

Johannes Koch

Die Kunst in unseren Kirchen. Zur Theologie der Dinge.

Ode an die Dinge - Ein (leicht gekürztes) Gedicht von Pablo Neruda zur Einstimmung:

Ich liebe die Dinge über alles, alles.

(...)

*O unumkehrbarer Strom der Dinge,
keiner kann sagen,
ich hätte nur die Fische geliebt
oder die Gewächse des Urwalds und der Wiesen,
ich hätte nur geliebt, was hüpf
klettert, überlebt und seufzt.*

Falsch:

*Mir sagten viele Dinge vieles.
Nicht nur sie rührten mich
oder meine Hand rührte sie an,
sondern so dicht liefen sie neben meinem Dasein her,
dass sie mit mir da waren
und so sehr d a für mich waren,
dass sie ein halbes Leben mit mir lebten
und dereinst auch einen halben Tod mit mir sterben.*

Ob die Kunst in unseren Kirchen in jedem Fall den Schätzen der Kirche zuzurechnen ist, dürfte zweifelhaft sein. Ohne Zweifel aber ist sie zunächst einmal der Welt der Dinge zuzuordnen. Eine „*Theologie der Dinge*“ reflektiert theologisch, welches Gewicht Dinge, Gegenstände, Sachen in unserer Kultur und speziell in unserer Religionskultur haben bzw. haben könnten und sollten.

Ich will in einem ersten Teil „*Von der Bedeutung der Dinge*“ in unserer „postmodernen“ Kultur sprechen, in einem zweiten Teil „*Vom Gewicht der Dinge*“ in theologischer Perspektive und in einem dritten Teil „*Vom Gebrauch der Dinge*“, wie er mir für eine sachgerechte, gegenstands- bewusste Religionskultur vorschwebt.

Von der Bedeutung der Dinge:

Das Phänomen des symbolischen Konsums (Norbert Bolz)

Der Protestantismus ist gegenwärtig dabei, das Kulturthema wieder zu entdecken. Dabei kommt zusammen mit der Bildenden Kunst alles Mögliche in den Blick, sowohl in der E- als auch in der U-Kultur: Musik, Literatur, Tanz, Theater, Musical, Film, Pop- und Jugendkultur, Kultur der Werbung, Sportkultur und Trivialkultur, Volkskultur und Interkulturalität, Schulkultur, Kultur der Virtualität und des Comic. Im Februar 1999 wurde von der Evangelischen Kirche in Deutschland und der Vereinigung Evangelischer Freikirchen mit der Veröffentlichung eines „Impulspapier(s) Protestantismus und Kultur“ ein umfassender Konsultationsprozess angestoßen. Dieses Impulspapier begrenzt den Bereich der Kultur auf diejenigen gesellschaftlichen Bereiche, in denen „Sprache und Ausdruckshandeln die Leitmedien“ sind.

Zu unserer zeitgenössischen Kultur gehört jedoch auch eine sehr ausgeprägte und höchst differenzierte Sachkultur. Man beachte nur, wie viele Museen in den vergangenen Jahren entstan-

den. Und man beachte die gestiegene Bedeutung (auch die wirtschaftliche) der Museums-shops: Die Hamburger Kunsthalle bot anlässlich einer Franz-Marc-Ausstellung dessen „Gelbe Kuh“, im Original Öl auf Leinwand, als dreidimensionales Plüschtier zum Kauf an. Auch die große Zahl von Kultartikelläden wäre zu nennen, die zeitgemäße Weiterentwicklung der Geschenkartikelläden. Kirchlicherseits ist die enorme Bedeutung, die heutzutage dem frischen Sonntagsbrötchen zugesprochen wird, ins Auge gestochen: Gegen das knusprige Sonntagsbrötchen hat die knusprige Abendmahlshostie heute keine Chance mehr. Die Diskussionen um die Aufhebung des Sonntagsverkaufsverbotes zeigen: Viele Leute haben das Gefühl, dass ihnen ein Einkaufsgang am Sonntagmorgen mehr bringen könnte als ein Kirchgang; dass sie von einem Besuch im Kaufhaus Wichtigeres mitnehmen könnten als von einem Besuch im Gotteshaus. In Jugendgottesdiensten und Konfirmationspredigten wird häufig der Konsumzwang als besonders problematische Zeiterscheinung gegeißelt, genauer: die Rolle, die der Besitz von bestimmten Markenartikeln im Blick auf die soziale Anerkennung unter Schülerinnen und Schülern spielt. Vielleicht ist die gegenwärtige differenzierte Gegenstand-, Objekt-, Ding- oder eben Sachkultur sogar die charakteristischste Ausprägung unserer zeitgenössischen Kultur. Indem das kirchliche Impulspapier diesen Bereich übergeht, verweist es ihn stillschweigend in den Bereich einer Un-Kultur. Zurecht?

Man kann viel sagen – und es ist inzwischen viel geschrieben worden - über den modernen „Oberflächenprimaten“ (Klaas Huizing) und die Dekadenz der von ihm geprägten postmodernen Erlebnis- und Inszenierungsgesellschaft mit ihrer Konsumgutorientierung. Das alles ersetzt nicht die ernsthafte Auseinandersetzung mit diesen Phänomenen, also die Frage: Warum ist das heute so? Wie ist es dazu gekommen? Und welche Chancen bieten sich der Kirche, darauf zu reagieren?

