

David Hober

Kirche im Radio

Überlegungen zum Selbstverständnis kirchlicher Verkündigung

Rundfunkverkündigung zwischen Akzeptanz und Nachfrage

Das von den Medien geförderte Moment der „Gleichzeitigkeit des Unzeitgleichen“ findet sein Pendant in einer täglich von den Kirchen veranstalteten Verkündigung im Hörfunk, die sich in der Wahrnehmung vieler Hörer in einem durchgestylten Programmangebot anachronistisch bis kurios ausnimmt. Bei der Vielzahl unterschiedlicher Programme sieht sich heutige Verkündigung im Hörfunk zugleich unterschiedlichen Verhaltens- und Bewertungsmustern gegenübergestellt, die vor dem Hintergrund der karrieremachenden Reden vom *verdunstenden Christentum*, vom *Traditionsabbruch*, vom *Umbruch der religiösen Landschaft* als kaum zu überwindende Hürde erscheinen. Demnach könnte die Frage nach den unterschiedlichen Hörgewohnheiten in bezug auf die in und von den Medien veranstaltete ‚Religion‘ nicht ganz unerheblich sein, impliziert sie doch zugleich die Vermutung, daß sich hier pars pro toto eine Veränderung in bezug auf die Wahrnehmung von Religion vollzogen hat. Die Rundfunkverkündigung sieht sich so jenseits überkommener kirchlicher Handlungsanleitungen für religiöse Praxis einer Form von Subjektivität und damit nur schwer überschaubaren religiösen Einstellungen und Konsumententalitäten gegenübergestellt, die sehr individuelle bedürfnis- und erlebnisorientierte Züge annimmt. Wenn somit Religion, zumal in den Medien, den Gesetzen von Angebot und Nachfrage unterworfen wird, bemüßt sich die Akzeptanz von Radiopredigten in erster Linie nach ihrem Angebot. Nun erscheint es aber recht schwierig angesichts der anzunehmenden unterschiedlich ausgeprägten Wertekategorien von Hörern und deren sehr differenzierten Beziehungen zur Kirche, Angebot und Inhalte einer Radiopredigt mit Blick auf deren Akzeptanz kategorisieren zu wollen, ohne nicht ständig Gefahr zu laufen, damit Inhalte in Waren zu transformieren und sie Konsumbedürfnissen auszusetzen. Die genauere Einsicht in diese Zusammenhänge müßte eine zum Erliegen gekommene Rundfunkhomiletik und eine streckenweise zum Zitat gewordene Verkündigungspraxis gleichermaßen unruhig werden lassen.

Das Nicht-Verhältnis zwischen Rundfunkhomiletik und Verkündigungspraxis nimmt hier und dort tragische Züge an, wo die kirchlichen Verkündigungsbemühungen den offensichtlichen Bruch zwischen Evangelium und Kultur eher verstärken anstatt ihm Heilung anzubieten. Un-

redlich wäre es jedoch, die sich auf den ersten Blick entgegenstehenden Systemwelten Medien hier und Kirche dort zur Affirmation des je eigenen status quo gegeneinander auszuspielen, möglicherweise noch im Sinne beliebter kirchlicher Apologetik, die für den (religiösen) Erosionsprozeß allzuoft die Medien verantwortlich macht. Vielmehr gilt es, beide Seiten in ihrer veränderten Wahrnehmung und Daseinslage als Ausdruck „radikaler Pluralität“¹ von Gesellschaft anzuerkennen. Für die mediale Wahrnehmung hieße dies zunächst, hier von den inhärenten Gesetzmäßigkeiten der Medien, d.h. der Zerstreuung und des Entertainments auszugehen und zu akzeptieren, daß durch die Ritualisierung des ewig Gleichen Aspekte einer elementaren Daseinsorientierung und Alltagsorganisation abgedeckt werden, die in einem gewissen Sinn an traditionell religiöse Erfahrungen und Vollzüge heranreichen. Mit Sicht auf die Daseinslage der Kirche hat Medard Kehl in ‚Stimmen der Zeit‘ erläutert, was gemeint ist: „... je mehr der christliche Glaube auf persönliche Einsicht und Zustimmung angewiesen ist, umso eher wird er zur religiösen Weltansicht einer partikularen Gruppe, die es schmerzlich lernen muß, mit ihrer Partikularität und damit auch ihrer wachsenden Fremdheit für einen Großteil unserer Zeitgenossen fertig zu werden.“²

