
Falltüren, Hochseilakte und Punktlandungen

Öffentliche Verkündigung in postmodernen Zeiten¹

Wilhelm Gräß

Trap Doors, Tight Ropes, Precision Landings: Public Proclamation of the Gospel in a Post-modern Era. Today, public is what is discussed in the mass media. In the media, the (Christian) religion cannot pretend to be news any more, its role is to comment on what is going on in the world and to do so in a narrative, entertaining way.

I. Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft

Öffentlichkeit in modernen oder gar postmodernen Zeiten ist die Öffentlichkeit der Medien. Öffentliche Verkündigung ist ebenso diejenige Verkündigung, die in den Medien stattfindet.

Die Öffentlichkeit der Gottesdienste in den Gemeinden ist sehr, sehr begrenzt, wenn von ihr überhaupt noch ernsthaft die Rede sein kann. Die Gottesdienste in den Gemeinden sind für die, die unsere Gemeinden bilden. Gewiss, es kann jeder hereinkommen. Im Prinzip sind unsere Gottesdienste öffentlich. Aber wehe dem, der sich dann doch nicht auskennt. Er wird schwer nur sich zurechtfinden, kaum verstehen, was da eigentlich vor sich geht. Die Predigt ist in der Regel höchst voraussetzungsvoll. Es wird die Bibel aufgeschlagen und daraus vorgelesen, als sei dies ganz selbstverständlich und wichtig und wahr, was da zu lesen ist. Es wird so getan, als sei die Bibel an die heutige Gemeinde adressiert. Dass da Hörer sind, die wissen, worauf sie sich eingelassen haben, denen der christliche Glaube etwas bedeutet, steht gewissermaßen außer Frage.

Wenn wir unter der Öffentlichkeit in modernen Gesellschaften die allgemeine Zugänglichkeit von Information und allgemeine Teilhabe an Kommunikation verstehen, dann ist die kirchliche Verkündigung in den kirchlichen Räumen nur in den seltensten Fällen öffentliche Verkündigung. Sie ist es jedoch in den Medien, im Radio, im Fernsehen, im Internet.

Das verlangt dann allerdings auch besondere Konsequenzen für Inhalt und Form solcher Verkündigung in den Medien, sonst ist sie auch in den Medien nur im Prinzip öffentlich. Genau da lauern denn auch die Falltüren, sind Hochseilakte verlangt und warten wir auf Punktlandungen. Die Vor-

¹ Vortrag auf der Tagung der Autorinnen und Autoren der Verkündigungssendungen beim WDR am 11. März 2003.

aussetzungen, die wir in der Kirche in Anspruch nehmen können, sind in den Medien nicht gegeben. Keine Vertrautheit mit der Bibel, keine Kenntnis von den Inhalten des christlichen Glaubens, nicht einmal entschlossene Bereitschaft zum Hinanhören können vorausgesetzt werden. Es gilt Aufmerksamkeit erst zu wecken. Vom christlichen Glauben soll die Rede sein, aber so, dass sich seine Relevanz für den Alltag zwanglos erschließt. Ich darf ihn nicht hinterrücks einschmuggeln, aber auch nicht mit der Tür ins Haus fallen. Es soll von der Wirklichkeit unseres Lebens im Heute die Rede sein. Es darf aber auch nicht banal und schon gar nicht kitschig klingen. Ich muss irgendwie übers Alltägliche hinaus, eben aufs Hochseil, in die theologische Deutungsperspektive. Es muss etwas religiös Erbauliches gesagt werden, aber doch so, dass es in die Banalität und Brutalität des Alltags hinein trifft, klärend, hilfreich, orientierend auch fürs Handeln in einer komplizierten Welt. Das wäre die Punktlandung, wenn die Relevanz des Glaubens, die Lebensdeutung, die das Christentum beinhaltet, sich für den Alltag erschließt. Dann darf ich aber auch nicht zu hoch, theologisch zu steil übers Hochseil gegangen sein. Aber von oben muss schon kommen, was ich in die merkwürdige Wirklichkeit des Lebens meiner Hörer zu sagen versuche, sonst fragt sich der Hörer, was soll's, wozu brauch ich da die Kirche, wenn sie mir nicht mehr zu sagen hat, als ich mir auch schon selber sagen konnte.

Das alles ist zu bedenken, zu leisten und vorzubereiten dort oben auf dem Hochseil öffentlicher Verkündigung in den Medien, ohne Netz und doppelten Boden, gewissermaßen voraussetzungslos, ohne Hörer zu haben, die kommen, um eine auf die Bibel gegründete Predigt zu hören, ohne auf Vorkenntnisse vom Christentum zu setzen. Ohne gezielte Hörbereitschaft. Aber dann vielleicht doch mit einer gewissen Aufmerksamkeit, der Bereitschaft hinzuhören, wenn in den kirchlichen Verkündigungssendungen ein Bericht kommt, ein Kommentar, eine kleine Erzählung, unterhaltsam dargeboten, lebensnah. Dann darf man auch merken, dass die Sendung von der Kirche kommt, sie etwas mit dem Glauben, mit Gott, mit Religion zu tun hat. Dann darf es sogar etwas abgehoben sein vom Alltäglichen, sonst droht zu schnell die Falltür des Banalen. Man will ein Stück aus der alltäglichen Wirklichkeit heraustreten, eben auf dieses Hochseil gelangen, um anders wieder auf die alltägliche Wirklichkeit zurückzukommen, mit etwas zum Nachdenken, einem Anstoß fürs Wollen, einem Gefühl der Erleichterung. Dies alles ohne Netz und doppelten Boden.

Das ist es, was die Öffentlichkeit der Verkündigung so herausfordernd macht. Wir werden uns ihr zunehmend auch hinter unseren Kirchenmauern stellen müssen. Auch in den Kirchen können wir je länger je weniger die Augen davor verschließen, dass wir in einer Mediengesellschaft leben, die Medien es sind, die Öffentlichkeit herstellen und sie prägen.² Die Me-

² Vgl. *Reiner Preul*, Kommunikation des Evangeliums unter den Bedingungen der Mediengesellschaft, in: *ders. / Reinhard Schmidt-Rost* (Hg.), Kirche und Medien, Gütersloh 2000,

dien formen das öffentliche Bewusstsein in allen Belangen. Sie formen das Bewusstsein der Zeitgenossen auch in dem, was sie religiös ansprechbar macht. Um der Öffentlichkeit der Verkündigung in den Medien wirklich gerecht zu werden, müssen wir die Medien und was sie aus der Gesellschaft machen, wie sie den Zeitgeist und das Zeitbewusstsein formen, beobachten. Mediengerecht wird die öffentliche Verkündigung in den Medien nur sein können, wenn wir die religiöse Frage in der Formung, die die Medien ihr geben, erkennen.³