Der Essener Kulturphilosoph Norbert Bolz ist diesen Fragen nachgegangen. Er hat die Phänomene „Gottesdienst“ und „Kundendienst“ miteinander verglichen. Und er hat dabei strukturelle Ähnlichkeiten entdeckt und festgestellt: Es ist mitnichten so, dass die Leute heute unreligiös oder areligiös geworden wären oder dass sie für Religion keinen Sinn mehr entwickelten, weil sie nur noch Konsum und Erlebnis im Kopf hätten. Es ist vielmehr so, dass die Konsum- und Erlebniswelt die nach wie vor vorhandenen religiösen Bedürfnisse der Menschen genauer wahrnimmt, bereitwilliger akzeptiert und – in der Regel – besser bedient als die Kirche.

Gelernt hat das moderne Marketing seine erfolgreichen Strategien aber allemal bei der Kirche. Fünferlei hat das moderne Marketing erkannt: 1. Die Leute wissen selber nicht, was sie eigentlich brauchen. 2. Folglich muss es ihnen medial vermittelt werden: durch Wort, Bild, Zeichen, Klang, Gebärde. Das ist Aufgabe der Werbung. 3. Die Werbung muss allerdings berücksichtigen, dass das, was die Leute wirklich brauchen, gar nicht das Produkt ist, das sie kaufen können und sollen, sondern eine Qualität, die sich kein Mensch käuflich erwerben kann: Freundschaft, Liebe, Sicherheit, Selbständigkeit. Diese eigentlichen Bedürfnisse werden also nicht durch das Produkt selbst befriedigt, sondern – das ist der 4. Punkt – durch die Bedeutung, die der Besitz eines Produktes seinem Besitzer, der Konsum eines Artikels seiner Konsumentin verleiht. Mit anderen Worten: Ein Produkt muss zu einem Medium der Selbstdeutung, der Selbststilisierung werden, und d. h. 5. es muss symbolisch aufgeladen, es muss spirituell überhöht werden, damit es nachgefragt wird. Das hat das moderne Marketing von der Kirche gelernt. Denken wir noch einmal an die Hostie: Nicht ihr Konsum als solcher befriedigt ein menschliches Urbedürfnis, wohl aber die – neue – Seinszuschreibung, die ihr Konsum mit sich bringt. Zu einem Mittel der Selbstdeutung wird dieser an sich geschmacklose Keks aber allein dadurch, dass er symbolisch aufgeladen – „Dies ist mein Leib ...“ – und spirituell überhöht wird – „... der für euch gegeben wird.“ Dazu kommt noch die Einbindung in einen Ritus, der symbolisch etwas erfahrbar werden lässt von jenem neuen Sein, das der Konsum dieses Kirchenbedarfsartikels auf den Konsumenten übertragen soll.

Fazit: Es gibt eben Dinge, die sind mehr als nur Dinge; die sind sozusagen mit einem symbolischen Mehrwert behaftet, und der Besitz dieser Dinge überträgt diesen symbolischen Mehrwert auf den Besitzer bzw. die Besitzerin: Beim Fishbone-Sweatshirt ist es das In-Sein, das es bezeugt, bei den Büchern in meinem Bücherschrank ist es der Anschein von Bildung, bei den Originalen an meinen Wänden ist es ihre Originalität, beim Sonntagsbrötchen ist es die Frische und die herrliche Freiheit vom Gesetz (der Kirche). Dieser Mehrwert ist es, der diesen Dingen Gewicht verleiht. Und dieses Gewicht eignen wir uns an, indem wir uns diese Dinge aneignen - wie gesagt: Das Phänomen des symbolischen Konsums. Ich meine nun: Dieses Phänomen hat als solches nichts Pathologisches an sich. Es ist Ausdruck eines allgemeinmenschlichen Bedürfnisses. Tatsächlich spielt es ja auch in allen oder doch fast allen Formen des Kultes eine entscheidende Rolle. Es ist also nicht nur ein Phänomen unserer heutigen Kultur des materiellen Überflusses. Aber in dieser unserer Konsumkultur kommt ihm naturgemäß ein besonderes Gewicht zu.

Vom Gewicht der Dinge: Habsucht oder Habseligkeit? (Inken Mädler)

Die mir in Predigten über bzw. gegen den besagten jugendlichen Kleiderkult oft begegnende theologische Argumentationsfigur, wir würden doch nicht um unserer Habe willen von Gott geliebt sondern um unseres Seins willen, greift zu kurz. Sie vergisst, das religiöse oder auch quasi-religiöse Bedürfnis zu würdigen, das im Phänomen des symbolischen Konsums zum Ausdruck kommt. Wie aber kann in unserer zeitgenössischen Sachkultur unsere Habe theologisch angemessen gewertet, gewürdigt, gewichtet werden? Wie steht's theologisch gesehen um unser Verhältnis zu den Dingen, zu den vielen kleinen und großen Gegenständen, von denen wir ständig umgeben sind und mit denen wir uns tagtäglich umgeben?