Verkündigung als Unterhaltung oder verkündigende Unterhaltung

Wenn es stimmt, daß die Ubiquität der Medien unsere lebensweltlichen Zusammenhänge und deren Wahrnehmung verändern, hat dies für die Beurteilung des Hörfunks zur Konsequenz, daß die ihm eigene Unterhaltungsfunktion dann nicht einfach nur als eine minderwertige Berieselung von Hörern angesehen werden kann, sondern es gilt zunächst anzuerkennen, daß hier wichtige Funktionen für die emotionale Befindlichkeit von Hörern erfüllt werden. Unterhaltende Themen und Motive im Radio zeichnen sich somit durch eine typische Gleichzeitigkeit von Nähe zum vertrauten Alltag und verfremdender Idealisierung aus. Die Dominanz homogenisierter Radioprogramme könnte somit als Reflex dieser „Auf-Wunsch-Kommunikation“ (A. Silbermann) gedeutet werden.

Den im Hörfunk verhandelten Themen und Motiven ist somit ein seismographisches Moment zu eigen, das auf den vorherrschenden Gemütszustand von Hörergruppen in nahezu kongenialer Weise nicht nur hinzuweisen versteht, sondern diesen Gemütszustand zugleich als eine be-

¹ Vgl. W. Wesch, *Unsere postmoderne Moderne*, Weinheim 1991, 4f.

² M. Kehl, Kirche in der Fremde, in: StZ (1993), 510.

stimmte Spielart von Alltag inszeniert³ und zwar dergestalt, daß an die Stelle der Betrachtung der Welt, wie sie ist, hier auf eine Konstruktion von Welt gesetzt wird, wie sie zumindest für diese Hörergruppen erträglich erscheint. So deckt das Radio neben der Funktion permanenter Weltvergewisserung und Daseinsvorsorge ein Großteil von Infrastruktur ab, der mit dem Bedürfnis nach Unterhaltung und Information angezeigt ist. „Wer nicht nebenbei hört, muß das Gefühl haben, aus der Welt gefallen zu sein“.⁴ Stündliche Nachrichten, immer wiederkehrende Magazin- und Musiksendungen, Horoskope, Verbraucher- und Gesundheitstips, Verkehrsdurchsagen, Wetterbericht und vieles mehr bestimmen nicht nur den Gebrauchswert des Radios für Hörer, sondern weisen auf die konstitutiven Funktionen des Radios hin, die von amerikanischen Medienexperten auf die Begriffe *Service*, *Entertainment*, *Companionship* gebracht werden. Horst Albrecht sieht darin und in der durch das Radio gebotenen regelmäßigen Sinnmassage bzw. Sinnvermittlung rund um die Uhr die Kirche als Agentur, die „zuvor den Tagesablauf der Menschen gliederte und Sinnvergewisserung anbot“,⁵ durch das Radio abgelöst. Die hinter der Albrechtschen These stehende Rede von der „Medienreligion“ als eine letztlich die Themen, Gegenstände (Medien!) und die Mediengesellschaft selbst sakral setzende Vorstellung lässt die Medien in soziologischer Perspektive zum postmodernen Nachfolger von Religion und zum „säkularen Weltordner“⁶ werden. Damit ist für unseren Zusammenhang jedoch noch nicht ausreichend geklärt, welche Funktionen die *Religion der Massenmedien* für ihre Gläubigen letztlich erfüllt. Vielleicht übernimmt das Radio für nicht wenige Menschen religiöse Funktionen, indem es in gewisser Weise lebens-, ja existenzorientierende Formate und Schablonen bereitstellt und somit gleichsam ein katalysatorisches Sammelbecken für die Brüche, die Tränen und sicherlich auch die Glücksmomente im individuellen Kontingenzaushalt der je eigenen Lebensgeschichte bietet. Hier versendet sich eine ‚Pastoral‘ der ununterbrochenen Zuwendung als Versuch der Integration in die Hörergemeinde. Bei ‚seinem‘ Sender kann man sich geborgen fühlen. Hier scheint eine in allen Bereichen auseinanderfallende Welt in eigentümlicher Weise geschlossen. Ständig wird zwar die ‚große Welt‘ mit ihren Problemen, Skanda-

³ Vgl. F. Krotz, Lebensstile, Lebenswelten und Medien: Zur Theorie und Empirie individuell bezogener Forschungsansätze des Mediengebrauchs, in: RuF 39 (1991), 317-342.

⁴ D. Baake, Zur Industrialisierung des Hörens, in: Medien u. Erziehung 34 (1990), 15.

⁵ Vgl. H. Albrecht, Die Religion der Massenmedien, Stuttgart 1993, 70f.