II. Religion in der Mediengesellschaft

Die Mediengesellschaft erzeugt einen spezifischen Bedarf an Religion. Sie lenkt das religiöse Interesse der Menschen in eine bestimmte Richtung. Dies fordert auch die kirchliche Verkündigung neu heraus. Sie muss auf den spezifischen Religionsbedarf in der Mediengesellschaft sich einstellen.⁴

Niklas Luhmann hat den gesellschaftlichen Stellenwert der Massenmedien pointiert auf den Begriff gebracht: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“⁵ Luhmann hat ebenso die sozio-kulturellen Folgewirkungen der Massenmedien treffend beschrieben: Die Mediengesellschaft

9–50. Preul bleibt allerdings dem in der Theologie bislang üblichen Verfahren der Verknüpfung einer normativ-dogmatischen mit einer empirisch-soziologischen Methode verhaftet: Die Botschaft der Kirche steht mit Bibel und Bekenntnis fest. Die Mediengesellschaft veranlasst lediglich zu der Frage, welche Möglichkeiten, Grenzen und vor allem Gefahren sie für die Verbreitung dieser Botschaft mit sich bringt. Über diese Sicht der Dinge kommen auch die Beiträge im jüngst zu unserem Thema erschienenen Band nicht hinaus. Vgl. *Christian Dräger / Nikolaus Schneider* (Hg.), *Medienethik. Freiheit und Verantwortung* (Festschrift zum 65. Geburtstag von Manfred Kock), Stuttgart 2001.

³ Pionierarbeit in der Wahrnehmung der Medien und der Reflexion auf die Konsequenzen für Religion und Kirche hat geleistet: *Horst Albrecht*, *Die Religion der Massenmedien*, Stuttgart u. a. 1993; wichtige Impulse gaben *Hans-Joachim Benedict*, *Fernsehen als Sinnsystem?*, in: *Wolfram Fischer / Wolfgang Marhold* (Hg.), *Religionssoziologie als Wissenssoziologie*, Stuttgart 1978, 117–137; *Hermann Pius Siller*, *Bildschirmreligiosität – Thesen aus theologischer Sicht*, in: *Eckhard Bieger / Wolfgang Fischer / Reinhold Jakobi / Peter Kottlorz* (Hg.), *zeitgeistlich. Religion und Fernsehen in den neunziger Jahren*, Köln 1994, 121–127; *Günter Thomas*, *Die Wiederverzauberung der Welt? Zu den religiösen Funktionen des Fernsehens*, in: *Peter Bubman / Petra Müller* (Hg.), *Die Zukunft des Fernsehens*, Stuttgart 1996, 113–139; *Günter Thomas*, *Medien, Ritual, Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens*, Frankfurt a. M. 1998; zuletzt vor allem *Arno Schilson*, *Medienreligion. Zur Signatur der Gegenwart*, Tübingen 1997.

⁴ Vgl. auch zum Folgenden *Wilhelm Gräß*, *Sinn fürs Unendliche. Religion in der Mediengesellschaft*, Gütersloh 2002.

⁵ *Niklas Luhmann*, *Die Realität der Massenmedien*, Opladen 1996, 9. Vgl. auch den zentralen Stellenwert, den die Medien in Luhmanns letztem großen Werk haben: *ders.*, *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, Frankfurt a. M. 1997, 190–412.

bewirkt eine ungeheure Beschleunigung, Dynamisierung und eben auch Verflachung des Lebens, Zeitschrumpfung und Raumverkürzung.⁶

Beidem kann die kirchliche Verkündigung begegnen. Sie kann die Zeit wieder dehnen, indem sie innehalten lässt. Sie kann den Raum weit machen, ihm wieder Tiefe geben, indem sie Perspektiven öffnet, die ins Offene weisen. Zur Welterklärung brauchen die Menschen die Kirche nicht mehr. Auch nicht unbedingt als Institution der Sinnvermittlung und Wertorientierung, jedenfalls nicht in einem alltagsweltlich elementaren Sinn. In einer immer dynamischer sich entwickelnden Mediengesellschaft verlangen die Menschen jedoch nach Orten und Gelegenheiten der Entschleunigung, der Verlangsamung, der Vertiefung, nach einem Ort, der an Grenzen reicht, über die endlichen Dinge des Lebens hinaus Ahnungen weckt, auf das Eine und Ganze verweist, aber so, dass wieder zurückzukommen ist auf das Viele und Alles, nun gestärkt in dem Gefühl, dass die Wirklichkeit im Vorhandenen nicht aufgeht, es ein Jenseits der endlichen Dinge gibt, eine geistige Wirklichkeit, die Macht hat, wo sie Menschen im Innersten ergreift.

Hinter den viel diskutierten Eigenarten moderner Zeiterfahrung stecken – neben der Geldwirtschaft – die Massenmedien. Sie sorgen für das eigentliche Modernitätsbewusstsein, die Prävalenz des Neuen, die das Alte sehr schnell als überholt erscheinen lässt. Die Medien beschleunigen und dynamisieren die Lebensverhältnisse.

In ihrer globalen Vernetzung dehnen sie Gleichzeitiges auf Ungleichzeitiges aus. Sie arbeiten erheblich mit an dem in vielen Lebensbereichen nach wie vor starken Fortschrittsdenken. Der geradezu neurotische Zwang in der Wirtschaft und in der Wissenschaft, ständig etwas Neues anbieten zu müssen, hängt mit den kulturprägenden Effekten der Massenmedien zusammen. Auch in Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kunst geht es ständig darum, Neues zu schaffen und hervorzubringen, für Veränderung zu sorgen. Diese Veränderungsdynamik ist in die Gesellschaft eingebaut, und das ist nicht immer so gewesen. Sie kommt in der Selbstbezeichnung der Gesellschaft als der „modernen“ oder dann schon wieder „postmodernen“ Gesellschaft zum Ausdruck. Das Neue veraltet permanent und muss durch Neues ersetzt werden. So kann auch die Moderne nicht modern bleiben, sie muss sich mit der „Postmoderne“ selbst überholen.

Mit diesen Vorgängen verbinden sich dann immer auch Bewertungen, die positiv oder negativ ausfallen können, je nachdem ob die (unbekannte) Zukunft und das Neue, das sie bringen wird, optimistisch oder pessimistisch beurteilt werden. Aber selbst diese zwanghafte Notwendigkeit, Entwicklungen bewerten zu müssen, dürfte noch dadurch ausgelöst sein, dass die Massenmedien täglich neu informieren und damit sowohl das Bewusstsein permanenten Wandels und stetiger Veränderung erzeugen als auch ein Gesamturteil verlangen, wie man sich diesem dynamischen Prozess von Veränderungen gegenüber einstellen soll. Auch dieses Verlangen

⁶ N. Luhmann, *Realität der Massenmedien* (Anm. 5), 47.

zur Selbstbewertung wird von den Medien provoziert und in der Regel zugleich befriedigt, indem bestimmte Einstellungspräferenzen durch die Medien selbst vermittelt werden. Nostalgie wie Fortschrittsoptimismus sind Medienerzeugnisse.

