion ist dabei im Verlauf dieser Deinstitutionalisierung nicht verschwunden, sondern hat sich „immer weiter von ihren kirchlichen Ausprägungen entfernt und sich in anderen, schwer erkennbaren Gestalten mitten im Alltag gut

verborgen festgesetzt und hier ihre sicheren Nischen gefunden“²². Das (post-)moderne religiöse Feld ist damit deutlich weiter als die klar greifbaren traditionellen religiösen Institutionen. Die Situation zeichnet sich gerade dadurch aus, dass sich „Religion“ nun sehr breit und auf vielfältige Weise „verstreut“. Michael N. Ebertz spricht deshalb von der „*Dispersion des Religiösen*“, also seine[r] Verteilung auf ganz unterschiedliche Orte, Anbieter und Sozialformen“²³.

2.3 Der Sonderfall als Normalfall – „Medienreligion“ ist „Wahlreligion“

Die Vielfalt der religiösen „Angebote“ korrespondiert mit einer breiten Wahlhaltung bei den „Konsumenten“ und „Konsumentinnen“. „Ein religiöses Konsumverhalten greift um sich, das stärker an den eigenen Augenblicksbedürfnissen als an kirchlicher Loyalität orientiert ist“²⁴, und „Religion“ wird zur Privatsache, die allein der Auswahl des Betroffenen obliegt. Diese lassen ein „durch unterschiedliche Muster der ‚Bricolage‘ geprägte[s] neue[s] Feld des Religiösen“ entstehen, das die Tendenz hat, „den Raum des Religiösen eher zu erweitern als zu verengen“²⁵.

Peter L. Berger – der davon ausgeht, dass „*modernes Bewußtsein [...] eine Be-*

²⁰ Thomas Luckmann, *Die unsichtbare Religion*, Frankfurt a. M. 1991, 56.

²¹ Hubert Knoblauch, *Die Verflüchtigung der Religion ins Religiöse*, in: Thomas Luckmann (s. Anm. 20), 7–41.18.

²² Arno Schilson, *Jenseits aller Kommunikation: Medien als Religion?*, in: Hermann Kochanek (Hg.), *Ich habe meine eigene Religion. Sinnsuche jenseits der Kirchen*, Zürich 1999, 130–157.131.

²³ Michael N. Ebertz, *Die Dispersion des Religiösen*, in: Hermann Kochanek (Hg.) (s. Anm. 22), 210–231.218 (Hervorhebung nicht im Original).

²⁴ Reinhart Hummel, *Neue Religiosität und New Age*, in: Arno Schilson (Hg.), *Gottes Weisheit im Mysterium. Vergessene Wege christlicher Spiritualität*, Mainz 1989, 61–77.62.

²⁵ Karl Gabriel, *Gesellschaft im Umbruch – Wandel des Religiösen*, in: Hans-Joachim Höhn (Hg.), *Krise der Immanenz. Religion an den Grenzen der Moderne*, Frankfurt a. M. 1996, 31–49.40.

wegung vom Schicksal zur Wahl nach sich“²⁶ zieht – sieht für die (post-)moderne Gesellschaft den „Zwang zur Häresie“ gegeben. Das griechische Wort „*Hairesis*“ bedeutete ursprünglich ganz einfach, eine Wahl zu treffen“²⁷. Es meinte in seiner kirchlichen Verwendung eine Gruppe oder Partei innerhalb einer größeren religiösen Gemeinschaft, die sich von der religiösen Autorität der Gemeinschaft absetzt. Diese Möglichkeit, sich abzusondern, fällt mit der Deinstitutionalisierung und der Vielfältigung der Religion weg. Jetzt wird aus dem „Sonderfall“ der Häresie ein allgemeines Phänomen, dem sich keiner mehr entziehen kann und mit dem zugleich Freiheit wie Belastung verbunden sind. „Auf die Religion bezogen [...] bedeutet dies, daß der moderne Mensch nicht nur mit der Gelegenheit, sondern vielmehr mit der Notwendigkeit konfrontiert ist, hinsichtlich seiner Glaubensvorstellungen eine Wahl zu treffen. Dieses Faktum konstituiert den häretischen Imperativ in der gegenwärtigen Situation. So ist die Häresie [...] eine weitaus allgemeinere *Conditio* geworden; Häresie ist in der Tat universell geworden.“²⁸