⁶ Vgl. K. Henning, Die religiöse Frage im Kontext der Medienkultur, in: Hinweise, hrsg. Generalvikariat Essen, 1993, 3-7.

len und Abgründen wenige Minuten hineingelassen, aber dann ist man wieder unter sich, im vertrauten Du mit dem Moderator und dem so angenehmen Bewußtsein, mit Gleichhörigesinnten den richtigen Musikgeschmack getroffen zu haben. Überschaubarkeit ist Programm: In dieser radiophonen Kathedrale der Gleichgesinnten, in der es keinen Zufall gibt, „wird alles verbunden, was augenscheinlich auseinanderfällt“.⁷ Hier wird stellvertretend getröstet und losgesprochen, Horoskop und Wetterbericht geben Orientierung für den Tag und einem cantus firmus gleich ziehen sich die Werbeblöcke durch das Programm und verkünden Sinn, indem sie erklären, was schließlich und endlich das Leben ausmacht. Alles in allem handelt es sich um eine Seelsorge mit kaltem Herzen – denn das Maß aller Dinge ist die Einschaltquote.

Für die Predigt im Hörfunk entsteht im Kontext von Unterhaltung und im Umgang mit Unterhaltung in mehrfacher Hinsicht ein Dilemma: Hörer sind weniger an bestimmten Inhalten als vielmehr an dem „akustischen Envirement“ (T. Stählin) als Ganzem interessiert, wenn es eben Unterhaltung und Entspannung verspricht. Die Radiopredigt ist zunächst unweigerlicher Teil dieses akustischen Envirements und in der Wahrnehmung von nicht wenigen Hörern Teil der Unterhaltung. Liegt somit die Chance und Funktion von Verkündigung in der Unterhaltungsdimension von Religion nach amerikanischen Vorbild, wo diese zum Vergnügen aufbereitet und jede geistige Belastung oder die Erörterung dogmatischer Fragen peinlichst vermieden wird? Läßt man sich um einer möglichst breiten Akzeptanzfront willen auf die Spielregeln der Anbieter ein und riskiert so deren Komplizenschaft, indem man somit einfach christliche Popularkultur produziert und die Hörer noch einmal auf das reduziert, was sie ohnehin schon sind: Konsumenten? Es bleibt also bei der Schwierigkeit, wie sich Kirche und ihre Verkündigung im Kontext eines genauso heterogenen wie abstandslosen massenmedialen Aktualitäten- und Unterhaltungsmilieus vom Mainstream abheben kann und zugleich die fast unerfüllbare publizistische Aufgabe zu erledigen hat, die in der Daueraktualisierung ein und desselben Themas besteht.⁸

Wenn nun, und der dargestellte Zusammenhang legt diese Vermutung nahe, die Kirchen als Vermittler und „Ferment für das Heilige und das umfassend Lebendige weitgehend ausgedient haben“,⁹ so erwachsen aus dieser Situation heraus der Rundfunkhomiletik unter der Hand Aufgaben

⁷ Ders., a.a.O., 5.

⁸ Erstaunlich ist, daß dieser Problemstand nahezu 30 Jahre Aktualität bewahrt hat; vgl. hierzu z.B. U. Saxer, Massenkommunikation als Mittel christlicher Verkündigung, in: ComSoc 2 (1969), 115f.

⁹ K. Henning, a.a.O., 3.