Die beiden Loci classici für den Umgang eines Christenmenschen mit den Dingen der Welt finden sich in der Bergpredigt Jesu und im ersten Brief des Apostels Paulus an die Korinther. Mt. 6, 19+20: *Ihr sollt euch nicht Schätze sammeln auf Erden, wo sie die Motten und der Rost fressen und wo die Diebe einbrechen und stehlen. Sammelt euch aber Schätze im Himmel, wo sie weder Motten noch Rost fressen und wo die Diebe nicht einbrechen und stehlen. Denn wo dein Schatz ist, da ist auch dein Herz.* Aus der Naherwartung der Zeit Jesu heraus ist diese Weisung verständlich. Aber in unserer Zeit? Eignet sich eine diffuse Höherbewertung des ewig Geistigen vor vergänglicher Materie heute noch als Leitsatz für den Umgang des Christen mit den Dingen der Welt? Überschätzt diese Sicht der Dinge nicht in vielen Fällen die Kraft der Dinge, psychische Energie zu binden? Unterschätzt sie nicht in ebenso vielen Fällen die Haltbarkeit, die Beständigkeit der Dinge?

1. Kor. 7, 29-31: *Das sage ich - Paulus - aber, liebe Brüder: Die Zeit ist kurz. Fortan sollen auch die, die Frauen haben, sein, als hätten sie keine; und die weinen, als weinten sie nicht; und die sich freuen, als freuten sie sich nicht; und die kaufen, als behielten sie es nicht; und die diese Welt gebrauchen, als brauchten sie sie nicht. Denn das Wesen dieser Welt vergeht.* Das Spektrum der theologischen Interpretationen fächert sich zwar auf von radikaler Entgegensetzung der Pole „Haben und Sein“ - als wollte der Bergprediger gesagt haben: *Selig sind, die da nichts haben und doch sind* - bis hin zur relativen Annäherung - *Habt, als hättet ihr nicht*. Aber nichtsdestotrotz stellen alle klassischen theologischen Argumentationsfiguren das Haben und die Habe unter eine Hermeneutik des Verdachts. Gut: Was man braucht, das braucht man. Das war nie das Problem. So wie wir das Leben begonnen haben, können wir nicht durchs ganze Leben gehen: nackt und bloß. Der Verdacht entzündet sich aber an den Dingen, die über das zum Leben und Überleben Notwendige hinausgehen. Und das dürfte eine ganze Menge sein: Laut Statistik besitzt jeder Bundesbürger im Durchschnitt etwa zehntausend Dinge. Was ist das: Luxus? Habsucht? Habgier? Das alles mag es geben. Aber wenn das Phänomen des

menschlichen Gegenstandsbezugs differenziert betrachtet wird, muss an dieser Stelle noch ein anderer Begriff ins Spiel kommen, einer der sozusagen in der Mitte liegt zwischen der reinen Nützlichkeit und dem reinen Luxus: der Begriff der Habseligkeiten. Er steht für all die Dinge, die wir zum Leben und Überleben nicht unbedingt nötig haben, die aber - ihres spezifischen symbolischen Mehrwerts wegen - zu haben selig macht.

Eine theologische Würdigung und Wertung unserer zeitgenössischen Sachkultur hätte sich so gesehen an der Frage zu orientieren, ob es sich um eine Kultur der Habe handelt, die Habseligkeiten ermöglicht, ohne zwangsläufig in Habsucht und Habgier umzuschlagen. Haben wir noch unsere Habe, oder hat diese bereits uns? Das wäre die Frage. Und vor dem Hintergrund dieser Frage ist es fraglos sinnvoll und notwendig beispielsweise einen eventuellen Markenartikel-Fetischismus als solchen zu enttarnen.

Was ist eigentlich das primäre Charakteristikum der Dinge? Doch wohl: ihre Materialität, d. h. ihre räumliche Ausdehnung und, damit verbunden, ihr Gewicht. Haben wir das Bedürfnis, uns mit Habseligkeiten, also mit Dingen, die durch eine individuelle Bedeutungszuschreibung aufgeladen sind, zu umgeben, heißt das, wir haben das Bedürfnis, unseren Lebensraum und über unseren Lebensraum unser eigenes Dasein mit Hilfe dieser Dinge zu gewichten. Unsere Habseligkeiten, unsere berühmten „Siebensachen“, dienen der Gewichtung unseres Lebensraumes und unseres Daseins. Das ist es, was es ernst zu nehmen gilt, auch theologisch.

Theologische Anthropologie sieht den Menschen bezogen auf Gott und denkt ihn in Entsprechung zu ihm. Tatsächlich scheint mir eine Entsprechung zu bestehen zwischen dem menschlichen Bedürfnis, sich mittels materieller Ver-Körperungen (Inkarnationen) in der Welt Gewicht zu verschaffen und so die Lebenswelt zu gewichten und jenem göttlichen, das zu seiner - Gottes - Ver-Körperung (Inkarnation) in der Welt und für die Welt geführt hat.