Gleichzeitig kommt es – nun allerdings erst sekundär – über die einzelnen (meist nur begrenzt reflexiv geschehenden) individuellen Wahlen zu neuen Gemeinschaften. Dies zeigt wieder das Beispiel „Der Herr der Ringe“ – in seiner Buchfassung und in der Filmtrilogie –, in dessen Umfeld „gemeinschaftsstiftende“ Internetangebote angesiedelt sind.²⁹

2.4 Veralltäglichung des Lebens – „Medienreligion“ bewirkt „immanente Transzendenz“

Der oben eingeführte funktionale Begriff von „Religion“ (vgl. 2.1) legt nahe, bei der „Medienreligion“ auch von einer veränderten Transzendenz zu sprechen. Sobald die Frage der Offenbarung – also die Letztbegründung außerhalb der weltimmanenten Zusammenhänge – wegfällt und „Religion“ nur noch verschiedene – in der Regel stabilisierende – Aufgaben übernimmt, reduziert sich damit auch ihre „Transzendenzspannweite“.

Nach der Unterscheidung von Thomas Luckmann kann von drei unterschiedlichen Arten von Transzendenz – von „kleinen“, „mittleren“ und „großen“ – gesprochen werden. In der „Medienreligion“ kommt es zu einer Verschiebung von den „großen“ Transendenzen – also von den „Verweis[en] auf eine andere, außeralltägliche und als solche nicht erfahrbare Wirklichkeit“ – hin zur „mittleren“ oder „kleinen“ Transzendenz – wenn das „Nicht-Erfahrene grundsätzlich genau so erfahrbar ist wie das gegenwärtig Erfahrene“ beziehungsweise „das Gegenwärtige grundsätzlich nur mittelbar und nie unmittelbar, dennoch aber als Bestandteil der gleichen Alltagswirklichkeit erfahren wird“.³⁰

Große Transendenzen brauchen zur Vermittlung die beiden anderen Formen, sie gehen aber in diesen letztlich nicht auf.³¹ Die „Medienreligion“ nun bleibt bei den Formen einer „immanenten Transzen-

²⁶ Peter L. Berger, *Der Zwang zur Häresie. Religion in der pluralistischen Gesellschaft*, Freiburg i. Br. 1992, 24.

²⁷ Peter L. Berger (s. Anm. 26), 40.

²⁸ Peter L. Berger (s. Anm. 26), 44.

²⁹ Vgl. etwa das Informationsangebot www.mittelerde-portal.de (31.7.2004) oder das Online-Rollenspiel www.mittelerde-rpg.de (31.7.2004)

³⁰ Thomas Luckmann (s. Anm. 20), 167.

³¹ Vgl. Karl Gabriel (s. Anm. 25), 31–49.40.

denz“ stehen. Sie legitimiert sich nach den Gesetzen des Marktes, der auf die Nachfrage und die Bedürfnisse der Menschen mit entsprechenden Angeboten reagiert. Niemand geht davon aus, dass die große Erzählung „Der Herr der Ringe“ in irgendeiner Weise explizit auf religiöse Offenbarung Bezug nimmt. Trotzdem „wirkt“ die Filmtrilogie funktional-religiös – also im Sinne einer reduzierten Transzendenz –, indem sie für die Zuschauenden die (post-)modern unübersichtliche Welt ordnet und das Vertrauen auf den Sieg des Guten und Gerechten stärkt.