zu, die weit oben auf der abzuarbeitenden Tagesordnung zu stehen hätten. Die dabei immer wieder auftauchende Frage nach der tatsächlichen Wirkung von Verkündigung im Zuge medialer Interaktion wird nur zu beantworten sein, wenn es der Rundfunkhomiletik gelingt, sich auf ein adäquates kommunikationstheoretisches Erklärungsmodell zu beziehen, das die vielfältigen Bedingungen und Implikationen medialer Wirkprozesse verdeutlicht.¹⁰ Zugleich kann es dann nicht einfach mehr um mediale Programmkritik gehen, die sich in der Einordnung von guten und schlechten Programmen und deren vermeintlichen Abstand zum christlichen Ethos erschöpft, sondern grundsätzlich hätte es um Religionskritik zu gehen, „als Kritik an der massenmedialen Bewußtlosigkeit, an ihren verführerischen Fetischismen und Amuletten, an der Trance, an der Betäubung, die so gnadenlos verströmt durch bloßes Hören“.¹¹ Der Rundfunkhomiletik wird es also um eine Verhältnisbestimmung heutiger medialer Kultur und Religion gehen müssen, in der die Bedeutung säkularer Fetischismen in ihrer pseudo-religiösen Funktion für die Menschen zu thematisieren ansteht. Daß dies nicht in reglementierender Art und Weise, sondern vielmehr zunächst die „Ordnung der Rituale entfalteter moderner Gesellschaften und zugleich den dahinterstehenden Freiheits- und Autonomieanspruch der Menschen anerkennend“ zu geschehen hat, versteht sich von selbst, gleichwohl erwächst hier der Anspruch den Autonomiedenkern kritisch „von seiner hypotropen Erlösungsidee zu befreien“.¹² Wie also von dem geglaubten jüdisch-christlichen Gott reden, wie von dem reden, was Christen heilig ist, wenn der Unterschied zwischen profaner und sakraler Religiosität in den Massenmedien abstandslos aufgehoben erscheint? Zunächst: Die Qualität kirchlicher Verkündigung inmitten und als Teil einer Mediengesellschaft wird sich daran bemessen, inwieweit sie vermag, für die durch die Medien hervorgerufenen bzw. verstärkten seelischen und transzendenten Deprivationserfahrungen der Menschen sensibel zu sein, indem sie das in Erinnerung ruft, „was bleibt, was immer wiederkehrt, was der Mensch nicht los wird und was er aus eigener Kraft niemals zustandebringen kann. Der Glaube spricht in diesen Dingen in den Bildern der Schöpfung und Vollendung der Welt, von Verheißung und Erfüllung, von Schuld und Vergebung. Er widersetzt sich damit der Tendenz der Verdinglichung und Entgeschichtlichung“.¹³

¹⁰ Vgl. hierzu meinen Vorschlag in: D. Hober, Die Radiopredigt. Ein Beitrag zur Rundfunkhomiletik, Stuttgart 1996, 149-167.

¹¹ H. Albrecht, a.a.O., 74f.

¹² K. Gabriel, Ritualisierung in säkularer Gesellschaft, in: StZ (1994), 11.

¹³ H.J. Höhn, Im Zeitalter der Beschleunigung - Religionsproduktive Tendenzen

Kirchliches Selbstverständnis als Herausforderung für Verkündigung

Vor diesem hier skizzierten Hintergrund erscheint mir eine Erinnerung an das Grundverständnis von Kirche und dem hier mitgesetzten Verkündigungsverständnis¹⁴ hilfreich. Die dabei in den Blick kommenden trinitätstheologischen Aspekte könnten eine künftige Wegmarkierung für eine die Verkündigungspraxis befruchtende Rundfunkhomiletik sein.

Kirchliche Verkündigung als mediale Repräsentanz wird den Weg über die eigene Selbstwahrnehmung und das Selbstverständnis des verkündigenden Subjekts, d.h. der Kirche, nehmen müssen. Darin und in der Verantwortung für die ‚treuen Kirchenfernen‘ (M. Kehl) muß das Grundmotiv, der Impetus für ihre Verkündigung zu suchen sein. Anders gesagt: Wie gelingt es der Kirche in ihrem Sprechen (in unserem Sprechen) und in ihrem Handeln (in unserem Handeln) zu zeigen, wie Gott spricht und handelt. Ottmar Fuchs hat die Spur markiert, der nachzugehen Einsicht in diesen für die Rundfunkhomiletik nach wie vor verschatteten Zusammenhang verspricht. „Die ekklesiologische Basis dafür rekonstruiert die integrale Interpretation der Kirchen und Pastoralkonstitution des Zweiten Vatikanums. Es wird in der künftigen Einstellung zur pluralistischen Öffentlichkeit, zu der zunehmend notwendigen interkulturellen gegenseitigen Anerkennung und damit zu einer Gesellschaft auf dem Weg einer universalen Solidarität alles davon abhängen, wieweit die Kirche ihre Rückkopplung an ihr eigenes System und an ihre Tradition selbst als am Heil aller Menschen und Völker orientiertes persönliches, soziales und strukturelles Handeln einbringen will und einzubringen vermag und wieweit sie ihre bislang andauernden strukturellen Inkompetenzen für diese Aufgabe, die in ihr selbst liegen, nicht festhält, sondern im Vertrauen auf den Gott, der sie auch als Institution in der Hand hält, losläßt“.¹⁵

Wenn auch die Kirche sich ihrem Wesen nach als kommunikativ versteht, so wird selbst in *Communio et progressio* der christliche Kommunikationsvorgang weder nach innen noch nach außen hin entfaltet und bietet schon von daher wenige Anhaltspunkte für eine mediale Verkündigungspraxis. Dies müßte aber gerade zur Aufgabe einer medialen Verkündigungstheorie der Kirche werden, indem sie sich auf das Kirchenverständnis des Zweiten Vatikanum stellt und von hier aus dann klärt, was es bedeuten kann und muß, aus dem Geist der hier konstitutiv

moderner Gesellschaften, in: E. Bieger (Hg.), (Zeitgeistlich) Religion und Fernsehen in den 90er Jahren, Köln 1993, 77.