III. Verkündigung als narrative Lebensdeutung

Die Massenmedien fördern die Dynamisierung der gesellschaftlichen Entwicklung, die Modernisierungsprozesse, damit aber eben auch die Auflösung überkommener, soziale Sicherheit gewährender Beziehungen und Milieus. Sie überfordern durch ihre ständige Konfrontation mit Neuem und lassen je nach dem die Sehnsucht nach dem scheinbar Altbewährten, nach angeblich traditionellen Werten und gefügten Ordnungen wachsen. Die Bewertungen der gesellschaftlichen Veränderungsprozesse, welche die Medien ebenfalls provozieren und tragen, können Religion und Kirche sowohl auf die Seite der nostalgischen Bewahrung des Alten ziehen wie auf die der optimistischen Hoffnung auf das Neue, das kommen wird.

Weitere Krisenprovokation, zusätzliche Beschleunigung, Veränderung, Störung, Verunsicherung wird man der kirchlichen Verkündigung deshalb kaum als ihre Sache zumessen wollen. Aufgabe der kirchlichen Verkündigung kann es nicht sein, mit Neuem zu konfrontieren, mit überraschenden Nachrichten, aufregenden Botschaften usw. Kirchlichem Selbstverständnis scheint es zwar hin und wieder zu entsprechen, sich der von den Massenmedien erzeugten Veränderungsdynamik unreflektiert anzuschließen. Dann soll das Evangelium als (gute) Nachricht verbreitet werden. Dann sollen die Menschen ihr Leben ändern. Dann soll die Kirche als missionarische Kirche eine unerhörte, den Menschen bislang unbekannte Wahrheit verkündigen.

Damit kommt die Kirche bei den Menschen freilich selten an. Aus verständlichen Gründen. Die Botschaft der Kirche ist nicht neu. Sie hat als solche zunächst einmal keinen Informationswert. Sie ist hochgradig redundant und muss das auch sein. Die Redundanz, die Wiederholung, die Erinnerung kann aber wieder zur Information werden – durch Aufmerksamkeitssteigerung für das Alte, Bekannte, in seiner Substanz gar nicht Verbesserungsfähige. Die Werbung macht das ständig vor. Sie bringt auch keine Überraschungen, verstört nicht mit Neuem, aber macht das Alte, Bekannte, Vertraute – wofür die Marke steht – doch immer wieder attraktiv. Wodurch? Durch Perspektivenverschiebungen, das Erfinden von ansprechenden Metaphern, den Entwurf von Bildern, an denen das Auge haften bleibt. Im Erzählen von komischen Geschichten, durch die kreative Arbeit an der symbolischen Form hält die Werbung das längst Bekannte in der Erinnerung, bringt sie immer wieder in Kontakt mit Ur-Vertrautem.

In solchem Verfahren liegt im Grunde auch die Chance der kirchlichen Verkündigung. Es ist der Weg nicht der Überraschung mit Neuem, son-

dern immer wieder erneuerter Aufmerksamkeit für das Vertraute. Verkündigung in postmodernen Zeiten, d. h. alte Geschichten und Bilder vom Gelingen des Lebens erzählen, sie wieder hervorkehren, in die Erinnerung rufen und in die Tiefe führen. Die Religion steht für das Bleibende in der Dynamik des Wandels, die Gegenwärtigkeit des Unendlichen im Endlichen, das Ewige mitten in der Zeit.

Verkündigung im Sinne des schlichten Weitersagens der biblischen Botschaft greift nicht mehr. Nicht eine vorgegebene „Botschaft“ ist auszurichten, mit dem Anspruch auf die „große Störung“ gar, als „Gute Nachricht“. Es kommt vielmehr darauf an, die biblischen Motive und Gesten, die für die SinnEinstellung und die Lebensform des Christentums stehen, redend so ins Bild zu setzen, dass ihre Sinn-Wahrheit aufleuchtet und sie eine lebensführungspraktische Plausibilität gewinnen. Mit Worten sind Bilder zu malen und Geschichten aufzubauen, die zum Nachdenken einladen, auf unterhaltsame Weise anregen, für einen Moment innezuhalten, die ein positives Gefühlsmuster vorgeben, in eine wohltuende Gestimmtheit versetzen, eine innere Bewegung auslösen. Das gelingt nicht durch Redundanzabbau, sondern verlangt Resonanzverstärkung, aber wie die Werbung paradoxerweise mit Überraschungseffekten.

Öffentliche Verkündigung in postmodernen Zeiten heißt, einen Beitrag zu versuchen zur christlich-religiösen Deutung eben dieser Zeiten. In der Dynamik ihres Wandels sind Erinnerungen zu stiften, an das was bleibt. Die alten, biblischen Symbole des Glaubens, Gottesbilder, Rechtfertigungsgeschichten, Geschichten vom Auszug und von der Heimkehr des Verlorenen, Passions- und Auferstehungsgeschichten sind aufzugreifen, existentiell-religiös zu vergegenwärtigen, so dass sie zur Deutung dessen werden können, was es heißt, in dieser Zeit – von Gott begleitet – zu leben.

Aufgabe der Kirche ist das Erzählen von Heils- und Unheilsgeschichten nicht im Sinne gesteigerter Krisenprovokation, sondern als Hilfe zur Krisenbewältigung – durch Sinnvergewisserung, die von den Identifikationsangeboten ausgehen, die in gut inszenierten Stücken enthalten sind, zumal dann, wenn sie von Heiligen handeln und weniger Heiligen, in deren Erfahrungen, in deren Leiden und Tun wir uns selbst entdecken und finden können. Kirchliche Verkündigung in den Medien muss religiöse Lebensdeutung sein, die Inszenierung von Stücken, die aus dem Leben gegriffen sind, in denen zugleich biblische Motive und Gesten eine Rolle spielen, die an sich selber schon religiös grundiert, implizit religiös sind oder aus religiösen Motiven eine andere Möglichkeit ihrer Bewältigung finden können. Die homiletische Kunst in postmodernen Zeiten ist religiöse Deutekunst, die Interpretation von mehr oder weniger alltäglichen Lebenserfahrungen auf ihre impliziten oder expliziten christlich-religiösen Motive hin, die Aufhellung der religiösen Grundierung des Alltags, die Exposition des Gewinns, den es lebenspraktisch bringen kann, wenn

die christlich-religiöse Sinnperspektive (Letztlich ist alles Gnade!) bewusst in die Lebensführung übernommen wird.⁷

Religion ist dadurch definiert, dass es in ihr um „ultimate concerns“ (*Paul Tillich*), um die Symbolisierung der letztinstanzlichen Horizonte unserer Daseinsorientierung geht. Solche Symbolisierung geschieht im Erzählen sinnvoller Geschichten und in der Gestaltung von Symbolen, die ganzheitliche Anschauung gewähren, zu denken geben, den „Sinn fürs Unendliche“, die Dimension der Transzendenz wecken und lebendig halten. Die Religion darf die Komplexität und die Dynamik der Lebensverhältnisse, ihre Unüberschaubarkeit und Kontingenanzfälligkeit, ihre Banalität auch, nicht ihrerseits noch steigern wollen, sondern muss sie transzendieren auf das Einfache, Feststehende, Notwendige, Ewige hin.