„Medienreligion“ scheint heute deshalb so erfolgreich zu sein, weil sich in und durch Medien relativ leicht „immanente Transendenzen“ aufbauen lassen – diese damit menschlich machbar sind – und weil diese zugleich für die Menschen individuell und leicht zugänglich sind. Der protestantische systematische Theologe Günter Thomas spricht zum Beispiel auch von der „Liturgie des Fernsehens“³². Dieses bietet neben der realen Realität des alltäglichen Lebens eine mediale „transzendente“ Realität an, in die Nutzerinnen und Nutzer jederzeit ein- und aussteigen können. „Die Mehrkanalliturgie des Fernsehens ist ein mit dem Alltag stets mitlaufendes, zugriffssicheres Kommunikationsbeziehungswise Wahrnehmungskontinuum. Es ist ohne Anfang und Ende [...]. Unendlich, allgegenwärtig, vermeintlich alles sehend und nichts fordernd.“³³

Die Fernsehprogramme strukturieren zudem die Zeit (z. B. mit den Abendnachrichtensendungen), stiften ein Zusammengehörigkeitsgefühl (z. B. in Öster-

reich die vielbeworbene „Ö 3-Gemeinde“ der Ö 3-Radiohörerinnen) und reduzieren Wirklichkeit, indem sie die – echten oder anscheinend – relevanten gesellschaftlichen Themen vorgeben. Auch der Zugang zur „pfingstlichen“ Gemeinschaft des World Wide Web liegt inzwischen auf vielen Computern nur einen Mausklick entfernt. Diese „Transendenzen“ sind damit auch offener, niederschwelliger und unverbindlicher als kirchliche Angebote und weniger aufwändig als „Transzendenztechniken“ der christlich-spirituellen Tradition. Sie schreiben mit ihrer optimistischen Sicht der Medienentwicklung und deren Möglichkeiten zugleich einen Fortschritts- und Zukunftsglauben weiter, der in der (Post-) Moderne brüchig geworden ist.

2.5 „Spieglein, Spieglein an der Wand ...“ – „Medienreligion“ als Wechselspiel zwischen Projektion und Ästhetisierung

Wenn man sich die medial produzierten Transendenzen genauer anschaut, dann kann man feststellen, dass sich diese – typisch marktkonform – aus einem wechselseitigen Mechanismus von Projektion und Ästhetisierung ableiten. Besonders deutlich wird der Projektionsmechanismus bei Prominenten und Stars, die den Menschen über die Medien Spiegelflächen für die eigenen Sehnsüchte und Hoffnungen anbieten.

Die mediale Präsenz der 1997 tödlich verunglückten Diana Spencer zeigt beispielsweise – zeitlich versetzt – zwei Pha-

³² Vgl. Günter Thomas, *Medien – Ritual – Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens*, Frankfurt a. M. 459–517.

³³ Günter Thomas, *Die Wiederverzauberung der Welt? Zu den religiösen Funktionen des Fernsehens*, in: Peter Bubmann/Petra Müller (Hg.), *Die Zukunft des Fernsehens. Beiträge zur Ethik der Fernsehkultur*, Stuttgart 1996, 113–139.117f.

sen der Inszenierung durch die Medien: die der „Märchenprinzessin“ und die der „(post-)modern kämpfende Frau“. Die Faszination des „Dianamythos“ liegt darin, „daß jede und jeder in ihr ein Stück von sich selbst entdecken kann und soll. Wer in den Spiegel ‚Diana‘ hineinschaut, entdeckt ein Stück seiner selbst. Diana gibt eine ungeheuer breite Projektionsfläche ab für nicht nur weibliche Selbstbilder.“³⁴ Die medial projizierte Person gibt dabei Grundthemen vor, bleibt aber sonst relativ wenig festgelegt. „Die Fülle der Projektionen, die die Figur Dianas auf sich ziehen kann, bedingt eine gewisse Unschärfe des Bildes der Prinzessin von Wales. Gerade diese Unschärfe aber erweist sich für Projektionen als vorteilhaft.“³⁵

Dem Bedürfnis nach Projektion gegenüber steht die ästhetische – das heißt aufwändige und kunstvolle – Darstellung von Inhalten in den Medien. In die mediale Inszenierung werden sehr viel kreative und finanzielle Mittel investiert – bei der Filmtrilogie „Der Herr der Ringe“ spricht man von einem Produktionsetat von rund 190 Millionen Dollar. Die Faszination der Darstellung lassen Weiterführendes und Reflexives schnell in den Hintergrund treten. Die Tiefe liegt hier bereits in der Oberfläche – beziehungsweise anders formuliert: Es kommt zu einer „Veroberflächlichung“ – das heißt eine Konzentration auf die Oberfläche –, die so wiederum die Projektionsmöglichkeiten fördert.