Die katholische und die orthodoxen Kirchen kommen diesem offenbar schöpfungsgemäßen menschlichen Bedürfnis entgegen und entsprechen damit zugleich dem ihm innewohnenden religiösen Moment: Mit Kreuzfixen, Rosenkranz, Weihwasser, Ikonen und gesegnetem Brot bieten diese Kirchen Gegenstände für den Hausgebrauch an, die den alltäglichen Lebensraum gewichten und ausrichten, indem sie in besonderer Weise die Präsenz Gottes in der Welt verkörpern und damit die Welt als Gottes Lebensraum gewichten. Was bieten wir Evangelische? Die Initiative „Andere Zeiten“ bietet z. B. einen von der evangelischen Kirche in Hamburg entworfenen Segenskoffer an. Sein Gewicht besteht darin, dass er sieben Sachen von Gewicht birgt, die Segen vergegenständlichen: Jakobsmuschel, Bronzeengel, Holzkreuz, Wachskerze, Mazzenscheiben, Salzsäckchen und eine Tüte Sonnenblumenkerne. Ein Versuch, aller Ehren wert. Wenn ich mir diesen Koffer trotzdem nicht gekauft habe, hat das damit zu tun, dass er mir die Siebensachen vorgibt, die mir Segen vergegenständlichen sollen. Für mich aber können nur solche Gegenstände Segen verkörpern, die in einem individuellen Aneignungsprozess zu solchen Gegenständen für mich geworden sind - und das wären für mich ganz andere.

Lässt sich also das menschliche Bedürfnis nach Gewichtung des Lebensraumes durch Dinge, durch Ver-Körperungen von Gewicht im Licht des bekannten Theologumenon von der Verkörperung (Inkarnation) Gottes verstehen, so lässt sich das damit verbundene menschliche Bedürfnis, sich zudem auch noch eigenes Gewicht zuzulegen im Licht eines andern Theologumenon verstehen, das zwar nicht ganz unbekannt ist, aber in diesem Zusammenhang noch einmal neu zu entdecken wäre: Gottes eigene Schwere. *Du hast ihn (den Menschen) um weniges geringer gemacht als Gott; du hast ihn gekrönt mit Kabod und Herrlichkeit*, heißt es im 8. Psalm, die Wichtigkeit und Gewichtigkeit des menschlichen Geschöpfs im Verhältnis zu seinem Schöpfer beschreibend. Das hebräische Wort *Kabod* meint Gewichtigkeit sowohl im physikalischen als auch im geistigen Sinn. Luthers Übersetzung von *Kabod* mit „Ehre“ unterschlägt die physikalische Seite. Masse, Kraft, Reichtum, Besitz und Fülle einerseits, Ehre, Respekt, Autorität,

Glanz, Herrlichkeit andererseits - alle diese Wortfelder konnotieren ihren Ursprung hebräisch im Phänomen der Schwere. Die menschliche Schwere unterscheidet sich dabei von der göttlichen vor allem dem Grad nach: *wenig geringer gemacht*. Der göttliche Kabod ist also Grund und Grenze des menschlichen. Das bedeutet in unserem Zusammenhang zweierlei: Um wenn auch nur ein wenig geringer als der göttliche Kabod, kann doch der menschliche vom göttlichen erdrückt werden, in schierer Massivität und Gravität. Daher die Ambivalenz des *fascinatum et tremendum*, die Ambivalenz von Ehrfurcht und Furcht. Das ist das eine. Und das andere: Gemäß dem Prototyp aller menschlicher Versuchung, sein zu wollen wie Gott selbst, besteht des Teufels Spiel darin, in uns den Wunsch nach Gottes Schwere wachzurufen. Was sich hinter den Begriffen Habgier und Habsucht verbirgt, wäre dann letzten Endes dieses So-Schwer-Sein-Wollen-Wie-Gott, dieser gravitatische Größenwahn, der uns langsam aber sicher erdrückt und zerstört und unter sich begräbt. Darin liegt die bleibende Berechtigung aller theologischer Warnungen vor dem Schätzesammeln auf Erden, vor Reichtum und Luxus, vor dem Gewicht und dem trügerischen Glanz all der erdschweren Gegenstände.

Bei dem Gewicht, das sie auf diese Warnung legt, ist der Theologie allerdings im Lauf der Zeit die Grund-legende Funktion der Gegenstände abhanden gekommen, ist sie im wahrsten Sinne des Wortes eine gegenstandsvergessene Theologie geworden. Angesichts der gegenstandsversessenen Kultur unserer Tage ist es darum Zeit für das Konzept einer „Theologie der Schwere“ (Inken Mädler), das die menschlichen Versuche, sich gegenständlich zu beschweren, im Licht der Schwere Gottes neu zu deuten versteht. In ihrem Licht finden die Pole „Haben“ und „Sein“ zusammen: Indem wir uns wechselseitig mit Habe umgeben, uns und andere mit Sachen beschweren, machen wir uns schwer; ehren wir uns und einander: „Kol ha kabod lecha/lach!“. Indem wir uns beschweren, verleihen wir uns Bestand, stellen dem Fragilen unserer Existenz das Stabile, das Schwere entgegen in einer Welt von Gewicht und Gewichtung. Mit anderen Worten: Unsere Habseligkeiten sind auch eine Hommage an die Erdschwere, an den in Schwerpunkten verdichteten Lebensraum. Und so gesehen ehren wir in diesen Dingen zugleich den Gott, dessen ausgezeichnete Charakteristik in seiner unübertroffenen Schwere und Schwerkraft besteht.