Allerdings, wenn diese religiöse Kommunikation mit den modernen Bewusstseinsverhältnissen kompatibel bleiben will, dann darf sie die Unbedingtheitsdimension auch nicht in fundamentalistischer Manier als Aufbau von Gegenwelten inszenieren. Sie muss an das Realitätsbewusstsein und die Wirklichkeitsauffassungen, welche die Medien gründen, anschlussfähig bleiben. Und das kann sie nur, wenn sie diese permanent beobachtet und dabei auch vor der Wahrnehmung nicht zurückschreckt, dass die Medien selbst – in weithin nicht-religiöser Sprache – am religiösen Bewusstsein arbeiten. Auch das Kino erzählt Geschichten, die Lebenserfahrungen deutend zugänglich machen und Identifikationsangebote für die eigene Lebensführung aufbauen.⁸ Auch das Kino schafft Symbole, mit denen sekundäre, vom Alltag unterschiedene Welten entstehen, die in die Dimension der Transzendenz führen und ein eigenes Verhalten zu ihr formen. Die Medien tun dies im Grunde mit allen ihren Programmen, mit ihren Nachrichten, Berichten und Kommentaren, ihren Werbesendungen und am stärksten vermutlich mit ihren unterhaltsamen Erzählungen aus dem Leben und wie mit ihm zu-rechtzukommen ist, auch wo das Gelände unübersichtlich wird.

Das kann für die kirchliche Verkündigung jedoch nur die Konsequenz haben, es besser, vor allem ein Stück weit direkter, expliziter machen zu wollen, was den religiösen Gehalt anbelangt. Die kirchliche Verkündigung kann aus dem Reichtum an starken Bildern und guten Geschichten schöpfen, den sie in ihren Überlieferungen hat. Zugleich leistet sie aber auch den kritisch-konstruktiven Anschluss an die Zeiterfahrungen, unter Einsatz der Hermeneutik. Sie bringt die alltäglichen Lebenserfahrungen ebenso zur Auslegung wie die biblische Tradition. Das sind harte Anforderungen. In ihnen liegt aber auch die Größe und das Gewicht des religiösen Berufs. Dafür braucht es Theologie.

⁷ Vgl. *Wilhelm Gräß*, *Lebensgeschichten – Lebensentwürfe – Sinndeutungen. Eine Praktische Theologie gelebter Religion*, Gütersloh 2000.

⁸ Vgl. *Jörg Herrmann*, *Sinnmaschine Kino. Sinndeutung und Religion im populären Film*, Gütersloh 2001.

Die Theologie muss die Mechanismen der Gesellschaft bewusst reflektieren. Dann kann sie helfen, die religiöse Deutungsperspektive in eine in dieser Gesellschaft auch wahrnehmbare symbolische Form zu bringen. Explizit religiöse Kommunikation in der Kirche oder eben in den Medien sollte in dem Wissen darum geschehen, welchem Dynamisierungs- und Veränderungsdruck die Menschen unter den Bedingungen dieser Gesellschaft ausgesetzt sind. Es sind die gegenwartskulturell spezifischen Erfahrungen, die man unter diesen Bedingungen mit sich selbst, mit den anderen, mit der Gesellschaft macht, religiös zu deuten: Dadurch, dass glaubwürdige Geschichten von der Meisterung des Lebens erzählt und nachdenkliche Bilder als Wort von Gott entworfen werden.

Worum es gerade nicht gehen kann, das ist der zum Scheitern verurteilte Versuch, irgendwie den „heiligen Bogen“ zu schlagen, an die Flut der Nachrichten auch noch die „Gute Nachricht“ von Gott anzuhängen. In die vielen Geschichten vom Leben, die das Fernsehen erzählt, auch noch die Geschichte von Jesus einzubringen. Neben die verlockenden Botschaften der Werbung auch noch die Einladung in die Kirche zu platzieren.

Die Aufgabe kirchlicher Verkündigung ist es, die Wirklichkeit unserer alltäglichen Erfahrungen wie diejenige, die uns die Medien vermitteln, aufzunehmen, zu transformieren, zu verfremden, kritisch zu reflektieren, zu interpretieren, zu deuten, behutsam, aber merklich die Perspektive zu verschieben. Darin würde ich den Hochseilakt sehen, den es zu erbringen gilt, der Tanz auf dem Seil hoch über der erfahrenen und erlittenen Wirklichkeit des Lebens: dass man da oben einen besseren Überblick bekommt und vielleicht einen besseren Ausgang der Dinge erkennen kann. Man sieht die Dinge genauer, überblickt vieles, das Ganze. Deutung wird möglich, ein besseres Verstehen des Ganzen und wie es mit Gott als dem Sinn des Ganzen zusammenhängt.

Allerdings, es besteht die Gefahr, sowohl abzustürzen, sich in der Wirklichkeit zu verlieren, die religiöse Perspektive ihrer Deutung doch nicht in den Blick zu bekommen. Oder auch, gänzlich abzuheben, dann so von Gott und den Geschichten von ihm zu erzählen, dass jede einigermaßen treffliche Landung vereitelt wird, nicht zur Einsicht kommt, was diese Geschichte mit dem Alltag des Lebens zu tun haben könnte, wie Gott in meinem Leben vorkommt und was dadurch anders wird in meinem Erleben des Lebens und der Weise, in der ich es führe.

Gefragt ist der christliche Kommentar zur Zeit und den eigenen Erfahrungen in ihr, aber doch genau so, dass er sich merklich vom politischen unterscheidet – durch Profilierung der religiösen Deutungsperspektive. Und das ist eine solche, die mit neuen oder besser noch mit ganz alten, aber immer noch eindrücklichen Geschichten davon aufwartet, wie das Leben trotz allem, was dagegen spricht, gelingen kann. Sie imponiert mit immer noch nachdenklichen Bildern vom Glück in allem Unglück.

Dabei kann herauskommen, was das Christentum zu sagen hat zu den ambivalenten Zeiterfahrungen, den Erinnerungen, Erwartungen und Befürchtungen, welche die Medien transportieren und die in den Tiefenstrukturen des kulturellen Gegenwartsbewusstseins präsent sind. Die existentiellen Sinn-Fragen, die durch Nachrichten über Katastrophen, politische Konflikte und Umbrüche ausgelöst werden, können aufgenommen werden.