Norbert Bolz spricht – dies kann das eben Gesagte verdeutlichen – mit Bezug auf den Designer Mihai Nadin davon, dass

die Multimediagesellschaft eine „Civilization of Illiteracy“ ist, die – aus den „Fesseln der natürlichen Sprache“ befreit – von der neuen Leitwissenschaft des Designs geprägt ist.³⁶ Die hier nun vorherrschende Präsenz von Bildern und „gestalteten Oberflächen“ eröffnet Interpretationsmöglichkeiten und schafft Freiraum für Projektionen.

3. „Auenland“ ist nicht gleich „Auenland“! – Die Aufgabe der Kirche in einer „medienreligiösen“ Kultur

Angeichts der Bearbeitung der Wirklichkeit der Menschen, wie sie beispielsweise in der Filmtrilogie „Der Herr der Ringe“ geschieht, bedarf es von Seiten der Kirche und der Theologie einer Haltung, die sowohl die heutige Situation und die Erfahrungen der Menschen ernst nimmt, als auch jenen Gott zur Sprache bringt, der menschliches Vermögen auffängt und zu wandeln vermag. Ich spreche in diesem Zusammenhang von der *Verantworteten Gottzeugenschaft*.

3.1 *Verantwortete Gottzeugenschaft* ist *verantwortet*, wenn sie die „Freude und Hoffnung, Trauer und Angst der Menschen von heute“ (GS 1) wahrnimmt und nicht neben, sondern *in* diese Situation hinein ihre Botschaft thematisiert. Dabei sind die Formen der „Medienreligion“ als Anzeichen und Ausformungen von „Sinn und Geschmack fürs Unendliche“³⁷ ernst zu nehmen – ebenso wie die Gefährdun-

³⁴ Michael Nüchtern, *Die (un)heimliche Sehnsucht nach Religiösem*, Stuttgart 1998, 34.

³⁵ Ebd.

³⁶ Norbert Bolz, *Die Wirtschaft des Unsichtbaren, Spiritualität – Kommunikation – Design – Wissen: Die Produktivkräfte des 21. Jahrhunderts*, München 1999, 90f.

³⁷ Friedrich Schleiermacher, *Über die Religion. Reden an die Gebildeten unter ihren Verächtern*, Hamburg 1958, 30.

gen, die das (post-)moderne Leben mit sich bringt (s. 1). Das bedeutet (im Bild gesprochen), dass Kirche den „Weg des Ringes von Auenland nach Mordor“ mitzugehen hat – ja, dass sie nur unter der Voraussetzung des echten und beständigen Mitgehens mit den Menschen Gott wirklich bezeugen kann!

3.2 Zugleich hat *Verantwortete Gottzeugenschaft* darauf hinzuweisen, dass die Lösungen, die auf dieser „Reise durch Mittel Erde“ angeboten werden, der umfassenden Wirklichkeit des Menschen allein nicht gerecht zu werden vermögen – ja, dass diese tendenziell oder real Lebensaspekte verkürzen oder ausblenden. Sie legt wirklich von *Gott Zeugenschaft ab*, wenn sie das Leben der Menschen nicht bei sich belässt, sondern die Botschaft von Gott, der volles Leben für alle Menschen verheißt, thematisiert. Sie fordert damit – wie Franz-Xaver Kaufmann v. a. für die jüdisch-christliche Tradition festhält (vgl. 2.1) – auch Distanzierung von den gegebenen Verhältnissen ein. Hier muss deutlich werden, dass das wohlbehütete und friedvolle Leben „in Auenland“ nicht allein – wie die Filmtrilogie „Der Herr der Ringe“ suggeriert – menschlich gemacht werden kann, sondern Geschenk Gottes bleibt – und nicht zuletzt, dass dieses Leben sich nicht einer klaren Scheidung zwischen Gut und Böse verdankt, sondern des Aufgehoben- und Verwandelt-Werdens – auch des Missglückten und Konfliktvollen – aus unendlicher göttlicher Liebe heraus bedarf.