Vom Gebrauch der Dinge: **Inszenierung und Wahrheit (Wilhelm Gräb und Michael Meyer-Blank)**

Unsere Kirchengebäude, sakrale Räume, Ausstattungsstücke: Altäre, Kanzeln, Taufsteine, Skulpturen, Bilder, Bücher, Glasfenster, Leuchter, Vasa sacra, wertvolle Paramente – all diese Dinge lassen sich vor dem Hintergrund des Gesagten als Habseligkeiten der Kirche und der christlichen Religionskultur begreifen. Sie sind *Adiaphora*, Zwischendinge, deren Bedeutung sich im bloß Nützlichen nicht erschöpft, die jedoch auch nicht als pure Luxusgüter anzusprechen sind. Ihre Präsenz verleiht zum einen der Kirche selbst Gewicht, zum andern gewichtet sie unseren Lebensraum, insofern alle diese Gegenstände je auf ihre Weise Gottes Präsenz in der Welt verkörpern. Anders ausgedrückt: All diese Dinge sind auf je ihre Weise Inszenierungen des Evangeliums, geschaffen dafür, dass sie zum einen unseren Lebensraum gewichten, indem sie eine neue Wirklichkeit setzen, und zum andern uns selbst Gewicht verleihen, indem sie uns ein neues Sein zuschreiben. Ein sachgemäßer, gegenstandsbewusster Umgang mit diesen Dingen wird diesem Umstand Rechnung tragen.

Wiederum kann man viel sagen – und ist inzwischen auch viel geschrieben worden – gegen eine postmoderne Inszenierungsgesellschaft, die nur noch bemüht ist, den medial normierten „Erlebnissurfer“ (Klaas Huizing) bei Laune zu halten und die mit ihrer medial gesteuerten Claudia-Schiffer-Kultur mittlerweile den eigenen Körper zum höchsten Ding, zur alles beherrschenden Habseligkeit erhoben hat, einen Körper freilich, der keine Durchblicke mehr erlaubt in das (unbewohnte? hohle?) Innere und der darum immer mehr eine Ästhetik der Oberfläche reprä-

sentiert und einen Prozess des Ausdrucksschwundes vorantreibt. Es dürfte gleichwohl kein Weg an der Erkenntnis vorbeiführen, dass es das Evangelium immer nur in der Form irgendeiner Inszenierung gibt (Michael Meyer-Blank), präsentiert von Personen und (ich füge hinzu: auch) von Dingen. Ob im Gottesdienst, im Unterricht oder in der Seelsorge: Inszenierungen bestimmen die Praxis des Evangeliums. Vielfältig, immer aber angemessen, will das Evangelium in Szene gesetzt werden, damit es wahrgenommen und für wahr genommen und so immer wieder neu wahr werden kann. Und das ist gut so. Denn in Zeiten gesellschaftlicher Individualisierungsprozesse wird es immer schwieriger, eine überindividuelle Wahrheit anderen Menschen nahe zu bringen.

Zu kurz greifen heute sowohl die bekannten an den Humanwissenschaften orientierten Programme der Dialektischen Theologie, die Sachfragen (das „Was“) in den Mittelpunkt stellen. Zu kurz greifen heute aber auch die nach der empirischen Wende der Praktischen Theologie an den Sozialwissenschaften orientierten Programme zur Vermittlung des Evangeliums, die Personenfragen (das „Wie“), zum Dreh- und Angelpunkt machen. Heute sind die Kulturwissenschaften wie die Ästhetik und die Semiotik, zu den wichtigsten Bezugswissenschaften für die Praktische Theologie geworden. Das Augenmerk gilt dem Mitteilungs-, Darstellungs- und Gestaltungsprozess des Evangeliums. Thematisiert werden die Wahrheit des Evangeliums als eine wahrgenommene, der Prozess der Wahrnehmung als solcher und die Form des Wahrzunehmenden. Die Frage lautet nicht mehr: Geht's um die Person oder geht's um die Sache? Die Frage lautet: Wie kommt die Person zur Sache am jeweils konkreten Ort? Die Sache gibt es nur, indem sie zum Zeichen wird, indem sie inszeniert und präsentiert wird, um rezipiert werden zu können.

Eine Theologie der Dinge entdeckt die Habseligkeiten der Kirche wieder als überlieferte Inszenierungen des Evangeliums. Sie reflektiert darüber, wie diese Dinge das Evangelium inszenieren und fragt, wie sie heute gegebenenfalls zu re-inszenieren wären, damit die Wahrheit, die sie inszenieren, heute wieder wahr genommen und als wahr genommen wird.