Was für uns der Fall ist, was geschieht, geht bereits aus den Nachrichten und Berichten hervor. Sie konstruieren Realität. Sie erneuern permanent unser Wissen von der Wirklichkeit. Sie sind gewissermaßen die allwissende Instanz, die Ereignisgeschichte und die Offenbarung ihrer Wahrheit. Der Gott der Mediengesellschaft, so könnte man auch sagen, ist der Nachrichtensprecher. Die Medien offenbaren die Wahrheit. Sie informieren über die Wirklichkeit, indem sie diese zugleich immer auch hervorbringen. Denn in Wahrheit wirklich ist ja nur, worüber die Medien berichten. Und die Instanz, welche die Wahrheit prüft, sind wiederum die Medien selbst. Wenn Zweifel aufkommen, ob tatsächlich der Fall ist, was die Medien berichten, sieht man sich schließlich wiederum auf Medien verwiesen bzw. auf Informationsquellen, die wiederum nur über die Medien zugänglich sind, auch wenn sie dabei in andere gesellschaftliche Systeme ausgreifen, etwa in die Wissenschaft. Medien informieren nicht nur über die Wirklichkeit, sie vermitteln immer auch eine bestimmte Auffassung, ein Bild von ihr. Sie konstituieren Wirklichkeit. Darin sind sie eine Form impliziter Religion. In Anschlusskommunikationen, z. B. im Kommentar, der sich an die Nachrichten und Berichte anschließt, können sie selbst sogar explizite Religion bilden.

Zum vorrangigen Gegenstand explizit religiöser Kommunikation in der kirchlichen Verkündigung kann und sollte es werden, etwas dazu zu sagen, wie wir uns zu diesem Bild der Wirklichkeit, zu den Weltbildern der Medien verhalten, wie wir sie deuten, wie wir uns selbst darin deuten. Dann ist kirchliche Verkündigung auch so etwas wie Anschluss-Kommunikation an die Medienrealität, gewissermaßen im religiös vertiefenden Kommentar zur Lage – die die Massenmedien definieren. Wenn er gut gemacht ist, kann ein solcher Kommentar die Welt aber noch einmal „ganz anders“ sehen lassen.

IV. Verkündigung als Kommentar zur Welt

Vor allem mit ihren Nachrichten und Berichten, dann aber auch mit ihren Kommentaren zum Zeitgeschehen erzeugen die Massenmedien Information. Sie konstruieren die gesellschaftliche Wirklichkeit im Aufbau des Wissens von ihr.⁹

⁹ Vgl. *Peter L. Berger / Thomas Luckmann, Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*, Frankfurt a. M. 1970; *John Fiske, Introduction to Communication Studies*, London/New York 1990.

Insofern es in den politischen Kommentaren immer auch um die Deutung von Vorgängen in der Wirklichkeit der Welt geht, haben sie die größte Nähe zur Religion. Dennoch hat man erst Veranlassung von einem implizit religiösen Gehalt medialer Wirklichkeitsdeutung zu sprechen, wenn es ums Ganze geht, um eine Sprache, um Bilder, die an die Grenze gehen – und nach Katastrophen dies in der Regel auch tun, freilich immer nur, solange der Neuigkeits- bzw. Sensationswert erhalten bleibt. In den Religiösen gehen die den Nachrichten, Berichten und Kommentaren impliziten Wirklichkeitsdeutungen, wenn sie ansprechen (müssen), dass wir ins menschlich Unverfügbare, ins Ungeheure geraten – Katastrophen, Skandale, Ausbrüche sinnloser Gewalt und mörderischen Terrors. Dann stellen sie die Fragen nach dem Sinn so, dass sie – menschlich gesehen – ohne Antwort bleiben müssen. Dann geraten wir vor die Leere, ins Offene, stehen vor dem Unfasslichen. Religiöse Momente klingen in den Nachrichten, Berichten und Kommentaren an, wenn ihre Leser, Hörer und Zuschauer dieser Schrecken des Absurden, offenkundig Sinnlosen ergreift.

Implizit bzw. strukturell liegt ohne Zweifel in allen massenmedialen Programmen zugleich religiöse Kommunikation vor. Funktionen aber, die nur implizit bzw. strukturell vorliegen, erfüllen darin ihre Leistung aber noch nicht in unserem bewussten Leben. Selbst wenn es stimmen sollte, dass wesentliche Funktionen der Religion gesellschaftlich durch das System der Massenmedien erfüllt werden, muss dies auch für die Individuen wirklich werden können. Es muss sich deshalb immer auch explizite religiöse Kommunikation anschließen. Die Aufgabe kirchlicher Verkündigung sollte solche explizit religiöse Kommunikation sein. Die kirchliche Verkündigung wird dann aber eben auch die Form religiöser Kommentierungen zu den Ereignissen der Zeit und den lebensgeschichtlichen Erfahrungen der Menschen annehmen. Sie sollte dies professionell, mit Qualität tun: Kirchliche Verkündigung als Kommentar zum Zeitgeschehen, unter dem Vorzeichen des Evangeliums, dass ein Gott ist, der diese verquere Welt und unser aller merkwürdiges Leben immer noch in seinen Händen hält. Der Bibel und der Dogmatik sind die Symbole, die Erzählungen, die Bilder für die religiöse Deutung einer Ereignisgeschichte abzugewinnen, welche die Massenmedien mit ihren Nachrichten permanent weitererzählen.

Nicht als Nachrichten-, sondern als religiöse Deutungsagentur erfüllt die kirchliche Verkündigung in der Mediengesellschaft die an sie gestellten Herausforderungen. Religion ist vertiefende, perspektivische Deutung von Erfahrung. Wie kann sie diese Deutungskraft gewinnen? Eben dadurch, dass sie Geschichten erzählt, die an den Gott erinnern, der mitgeht, und Bilder zeigt, die die Wirklichkeit durchsichtig machen auf den Geist in ihr, das Wunder, das Unverfügbare – in einer den aktuellen Gegebenheiten sich öffnenden Interpretation des Lebens, seiner Konflikte und

Gefährdungen. Wenn dieser Bezug auf aktuell Gegebenes in der Deutung vom Ewigen her sich einstellt, dann ist die Punktlandung gelungen.

Der Falltüren freilich gibt es viele. Sie drohen besonders dort, wo man der Verlockung nicht widersteht, die Komplexität der Wirklichkeit noch einmal steigern zu wollen. Dann begibt man sich so in die Wirklichkeit, dass man in ihr umkommt. Religiöse Rede muss sich in die komplizierte Wirklichkeit hineinbegeben, das Strittige aushalten, aber dann sie auch transzendieren bzw. reduzieren auf das Einfache und Feststehende hin. Nicht um Beschleunigung kann es gehen, sondern um Verlangsamung. Genau so muss die kirchliche Verkündigung das Neue, das geschieht (in Politik und Gesellschaft, Wissenschaft und Kunst) aufgreifen. Sie muss darauf zurückkommen als auf etwas schon Bekanntes, Erfahrungen ansprechen, die jeder kennt und irgendwann schon gemacht hat oder machen wird, um dann andere, religiöse Sichtweisen und Perspektiven daran anzuschließen.