Zum Bezeugen Gottes in der Medienreligion gehört auch der Hinweis auf die Vielfalt des Lebens, die größer ist als ihr Abbild in den Medien. Beispielsweise ist es wichtig – etwa angesichts der medialen Berichterstattung bei großen Katastrophen – den Unterschied zwischen medialer und realer Wirklichkeit³⁸ zu betonen oder darauf hinzuweisen, dass die Rede von dem virtuellen Global Village sowohl die Leibhaftigkeit der menschlichen Existenz als auch die Menschen, die nicht über die entsprechenden Zugangsmöglichkeiten verfügen, ausgrenzt.

Hierher gehört aber auch Sensibilität für die Gefährdungen, denen kirchliches Engagement in den Medien ausgesetzt ist. Auch kirchliche Medienpräsenz kann dem oben geschilderten Kreislauf von Projektion und Ästhetisierung (vgl. 2.5) erliegen. Sie bedarf deshalb immer wieder der Achtsamkeit, ob sie „durchlässig“ auf eine größere Transzendenz hin bleibt, die so menschlich nicht „machbar“ ist. Tut sie dies nicht, handelt sie sich den Vorwurf Ludwig Feuerbachs, Gott sei das überhöhte Wunschenken der Menschen,³⁹ zu Recht ein.

3.3 „Medienreligion“ ist damit – dies kann man zusammenfassend festhalten – nicht (nur) Konkurrenz für die christliche Botschaft, sondern beschreibt die Situation, in die hinein und durch die hindurch die Botschaft vom Gott des Lebens und der Liebe anzusprechen ist. Der Weg durch die (Post-)Moderne führt auch für die Kirche auf der Seite der Menschen durch

³⁸ Auf dieses Problem in Bezug auf die Kriegsführung weisen beispielsweise hin: *Georg Seeßlen/Markus Metz*, *Krieg der Bilder – Bilder des Krieges*. Abhandlung über die Katastrophe und die mediale Wirklichkeit, Berlin 2002.

³⁹ Vgl. *Ludwig Feuerbach*, *Das Wesen des Christentums*, Bd. 2, Berlin 1956, 340.

„Mittelerde“ und durch die Gefährdungen, denen Frodo Beutlin und seine Freunde ausgesetzt sind, hindurch.

Weiterführende Literatur:

Horst Albrecht, *Die Religion der Massenmedien*, Stuttgart 1993.

Jo Reichertz, *Die Frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diesseitsreligion (Passagen Transzendenzen 10)*, Konstanz 2000.

Aufgabe der Kirche ist es aber gleichzeitig, jene Befreiung „aus der Knechtschaft des Ringes“ aufzuzeigen, die nicht allein in menschlichem Vermögen liegt, aber gerade dadurch wirklich Erlösung –

für alle Menschen und für das ganze Leben – verheißt. *Diese Hoffnung* vermag Menschliches aufzugreifen sowie tatsächlich das Leben und die Welt zu verwandeln!

Der Autor: Dr.theol. Thomas H. Böhm, geb. 1965 in Würzburg, studierte Musikwissenschaft und Katholische Theologie und hat eine Ausbildung für den „Fachmann für Public Relations und Marketing“. Er arbeitet derzeit als Assistent am Institut für Praktische Theologie der Universität Innsbruck. Veröffentlichungen u.a.: *Religion – Glaube – Kirche*, in: F. Weber u.a. (Hg.), *Im Glauben Mensch werden*, Münster 2000, 53–64; *Religion in Medien*, unveröffentl. Diss., Innsbruck 2003 (Druck 2005).