¹⁴ Zum Predigtverständnis des Zweiten Vatikanums vgl. G. Bitter, Katholische Predigt der Neuzeit, in: TRE, Bd. XXVII, Berlin 1996, 262-296, bes. 283-286.

gesetzten Ekklesiologie zu sprechen. Nur von hier aus läßt sich meines Erachtens die Dynamik von Verkündigung, die Teil medialer Öffentlichkeit sein will, bestimmen. Dies zwingt die kirchliche Verkündigung gerade zur Lauterkeit gegenüber sich selbst und dem Grundmotiv, wovon sie spricht und wofür sie Zeugnis ablegt. Verkündigung im Rundfunk, die im Namen des Gottes, der von sich sagt: *Ich bin da, Das ist mein Name für immer* (Ex 3,14ff), reklamiert, da zu sein mit und für andere, wird letztlich nur so viel Aufmerksamkeit gewinnen können, wie die Gegenwart von Kirche an Wertigkeit in der Gesellschaft besitzt. Vielleicht könnte aber gerade die Rundfunkpredigt, indem sie sich ihrer Identität unter Berücksichtigung des integral ausgelegten Kirchenverständnisses vom Zweiten Vatikanum erinnert, zu einer die landläufige Wahrnehmung von Kirche verändernden Perspektive werden. Aus theologisch-systematischer Sicht ist damit zugleich die Frage gestellt, wie Kirche unter den Bedingungen der Mediengesellschaft als Kirche Christi ungebrochen sie selbst sein kann. Ihre Zuspitzung erhält diese Frage, wenn man sie zudem mit dem nachkonziliaren Evangelisierungsapostolat konfrontiert, innerhalb dessen die neuere homiletische Theoriebildung die Predigt nun auch einzuordnen versucht. D.h., das In- und Zueinander, die gegenseitige Verwiesenheit von Kirchenverständnis einerseits und Verkündigungsverständnis andererseits gilt es auf der Basis des Zweiten Vatikanum für die Rundfunkhomiletik perspektivisch zu entfalten, indem die Verbindung von kirchlichem Selbstverständnis und ihrer daraus folgenden Verkündigung und dem darin immer schon gesetzten Grundmotiv von Evangelisation deutlich wird.

Verkündigung als Ferment zur trinitarischen Signatur von Kirche

Der trinitarische Charakter der Kirche (vgl. LG 2-4) läßt sich im Anschluß an Medard Kehl „als Communio von ihren spezifischen Beziehungen zu den einzelnen Personen der dreifaltigen Communio Gottes her erläutern“.¹⁵ Zu fragen wäre jetzt: Wie läßt sich die Vorstellung der Seinsweise Gottes als Communio im liebenden, sich gleichsam verschenkenden Ineinandersein der drei göttlichen Personen in einer von der Kirche als Anteilhabende an dieser endgültigen Gemeinschaft in ihre auf Gemeinschaft hin angelegten Communicatio und als Strukturmerkmal möglicher Dimensionen einer medialen Repräsentanz verkündigender Rede aufzeigen?

¹⁵ O. Fuchs, Kirche, Kabel, Kapital, Münster 1998, 216.

¹⁶ M. Kehl, Die Kirche, Würzburg 1992, 66ff.