Das heißt konkret: Nicht einfach Botschaften von Gott ausrichten, nicht schlicht die „Gute Nachricht“ von Jesus verbreiten. Es geht sehr viel eher darum, Nachrichten, solche aus der Politik, der Kirche, aus der Unterhaltung oder der Werbung aufzunehmen, aktuelle Konflikte anzusprechen, mit vertiefenden Deutungen und anderen Geschichten an sie anzuschließen, die Perspektive zu verschieben.

V. Verkündigung als Unterhaltung in der Welt der Medien

Die Medien informieren uns nicht nur über die Wirklichkeit. Sie bringen nicht nur dasjenige hervor, das für uns als Wirklichkeit gilt und uns alltagspraktisch in Anspruch nimmt. Sie unterhalten uns auch. Sie bauen weitere, höherstufige symbolische Realitätsebenen auf. Sie errichten in den Köpfen und Herzen der Leser, Hörer, Zuschauer vorgestellte, in Vorstellungen, Gedanken, Phantasien symbolisch repräsentierte Welten. Es sind dies die Welten des Spiels und der erzählten, der mit tiefen wie schnellen, mit schönen wie schrecklichen Bildern inszenierten Geschichten.¹⁰

Gewiss produzieren die Medien Unterhaltung auch, damit wir die von Arbeit frei gewordene Zeit angenehm verbringen, möglicherweise auch, um sie „totzuschlagen“. Im Wesentlichen aber sorgen sie doch dafür, dass die Individuen, die im Zuge gesellschaftlicher Modernisierungsprozesse aus bindenden Traditionen und gefügten sozialen Ordnungen freigesetzt wurden, einen neuen „Unter-Halt“ bekommen. Wo wir uns unterhalten finden, sehen wir uns gerade nicht in unseren gesellschaftlichen Rollen und Funktionen angesprochen, sondern in unserem Menschsein, von der

¹⁰ Vgl. *Edward Branigan, Narrative Comprehension and Film*, London/New York 1992; *Franz K. Stanzel, Theorie des Erzählens*, Göttingen 1979; *David Bordwell, Narration in the Fiction Film*, London 21990.

Arbeit und vom Funktionieren-Müssen entlastet, in der Muße und „Freizeit“. Die unterhaltenden Medien treffen uns im Übergang zwischen unserer Sozialität und unserer Individualität. Wir schalten sie ein, um uns zu entspannen. Sie haben ihren Ort in der Freizeit, wo dann aber eben doch auch andere „Arbeit“ zu leisten ist, die „Arbeit“ an den Sozialbeziehungen, Beziehungskrisen und -konflikten. Unterhaltung wird für uns in jenen Lebensbezügen wichtig, wo wir den Anforderungen begegnen, die es bedeutet, persönliche Beziehungen aufzubauen und zu pflegen. Nun geht es um Freundschaft und Liebe, um Nähe und Distanz. Es gilt ein eigenes Selbst zu sein bzw. zu werden, eine persönliche Identität auszubilden, Sozialkompetenz zu entwickeln, ein Erwartungssicherheit ermöglichendes Selbstkonzept zu finden. Mit ihren Unterhaltungsprogrammen treffen uns damit die Medien genau auch am gesellschaftlichen Ort der Religion.

Die Massenmedien haben seit dem aufkommenden Zeitungswesen nicht nur über „einkommende“ Nachrichten informiert, sondern im Erzählen von Geschichten und mit anschaulichen Bildern immer auch die Brücke in die Welten der imaginativen Vorstellung geschlagen. Damit schufen sie die kulturellen Bedingungen für die Identitätsarbeit, die personale Selbstverortung der Individuen in einer Welt, die sich nicht zuletzt wiederum durch den Einfluss der Medien bzw. die Neuentwicklung der Medientechnologien immer schneller veränderte.¹¹ Die alten symbolischen Welten der Religion, ihre Erzählungen und ihre Bilder bekamen gewissermaßen Konkurrenz. Was die Religion geboten hatte, das fand man nun, auf dem Weg in die Moderne, zunehmend in der Literatur, im Theater, später in den Filmen des großen Gefühlskinos, dann in den nachmittäglichen Fernsehserien, in den Talk- und Gameshows.¹² Hier werden nun, auf ebenso spannende wie unterhaltsame Weise, die Sinn gewährenden, aber auch die ihn verweigernden Geschichten erzählt. Hier findet man, was Halt gibt, soziale Zugehörigkeiten schafft, Gefühle erschließt, Lebensentwürfe eröffnet, an Abgründe führt. Man hört Geschichten, in denen man Anteile eigener Erfahrungen wieder erkennen kann. Man steht sich ins Verhältnis gesetzt auch noch zu den Grenzerfahrungen des Lebens. Man hört die Sprache, die Unsagbares sagbar macht, im Wunder des Anfangs, in der Liebe, im Tod. Man steht vor Bildern, die Undarstellbares darstellbar machen – oft auf Grauen erregende Weise. Es ist das unterhaltende Programm der (zunächst vor allem literarischen, dann audio-visuellen) Massenmedien, das diese in die größten Nehen und eben auch Konkurrenzen mit der Religion bringt.

Die Unterhaltungsprogramme der Massenmedien, die Bücher und das Kino, das Fernsehen führen in Sinnerfahrung, weil sie auf spielerische und narrative Weise symbolische Sinnwelten aufbauen. Diese ermöglichen dem

¹¹ Vgl. Jochen Hörisch, *Der Sinn und die Sinne. Eine Geschichte der Medien*, Frankfurt a. M. 2001; Rainer Winter u. Roland Eckert, *Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Zur Entstehung und Funktion von Wahnachbarschaften*, Opladen 1990.

¹² Zu den populären Fernsehsendungen vgl. Lothar Mikos, *Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer*, Münster 1994; Jen Ang, *Das Gefühl Dallas*, Bielefeld 1986.

Leser, Zuhörer oder Zuschauer den Rückschluss auf Selbsterlebtes. Identifikationsangebote werden vermittelt, die immer auch die Arbeit an der eigenen, persönlichen Identität stützen. Die Nähe zur kirchlichen Verkündigung ist signifikant. Und umgekehrt wird verständlich, weshalb die kirchliche Verkündigung unter den Bedingungen der Mediengesellschaft die Tendenz zeigt, zeigen muss, zur unterhaltsamen religiösen Rede zu werden.