Wer in der Stadt auf Einkaufstour unterwegs ist und zwischendurch aus der Welt der Einkaufstempel kommend in einem Gotteshaus Einkehr hält, kommt nicht - davon war bereits die Rede - aus einer Welt der Sinnleere in eine Welt des Sinnes. So einfach ist die Sache nicht. Auch die Welt des Konsums liefert Medien der Selbstinterpretation, formiert Gefühle, generiert Lebensstile. Aber: Wer eine Kirche betritt, trifft auf Symbole und rituelle Muster eines anderen Lebensstils und - hoffentlich - auf einen anderen, tieferen Lebenssinn. Das erst einmal sich selber wieder ins Bewusstsein rufen: Da ist der Taufstein mit seinem reinigenden und heilenden Wasser. Da ist der Altar als Ort der Gemeinschaft mit Gott und den anderen Menschen. Da ist das Kreuz, in dem sich die ganzen Paradoxien unserer Wirklichkeitserfahrung verdichten: Gericht und Rettung, Sühne/Opfer und Versöhnung, Abwesenheit Gottes und Anwesenheit, Ertragen von Unerträglichem und Überwindung des Leidens und des Todes inmitten von Endlichkeit. Diese Paradoxien mögen schwer erträgliche Sinngehalte haben – immer chiffrieren sie das Geheimnis des Lebens: Geborenwerden und Sterben, das Wunder liebender Vereinigung, den Glauben, dass ein unbedingter Sinn ist in allem, in der an sich ganz und gar dissonanten Verzweiflung ebenso wie in der alles zu zersprengen drohenden Freude (Wilhelm Gräb). Am Symbolbestand der christlichen Religionskultur, an den Dingen selbst liegt es nicht, wenn die Wahrheit, die sie inszenieren, heute nicht mehr wahrgenommen und als wahr angenommen wird. Wohl aber daran, dass diese Erinnerungszeichen an den spezifischen Sinn der christlichen Religion ihr Potential für ihre spezifische Welt- und Selbstdeutung nicht mehr von selbst freisetzen.

Aus dieser Einsicht kann man nun verschiedene Konsequenzen ziehen und werden gegenwärtig auch die verschiedensten Konsequenzen gezogen. Die problematischste ist die des Traditionsabbruchs. Was nicht mehr von selbst anspricht, wird fallen gelassen. Solchen Traditionsabbruch erlebe ich gegenwärtig nicht nur bei Freikirchen und Gemeinschaften – dort freilich be-

sonders krass und ignorant -, sondern überall dort, wo niemand mehr da ist, der die christliche Selbst- und Weltdeutung überzeugend repräsentiert. Im sogenannten Selbstverwirklichungsmilieu (Gerhard Schulze) beobachte ich z. B., dass viele dem christlichen Glauben noch zugetane Zeitgenossen mit der uns vertrauten und vielen unserer Symbole als Grundmuster eingepprägten bildhaft von oben nach unten gedachten Entgegensetzung von Gott und Mensch nichts mehr anfangen können. Eine Beobachtung, auf die ich nachher noch einmal zurückkomme.

Eine andere Konsequenz aus dem Umstand, dass die überlieferten christlichen Symbole und Rituale ihr Potential für die Welt- und Selbstdeutung nicht mehr von sich aus freisetzen, wird dort gezogen, wo sogenannte Kirchenliteratur entsteht: geistliche Kirchenführer und Andachtsbücher, die eine Kirche in ihrer Architektur und Ausstattung nicht nur historisch und kunstgeschichtliche erschließen helfen, sondern auch theologisch. Wenn die alten christlichen Sinnbilder nicht mehr verstanden werden, so lautet die Konsequenz, dann muss man sie den Zeitgenossen eben wieder erklären. Auch diese Konsequenz ist jedoch nicht ganz unproblematisch. Erklären – das ist etwas fürs Bildungsbürgermilieu, und das ist vom Aussterben bedroht. Noch gewichtiger ist allerdings ein anderer Einwand: Symbole und Rituale setzen ihr Potential nur sehr bedingt auf dem Weg ihrer Erläuterung frei. Ein erklärtes Symbol oder Ritual hat etwas von einem erklärten Witz: Es verliert seinen „Witz“ auf dem Weg der Erklärung: „Die nach oben geöffnete Schalenform symbolisiert das Aufgehobensein in Gottes Bergung. Um die etwas nach rechts verschobene Achse (rechts ist in europäischer Leserichtung die Zukunfts- / Hoffnungsseite) gruppieren sich Andeutungen menschlicher Gestalten... Ein Horizont ist erahnbar, und dieser ist hell – es besteht Grund zur Hoffnung! (auch die Öffnung der Innenschale nach rechts erzählt davon)“ So Sabine Waldmann-Brun in der Erläuterung zu ihrem im Volksmund „Weltkulturlätzle“ genannten Altarparament in der Maulbronner Klosterkirche. Oder: „Nach dem Abendmahl bleiben wir im Kreis stehen und reichen uns noch die Hände, um damit zum Ausdruck zu bringen, dass Christus uns durch sein Mahl als eine Gemeinde miteinander verbunden hat.“ Es würde völlig genügen, wenn der Liturg nach dem Mahl den neben ihm Stehenden die Hände reichen würde. Alle wüssten sofort, worum es geht, und verstünden aus dem Kontext heraus den Sinn dieser Geste.