Das Zweite Vatikanum formuliert dazu: „Nach christlicher Glaubens-auffassung ist die Verbundenheit und die Gemeinschaft der Menschen - das oberste Ziel jeder Kommunikation - ursprünglich verwurzelt und gleichsam vorgebildet im höchsten Geheimnis der ewigen Gemeinschaft in Gott zwischen dem Vater, dem Sohn und dem Heiligen Geist, die ein einziges göttliches Leben haben.“ (*Communio et progressio* 8). Es zeigt sich, daß der Begriff der Kommunikation ins Zentrum des christlichen Glaubens führt und von hier aus das Verständnis jeder christlichen Kommunikation entfaltet werden muß.¹⁷ Dabei sollte deutlich werden, daß mit Blick auf das Selbstverständnis von Kirche diese sich immer nur so weit auf den Weg zum Sakrament der trinitarischen *Communio* Gottes befindet, wie es ihr gelingt, ihr Tun und Handeln mit dem übereinstimmen zu lassen, was sie in ihrer Verkündigung für sich und andere reklamiert. Nur so wird dann die wechselseitige Beziehung zwischen Kirche und Evangelisierung transparent von der *Evangelii nuntiandi* (15) spricht, und holt damit zugleich ihren „Wahrheitstest“ ein (EN 24). Möglicherweise realisiert sich über diesen Weg dann das, was Karl Rahner gemeint hat, als er von der heils- und offenbarungsgeschichtlichen Trinität als der „Immanenten“ gesprochen hat. Verkündigung im Rundfunk, die sich der trinitarischen Signatur von Kirche als ihrem Grundmotiv verpflichtet weiß, steht ganz im Dienst dieser „trinitarischen Immortalität“, indem sie „vermittelt, daß nämlich Gott selbst als das bleibende heilige Geheimnis, als der unfaßbare Grund des transzendierenden Daseins des Menschen nicht nur der Gott unendlicher Ferne ist, sondern der Gott absoluter Nähe in wahrer Selbstmitteilung sein will und so in der geistigen Tiefe unserer Existenz wie auch in der Konkretheit unserer leibhaften Geschichte gegeben ist“.¹⁸

Eine allzuoft in Vergessenheit geratene Einsicht gilt es zunächst für die Rundhomiletik zu aktualisieren, indem sie sich daran erinnert, daß der Heilige Geist in der Geschichte und in der Welt der zugleich Verborgene und zugleich Wirksame ist. Gleich einem Angeld, mit dem wir rechnen dürfen und rechnen müssen, und das so möglicherweise den Anfang zur Überwindung einer durch die Medien verschärften und für viele Radiopredigten symptomatisch gewordenen Sprachlosigkeit darstellt. Rudolf Bohren hat die Sprachlosigkeit der Zeit, die Erfahrung des fehlenden Wortes zum Ausgangspunkt seines Desiderates einer pneumatozentrischen Homiletik gemacht und damit für unseren Zusammenhang der medialen Predigt einen nicht unwichtigen Hinweis gegeben: „Das Predi-

¹⁷ K. Hemmerle, Kommunikation der Kirche - Kirche der Kommunikation, in: *ComSoc* 10 (1977), 256.

¹⁸ K. Rahner, *Grundkurs des Glaubens*, Freiburg 1984, 142.

gen, ganz und gar in Gottes Möglichkeit beschlossen, wird im Geist und durch den Geist ganz und gar Sache des Predigers und Hörers, wird im Geist und durch den Geist, zur menschlichen Möglichkeit in Kunst und Technik.¹⁹ Kirchliche Verkündigung, die sich der Geistwirkmächtigkeit für ihr Predigtgeschehen erinnert, wird sich womöglich leichter tun, den Raum, in dem sich der Heilige Geist ereignen kann, in ihrer Rede zu antizipieren. Indem solche Predigt sich vom Geist Gottes getragen weiß, wird dieser Geist durch das Predigtgeschehen wirksam für den Hörer in der Weise, daß sie sich bemüht zu zeigen, wie der Heilige Geist in uns, an uns und damit letztlich mit uns wirkt. Die Rundfunkpredigt wird das Paradox des in unserer Geschichte offenbarten und zugleich verborgenen Gottes aufnehmen und entfalten müssen; denn auch für die Christen bleiben die Fragen „Wo bleibt nun dein Gott?“, „Wo ist nun ihr Gott?“ (vgl. Psalm 42,4; 79,10, Joel 2,17) höchst bedrängend. „Nur in den Versuchen der Jesusnachfolge, in die Geschichte Gottes mit den Menschen hinein, werden sich bewährte Antworten einstellen; nur Lebensproben sind Bewährungsproben der geglaubten Anwesenheit Gottes in unserer Geschichte.“²⁰ Von seiner Anwesenheit in der Verborgenheit sprechen heißt dann, seine Alltäglichkeit aufzusuchen. So wird das Aufdecken der Geistverborgenheit in der „Mystik des Alltags“, das Sensibilisieren für ein neues Hinhören, für ein neues Hinsehen, für ein neues Fühlen inmitten einer als abstandslos empfundenen, alle Sinne zuschüttenden Informationsgesellschaft zur vordringlichen Aufgabe einer medialen Verkündigung werden. Von hier aus kann Verkündigung im Radio zu einer Schule der Wahrnehmung für Hörer werden, die Authentizität für sich beanspruchen darf und die mit dazu beitragen kann, daß die Geistesgenwart Gottes in Bewegung gerät. Diese im Anschluß an A.A. Ruhlers Begriff der „theonomen Reziprozität“ hat R. Bohren als Bewegung zwischen Gott und Mensch erläutert und zugleich in dieser gottgesetzten Wechselseitigkeit und Gegenseitigkeit die anthropologische Dimension einer pneumatozentrischen Homiletik hervorgehoben, die neben dem Primat Gottes das Dabeisein der Menschen nicht vergißt.²¹ Eine dieser Sichtweise entsprechende praktische Pneumatologie der Verkündigung - weil die Praxis des Lebens aufspürend - wird als Schule der Wahrnehmung ihre ganz eigene Sehkraft für den Hörer daraus schöpfen, daß sie in einer Mediengesellschaft der von ihr erhofften und sie tragenden Liebe des Heiligen Geistes Unterschiedliches an Meinungen, Einsichten und