Die unterhaltsame Welt der Erzählungen, der Bücher und Filme ist alles andere als eine unwirkliche Welt. Es ist für uns Menschen im Grunde die eigentlich wirkliche Welt, diejenige, in der wir uns selbst verwirklichen. An dieser unterhaltsamen Welt der Erzählungen, der Geschichten vom Leben, kann und sollte kirchliche Verkündigung auf ihre Weise mitbauen. In der erzählten und gedeuteten Welt können wir uns auch noch zum Anfang und Ende, also zum Ganzen unseres Daseins verhalten, was uns in der realen Welt nicht möglich ist. Auch noch zu den Grenzen unseres endlichen Daseins können wir uns mit Erzählungen sinndeutend verhalten. Wir transzendieren sie mit unseren Vorstellungen und Gedanken, indem wir Geschichten erfinden. Mit Erzählungen verhalten wir uns zu allem, was uns selbst prinzipiell nicht zur Erfahrung werden kann – weil wir uns nicht von außen beobachten können. Wir können nur so tun als ob: Das machen wir im Erzählen von Geschichten. Erzählend errichten wir die symbolische Welt, in und aus der wir in letzten Hinsichten leben.

Der für unseren Zusammenhang entscheidende Punkt ist dabei zweifellos der, dass die Rückkoppelung der erzählten Welt an das gewöhnliche Leben auf dem Wege der Selbstdeutung der Leser oder Zuschauer geschieht. Sie bleibt ein Angebot: Dem Einzelnen wird freigestellt, eigene Lebenserfahrungen durch ihre partielle Einspielung in die durch ihre Geschlossenheit und innere Plausibilität verständliche Erzählwelt zu deuten.

Unterhaltung zielt auf Aktivierung von Selbst-Erlebtem, -Erhofftem, -Befürchtetem, -Vergessenem – wie einst die religiösen Mythen, was Luhmann zu bemerken nicht versäumt hat.¹³

„Was die Romantiker vergeblich herbeisehnten, eine ‚neue Mythologie‘, wird durch die Unterhaltungsformen der Massenmedien beschafft. Unterhaltung reimprägniert das, was man ohnehin ist.“¹⁴

Unterhaltung, alle Erzählformen der spannenden Unterhaltung, der große Roman und dann später der Film, rechnen mit Individuen, die ihre

¹³ Auf die Zusammenhänge zwischen der Welt errichtenden Funktion der Mythen in alter Zeit und der funktional äquivalenten Rolle der Massenmedien wird verschiedentlich aufmerksam gemacht, freilich ohne den Formwandel der Religion im Prozess der Moderne mit zu berücksichtigen. Vgl. *Joan Kristin Bleicher*, *Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnisystems*, Opladen 1999; *Eric W. Rothenbuhler*, *Ritual Communication. From everyday Conversation to Mediated Ceremony*, Thousand Oaks 1998; *Hartmut Heuermann*, *Medienkultur und Mythen. Regressive Tendenzen im Fortschritt der Moderne*, Reinbek 1994.

¹⁴ *N. Luhmann*, *Realität der Massenmedien* (Anm. 5), 109.

Identität nicht mehr aus ihrer Herkunft beziehen, sondern sie selbst gestalten müssen.

Die großen Erzählungen geben Möglichkeiten der Identitätsfindung vor. Sie laden jedenfalls zur Identifikation ein, erlauben Rückschlüsse aufs Selbsterleben, halten zur Pflege von Affekten an, zeigen das Werden von Persönlichkeit. Dann auch die Gefahren des Verlusts all dessen, das Chaos, den Horror, Geschichten von der Macht des Bösen – und von der Erlösung. Der Wandel in den Zeiterfahrungen jedenfalls wird Text, rückt ins Bild. Die Filme im Kino bringen die Interpretationen der Zeit. Von den Filmemachern sollten auch die Predigtmacher lernen, so dass sie in Bildern sprechen lernen, in solchen Bildern, die uns Hörer ins rechte Bild setzen über die Wirklichkeit unseres Lebens.¹⁵

Leider werden die Unterhaltungsformen von Literatur und Film immer noch der kirchlichen Verkündigung eher entgegengestellt, denn mit ihr zusammen gesehen. Die Parallelen, die man ebenso leicht ausmachen kann und die sich seit der kulturellen Verselbständigung dieser neuen Formen medialer Unterhaltung zunehmend herausgebildet haben, werden dabei gern ignoriert. Besonders hierzulande, wo man zudem noch die Unterscheidung zwischen Hochkultur und populärer Kultur meint machen zu müssen, wie dann auch etwa zwischen U- und E-Musik. Das U steht dabei selbstredend für das Leichte, eher Oberflächliche, Profane, für einen Stil jedenfalls, wie er im sakralen Raum als unpassend empfunden werden muss.

Es mag zwar durchaus angemessen erscheinen, einen religiösen Stil von einem profanen zu unterscheiden. Das soll hier nicht bestritten werden. Da unter den Bedingungen neuzeitlichen Denkens die Unterscheidung sakral / profan in einem ontologischen Sinn hinfällig geworden ist, hat *Schleiermacher* die Ästhetik des liturgischen Gottesdienstes ebenfalls durch Ermittlung von Kriterien eines religiösen Stils zu bestimmen versucht.¹⁶ Aber mit dem Begriff des Stils hat er doch zugleich das Verbindende einer Ästhetik benannt, welche die religiöse Rede mit anderen Formen darstellenden Handelns, symbolischer Kommunikation, vergleichbar hält.¹⁷

Es ist heute unter den Bedingungen einer ausdifferenzierten Medienkultur mit ihrem enormen gesellschaftlichen Einfluss, ihrer Präsenz vor allem in der alltäglichen Lebenswelt, zu fragen, ob es nicht allenfalls Differenzen des Stils sind, welche etwa eine Predigt- oder Andachtsreihe von einer Fernsehserie unterscheiden. Beide Male handelt es sich um kommunikative Formen der Unterhaltung, die inhaltlich wesentlich dadurch be-

¹⁵ Gute praktische Anregungen hierzu gibt *Martin Nicol*, *Einander ins Bild setzen. Dramaturgische Homiletik*, Göttingen 2002.

¹⁶ Vgl. *Friedrich Daniel Ernst Schleiermacher*, *Praktische Theologie. Die Praktische Theologie [...]*, hg. v. *Jacob Frerichs*, in: SW I, 13, Berlin 1850, Nachdruck Berlin/New York 1983; dazu *Inken Mädler*, *Kirche und bildende Kunst der Moderne. Ein an F.D.E. Schleiermacher orientierter Beitrag zur theologischen Urteilsbildung*, Tübingen 1997.