Irgendwie haben Kirchenleute, besonders evangelische wie mir scheint, eine verhängnisvolle Neigung, immer alles zu erklären, aufzuklären und zu entmythisieren: „Warum rennt ihr Konsumhengste bloß immer in die Kaufhäuser? Merkt ihr denn nicht, dass ihr dort das, was ihr eigentlich braucht, gar nicht kaufen könnt? Seid doch nicht blöd: Kommt zu uns in unsere Kirchen! Wir klären euch auf. Wir sagen euch, was ihr wirklich braucht und wo ihr das, was ihr wirklich braucht, auch bekommt, sogar gratis.“ An dieser Stelle ist noch einmal an das zu erinnern, was es heute vom modernen Marketing wieder zurückzulernen gilt. Die Marketingleute tun einen Teufel, die Leute aufzuklären. Die zaubern ihnen etwas vor. Und zwar so, dass die Leute dadurch selber ganz verzaubert werden (neue Seinszuschreibung!). Sie entmythisieren nicht, sie re-mythisieren („Käse-Paradies“). Das ist das Geheimnis ihres Erfolgs. Übertragen auf unseren Zusammenhang: Nicht erklärt, sondern inszeniert, re-inszeniert werden, wollen die alten Symbole und Rituale, die Habseligkeiten der christlichen Religionskultur, so dass sie wieder verzaubern können.

Um nicht missverstanden zu werden: Es geht nicht darum, erfolgreiche Marketingstrategien aus der Wirtschaft jetzt auf die Kirche zu übertragen, damit die Kirche wieder erfolgreicher wird. Es geht darum, zu erkennen, dass die erfolgreichen Marketingstrategien aus der Funktion von Religion abgeleitet sind. Und es geht um eine Revision und Relektüre unserer ureigenen kirchlichen Tradition auf der Suche nach vergessenen oder in letzter Zeit allzu gering geachteten Medien der Welt- und der Selbstdeutung: Nach Bildern und Symbolen, die den objektlosen Emotionen der Leute einen Außenhalt verschaffen, die helfen, ihre Bedürfnisse zu entdecken und auszudrücken. Und nach Ritualen, die der Sehnsucht der Leute nach Freundschaft, Liebe, Sicherheit und Selbständigkeit einen sinnenfälligen Ausdruck geben. Und es geht nicht einmal

nur um eine Revision und Relektüre der Tradition, sondern auch darum, nach neuen, zeitgemäßen Bildern, Symbolen und Ritualen Ausschau zu halten, die das zu leisten imstande sind. In alledem aber geht es darum, die religiösen Bedürfnisse der Leute kirchlicherseits wieder genauer wahrzunehmen, bereitwilliger zu akzeptieren und besser zu bedienen.

Noch ein Wort zu den Risiken und Nebenwirkungen. Mit der Formulierung „religiöse Bedürfnisse bedienen“ sind sie bereits ins Blickfeld gekommen. Es gibt in Theologenkreisen immer noch eine gewisse Reserviertheit gegenüber „religiösen Bedürfnissen“ von Menschen, in der möglicherweise Karl Barths ungerechtfertigt schroffe Entgegensetzung von Religion und christlichem Glauben nachwirkt, ganz sicher aber die sehr berechtigte Warnung der Dialektischen Theologie im Umfeld Karl Barths vor einer Nichtdifferenzierung zwischen Religion und christlichem Glauben oder gar einer Gleichsetzung von beidem. Doch auch wer kirchlicherseits Gott vor allem „um seiner selbst willen interessant“ (Eberhard Jüngel) findet, wird wohl oder übel akzeptieren müssen, dass Gott in der postmodernen Konsum- und Erlebniskultur für viele Menschen, wahrscheinlich sogar für die meisten, zunächst einmal ein Medium der Selbst- und der Weltdeutung unter vielen andern ist, das probenhalber angenommen wird und sich dann (in Abwandlung eines bekannten Diktums von Karl Barth) „selbst imponieren“ muss. Wir können im besten Fall für günstige Bedingungen sorgen. Eine rigorose Abweisung religiöser Bedürfnisse aber – soviel steht fest – schafft solche günstigen Bedingungen nicht. Darum sind auf dem Feld der religiösen Bedürftigkeit zwar kritische Wachsamkeit und Differenzierungsvermögen, nicht aber Berührunggängste am Platz. Im Gegenteil: Weil Religion (mit Wilhelm Gräßl verstanden als „eine bestimmte, auf Kommunikation angelegte Selbstdeutung menschlicher Freiheit“) deutungs Offen ist für spezifisch christliche Inhalte, darum kann die Inszenierung des Evangeliums sehr wohl und sehr gut an allgemeine religiöse Bedürfnisse anknüpfen.

Wo bleibt nun aber das kulturkritische Potential des christlichen Glaubens, das beherzigenswerte Erbe der Dialektischen Theologie? Es verbirgt sich in den strengen Qualitätsmaßstäben, die kirchlicherseits an solche Inszenierungen bzw. Re-inszenierungen anzulegen sind. Es ist unbedingt darauf zu achten, dass eine Inszenierung - ob architektonischer, künstlerischer oder liturgischer Art - nicht bloßer Popanz ist, sondern tatsächlich über neue ästhetische Erfahrung auch neue religiöse Erfahrung ermöglicht, anders gesagt: dass sie den spezifisch christlichen Sinngehalt nicht verdeckt, sondern erschließen hilft. Denn nur dann ist eine solche Inszenierung oder Re-inszenierung mehr als peinliche Anbiederung an die Methoden der gegenwärtigen Konsum-, Erlebnis- und Inszenierungskultur, mehr als Zucker für den Affen. (Unter dem Motto „Alles Spaghetti – Beziehung paletti“, meldete das Evangelische Gemeindeblatt, fand im Bürgerhaus Musbach der erste Akzente-Gottesdienst statt. Menschliche Beziehungen und ihre Gestaltung waren Inhalt von Theaterszene, Liedern und Predigt.... Am Ende gab es tatsächlich Spaghetti – als Eis. Früher waren Brot und Wein, im Abendmahl genossen, Mittel der Regulierung menschlicher Beziehungen. Preisfrage: Ein Beispiel für den oben erwähnten Traditionsabbruch oder für eine gelungene Re-inszenierung des christlichen Agape-Mahls?)