¹⁹ R. Bohren, Predigtlehre, München 1980, 74.

²⁰ G. Bitter/R. Englert, Hören was der Geist den Gemeinden sagt ..., in: O. Fuchs (Hg.), Theologie und Handeln, Düsseldorf 1984, 40.

²¹ R. Bohren, a.a.O., 76.

Glaubensweisen zusammenführt. Unter dieser Rücksichtnahme der verschiedenen, sehr persönlichen Glaubensweisen der Menschen, mit denen die Radiopredigt rechnet, versteht sie sich somit selbst in ihrem Vollzug als Ferment zu einer Kirche, die sich im Hoffen auf den vereinenden Geist des von ihr geglaubten Vaters und Sohnes in der dialogischen Kunst der Einigung übt.

Der geschichtlich-soziale Raum von Kirche trägt sich im Vorgang der Angleichung auf Jesus Christus hin. Dieser Raum wird als Kirche geprägt durch das gelebte Zeugnis von Christen (vgl. EN 21) und geht einher mit dem, „was Petrus ‚Rechenschaft geben über seine Hoffnung‘ (1 Petr 3,15) nennt und durch eine klare und eindeutige Verkündigung des Herrn Jesus Christus entfaltet wird. Die Frohbotschaft, die durch das Zeugnis des Lebens verkündet wird, wird also früher oder später durch das Wort des Lebens verkündet werden müssen“ (EN 22). Die Rundfunkpredigt wird sich als ein solches „Wort des Lebens“ und als in das Leben der Menschen hineinsprechendes verstehen. Dabei wird sie emphatisch auf die Sehnsüchte und Hoffnungen der Menschen eingehen müssen und darum bemüht sein, die Zuversicht in ihrer Rede heranreifen zu lassen, daß mit diesem Gott Leben gelingen kann. Ein solches Sprechen im Kanon einer Schule der Wahrnehmung setzt voraus, Zeitgenosse seiner Hörer zu sein, setzt voraus, über die Zeit und deren ungelöste Fragen Bescheid zu wissen. Die Grundfigur einer dieser Perspektive verpflichteten Homiletik wird sich an der Frage Jesu, die er dem blinden Bartimäus stellt, orientieren müssen: „Was soll ich für dich tun?“ (Mk 10,52 parr). Eine derartige Verkündigung wird darauf achten, daß ihr Reden nicht nur auf den Bereich des Religiösen beschränkt bleibt, sondern vielmehr wird sie - entgegen einer allgemeinen Abschottungs- und Immunisierungstendenz - die Fragen und das Rufen der Menschen aufnehmen und wachhalten müssen. Sie wird dann die heilende Verkündigung Jesu als befreiende Verkündigung für alle ausweisen müssen. Indem sie zeigt, wie Jesus spricht und handelt und die von ihm Angesprochenen und ‚Begeisterten‘ sprechen und handeln, macht eine solche Verkündigung deutlich, daß Glauben in christlich-jüdischem Verständnis ein Lebensstil, ein Kommunikationsstil ist, „eine bestimmte Umgangsform mit Menschen und mit dem eigenen Leben, mit dem Gott des Lebens und mit seinen Werken in unserer Geschichte“.²² Indem solche Verkündigung die heilende Hand Jesu (vgl. Lk 5,13) als bedingungslose Liebe zu den Menschen kommuniziert, eröffnet sie für sich die Möglichkeit, der Sorgenexistenz der Menschen mit ihren täglichen Blessuren, den persönlichen Niederlagen und kleinen Triumphen, den Widersprüchen und Ohn-

²² G. Bitter, Glauben-Lernen als Leben-Lernen, in: KatBl. 112 (1987), 914.