¹⁷ Vgl. *Dietrich Korsch*, *Religion mit Stil. Protestantismus in der Kulturwende*, Tübingen 1997.

stimmt sind, dass sie Geschichten erzählen, mit denen zugleich auf mehr oder weniger explizite Weise Lebensdeutungen zur Mitteilung kommen. Natürlich, der Predigt liegt ein biblischer Text zugrunde. Die Predigt und ebenso die Verkündigungssendungen in den Medien sind an diese spezifische religiöse Tradition und ihre gegenwartsbezogene Auslegung gebunden. Auch wird die Predigt ihren religiösen Gehalt explizit genau dadurch kenntlich machen, dass sie sich auf der Grenze bewegt, von Anfang und Ende, Leben und Tod, Zufall und Notwendigkeit, Zeit und Ewigkeit, Endlichem und Unendlichem usw. Das macht ja die Predigt zur religiösen Rede. Sie thematisiert den Unbedingtheitshorizont der Selbstdeutung unseres bewussten Lebens im Bezug auf unser durch Grenzen bestimmtes menschliches Dasein, dasjenige, was jenseits der Grenzen liegt. Sie bringt einen Gott zur Sprache, mit Bezug auf den ein anderer Umgang mit diesen Grenzen möglich ist, getröstet, ermutigt, vertrauensvoll. Sie erzählt Geschichten, die diesen Gott im Anschluss an die Symboltradition des Christentums in einer inhaltlich bestimmten Weise zur Anschauung bringen. In alledem hat die Predigt unter neuzeitlichen Bedingungen den Charakter einer narrativen Lebensdeutung gewonnen.

Es geht in der kirchlichen Verkündigung wie im Kino um den Gewinn der sprachlichen, symbolischen Formen von Erfahrungen, die den Rückschluss auf das eigene Leben ermöglichen, die in eine tiefere Verständigung über sich selbst führen und eine religiöse Sinnperspektive eröffnen. Dies eben geschieht dadurch, dass Lebenserfahrungen, die essentiellen und potentiellen, die sinnverwirrenden Grenzerfahrungen im Horizont eines transzendenten, alles umfassenden Ganzen des Sinns gedeutet werden wie angesichts des unendlichen Mangels an Sinn, mit der Rede von einem anwesend abwesenden Gott, dem Erzählen von Erfahrungen, in denen Gott sich Menschen erschlossen hat oder sie ihn vergeblich gesucht haben.

Darin ist die Predigt immer auch Unterhaltung. Und somit geschieht in der kirchlichen Verkündigung gesteigert, was auch in den Unterhaltungsprogrammen der Medien geschieht, hoffentlich mit klärender, befreiender, erlösender Wirkung bei all denen, die sich aufmerksam, mit Konzentration, vielleicht manchmal sogar mit Hingabe auf sie einlassen. Dazu ein religiöser Kommentar in der Zeitung, von *Herbert Grieshop*, Kulturreferent an der Botschaft der USA:

„London an einem Sonntag. Mich überfällt die Sehnsucht, nach langer Zeit mal wieder eine Messe zu besuchen. Die Oxbridge-Freunde plädieren für das Brompton Oratory im feinen Kensington. Hier geht das Establishment zur Kirche, alter Adel, Tory-MPs und berühmte Schriftsteller neben katholischem Fußvolk. Aber der Besuch wird zur Enttäuschung. Der massive neobarocke Kirchenbau ist von innen noch kälter und abweisender als von außen. Mit hohem zeremoniellen Aufwand – Priestern und Messdienern, Vorsängern und großem Chor – gelingt es innerhalb kürzester Zeit, die Gemeinde zum Schweigen zu bringen. Ästhetisch gesehen eine perfekte Inszenierung, aber ein Ritual, das so sehr das Leben draußen ausschließt, muss eine ernüchternde Erfahrung bleiben.“

Abends im Kino. „Das Fest“ ist angekündigt. Die Geschichte von der Familienfeier, auf der ein Sohn aufdeckt, dass sein Vater mit dem Wissen der Mutter jahrelang die Kinder sexuell missbraucht hat, ist einer der beeindruckenden Filme der letzten Jahre. Mit dem Mut der Verzweiflung gelingt es dem Sohn in immer neuen Anläufen, die glatte Familienfassade abzuhaufen und den darunter liegenden Schwamm freizulegen. Der Zuschauer fährt auf einer Achterbahn großer Gefühle – Scham, Mitleid, Bewunderung, Abscheu, Zuneigung. Nach einer turbulenten Nacht hat sich eine neue Familienordnung gebildet, der Vater wird beim Frühstück seines Platzes verwiesen. Offenes Ende, das Leben geht weiter, spätere Veröhnung nicht ausgeschlossen. Die Zuschauer so erschöpft wie die Protagonisten. Von einem unerwarteten Glücksgefühl überwältigt verlasse ich das Kino und laufe desorientiert und zugleich wie befreit durch das nächtliche Soho. Das also meinen die Griechen, wenn sie von Katharsis sprechen. Die Wirklichkeit sieht plötzlich anders aus, klarer, vielschichtiger, lebendiger.

Und wo ist Gott? Oft gerade da, wo man ihn nicht sucht. Manchmal sogar im Kino. Dann wenn es einem Film gelingt, uns zu entlassen mit einer neuen Begeisterung für die Welt. Wenn man aus der Dunkelheit ins Freie tritt mit dem Gefühl, sich wieder in das Leben mit all seinen Konflikten und Spannungen verliebt zu haben. Diese spirituelle Aufgabe hat der Philosoph und Kinogänger Siegfried Kracauer auf die schöne Formel gebracht, beim Film gehe es um die „Erlösung der materiellen Wirklichkeit.“ Man kommt mit geschärften Sinnen aus dem Kinosaal. Epiphanien gibt es allerdings auch im Kino nicht auf Bestellung. Vielmehr sind die Voraussetzungen dafür ähnlich wie in der Kirche: Konzentration der Wahrnehmung, Einfühlung und – Hingabe.“¹⁸

Kann man die „spirituelle Aufgabe“ der kirchlichen Verkündigung treffender beschreiben als mit der Erwartung, die *Kracauer* mit dem Film verbunden hat: „Erlösung von der materiellen Wirklichkeit“? Und können wir das Ziel der öffentlichen Verkündigung im Radio trefflicher formulieren als dies Herbert Grieshop im Blick auf seine Kinoerfahrung gelungen ist? Grieshop fand sich aus dem Kino entlassen „mit einer neuen Begeisterung für die Welt“. Es stellte sich ihm das Gefühl ein, sich wieder in das Leben verliebt zu haben mit all seinen Konflikten und Spannungen. Die Wirklichkeit sah plötzlich anders, klarer, vielschichtiger aus. Die Katharsis einer solchen Verkündigung suchen die Menschen in postmodernen Zeiten nicht nur im Kino, sie suchen sie auch in der Kirche und ihrer Verkündigung, in den Verkündigungssendungen im Radio und anderswo. Wo sie merken, dass so geredet wird, mit einem anderen, gewissermaßen göttlichen Blick auf die Wirklichkeit, da hören sie plötzlich zu, ist Konzentration, vielleicht dann sogar auch Hingabe.

Dr. Wilhelm Gräb, Jahrgang 1948, ist Prof. für Praktische Theologie an der Humboldt-Universität Berlin.
Burgfrauenstraße 79A, 13465 Berlin
wgraeb@t-online.de

¹⁸ Vgl. Sonntagsausgabe des „Tagesspiegel“ vom 19.1.03 in der Reihe „Wo ist Gott?“.