Die Inszenierung des Evangeliums zielt immer auf eine Kontrasterfahrung. Darum ist sie auf Medien einer neuen, anderen Selbst- und Weltinterpretation bedacht und auf Gefühlsmuster für einen anderen, tieferen Lebenssinn. Nicht verleugnet werden kann, dass die Methode der Inszenierung bzw. der Re-inszenierung alter christlicher Sinnbilder und Rituale an altes, vordialektisches, neuprotestantisches und liberales Gedankengut anknüpft. Am markantesten vielleicht in der Umformung der christlichen Religion selbst: weg vom theistischen Dualismus mit seiner von oben nach unten gedachten Entgegensetzung von Gott und Mensch, hin zur von unten her und dann nicht nach oben sondern in die Tiefe gedachten Selbstdeutung der menschlichen Existenz, die sich in dieser Tiefe auf Gott als den Grund des Seins bezogen weiß und in dieser ihrer Bezogenheit auf den transzendenten Grund alles Seins eine letzte Unabhängigkeit erfährt von allem, was sie in der Welt binden will. Doch auch die ihrem Selbstverständnis nach an kein Ding der Welt anknüpfende Offenbarungstheologie blickt heute nicht mehr ausschließ-

lich auf die Schrift. Auch sie lässt sich beispielsweise durch gesellschaftliche Umbrüche herausfordern und prägen. So besann sie sich sicher nicht ganz zufällig gerade im Öko-Zeitalter wieder neu auf „Gott in der Schöpfung“ (Jürgen Moltmann). Und von da aus ist es ja theologisch nur noch ein kleiner Schritt, im „ästhetischen Jahrzehnt“ (Hermann Timm) anknüpfend an die altkirchliche Lehre vom Logos spermatikos nach der Natur nun auch die Kultur als möglichen Erscheinungsort „theophaner Herrlichkeit“ (George Steiner) wieder zu entdecken.

Zusammenfassung:

Eine Theologie der Dinge unterscheidet zwischen rein nützlichen Dingen, Luxusgütern und Habseligkeiten. Habseligkeiten unterscheiden sich von andern Dingen dadurch, dass sie der Gewichtung unseres Seins und unseres Lebensraums dienend die Polarität von Haben und Sein aufheben. Sie sind darum mit den gängigen, auf dieser Polarität fußenden theologischen Bewertungsmaßstäben nicht mehr zu erfassen. Ein Seitenblick auf das - postmoderne und zugleich uralte - Phänomen des symbolischen Konsums bzw. des Konsums von Dingen, die mit einem symbolischen Mehrwert behaftet sind, der sich auf den jeweiligen Konsumenten überträgt (Hostie), ermöglicht eine neue, sachgemäßere theologische Bewertung von Habseligkeiten. „Die Kunst in den Kirchen“ hat für die Kirche und die christliche Religionskultur die Qualität solcher Habseligkeiten. Als eine je eigene, aus je ihren Zeitumständen heraus entwickelte Form der Inszenierung des Evangeliums bedarf „die Kunst in den Kirchen“ heute der wohlüberlegten Re-inszenierung, damit sie nicht zum Luxusgut oder zum rein nützlichen Ding verkommt, sondern im Prozess subjektiver Aneignung ihr Gewicht als Habseligkeit der Kirche und der christlichen Religionskultur wiedergewinnen und so die Wahrheit des Evangeliums wieder kommunizieren kann.

2003

Literatur

- *Wilhelm Gräb*, Neuer Raum für Gottesdienste – Raum für neue Gottesdienste? Die zeitgenössische Konsum- und Erlebniskultur als Herausforderung an die Ästhetik gottesdienstlicher Räume. In: Peter Stolt, Wolfgang Grünberg, Ulrike Suhr (Hg.), *Kulte, Kulturen, Gottesdienste. Öffentliche Inszenierungen des Lebens*. Festschrift für Peter Cornehl, Göttingen 1996, 172 – 184.
- *Klaas Huizing*, *Ästhetische Theologie*, Band I, *Der erlesene Mensch. Eine literarische Anthropologie*. Stuttgart, 2000.
- *Inken Mädler*, „Habeo ergo sum“ oder: Besitz muss nicht vom Teufel sein – Praktisch-theologische Anmerkungen zu einer Kultur des Habens. In: *Religionskultur – zur Beziehung von Religion und Kultur in der Gesellschaft. Beiträge des Fachbereichs Evangelische Theologie an der Universität Frankfurt am Main*, hg. von Markus Witte, Würzburg 2001.
- *Michael Meyer-Blank*, Inszenierung und Präsenz. Zwei Kategorien des Studiums Praktischer Theologie. In: *Wege zum Menschen* 49 (1997), 2 - 16.