machtserfahrungen als Zuspruch für den Tag zu begegnen, als Hilfe für die erste Krise in den sich unmittelbar einstellenden Alltagsbanalitäten. Indem Verkündigung im Rundfunk das Subjektsein der vielen unbekannten Hörer so voraussetzt, erweist sie erst ihren Stil. Vor diesem Hintergrund bestimmt sich auch die soziale Dimension einer Heilverkündigenden Botschaft. Das Sprechen von den Armen, von den unheilbar Kranken, den Marginalisierten in der Gesellschaft und den an ihren Hoffnungen Gescheiterten bestimmt die Signatur einer medialen Verkündigung, und zwar so, daß deren Perspektive (Perspektivlosigkeit) ungebrochen zur Sprache kommt. Nur so wird Verkündigung ihr Grundmotiv der Evangelisation mit dem hier gesetzten Anspruch einer „Erneuerung der Menschheit“ und der damit einhergehenden „inneren Umwandlung der Menschen“ zu einer universalen Solidarität hin vorantreiben, indem sie als Schule der Wahrnehmung sich bemüht, „zugleich das persönliche und kollektive Bewußtsein der Menschen, die Tätigkeit, in der sie sich engagieren, ihr konkretes Leben und jeweiliges Milieu umzuwandeln“ (EN 18).

Kirche, die im Zuge ihrer Verkündigung universale Solidarität für sich und unter den Menschen propagiert und die erst dann zu ihrer letztendlichen kirchlichen Identität gelangt, wenn ihre Identifikation mit der versöhnten Menschheit vollendet ist, wird als fundamentales Kriterium ihrer Rede sich der Bezugsgröße des Reichen Gottes zu erinnern haben. Von hier aus bestimmt sich ihre Verkündigung als Prozeß einer Vorwegnahme von Kirche, die durch die Durchdringung der Welt mit dem Evangelium bestimmt wird und deren Glaubwürdigkeit und Legitimität innerhalb der säkularen (medialen) Gesellschaft sich nur in dem Maße einstellen wird, wie es ihr gelingt, in verkündiger Rede die eschatologische Zukunft vom Reich Gottes als Zukunft und Bestimmung der Menschen hier und heute glaubwürdig zu repräsentieren. Damit deutet sich zugleich der Grund und die Ermöglichung für ein Ethos jeder sich in den Dienst des Reichen Gottes stellenden Verkündigung ab. In diesen Horizont langt ein so gemeintes Ethos der Verkündigung, das sich inmitten der säkularen Gesellschaft und zudem im Raum medialer Öffentlichkeit über jedwede einseitig individuelle Dimension hinaus bewahrheiten muß und weitet somit den Blick auf eine soziale und politische Dimension aus. Damit ist die mediale Verkündigung im Sinne ihres Grundmotivs der Evangelisation, d.h. dem Bedürfnis der Menschen nach Heil entgegenzukommen (aufgrund ihrer Deprivationserfahrung, ihrer nicht durchgehaltenen Hoffnungen auf soziale Gerechtigkeit und Frieden) optional verpflichtet. Womöglich wird damit zugleich der herkömmlichen Predigtpraxis im Rundfunk in ihrem oftmaligen Bemühen den geringsten Nenner zu suchen, Revision angeboten werden müssen. Dabei geht es um eine Revi-

sion zugunsten einer sowohl proleptischen als auch prophetischen und von daher sicher auch sperrigen, aber nichts desto weniger aufrüttelnden Verkündigung um der Menschen willen. Eine Revision, die sich aber auch zugleich im Gestus der Einladung zeigt, „einer Einladung zum Leben in der Nähe Gottes, der auf uns zu kommt, als Mitte des Evangeliums.“²³ Eine so verstandene Verkündigung, der es um die Ansage des Reiches Gottes geht und die damit immer auch zu Entscheidungen aufruft, weiß um das Scheiternkönnen ihres Bemühens, weiß aber auch, daß das eschatologische Reich Gottes so oder so auf den Menschen zukommt, ohne daß er in der Lage sein könnte, jenes Kommen in Dispositionsplänen seines Verhaltens aufzufangen oder abzusehen. Die Realisierung der künftigen Gottesherrschaft bleibt in jeder denkbaren Hinsicht uneingeschränkt Reservat Gottes. Dies dispensiert jedoch weder die Verkündigungspraxis noch die sie befruchtende Rundfunkhomiletik von ihrer ursprünglichen Bestimmung, ihre Verkündigung im Rundfunk als Sakrament des Heils für die Menschen auszuweisen und so dem Reich Gottes schon den Weg zu bahnen.

²³ Ders., Evangelisation u. Inkulturation, in: Informationen, hg.v. Erzbistum Freiburg, 1987, 5-30, 12.